



**REGOLAMENTO PER LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI
E PER LA STIPULA DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE**

INDICE

		<i>Pag.</i>
Art. 1	Definizioni	2
Art. 2	Oggetto e finalità	2
Art. 3	Iniziative	2
Art. 4	Contenuti delle sponsorizzazioni	3
Art. 5	Le competenze	3
Art. 6	Progetto di sponsorizzazione	3
Art. 7	Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor	4
Art. 8	Contratti di sponsorizzazione	5
Art. 9	Verifiche e controlli	5
Art. 10	Diritto di rifiuto	6
Art. 11	Utilizzo dei risparmi di spesa	6
Art. 12	Trattamento dei dati	7
Art. 13	Rinvio	7
Art. 14	Entrata in vigore	7



**ART. 1
DEFINIZIONI**

Ai fini del presente Regolamento si intende:

- a) per "*contratto di sponsorizzazione*": un contratto a titolo oneroso ed a prestazioni corrispettive mediante il quale una parte (*sponsor*) si obbliga a versare una somma di denaro o a fornire beni o servizi a favore dell'Enpals (*sponsee*), che a sua volta gli riconosce la possibilità di pubblicizzare, nell'ambito delle proprie iniziative, il nome, il logo, il marchio o i prodotti;
- b) per "*sponsorizzazione*": ogni prestazione in denaro, beni, servizi o altra utilità proveniente da terzi allo scopo di promuovere il loro nome, logo, marchio o prodotto;
- c) per "*sponsor*": il soggetto 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 messo a disposizione dall'Ente per la pubblicità dello *sponsor*.

**ART. 2
OGGETTO E FINALITÀ**

Il presente Regolamento, emanato ai sensi dell'art. 43 della Legge 27 dicembre 1997, n. 449, disciplina le attività di sponsorizzazione da parte di terzi, in occasione di attività ed iniziative promosse, organizzate o gestite dall'Enpals.

L'Enpals, in conformità ai propri fini istituzionali, procede alla stipulazione di contratti di sponsorizzazione allo scopo di favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa, la realizzazione di maggiori economie rispetto alle previsioni di spesa e la migliore qualità dei servizi prestati.

L'attivazione delle procedure finalizzate alla stipulazione di contratti di sponsorizzazione deve essere sempre preceduta da adeguata valutazione dei costi e dei benefici connessi e correlabili ed è comunque definita da specifici provvedimenti dell'Ente.

Le sponsorizzazioni e gli strumenti attuativi delle stesse non possono essere in alcun modo in contrasto con le prescrizioni di leggi e/o regolamenti.

**ART. 3
INIZIATIVE**

Le iniziative oggetto della sponsorizzazione sono ammesse ove sussistono le seguenti condizioni:

- a) il perseguimento di interessi pubblici;
- b) l'esclusione di forme di conflitto di interesse tra attività pubblica e privata;
- c) il conseguimento di risparmi di spesa rispetto agli stanziamenti disposti.

La sponsorizzazione può realizzarsi, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, attraverso le seguenti iniziative:

- a) utilizzo di spazi all'interno delle Sedi Enpals, ovvero in spazi esterni di proprietà Enpals;



- b) utilizzo di spazi su documentazione varia (materiale divulgativo, pubblicazioni ecc)
- c) visibilità sul sito internet dell'Enpals, mediante l'inserimento di uno specifico spazio informativo sulle attività svolte dallo sponsor;
- d) sponsorizzazione di eventi istituzionali, culturali, sociali, convegni, forum ed altre analoghe iniziative;
- e) fornitura di infopoint ed altri strumenti digitali ed informatici diretti a dare informazioni al cittadino sui servizi erogati dall'Enpals;
- f) ogni progetto o iniziativa legati ai servizi resi agli utenti dell'Enpals;
- g) concessione dei segni distintivi dello sponsor come strumento promozionale;
- h) fornitura di beni e servizi che lo sponsor può erogare come corrispettivo.

ART. 4 CONTENUTI DELLE SPONSORIZZAZIONI

I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati ed associazioni a condizione, per queste ultime, che non perseguano fini di lucro e costituite per atto notarile.

Il risultato della sponsorizzazione si concretizza in un'entrata ovvero nella realizzazione di un'economia di bilancio totale o parziale, rispetto alla previsione di spesa, in relazione alla totale o parziale acquisizione, senza oneri per l'Ente, dei beni o dei servizi da parte dello sponsor.

Il ricorso alle sponsorizzazioni può riguardare tutte le iniziative, i beni ed i servizi inseriti nei programmi di spesa con finanziamento a carico del bilancio dell'Ente.

ART. 5 LE COMPETENZE

Le proposte di sponsorizzazione saranno sottoposte alla preventiva approvazione del Direttore Generale, il quale provvederà, successivamente, ad autorizzare, con sua determinazione, l'avvio della relativa procedura e a stipulare il contratto di sponsorizzazione.

ART. 6 PROGETTO DI SPONSORIZZAZIONE

Il progetto di sponsorizzazione può prevedere una o più delle seguenti iniziative:

1. sponsorizzazione di eventi istituzionali, culturali, sociali, convegni, *forum* ed altre analoghe iniziative;
2. fornitura di beni e servizi che lo sponsor può erogare come corrispettivo;
3. fornitura di *infopoint* ed altri strumenti digitali ed informatici diretti a dare informazioni al cittadino sui servizi erogati dall'Enpals;
4. ogni progetto o iniziativa legati ai servizi resi agli utenti dell'Enpals;



5. concessione dei segni distintivi dello *sponsor* come strumento promozionale.

ART. 7
PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE E SCELTA DELLO SPONSOR

La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Enpals secondo la disciplina del presente Regolamento.

Alle iniziative oggetto di sponsorizzazione possono partecipare uno o più dei soggetti di cui all'art.4, punto1, i quali possono concorrere totalmente o parzialmente alla realizzazione dell'iniziativa stessa.

La scelta dello *sponsor*, nel rispetto di quanto stabilito dall'art. 26 del D.Lgs. n. 163/2006 e s.m.i., è effettuata mediante invito scritto.

L'invito è predisposto dall'Ente e deve contenere almeno i seguenti elementi:

- a) descrizione dell'attività sponsorizzata, secondo quanto stabilito in un apposito capitolato;
- b) determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario;
- c) vantaggi potenziali per lo *sponsor*;
- d) obblighi generali per lo *sponsor*;
- e) forme di veicolazione dei segni distintivi dello *sponsor* da parte dell'Ente;
- f) le modalità ed i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione;
- g) l'importo minimo richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione.

L'offerta deve essere presentata in forma scritta ed indicare:

- a) il nome, il prodotto, il logo o il marchio che si intende pubblicizzare;
- b) il corrispettivo della sponsorizzazione;
- c) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato.

L'offerta deve, inoltre, contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni.

L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

- *se persone fisiche*:
 - a) l'inesistenza della condizione di incapacità a contrattare con la Pubblica Amministrazione di cui agli articoli 120 e seguenti della Legge 24 novembre 1981, n. 689 e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole e/o limitativa della capacità contrattuale;
 - b) l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
 - c) l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (nei casi previsti dall'art. 1 del R.D. 16 marzo 1942, n. 267);
 - d) la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- *se persone giuridiche ovvero altri soggetti privi di personalità giuridica*:

oltre alle autocertificazioni di cui sopra riferite agli enti nonché ai soggetti muniti del potere di rappresentanza, dovrà essere attestato il nominativo/nominativi dei legali rappresentanti e, nel caso di associazione senza fini di lucro, dovrà essere allegata



copia dell'atto costitutivo.

Prima dell'avvio effettivo della prestazione, lo sponsor si impegna altresì a comunicare all'Enpals gli estremi della ditta/e incaricata dell'esecuzione delle attività oggetto di sponsorizzazione, con contestuale trasmissione del DURC; in ogni caso lo sponsor dovrà operare nel pieno rispetto della vigente normativa in materia di sicurezza sul lavoro (D.Lgs. n. 81/2008).

Le offerte saranno valutate in ragione dei criteri qualitativo-economici quali: il valore economico (definito in base ai correnti prezzi del mercato pubblicitario), la fiducia e l'immagine stessa dello sponsor, la convenienza dell'amministrazione ad acquisire lo sponsor nella propria disponibilità, eventuali servizi aggiuntivi e simili.

ART. 8 CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE

La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione tra le parti di un apposito contratto nel quale sono richiamati i riferimenti normativi e contenente, in particolare, gli elementi in appresso indicati:

- a) oggetto e finalità;
- b) gli obblighi a carico dello sponsor;
- c) gli obblighi dell'Ente;
- d) il diritto dello sponsor all'utilizzazione dello spazio pubblicitario;
- e) determinazione del corrispettivo della sponsorizzazione;
- f) eventuale clausola di esclusiva;
- g) la durata del contratto di sponsorizzazione;
- h) verifiche dell'esecuzione contrattuale;
- i) le clausole di tutela rispetto ad eventuali inadempienze;
- j) il recesso;
- k) lo specifico esonero dell'Ente da ogni qualsivoglia responsabilità concernente l'utilizzo dello spazio pubblicitario.

ART. 9 VERIFICHE E CONTROLLI

Le sponsorizzazioni sono soggette a verifiche, anche periodiche, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi. Le eventuali difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente contestate allo sponsor.

Le verifiche saranno effettuate dall'Enpals secondo le procedure e gli strumenti da questo definiti.



**ART. 10
DIRITTO DI RIFIUTO**

L'Ente, a suo insindacabile giudizio, si riserva la possibilità di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione nel caso in cui ravvisi:

- a) un potenziale conflitto di interessi tra attività pubblica e privata;
- b) un possibile pregiudizio e danno alla propria immagine o alla propria attività, derivante dal messaggio pubblicitario;
- c) l'inopportunità rispetto ai propri fini istituzionali;
- d) l'alterazione del ruolo e dell'immagine di neutralità dell'Ente.

Le sponsorizzazioni non sono, comunque, ammesse, se contenenti:

- a) propaganda politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- b) messaggi promozionali concernenti l'uso di tabacchi, alcolici, sostanze stupefacenti, materiale pornografico o a carattere sessuale;
- c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

**ART. 11
UTILIZZO DEI RISPARMI DI SPESA**

Le somme previste nei capitoli interessati alla sponsorizzazione che risultano non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto, sono considerate risparmi di spesa.

I centri di responsabilità amministrativa in cui hanno origine i risparmi di spesa conseguiti in virtù dei contratti di sponsorizzazione, provvederanno ad accantonare, ai sensi del comma 5 dell'art. 43 della legge n. 449/1997, una quota in misura non inferiore al 2%, degli importi iniziali di spesa di parte corrente di natura non obbligatoria.

Il 50% degli importi risultanti da tali risparmi di spesa, ai sensi del medesimo comma 5 dell'art. 43 della legge n. 449/1997, costituiscono economia di bilancio e sono quindi assoggettati alla disciplina prevista in materia dal D.P.R. 97/2003 e dal regolamento di amministrazione e contabilità dell'Ente. Le restanti somme sono destinate nell'ambito della medesima unità previsionale di base in cui hanno avuto origine i risparmi, previa certificazione della corretta quantificazione degli importi ai sensi delle disposizioni suindicate da parte del collegio dei sindaci e salvo diverse previsioni normative vigenti al riguardo:

- a) all'implementazione del fondo per il trattamento accessorio del personale appartenente alle Aree A, B e C come disciplinata dalla contrattazione di comparto;
- b) all'implementazione dell'importo destinato alla retribuzione di risultato della dirigenza come disciplinata dalla contrattazione di comparto;
- c) al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le finalità previste dal precedente art. 2.

La destinazione dei risparmi di spesa sarà stabilita, entro il 31 dicembre dell'anno di competenza, con determinazione del Direttore Generale.



**ART. 12
TRATTAMENTO DEI DATI**

I dati personali, raccolti in attuazione del presente Regolamento, saranno trattati esclusivamente per le finalità previste dallo stesso e nel rispetto di quanto previsto dal D.Lgs. n. 196/2003.

La titolarità del trattamento dei dati personali spetta all'Enpals, che la esercita secondo quanto previsto dal Regolamento per il trattamento dei dati personali dell'Enpals adottato con Delibera Presidenziale n. 5 del 22 dicembre 2006, successivamente ratificata con Delibera n. 72 del Consiglio di Amministrazione dell'Enpals in data 10 gennaio 2007.

**ART. 13
RINVIO**

Per tutto quanto non previsto dal presente Regolamento si fa riferimento alle norme vigenti in materia.

**ART. 14
ENTRATA IN VIGORE**

Il presente Regolamento entra in vigore successivamente all'adozione di apposita determinazione del Presidente dell'Ente ed all'approvazione dei Ministeri Vigilanti secondo quanto previsto dall'art. 5, comma 2, lett. d), del D.P.R. n. 357/2003.

