

**REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA
DELLE SPONSORIZZAZIONI
E LA FORNITURA DI CONSULENZE
E SERVIZI AGGIUNTIVI**

Approvato con delibera G.P. n. 83 del 12 aprile 2005

INDICE

TITOLO I - DISPOSIZIONI GENERALI	3
Art. 1 – Oggetto, Fonti, Finalità.....	3
Art. 2 - Definizioni	3
TITOLO II - SPONSORIZZAZIONI	4
Art. 3 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione	4
Art. 4 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni e casi di esclusione.	4
Art. 5 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor	5
Art. 6 - Caratteristiche del contratto di sponsorizzazione	6
Art. 7 - Valore della sponsorizzazione e aspetti fiscali	6
Art. 8 - Utilizzo dei risparmi di spesa e delle entrate da sponsorizzazione	6
Art. 9 - Riserva organizzativa	7
TITOLO III - CONSULENZE	7
Art. 10 - Individuazione delle iniziative di consulenza e di fornitura di servizi aggiuntivi	7
Art. 11 - Procedura di erogazione dei servizi di consulenza e di fornitura di servizi aggiuntivi.....	7
Art. 12 - Caratteristiche della convenzione per la fornitura di consulenze o per l'erogazione di servizi aggiuntivi	7
Art. 13 - Utilizzo degli introiti derivanti dalla fornitura di consulenze e dall'erogazione di beni e servizi	8
Art. 14 – Diritto di rifiuto della fornitura di consulenze e dell'erogazione di beni e servizi	8
TITOLO IV – DISPOSIZIONI FINALI	9
Art. 15 - Trattamento dei dati personali	9
Art. 16 - Entrata in vigore, durata e verifiche	9

TITOLO I - DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1 – Oggetto, Fonti, Finalità

Il presente regolamento disciplina:

- le attività di sponsorizzazione limitatamente al caso in cui la Provincia di Rimini è soggetto sponsorizzato;
- le attività di fornitura di consulenze o servizi aggiuntivi da parte della Provincia di Rimini a terzi.

Con il regolamento si intende dare attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997, dell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000, dell'art. 15, comma 1, lett. d) del CCNL dell'1.4.1999, come sostituito dall'art. 4, comma 4, del CCNL del 5.10.2001 e dell'art. 26, comma 1, lett. b) del CCNL del 23.12.1999 per l'area della dirigenza.

Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione, a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali e dell'immagine dell'Ente.

Le iniziative di consulenza e di fornitura di servizi aggiuntivi da parte della Provincia di Rimini a favore di terzi devono avere la finalità di migliorare l'immagine positiva dell'Ente, di aumentarne gli introiti e di mettere a disposizione di altri enti e/o privati il know-how del personale provinciale.

Art. 2 - Definizioni

Ai fini del presente regolamento si intende:

- a) per "**contratto di sponsorizzazione**": un contratto mediante il quale la Provincia (sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a versare una determinata somma di denaro o a fornire a titolo gratuito un bene o un servizio, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale, il logo, il marchio, i prodotti, in appositi e predefiniti spazi pubblicitari
- b) per "**sponsorizzazione**": ogni contributo in denaro, beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale, la propria attività, per conseguire un beneficio di immagine. Il risultato della sponsorizzazione per la Provincia di Rimini, consiste nella realizzazione di una economia di bilancio totale o parziale, rispetto alla previsione di spesa o nell'accertamento di un'entrata inizialmente non prevista in bilancio.
- c) per "**sponsor**": il soggetto privato che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione;
- d) per "**spazio pubblicitario**": lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dalla Provincia per la pubblicità dello sponsor.
- e) Per "**convenzione per la fornitura di consulenze e per l'erogazione di servizi aggiuntivi**" la convenzione stipulata tra la Provincia di Rimini e un terzo soggetto, pubblico o privato in cui l'Amministrazione Prov.le si impegna a fornire a titolo oneroso una o più consulenze e/o servizi aggiuntivi rispetto a quelli ordinari;
- f) Per **consulenza**: la possibilità dell'ente di mettere a disposizione a favore di un terzo le conoscenze e il know-how di specifiche professionalità interne alla Provincia, a fronte dell'incasso di un corrispettivo ovvero dietro fornitura di beni e/o servizi
- g) Per **servizi aggiuntivi**: la possibilità dell'ente di offrire a soggetto terzi dei servizi accessori o comunque servizi ulteriori rispetto ai servizi ordinari, dietro corrispettivo ovvero dietro fornitura di beni e/o servizi.

TITOLO II - SPONSORIZZAZIONI

Art. 3 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati al singolo responsabile, conformemente a quanto previsto nel Piano di Comunicazione integrata dell'Ente. La Giunta Provinciale può, altresì, formulare in corso d'anno indirizzi specifici per la attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.

Il ricorso alla sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni previsti a carico del bilancio dell'ente nei capitoli di spesa ordinaria.

La medesima iniziativa può essere sponsorizzata contemporaneamente da più sponsor (sponsorizzazione plurima) ovvero secondo rapporti di esclusiva in relazione alla valutazione del dirigente del servizio interessato.

Art. 4 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni e casi di esclusione.

L'Amministrazione, nella persona del dirigente competente, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione, qualora:

- a) ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
- b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno all'immagine, alle iniziative o alle politiche e a specifici progetti dell'amministrazione;
- c) la reputi inaccettabile per motivi di inopportunità generale;
- d) in tutti i casi ritenga che questa possa essere usata per fini non previsti o contrari alla legge o al buon costume;

Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:

- a) propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, armi, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
- c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio, minaccia e violenza.

In linea generale sono esclusi dalla stipula di contratti di sponsorizzazione i soggetti privati, ditte, associazioni, ecc.. che abbiano in essere delle controversie o conflitti di natura giuridica con la Provincia di Rimini.

Art. 5 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura negoziata, secondo i criteri e le modalità contenute nel *“Regolamento sugli appalti e sui contratti”* dell’Ente e nel presente regolamento.

L’individuazione dello sponsor può essere preceduta da apposito avviso di sponsorizzazione a cui viene data pubblicità e diffusione anche mediante pubblicazione all’albo pretorio, inserimento nel sito internet della Provincia di Rimini e invio alle associazioni di categoria e/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti ai fini di una maggiore conoscenza e partecipazione dei possibili interessati.

L’avviso deve contenere i seguenti dati:

- l’oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti del progetto di sponsorizzazione;
- la proposta di massima dello spazio pubblicitario, da definire in maniera dettagliata all’atto della stipula del contratto;
- le modalità e i termini di presentazione dell’offerta di sponsorizzazione, la procedura e i criteri di scelta delle offerte.

L’offerta deve essere presentata in forma scritta e deve indicare:

- il bene, il servizio, l’attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
- l’accettazione delle condizioni previste nell’avviso di sponsorizzazione;
- l’impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e le relative autorizzazioni.

L’offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

a) per le persone fisiche:

- l’inesistenza delle condizioni a contrattare con la pubblica amministrazione, di cui agli artt. 120 e seguenti della legge 24.11.1981, n. 689, e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
- l’inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
- l’inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese);
- la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.

b) per le persone giuridiche:

- oltre alle autocertificazioni sopra elencate riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza, deve essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.

Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dall’apposita commissione ai sensi dell’art. 21 comma 1¹ del Regolamento sugli appalti e sui contratti” nel rispetto dei criteri definiti nell’avviso di sponsorizzazione.

¹ Estratto dal Regolamento

Art. 21 Modalità di svolgimento delle procedure negoziate concorrenziali

1. Nel caso in cui sia esperita gara ufficiosa, la verifica delle offerte presentate e la loro valutazione, sono effettuate da una commissione informale composta dal dirigente che ha firmato la determinazione a contrattare o suo delegato, che la istituisce e presiede, e da almeno due impiegati del settore o settori interessati; delle operazioni di gara viene redatto verbale, sottoscritto da tutti i componenti la commissione.

Qualora un soggetto terzo offra spontaneamente contributi di beni, servizi, prestazioni o corrispettivi monetari equivalenti (c.d. contribuzione volontaria) al fine di rendere un servizio di pubblica utilità, ovvero in casi di comprovata urgenza oppure in mancanza di offerte a seguito del bando/avviso pubblico, il dirigente competente può stipulare il contratto di sponsorizzazione, previa valutazione degli effetti e dei benefici dell'iniziativa.

Art. 6 - Caratteristiche del contratto di sponsorizzazione

La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto tra il responsabile della struttura interessata alla sponsorizzazione e il soggetto sponsor nel quale sono, in particolare, stabiliti:

- l'oggetto del contratto
- il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario;
- la durata del contratto di sponsorizzazione;
- il valore della sponsorizzazione al netto di IVA;
- gli obblighi assunti a carico delle parti;
- le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

Con il contratto di sponsorizzazione viene autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" già indicato in linea di massima nel progetto e in questa sede dettagliato ed esplicitato.

Art. 7 - Valore della sponsorizzazione e aspetti fiscali

Qualora il contratto di sponsorizzazione preveda un corrispettivo in denaro a favore della Provincia di Rimini, tale somma, previo scorporo dell'IVA, equivale al valore della sponsorizzazione.

Se la sponsorizzazione prevede la fornitura di beni o servizi a favore della Provincia, il valore della sponsorizzazione corrisponde al prezzo di acquisto o al valore di affitto dei beni e servizi stessi.

Il valore della sponsorizzazione è fatturato dalla Provincia di Rimini e soggetto all'imposizione fiscale di cui alla Legge n. 633/1972.

Art. 8 - Utilizzo dei risparmi di spesa e delle entrate da sponsorizzazione

Le somme fatturate al netto di IVA, certificate dall'Ufficio Controllo di Gestione, sono considerate risparmi di spesa.

I risparmi di spesa sono destinati alle seguenti finalità:

- a) nella misura del 65% al fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL dell'1.4.1999 relativo all'anno di incasso delle somme e destinate al finanziamento del premio di risultato per tutti i dipendenti;
- b) nella misura del 5% sono destinate alla implementazione del fondo di retribuzione di posizione e di risultato della dirigenza di cui all'art. 26 del CCNL del 23.12.1999 relativo all'anno di incasso delle somme, con destinazione alla quota relativa al risultato;
- c) la differenza è a disposizione della Giunta, che provvederà a definire con proprio atto la quota da destinare ad iniziative istituzionali e la quota che costituisce economia di bilancio.

Art. 9 - Riserva organizzativa

La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dalla Provincia di Rimini secondo la disciplina del presente regolamento, è 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 nel campo pubblicitario.

TITOLO III - CONSULENZE

Art. 10 - Individuazione delle iniziative di consulenza e di fornitura di servizi aggiuntivi

La Provincia può stipulare convenzioni con soggetti pubblici e privati dirette a fornire, a titolo oneroso, consulenze o servizi aggiuntivi rispetto a quelli ordinari e istituzionali. A tal fine, saranno predisposte apposite comunicazioni pubblicitarie contenenti le attività consulenziali e i beni o servizi messi a disposizione, le tariffe previste e le modalità di attuazione dell'iniziativa. Queste informazioni pubblicitarie, oltre ad essere affisse all'albo provinciale, saranno inserite nel sito Internet della provincia, inviate agli Enti Locali e pubblicizzate in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.

Art. 11 - Procedura di erogazione dei servizi di consulenza e di fornitura di servizi aggiuntivi

Sono possibili due forme di convenzioni:

- a) "Convenzione continuativa": convenzione con durata annuale con un Ente che, dietro erogazione di una tariffa agevolata, acquista un "pacchetto" predeterminato dalla convenzione stessa, comprendente la fornitura di più consulenze, beni e/o servizi, anche forniti da più Settori della Provincia, al fine di soddisfare una molteplicità di problematiche anche variabili nel corso della durata della convenzione;
- b) "Convenzione singola": convenzione limitata alla fornitura di una singola consulenza, bene o servizio;

Le tariffe per la fornitura di consulenze e per l'erogazione di beni e servizi verranno stabilite dalla Giunta, su proposta del Dirigente del settore interessato e potranno essere determinate in misura variabile a seconda della tipologia del soggetto fruitore della fornitura, pubblico o privato.

Art. 12 - Caratteristiche della convenzione per la fornitura di consulenze o per l'erogazione di servizi aggiuntivi

La gestione della fornitura di consulenze e dell'erogazione di beni e servizi viene regolata mediante sottoscrizione di un'apposita convenzione nella quale sono, in particolare stabiliti:

- a) la durata precisa della convenzione;
- b) la somma stabilita da pagare per la fornitura di consulenze e per l'erogazione di beni e servizi;
- c) l'oggetto o gli oggetti della convenzione;
- d) i Settori, gli uffici provinciali ed il personale direttamente coinvolto;
- e) la responsabilità giuridica delle due parti;
- f) le clausole di tutela in caso di inadempimento.

La gestione delle consulenze e di erogazione di beni e servizi favore di terzi è regolata tramite convenzione sottoscritta formalmente tra il responsabile della struttura interessata e il terzo acquirente.

Le somme introitate a seguito di convenzioni di consulenza e/o fornitura di servizi aggiuntivi non sono soggette all'obbligo di fatturazione, in quanto trattasi di entrate realizzate a seguito di prestazioni rese dal personale provinciale all'uopo individuato nell'ambito delle prestazioni e delle attività ordinariamente demandate dal datore di lavoro nell'ambito del rapporto di lavoro subordinato in essere con la Provincia, soltanto qualora vengano quantificate sulla base delle spese effettivamente sostenute dalla Provincia

Art. 13 - Utilizzo degli introiti derivanti dalla fornitura di consulenze e dall'erogazione di beni e servizi

Le somme incassate dalla Provincia a seguito della fornitura di consulenze e per l'erogazione di beni e servizi, **certificate dall'ufficio controllo di gestione**, e dedotti tutti i costi ivi comprese le spese del personale, verranno utilizzate per le seguenti finalità:

- a) nella misura del 80% ai fondi di incentivazione del personale e dirigente relativi all'anno di incasso delle somme, da ripartire tra i due fondi in base al numero di dirigenti e dipendenti che hanno collaborato a conseguire il risultato, con le seguenti precisazioni:
 - dal 30 all'80% al fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL dell'1.4.1999 e, pertanto destinate al finanziamento della produttività dei dipendenti. In particolare, una quota, pari all'50% di tali risorse aggiuntive, va destinata al premio di risultato per tutti i dipendenti e una quota, pari al 50% di tali risorse aggiuntive, va destinata ai dipendenti che hanno partecipato allo specifico progetto, da ripartire in base al grado di apporto di ciascuno, dichiarato dal dirigente. Il premio così assegnato non concorre al calcolo dell'importo massimo di premio assegnabile al singolo dipendente ma non può superare il limite massimo del 30% della retribuzione lorda annua percepita nell'anno precedente. Qualora tra i dipendenti partecipanti al singolo progetto risultino anche titolari di area di posizione organizzativa o di alta professionalità, si assegnerà il compenso spettante fino a concorrenza dell'importo massimo di retribuzione di risultato previsto dal CCNL vigente;
 - dallo 0 al 50% al fondo di retribuzione di posizione e di risultato della dirigenza di cui all'art. 26 del CCNL del 23.12.1999, con destinazione alla quota relativa al risultato;
- b) la restante quota del 20 % costituisce economia di bilancio.

Art. 14 – Diritto di rifiuto della fornitura di consulenze e dell'erogazione di beni e servizi

L'Amministrazione provinciale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi fornitura di consulenze ed erogazione di beni e servizi qualora:

- a) ritenga che essi possano essere usati per fini in contrasto con la legge, compresa l'ipotesi prevista dagli artt. 2598 e ss. del Codice Civile (concorrenza sleale);
- b) vengano ad intervenire situazioni che rendano impossibile l'impiego del personale provinciale in questa iniziativa;
- c) il soggetto richiedente risulti inadempiente al pagamento di convenzioni precedentemente stipulate.

TITOLO IV – DISPOSIZIONI FINALI

Art. 15 - Trattamento dei 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 del T.U. sulla privacy. Titolare del trattamento dei dati è la Provincia di Rimini in persona del suo Presidente/dirigente che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge citata. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici tenuti alla applicazione del presente regolamento. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento.

Art. 16 - Entrata in vigore, durata e verifiche

Il presente regolamento entra in vigore il 15° giorno successivo alla pubblicazione all'Albo Pretorio dell'Ente per la durata di 12 mesi, al termine dei quali sarà oggetto di verifica con le OO.SS/RSU. Esso resterà comunque in vigore fino alla sottoscrizione di un nuovo accordo in materia.