

**REGOLAMENTO**  
**DELLA CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO AGRICOLTURA**  
**DEL VERBANO CUSIO OSSOLA**  
**RELATIVO AI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE**

**Art.1**

**Finalità**

Il presente regolamento viene redatto in attuazione delle disposizioni contenute nell'Art.43 della Legge 449/97, nonché sulla base delle disposizioni relative al CCNL per l'area del personale e del CCNL area Dirigenza degli Enti Locali, allo scopo di disciplinare le attività di sponsorizzazione, da parte di terzi, di servizi e progetti promossi, organizzati o gestiti dall'ente camerale.

Le iniziative di sponsorizzazioni tendono a favorire l'innovazione dell'organizzazione e la realizzazione di economie di bilancio, nonché una migliore qualità dei servizi camerali, nel rispetto dei criteri di efficacia, efficienza, economicità nonché dei principi di trasparenza ed imparzialità.

L'ambito di applicazione riguarda pertanto tutti i servizi e progetti dell'ente camerale.

**Art.2**

**Definizioni**

Ai fini del presente regolamento si intende:

1. per *contratto di sponsorizzazione*, un contratto mediante il quale la Camera di commercio (sponsee) nell'ambito delle proprie iniziative offre ad un terzo (sponsor), che si obbliga a fornire una predeterminata prestazione, la possibilità di pubblicizzare in appositi e predefiniti spazi il nome, il logo, il marchio, i prodotti;
2. per *sponsorizzazione* il corrispettivo in denaro, beni, servizi, prestazioni o altra utilità provenienti da terzi (sponsor) allo scopo di promuovere il proprio nome, marchio, attività, prodotti ovvero conseguire un beneficio d'immagine;
3. per *sponsor*, il soggetto pubblico e/o privato che intende stipulare il contratto di sponsorizzazione;
4. per *spazio pubblicitario*, lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messi a disposizione dello sponsor da parte della Camera di commercio

**Art.3**

**Ambito della sponsorizzazione**

I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con enti ed organismi pubblici, imprese e loro consorzi, associazioni, fondazioni, enti ed istituti appartenenti al mondo scolastico e della ricerca.

I requisiti di ammissibilità alla stipulazione dei contratti sono definiti nel successivo articolo 4 di questo regolamento.

Le iniziative di sponsorizzazione devono escludere forme di conflitto di interesse tra attività pubblica e privata e sono individuate dal Segretario Generale dell'ente, nell'attuazione dei piani,

programmi e direttive generali definite dagli organi di governo, sulla base dei criteri previsti nel presente regolamento.

#### **Art.4**

##### **Procedura di sponsorizzazione, scelta dello sponsor e diritto di rifiuto**

Il Segretario Generale o i Dirigenti, nell'attuazione dei progetti e per il conseguimento degli obiettivi ad essi affidati e nei limiti delle deleghe loro conferite, esperiscono la procedura per la scelta dello sponsor con le seguenti forme e garantendo imparzialità, trasparenza, economicità, efficacia ed efficienza dell'azione pubblica:

- pubblico incanto o licitazione privata, secondo le norme che disciplinano la gestione patrimoniale e finanziaria delle Camere di commercio e nel rispetto delle normative comunitarie ove applicabili;
- pubblicazione di un bando o avviso pubblico con predeterminazione dei criteri di selezione qualora, in funzione dell'entità delle esigenze e delle finalità da perseguire, risulti economicamente più vantaggioso utilizzare una forma diversa dal pubblico incanto o licitazione privata;
- trattativa privata senza previa pubblicazione di avviso pubblico, nei casi previsti dalle norme che disciplinano la gestione patrimoniale e finanziaria delle Camere di commercio, qualora l'importo della sponsorizzazione non sia superiore ad euro 20.000 – al lordo dell'I.V.A.

Del bando o dell'avviso è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo camerale, inserimento nel sito internet dell'ente, comunicato agli organi di stampa locali e con le ulteriori forme di pubblicità ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.

Il bando o l'avviso devono contenere i seguenti dati:

1. l'oggetto della sponsorizzazione (definizione dell'iniziativa oppure, nel caso di bando indicativo pubblicato ad inizio esercizio, delle iniziative che si prevede di avviare nell'anno; durata delle medesima/e) ed i conseguenti obblighi dello sponsor
2. la determinazione dello spazio pubblicitario
3. i criteri di ammissibilità a gara nonché i criteri di affidamento del contratto di presentazione
4. le modalità ed i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione

L'offerta deve in ogni caso essere presentata in forma scritta ed indicare l'accettazione delle condizioni previste nel bando o avviso pubblico nonché quelle previste dal capitolato o progetto di sponsorizzazione.

L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

1. l'inesistenza di condizioni di incapacità a contrarre con la pubblica amministrazione e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale
2. l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia
3. l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari
4. la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa
5. l'impegno da parte dello sponsor ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni

La Camera di commercio non è in ogni caso vincolata ad ammettere qualsiasi offerta di sponsorizzazione proveniente da qualsivoglia soggetto, intendendo riservarsi sempre la verifica

delle finalità sottese oppure espresse dallo sponsor nonché il contenuto del messaggio pubblicitario proposto: tale verifica viene effettuata dal Segretario Generale o dai Dirigenti che esperiscono la procedura, al fine di verificare l'esistenza di casi di incompatibilità con la veste istituzionale dell'ente. In particolare la Camera di commercio a suo insindacabile giudizio si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:

- ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata
- ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio a danno della propria immagine o alle proprie iniziative

**Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:**

- propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa
- pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti superalcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale
- messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia

### **Art. 5**

#### **Contratto di sponsorizzazione**

La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:

1. l'individuazione dell'oggetto del contratto
2. valore della sponsorizzazione
3. impegni e/o obblighi dello sponsee
4. modalità della veicolazione pubblicitaria della ragione sociale e/o marchio dello sponsor da parte dello sponsee
5. impegni e/o obblighi dello sponsor
6. corrispettivo della sponsorizzazione
7. verifiche e controlli sull'attività dello sponsor
8. recesso
9. inadempimenti e risoluzione del contratto
10. risoluzione controversie relative all'esecuzione del contratto

### **Art.6**

#### **Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni**

Le somme previste nei capitoli interessati alle sponsorizzazioni che risultano non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto, sono considerati risparmi di spesa. Tali risparmi di spesa possono essere utilizzati per le seguenti finalità:

1. nella misura del 10%, sono destinate all'implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività;
2. nella misura del 10%, sono destinate all'implementazione del fondo di retribuzione di posizione e di risultato della Dirigenza;
3. nella misura del 70%, sono destinate al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio;
4. la restante quota del 10% costituisce economia di bilancio.

### **Art.7**

#### **Trattamento dati personali**

I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste.

I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dall'art.13 della Legge n. 665/96 e s.m.i.

Titolare del trattamento dei dati è la Camera di commercio del Verbano Cusio Ossola in persona del Segretario Generale.

#### **Art.8 Aspetti fiscali**

La sponsorizzazione è soggetta ad I.V.A.

#### **Art. 9 Verifiche e controlli**

Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del servizio camerale competente per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi.

Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor. La notifica e l'eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

#### **Art. 10 Riserva organizzativa**

La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dalla Camera di commercio secondo la disciplina del presente regolamento. E' tuttavia facoltà dell'ente, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare in convenzione l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate.

#### **Art. 11 Norme transitorie**

Sono fatte salve le richieste già pervenute e/o gli accordi già stipulati, il cui oggetto sia assimilabile a quanto disciplinato dal presente regolamento.