

REGOLAMENTO

PER LA RICERCA DI FONDI

ALTERNATIVI

INDICE

**TITOLO I
FINALITA' DEL REGOLAMENTO**

- ART. 1 - FINALITA'**
- ART. 2 - OGGETTO**
- ART. 3 - CONTENUTI DEL PROGETTO**

**TITOLO II
LA RACCOLTA FONDI (FUND RAISING)**

- ART. 4 - LA RACCOLTA FONDI (FUND RAISING)**
- ART. 5 - PROCEDURA PER LA RACCOLTA DI FONDI**
- ART. 6 - REALIZZAZIONE DELL'INIZIATIVA FINANZIATA CON LA RACCOLTA DI FONDI**

**TITOLO III
LE SPONSORIZZAZIONI**

- ART. 7 - DEFINIZIONE DI SPONSORIZZAZIONE**
- ART. 8 - CONTENUTI DELLE SPONSORIZZAZIONI E DESTINATARI**
- ART. 9 - DEFINIZIONI**
- ART.10 - PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE E SCELTA DELLO SPONSOR**
- ART.11 - INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE DI SPONSORIZZAZIONE**
- ART.12 - CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE**
- ART.13 - DIRITTO DI RIFIUTO DELLE SPONSORIZZAZIONI**
- ART.14 - RISERVA ORGANIZZATIVA**
- ART.15 - DIRITTO DI ESCLUSIVA**
- ART.16 - CONTROLLI**
- ART.17 -TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI**
- ART.18 - RINVIO**
- ART.19 - ENTRATA IN VIGORE**

TITOLO I FINALITÀ DEL REGOLAMENTO

ART. 1 – Finalità

1. L'Amministrazione Comunale di Campertogno intende promuovere, riconoscere e valorizzare la partecipazione diretta dei cittadini, come singoli o attraverso le loro formazioni sociali, alla cura, tutela e rigenerazione dei beni comuni. A questo scopo intende facilitare sia la diretta iniziativa e attività dei cittadini per la cura dei beni comuni, sia l'apertura di canali diretti di finanziamento delle attività dell'Amministrazione, alternativi a quelli pubblici.

2. Il presente regolamento disciplina l'attuazione del programma generale di ricerca fondi alternativi a quelli pubblici in 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.

3. Le iniziative di ricerca fondi alternativi costituiscono un'opportunità innovativa di finanziamento delle attività del Comune e sono finalizzate a favorire l'innovazione dell'organizzazione e a realizzare proventi di entrata e/o risparmi di spesa nel perseguimento del pubblico interesse, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali.

ART. 2 – Oggetto

1. Le iniziative di ricerca fondi:

- devono essere dirette al perseguimento di un interesse pubblico;
- non devono essere in conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
- devono essere conformi e coerenti con la natura istituzionale dell'Amministrazione e garantire la posizione di neutralità della stessa;
- devono produrre risparmi di spesa o acquisizione di entrata, anche in termini di acquisizione di servizi, beni e forniture;
- devono avere un contenuto che garantisca la dignità della persona e il rispetto degli esseri viventi.

2. La ricerca fondi può riguardare tutte le attività, i beni, i servizi e le opere pubbliche inseriti/e negli strumenti di programmazione del Comune.

A mero titolo esemplificativo, ma non esaustivo, la ricerca fondi può attuarsi mediante:

- fornitura di beni e/o di servizi;
- servizi di manutenzione di aree verdi o servizi diversi.

ART. 3 – Contenuti del progetto

La ricerca di fondi alternativi a quelli pubblici prevede le seguenti fattispecie:

- raccolta fondi per donazione liberale (nel seguito denominato fund raising);
- sponsorizzazioni;

La scelta di attivare una o più modalità di raccolta fondi sono individuate e programmate dalla Giunta Comunale in relazione ai singoli progetti di pubblico interesse da attivare e sviluppare.

Qualora arrivi una proposta spontanea di sponsorizzazione o di collaborazione da parte di soggetti terzi, essa deve essere riconosciuta e valutata come utile agli interessi e confacente agli scopi istituzionali di questo Ente con riferimento alle sue componenti economiche, qualitative ed organizzative. Il riconoscimento dell'utilità della proposta avviene mediante approvazione della stessa da parte della Giunta Comunale.

L'amministrazione si avvale di tutti gli strumenti comunicativi e relazionali più opportuni, anche di quelli non espressamente disciplinati dal presente regolamento, che, in relazione all'oggetto della ricerca fondi ed alle specificità dell'ambito in cui è proposta, appaiano più idonei a stimolare l'interesse di donatori e sponsor.

TITOLO II LA RACCOLTA FONDI (FUND RAISING)

ART. 4 – La raccolta fondi (fund raising)

1. La raccolta fondi è l'insieme delle attività finalizzate al reperimento delle risorse necessarie a raggiungere un obiettivo sociale attuate attraverso la sollecitazione di una donazione.
2. L'attività di raccolta fondi si rivolge alla comunità locale nel suo complesso: individui, imprese piccole e grandi, enti e associazioni, fondazioni bancarie e civili.

ART. 5 – Procedura per la raccolta di fondi

1. La raccolta di fondi dovrà essere sempre preceduta da apposito atto deliberativo della Giunta Comunale diretto all'approvazione di uno specifico progetto che verrà successivamente sottoposto alla comunità locale nel suo complesso al fine di ottenere i finanziamenti necessari per la sua realizzazione.
2. In esecuzione di tale atto verrà predisposto apposito avviso, che sarà reso pubblico mediante affissione all'Albo pretorio del Comune per quindici giorni consecutivi. L'avviso dovrà contenere specifica indicazione riferita al fatto che, a fronte dell'erogazione liberale, non corrisponde alcun interesse, prestazione o beneficio da parte del Comune, nonché specificare i criteri di accettazione nel caso in cui siano presentate più proposte di donazione.
3. Il progetto dovrà indicare in modo preciso i costi dello stesso, le eventuali somme messe a disposizione dal Comune di Campertogno, l'organizzazione completa della raccolta fondi, il Responsabile incaricato di pubblicizzare e seguire l'operazione. Dovrà inoltre contenere l'indicazione della somma minima che il Comune intende incassare al fine di procedere alla realizzazione dello stesso. Dovranno essere infine disciplinate anche le procedure di restituzione ai soggetti finanziatori delle quote versate nel caso di mancato raggiungimento del finanziamento minimo richiesto per l'attuazione del progetto, fatta salva la possibilità di integrazione di fondi da parte del Comune di Campertogno.

ART. 6 – Realizzazione dell’iniziativa finanziata con la raccolta di fondi

Se il progetto o l’iniziativa finanziata con la raccolta di fondi viene realizzata, il Comune s’impegna a divulgare a consuntivo apposita relazione che contenga tutte le informazioni relative alla realizzazione del progetto, i benefici raggiunti e i nominativi dei soggetti che hanno finanziato l’iniziativa solo se e in quanto abbiano acconsentito alla diffusione di tale notizia.

TITOLO III LE SPONSORIZZAZIONI

ART. 7 – Definizione di sponsorizzazione

1. La sponsorizzazione è un accordo per finanziare in tutto o in parte la realizzazione di un progetto specifico.
2. L'attività relativa alle sponsorizzazioni si rivolge alle imprese, associazioni o enti.

Art. 8 – Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti imprese, associazioni o enti, associazioni senza fini di lucro, per realizzare o acquisire a titolo gratuito interventi, servizi, prestazioni, beni o attività inseriti nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio dell'ente; il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di una nuova entrata e/o una economia di bilancio totale o parziale, rispetto alla previsione di spesa, in relazione alla totale o parziale acquisizione del previsto risultato da parte dello sponsor.

Art. 9 – Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
 - a) per "contratto di sponsorizzazione": un contratto mediante il quale il Comune (sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, a un terzo (sponsor), che si obbliga a fornire una predeterminata prestazione in denaro, beni o servizi, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale secondo le modalità che di volta in volta verranno concordate fra le parti;
 - b) per "sponsorizzazione": ogni contributo in denaro, beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi allo scopo di promuovere la propria ragione sociale;
 - 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 dal Comune per la pubblicità dello sponsor.

L'obbligazione dello sponsee costituisce obbligazione di mezzi e non di risultato, pertanto essa deve intendersi adempiuta quando vi sia stata la realizzazione dell'evento, iniziativa o progetto dedotto nel contratto, indipendentemente dall'effettivo ritorno di immagine;

Art. 10 – Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura di selezione preceduta dalla pubblicazione di avviso, nel rispetto dei principi di efficacia, efficienza, trasparenza, imparzialità, pubblicità, concorrenza e proporzionalità.
2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio on line, inserimento nel sito internet del Comune, e/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.
3. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:
 - a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico "progetto di sponsorizzazione" ;
 - b) l'esatta determinazione dell'offerta pubblicitaria che l'ente s'impegna a realizzare;
 - c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, deve indicare:
 - a) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che s'intende sponsorizzare;
 - b) l'accettazione delle condizioni previste nel progetto di sponsorizzazione o capitolato.
5. Le sponsorizzazioni potranno anche essere reperite dal Comune con procedimenti semplificati consistenti in comunicazioni a ditte e/o soggetti privati interessati a seconda del tipo di manifestazione, di servizio, attività od oggetto, nel rispetto dei criteri di trasparenza e par condicio.
6. Ai contratti di sponsorizzazione aventi a oggetto interventi di restauro e manutenzione di beni immobili, mobili e delle superfici decorate di beni architettonici sottoposti a tutela della Soprintendenza per i Beni Architettonici e per il Paesaggio, si applicano i principi per la scelta dello sponsor come elencati in precedenza, nonché le disposizioni in materia di requisiti soggettivi dei progettisti e degli esecutori del contratto.

Art. 11 – Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono individuate dalla Giunta Comunale che formulerà gli indirizzi specifici per l'attivazione d'iniziativa di sponsorizzazione in base al presente regolamento. Possono essere individuate dalla Giunta Comunale spese e attività la cui realizzazione è vincolata alla conclusione di contratti di sponsorizzazione o di accordi di collaborazione. I contratti di sponsorizzazione e l'accordo di collaborazione

possono essere conclusi per realizzare o acquisire a titolo gratuito interventi, servizi, prestazioni, beni o attività inseriti nei programmi di intervento dell'Ente.

Art. 12 – Contratto di sponsorizzazione

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:
- a) il diritto dello sponsor all'utilizzazione dello "spazio pubblicitario";
 - b) la durata del contratto di sponsorizzazione;
 - c) gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
 - d) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

Art. 13 – Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

1. L'Amministrazione Comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva dirifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:
- a) ritenga che possa derivare un conflitto d'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) la reputi inaccettabile per motivi d'inopportunità generale.
2. 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, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
 - c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.
3. Sono inoltre escluse le sponsorizzazioni per le quali il prezzo offerto venga ritenuto non congruo.

Art.14 – Aspetti fiscali delle sponsorizzazioni

1. Il valore della fatturazione per la "sponsorizzazione", nel caso in cui il corrispettivo della sponsorizzazione sia costituito da una cessione di beni o da una prestazione di servizi da parte dello sponsor (permuta), deve corrispondere al "valore normale" dei beni o dei servizi che formano oggetto della cessione di beni o della prestazione di servizi.
Per "valore normale" s'intende il prezzo o il corrispettivo mediamente praticato per beni o servizi della stessa specie o similari in condizioni di libera

concorrenza e al medesimo stadio di commercializzazione nel tempo e nel luogo più prossimi, facendo riferimento ai listini o alle tariffe dell'impresa che ha fornito i beni o i servizi o, in mancanza, alle mercuriali e ai listini della camera di commercio più vicina, alle tariffe professionali o ai listini di borsa.

2. Il valore della fatturazione correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor ("spazio pubblicitario") è pari all'importo specificato al comma 1.

3. Nel caso di corresponsione di una somma di denaro da parte dello sponsor, a fronte della prestazione di sponsorizzazione effettuata dall'Ente Locale, il Comune provvederà ad emettere fattura regolare ai fini dell'I.V.A..

Art. 14 – Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Amministrazione Comunale secondo la disciplina del presente regolamento.

2. È tuttavia facoltà del Comune, 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.

Art. 15 – Diritto di esclusiva

1. In generale le sponsorizzazioni non sono effettuate con diritto di esclusiva da parte dello sponsor e, pertanto, il Comune può ricevere più sponsorizzazioni per uno stesso oggetto o evento.

2. Qualora una ditta sia interessata a sponsorizzare un'attività in via esclusiva, il Comune valuterà l'eventuale proposta ricevuta in tal senso. I contenuti del contratto e i termini economici della proposta formeranno elementi oggetto di contrattazione fra le parti.

Art. 16 – Controlli

1. Il responsabile del procedimento, come individuato dalla Giunta Comunale, impartisce le prescrizioni opportune in ordine all'esecuzione dei contratti di sponsorizzazione e di collaborazione e vigila sul suo adempimento.

2. I contratti di sponsorizzazione e di collaborazione sono inoltre soggetti a controlli al fine di accertare la correttezza di quanto convenuto sia sotto il profilo normativo che per gli aspetti procedurali, tecnici, organizzativi e finanziari.

Art. 17 – Trattamento dei dati personali

1. I dati personali raccolti in applicazione delle disposizioni di cui al presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità previste dallo stesso o dagli specifici contratti di sponsorizzazione, nel rispetto del Regolamento UE 679/2016 e del D.lgs n. 196/2003 e s.m.i.
2. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento.
3. Il titolare del trattamento dei dati è il Comune di Campertogno.

Art. 18 – Rinvio

1. Per ogni aspetto che non trovi esplicita disciplina nel presente regolamento si fa rinvio alle norme di legge ed ai regolamenti comunali applicabili

Art. 19 - Entrata in vigore

Il presente regolamento, una volta acquisita, da parte della delibera che lo approva, l'esecutività a norma dell'art. 134 del TU approvato con decreto legislativo 18 agosto 2000, n. 267, entrerà in vigore decorsi quindici giorni dalla pubblicazione della deliberazione di Consiglio Comunale che lo approva, all'Albo Pretorio e sul sito "Amministrazione trasparente", sottosezione "disposizioni generali".

