

**REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE
SPONSORIZZAZIONI**

Articolo 1 - Finalità

Il presente regolamento disciplina l'attività di sponsorizzazione, da parte di soggetti terzi, di eventi, progetti, iniziative e attività promossi, organizzati o gestiti dalla Camera di Commercio di Bari nel rispetto di quanto previsto dall'articolo 43 della legge 27 dicembre 1997, n.449.

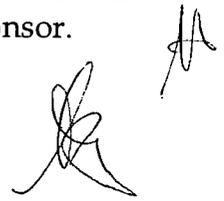
Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire:

- lo sviluppo dell'innovazione dell'organizzazione amministrativa camerale;
- la realizzazione di maggiori economie;
- il miglioramento della qualità dei servizi istituzionali.

Articolo 2 - Definizioni

Ai fini del presente regolamento si intende per:

- a) "sponsorizzazione": ogni contributo in beni o servizi, prestazioni, denaro od 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.;
- b) "contratto di sponsorizzazione": un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale la Camera di Commercio (sponsee) offre 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, determinati spazi e per un periodo definito, nome, logo, marchio o prodotti;
- c) "sponsor": il soggetto privato che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con la Camera di Commercio;
- d) "sponsorizzazione tecnica": la sponsorizzazione in cui lo sponsor si impegna a svolgere determinate attività, consistenti nella fornitura di beni, nell'erogazione di servizi o nell'esecuzione di lavori in favore dello sponsee;
- e) "sponsorizzazione di puro finanziamento": la sponsorizzazione in cui lo sponsor si impegna esclusivamente al riconoscimento di un contributo e non anche allo svolgimento di altre attività;
- f) "spazio": 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.



Articolo 3 - Individuazione dello sponsor

I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati, società, fondazioni e associazioni senza fini di lucro interessate a promuovere la propria immagine attraverso il collegamento con le iniziative promosse dalla Camera di Commercio di Bari e purché le stesse non esercitino attività che possano essere in conflitto di interesse con l'attività pubblica.

Articolo 4 - Oggetto della sponsorizzazione

Il contratto di sponsorizzazione può avere ad oggetto:

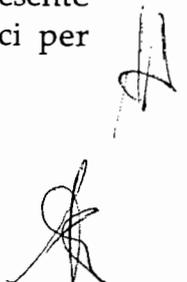
- la fornitura di materiale o beni/attrezzature;
- la fornitura di una prestazione di servizio;
- un contributo in denaro;
- la realizzazione integrale o parziale di un'opera o di un intervento previsti negli strumenti di programmazione camerale.

Articolo 5 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

Le iniziative di sponsorizzazione possono assumere, a titolo esemplificativo e non esaustivo, le seguenti forme:

- presenza del marchio dello sponsor sui materiali ufficiali di comunicazione (pubblicazioni camerali, programma dell'evento, manifesti, locandine, cartella stampa, canali multimediali ecc.);
- partecipazione ai momenti salienti di presentazione dell'evento: conferenza stampa, evento inaugurale, ecc.;
- diritto di associazione dell'immagine dell'Azienda Sponsor a quella dell'evento sponsorizzato per proprie attività pubblicitarie;
- spazi sulla corrispondenza;
- spazi sul portale internet della Camera di Commercio;
- spazi in occasione di eventi, convegni, seminari. ecc;
- spazi presso punti specificatamente individuati all'interno di edifici di proprietà camerale;
- spazi a copertura di edifici in ristrutturazione;
- spazi nell'ambito di propri stand fieristici.

I dirigenti della Camera di Commercio, nell'ambito degli obiettivi strategici individuati nei documenti di programmazione, definiscono modalità e risorse per il ricorso alla sponsorizzazione nel proprio settore di competenza, in conformità al presente regolamento. In alternativa, la Giunta Camerale può formulare indirizzi specifici per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione.



Articolo 6 - Procedura per la scelta dello sponsor

La scelta dello sponsor è effettuata con procedura ad evidenza pubblica, preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso sul sito internet della Camera di Commercio di Bari. La Camera di Commercio può individuare di volta in volta altre forme di pubblicizzazione più convenienti 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'aggiudicazione può avvenire sulla base del miglior prezzo offerto oppure dell'offerta economicamente più conveniente, secondo i parametri preventivamente individuati. 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 soggetti che potranno essere coinvolti e l'importo totale del contratto è posto a carico dei soggetti in misura paritetica.

La comparazione delle offerte è effettuata da una Commissione interna presieduta da un dirigente che redige apposito verbale ed elabora una graduatoria qualora siano pervenute più offerte valide.

La Camera di Commercio potrà procedere all'aggiudicazione anche nel caso in cui pervenga una sola offerta valida, qualora lo ritenga opportuno e conveniente.

L'assegnazione delle forme di sponsorizzazione avviene mediante provvedimento dirigenziale.

Tutte le spese inerenti e conseguenti l'assegnazione, così come la spesa di riproduzione del proprio marchio nello spazio assegnato, sono poste a carico dell'assegnatario.

Nel caso di sponsorizzazione tecnica di importo superiore a 40.000,00 Euro o di sponsorizzazione di puro finanziamento di importo superiore a 20.000,00 Euro, in entrambi i casi fino ad un massimo di 200.000,00 Euro, la scelta dello sponsor può avvenire attraverso l'invio, a 5 soggetti individuati dal dirigente ovvero che abbiano manifestato interesse a seguito di indagine di mercato, di lettera d'invito contenente tutte le informazioni e le richieste previste per la partecipazione alla procedura contrattuale, come disciplinate nei precedenti commi.

In deroga a quanto previsto nel presente articolo, il Dirigente può disporre, previa istruttoria sugli effettivi benefici, la stipulazione del contratto di sponsorizzazione in via diretta nei seguenti casi:

- sponsorizzazione tecnica di importo pari o inferiore a 40,000,00 Euro;
- sponsorizzazione di puro finanziamento di importo pari o inferiore a 20,000,00 Euro;
- fornitura o prestazione eseguibili da un solo soggetto con i requisiti tecnici ed il grado di perfezione richiesti, oppure fornitura riguardante beni la cui produzione è garantita da privativa industriale;
- completamento di beni o servizi acquisiti da un determinato fornitore;
- urgenza comprovata;
- mancanza di offerte valide a seguito di avviso pubblico.



Articolo 7 - Modalità di presentazione delle offerte

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

- il bene, il servizio, l'immagine, il nome, il marchio, ecc. che si intende sponsorizzare;
- il valore dei beni, servizi o lavori oppure i contributi che lo sponsor intende offrire;
- l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato o progetto e nel regolamento di sponsorizzazione adottato dalla Camera di Commercio;
- la dichiarazione di assunzione in capo allo sponsor di tutte le responsabilità inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni.

Articolo 8 - Contratto di sponsorizzazione

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

- il diritto dello sponsor alla pubblicità "esclusiva" ovvero "non esclusiva" nel corso delle iniziative ovvero attività per le quali è prevista;
- le forme di promozione, comunicazione e pubblicità;
- la durata del contratto e la sua rinnovabilità;
- gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
- il corrispettivo per la sponsorizzazione e le modalità di erogazione;
- le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze;
- eventuali garanzie richieste;
- possibili cause di risoluzione. Il contratto di sponsorizzazione, redatto in forma di

scrittura privata da registrarsi in caso d'uso, è sottoscritto dallo sponsor e dal Dirigente di area responsabile dell'attività, progetto, iniziativa oggetto della sponsorizzazione.

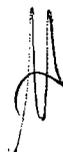
Articolo 9 - Rifiuto delle sponsorizzazioni

La Camera di Commercio si riserva la facoltà di non accettare sponsorizzazioni che, a insindacabile giudizio della stessa, siano ritenute non idonee o inopportune, quali:

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

La Camera di Commercio, sempre 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.



Articolo 10 - Fatturazione

Nel caso in cui lo sponsor, a fronte dell'obbligo della Camera di Commercio di veicolare il messaggio pubblicitario, si impegni a corrispondere una somma di denaro, l'Ente Camerale provvederà ad emettere fattura per il corrispettivo pattuito.

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'articolo 21 del DPR 633/72, in relazione all'operazione attiva da ciascuno effettuata, indicando il valore normale così come determinato dall'articolo 14 del DPR 633/72. La fattura sarà emessa al momento in cui risulti effettuata, in ordine temporale, la seconda prestazione.

Nel Bilancio camerale saranno evidenziate le operazioni di sponsorizzazione attraverso la creazione di apposite voci di conto.

Articolo 11 - 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 rilevate in sede di verifiche dovranno essere tempestivamente notificate allo sponsor. La notifica e la eventuale diffida produrranno gli effetti previsti dal contratto di sponsorizzazione.

Articolo 12 - Riserva organizzativa

La Camera di Commercio di Bari si riserva la facoltà di gestire direttamente la sponsorizzazione 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.

Articolo 13 - Rinvio

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

Articolo 14 - Entrata in vigore

Il presente Regolamento entrerà in vigore decorsi 7 giorni dalla sua pubblicazione all'Albo camerale

Handwritten signatures in the bottom right corner of the page.