



## DISCIPLINA E GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI RAVENNA

Il presente disciplinare, redatto ai sensi dell'art.43 della Legge 27 dicembre 1997, n.449, regola attività di sponsorizzazione da parte di soggetti terzi in occasione di iniziative, progetti e attività promossi, organizzati o gestiti della Camera di commercio di Ravenna.

### ART.1 FINALITA'.

Le iniziative di sponsorizzazione, dirette al perseguimento di interessi pubblici, vengono promosse, in relazione alle varie attività camerali, per l'acquisto di mezzi occorrenti per il funzionamento, per investimenti, per la realizzazione di iniziative ed opere, per la gestione e/o la fornitura di particolari servizi all'utenza, nell'ambito dei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio dell'ente, con lo scopo di favorire:

- a) lo sviluppo dell'innovazione della organizzazione amministrativa (crescita degli strumenti innovativi propri dell'organizzazione con ricaduta visibile sulle strutture);
- b) la realizzazione di maggiori economie da destinare in parte alla incentivazione del personale camerale ed in parte al finanziamento di altre iniziative istituzionali;
- c) il miglioramento della qualità dei servizi istituzionali.

### ART.2 DEFINIZIONI.

Ai fini del presente disciplinare si intende per:

- a) **contratto di sponsorizzazione**: un contratto atipico, a titolo oneroso, mediante il quale la Camera di commercio (**sponsee**) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (**sponsor**), che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo o ad erogare servizi/beni a titolo gratuito o a prezzi di favore, la possibilità di pubblicizzare, in appositi e predeterminati spazi e per un periodo predefinito, la propria ragione o denominazione sociale, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, ecc.;
- b) **sponsorizzazione**: ogni contributo in beni o servizi, prestazioni, denaro o ogni altra utilità proveniente da terzi allo scopo di promuovere la propria ragione o denominazione sociale, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, ecc.;
- c) **sponsor**: il soggetto privato (persona fisica o giuridica) che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con la Camera di commercio;



CAMERA DI COMMERCIO,  
INDUSTRIA, ARTIGIANATO E AGRICOLTURA  
RAVENNA

- d) **spazio pubblicitario:** lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni, di volta in volta messi a disposizione dalla Camera di commercio per la pubblicità dello sponsor.

### ART.3 INDIVIDUAZIONE DELLO SPONSOR.

I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e associazioni senza fini di lucro, che non esercitino attività che possano essere in nessun modo in conflitto di interesse con l'attività pubblica.

### ART.4 OGGETTO DELLA SPONSORIZZAZIONE.

Il contratto di sponsorizzazione può avere ad oggetto:

- la fornitura di materiale o beni/attrezzature;
- la fornitura di una prestazione di servizio;
- la fornitura di un contributo in denaro;
- la realizzazione integrale o parziale di un'opera o di un intervento previsti nel bilancio dell'ente nei capitoli di spesa ordinaria.

Non potrà farsi ricorso al contratto di sponsorizzazione:

- per servizi pubblici essenziali;
- per i servizi espletati a garanzia dei diritti fondamentali dei cittadini;
- per i servizi inerenti il rilascio di certificazioni ed atti riferiti a persone (fisiche e giuridiche).

### ART.5 INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE DI SPONSORIZZAZIONE.

La dirigenza, nell'ambito degli obiettivi strategici individuati dagli organi di governo dell'ente, ovvero la Giunta con appositi provvedimenti assunti in corso d'anno, individuano esigenze, modalità e risorse per il ricorso alla sponsorizzazione nel proprio settore di competenza, in conformità al presente regolamento.

La sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni previsti a carico del bilancio camerale nei capitoli di spesa ordinaria.

Tipicamente la dirigenza è autorizzata a ricorrere alla vendita di spazi pubblicitari nei seguenti ambiti:

- inserzioni su pubblicazioni camerali;
- spazi sul portale della Camera di commercio e sulle comunicazioni a soggetti registrati;
- spazi su materiale divulgativo, manifesti, inviti, informative e corrispondenza;
- spazi in occasione di eventi, convegni, seminari organizzati dalla Camera;
- spazi a copertura di edifici camerali in ristrutturazione;
- spazi nell'ambito di propri stand fieristici.



CAMERA DI COMMERCIO,  
INDUSTRIA, ARTIGIANATO E AGRICOLTURA  
RAVENNA

## ART.6 PROCEDURA PER LA SCELTA DELLO SPONSOR.

La scelta dello sponsor è effettuata con procedura ad evidenza pubblica, preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso.

All'avviso di sponsorizzazione viene data pubblicità mediante:

- pubblicazione all'Albo della Camera;
- pubblicazione all'Albo pretorio dei comuni della provincia di Ravenna;
- pubblicazione sul portale camerale;
- invio ad Associazioni di categoria;
- invio ad altri enti od organismi e/o pubblicazione in altre forme da valutare di volta in volta per una maggiore conoscenza e partecipazione. In ogni caso dell'avviso è data notizia a soggetti che si ritiene possano essere eventualmente interessati o abbiano manifestato precedentemente il proprio interesse.

L'avviso deve contenere, in particolare, almeno le seguenti informazioni:

- eventuali categorie di soggetti ammessi a partecipare all'indagine di mercato;
- oggetto della sponsorizzazione ed i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico capitolato o progetto di sponsorizzazione;
- durata del rapporto di sponsorizzazione;
- esatta determinazione dello spazio utilizzabile per la pubblicità;
- le modalità ed i termini di presentazione dell'offerta.

L'aggiudicazione può avvenire sulla base del miglior prezzo offerto ovvero dell'offerta economicamente più conveniente secondo i parametri preventivamente individuati nell'avviso e nella lettera d'invito.

Nell'avviso può essere previsto che più soggetti siano ammessi a concorrere congiuntamente per l'affidamento del contratto: in tale caso l'avviso indica il numero massimo di imprese che potranno essere coinvolte e l'importo totale del contratto sarà posto a carico dei soggetti in misura paritetica.

L'offerta deve essere presentata dallo sponsor in forma scritta e indica:

- il bene, il servizio, l'immagine, il nome ecc. che si intende pubblicizzare;
- il corrispettivo della sponsorizzazione offerto;
- l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato o progetto e nel regolamento di sponsorizzazione adottato dalla Camera;
- la dichiarazione di assunzione in capo allo sponsor di tutte le responsabilità inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni.

L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti **dichiarazioni /dichiarazioni sostitutive** attestanti:



**1) per le persone fisiche:**

- l'inesistenza di cause ostative a contrarre con la Pubblica Amministrazione 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;
- di non utilizzare la sponsorizzazione per pubblicizzare in maniera, diretta o indiretta, organizzazioni di natura politica, sindacale filosofica o religiosa.

**2) per le persone giuridiche:**

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

La valutazione delle offerte, nel rispetto dei criteri fissati nel capitolato o progetto, è affidata ad una Commissione interna presieduta da almeno un dirigente o titolare di posizione organizzativa e composta da n.2 dipendenti camerale di qualifica non inferiore alla cat. C. La Commissione redige apposito verbale ed elabora una graduatoria qualora siano pervenute più offerte valide.

L'assegnazione dello spazio pubblicitario avviene mediante provvedimento dirigenziale, tenuto conto anche di quanto previsto al successivo articolo 8. La Camera può procedere all'aggiudicazione anche nel caso in cui pervenga una sola offerta valida, qualora lo ritenga opportuno e conveniente.

Nel caso in cui vengano individuati più spazi pubblicitari, sulla base della graduatoria approvata, essi verranno assegnati, sino alla copertura totale degli stessi, in misura di uno per ciascuno sponsor, cominciando dal primo della graduatoria.

Nel caso in cui sia stato individuato un solo spazio pubblicitario, lo stesso è assegnato al primo della graduatoria, sempre fatto salvo quanto previsto al successivo art. 8.

Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Dirigente di settore responsabile dell'attività, progetto, iniziativa oggetto della sponsorizzazione.

In deroga a quanto previsto nel presente articolo, qualora uno dei soggetti di cui all'art.3 del presente regolamento offra spontaneamente materiale e/o attrezzature o quanto altro ritenuto rispondente alle finalità di cui al precedente articolo 1, nei casi di urgenza comprovata, nel caso di sponsorizzazioni di importo inferiore a 10.000 Euro, ovvero se una data fornitura o prestazione possono essere eseguite da una sola impresa con i requisiti tecnici ed il grado di perfezione richiesti, ovvero quando la fornitura riguarda beni la cui produzione è garantita da privativa industriale, o per il completamento di beni acquisiti da un determinato fornitore, il Segretario Generale può disporre, previa istruttoria sugli effettivi benefici, la stipula del contratto di sponsorizzazione in via diretta.



## ART.7 CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE.

Nel contratto, che verrà predisposto dalla Camera di commercio, devono essere stabiliti:

- a) il diritto dello sponsor alla pubblicità "esclusiva" ovvero "non esclusiva" nel corso delle iniziative per le quali è prevista;
- b) le forme di promozione, comunicazione e pubblicità;
- c) la durata del contratto e la sua rinnovabilità;
- d) gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
- e) il corrispettivo per la sponsorizzazione e modalità di pagamento;
- f) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze;
- g) eventuali garanzie richieste;
- h) possibili cause di risoluzione.

Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza, ipso iure, dell'affidamento, fatto salvo il risarcimento di ogni maggiore danno.

## ART.8 DIRITTO DI RIFIUTO DELLE SPONSORIZZAZIONI.

La Camera, 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 alla sua immagine o alle proprie iniziative;
- c) reputi la sponsorizzazione inaccettabile per motivi di opportunità generale.

La Camera **esclude** dalle sponsorizzazioni:

- a) propaganda di natura politica, religiosa, sindacale, filosofica;
- b) pubblicità diretta collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiali pornografici o a sfondo sessuale;
- c) la vendita di beni e/o servizi negli spazi concessi allo sponsor presso le sedi o nei siti camerale per pubblicizzare la propria ragione sociale nell'ambito del progetto di sponsorizzazione;
- d) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

## ART.9 FATTURAZIONE.

Nel caso in cui lo sponsor, a fronte dell'obbligo da parte della C.C.I.A.A. di veicolare un proprio messaggio pubblicitario, si impegni a corrispondere una somma in denaro, la Camera di commercio procederà ad emettere fattura per il corrispettivo



---

CAMERA DI COMMERCIO,  
INDUSTRIA, ARTIGIANATO E AGRICOLTURA  
RAVENNA

---

pattuito. La somma introitata verrà imputata sul cap. 3002 sulla voce appositamente istituita denominata "proventi da sponsorizzazioni".

Qualora lo sponsor si impegni a cedere beni o a prestare servizi o ad eseguire opere in corrispettivo, sia lo sponsor che la Camera di commercio emetteranno fattura, ai sensi dell'art.21 del D.P.R.n.633/72, in relazione all'operazione attiva da ciascuno effettuata, indicando il valore normale così come determinato dall'art.14 terzo comma del medesimo D.P.R.n.633/72. La fattura verrà emessa al momento in cui risulti effettuata, in ordine temporale, la seconda prestazione. Nel caso di operazioni permutative in bilancio verrà evidenziata, oltre all'introito da accertare al cap. 3002/E, anche la fornitura di beni o servizi ovvero l'esecuzione dell'opera finanziate dalla sponsorizzazione nei competenti capitoli, sia di partita corrente che in conto capitale, mediante la creazione di apposite voci denominate "acquisto di beni da sponsorizzazione", "prestazione di servizi da sponsorizzazione", "lavori ed opere da sponsorizzazione", nell'ambito degli stanziamenti di spesa inseriti nel bilancio di previsione della Camera di commercio.

#### **ART.10 VERIFICHE E CONTROLLI.**

Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte della Camera, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi.

Le difformità emerse in sede di verifiche, dovranno essere tempestivamente notificate allo sponsor. La notifica e l'eventuale diffida produrranno gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

#### **ART.11 UTILIZZO DEI PROVENTI E DEI RISPARMI DI SPESA DERIVANTI DALLE SPONSORIZZAZIONI.**

Le somme introitate a titolo di corrispettivo della sponsorizzazione, al netto dei costi eventualmente sostenuti dall'ente per la veicolazione pubblicitaria, che vanno ad abbattere o a coprire i costi di iniziative e attività camerali come definite negli artt.4 e 5, ovvero i minori oneri sostenuti per l'acquisto di beni, servizi o la realizzazione di opere, per effetto del ricorso alla sponsorizzazione, sono considerate risparmi di spesa, da utilizzare per le seguenti finalità:

- a) il 30% è destinato alla implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività del personale dipendente;
- b) il 10% è destinato alla implementazione del fondo di retribuzione di posizione e di risultato della dirigenza;
- c) il 60% è destinato al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni di bilancio.



CAMERA DI COMMERCIO,  
INDUSTRIA, ARTIGIANATO E AGRICOLTURA  
RAVENNA

## **ART.12 RISERVA ORGANIZZATIVA.**

La Camera si riserva la facoltà di gestire direttamente le sponsorizzazioni e/o, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo economico, organizzativo, funzionale, di affidare in convenzione l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario.

## **ART.13 TRATTAMENTO DATI PERSONALI.**

I dati personali raccolti in applicazione del presente disciplinare 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 31 dicembre 1996, n.675 e successive modifiche.

Titolare del trattamento è la Camera di commercio nella persona del Segretario Generale pro tempore che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge sopra citata.

I dati saranno trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici camerale tenuti all'applicazione del presente regolamento.

I soggetti interessati, con la partecipazione alle indagini di mercato di cui all'art. 6, esprimono il proprio consenso al trattamento da parte della Camera di Commercio dei propri dati personali.

## **ART.14 RINVIO.**

Per quanto non espressamente previsto nel presente regolamento, si fa rinvio alle norme vigenti in materia.

## **ART.15 ENTRATA IN VIGORE.**

Il presente regolamento entra in vigore il giorno seguente a quello di pubblicazione all'albo camerale.

IL SEGRETARIO GENERALE  
F.to Morigi

IL PRESIDENTE  
F.to Bessi

Per copia conforme all'originale.  
Ravenna, 26 aprile 2005

IL SEGRETARIO GENERALE  
Dott.ssa Paola Morigi