

Regolamento per le sponsorizzazioni della Camera di commercio di Torino

Art.1. Ambito di applicazione

Il presente regolamento disciplina i casi di ricorso da parte della Camera di commercio al contratto di sponsorizzazione con soggetti privati.

Il ricorso alle sponsorizzazioni è teso a favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa, la realizzazione di economie di spesa e il miglioramento della qualità dei servizi prestati. In nessun caso le stesse possono porsi in contrasto con gli interessi pubblici il cui perseguimento è affidato agli enti camerali o comunque arrecare pregiudizio all'immagine di imparzialità della Camera di commercio in quanto pubblica amministrazione.

Art.2. Lo Sponsor.

Possono assumere veste di sponsor, purché in possesso dei requisiti di cui al comma successivo, le persone fisiche o giuridiche, incluse le imprese individuali e le società di persone, nonché le associazioni, anche non riconosciute, le cui finalità statutarie non contrastino con i fini istituzionali degli enti camerali.

Non sono ammessi a presentare offerta di sponsorizzazione né a stipulare il relativo contratto i soggetti che si trovino nelle situazioni di cui alle lettere b) c) g) i) m) dell'art.38 del d.lgs.n.163 del 2006.

Art.3. Competenza ad attivare la ricerca di Sponsor

La Giunta, sulla base di quanto previsto al secondo comma dell'art.1, definisce annualmente con propria deliberazione, nell'ambito degli obiettivi individuati nei documenti di programmazione, l'elenco di massima delle iniziative camerali per il cui finanziamento o realizzazione ritiene ammissibile il ricorso a sponsorizzazioni.

Detto elenco é tempestivamente pubblicato sul sito istituzionale dell'Ente all'inizio di ciascun anno.

Ove, ai sensi del successivo art.4, sia obbligatoriamente prevista la pubblicazione di un avviso pubblico, nonché in ogni altro caso in cui lo ritenga opportuno, il Segretario Generale provvede con propria determinazione alla predisposizione e alla pubblicità di un avviso di ricerca sponsor in relazione alla singola iniziativa previamente individuata dalla Giunta camerale come sponsorizzabile.

Art. 4. Procedura di scelta dello Sponsor

Laddove l'importo da finanziare o il valore del servizio o della fornitura da acquisire superi i 20.000 Euro, la ricerca di sponsor è attivata mediante la pubblicazione di un avviso di sponsorizzazione contenente almeno i seguenti elementi:

- indicazione del tipo di sponsorizzazione ricercata, se di puro finanziamento, ovvero tecnica ai sensi dell'art.26, d.lgs.n.163/2006

- nel caso di sponsorizzazione di puro finanziamento, se il contratto da stipulare conterrà la clausola di esclusiva a favore del miglior offerente o se saranno accettate tutte le offerte pervenute con graduazione della visibilità dei segni distintivi dell'offerente in proporzione dell'importo offerto
- descrizione dell'iniziativa per cui si ricercano sponsor con l'indicazione del valore di massima e dei tempi di realizzazione
- nel caso di sponsorizzazione tecnica, gli elementi e i criteri di valutazione delle offerte
- le modalità di presentazione e il termine, non inferiore a 15 giorni, entro il quale i soggetti interessati possono far pervenire offerte impegnative di sponsorizzazione
- l'esatta determinazione dell'offerta dello spazio pubblicitario disponibile per lo sponsor nell'ambito dell'iniziativa da sponsorizzare.

All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione sul sito istituzionale dell'Ente. Esso può inoltre essere divulgato con ogni altro mezzo ritenuto idoneo, in relazione al singolo caso, a favorirne la conoscibilità.

Scaduto il termine di presentazione delle offerte, queste sono valutate ai fini dell'ammissibilità da una Commissione interna presieduta da un dirigente e composta da 2 dipendenti camerali. La Commissione procede anche alla compilazione della graduatoria delle offerte, se questa è prevista nel bando e per i fini per cui è prevista.

L'operato della Commissione è approvato con determinazione del dirigente responsabile dell'evento/iniziativa da sponsorizzare, cui segue la stipulazione del contratto e i conseguenti adempimenti.

In caso di sponsorizzazione di puro finanziamento, il contratto è stipulato con il concorrente che ha offerto l'importo più elevato, se il bando prevedeva l'esclusiva a favore del miglior offerente, ovvero con tutti coloro che hanno presentato offerta.

In caso di sponsorizzazione tecnica, il contratto è stipulato con il concorrente che ha proposto l'offerta realizzativa giudicata migliore alla stregua dei criteri di valutazione indicati nel bando.

Per le sponsorizzazioni di valore fino a euro 20.000 il dirigente responsabile dell'evento/iniziativa da sponsorizzare provvede direttamente all'individuazione di uno o più sponsor.

Art.5. Offerte spontanee di Sponsorizzazione

Nel caso in cui pervenga all'Amministrazione una proposta di sponsorizzazione di valore inferiore a euro 20.000, se la stessa riguarda un'iniziativa inserita nell'elenco di cui all'art.2, comma 1, su di essa provvede con propria determinazione il dirigente dell'area competente per l'iniziativa in questione.

Se l'offerta spontanea di sponsorizzazione riguarda un'iniziativa non inserita nell'elenco di cui all'art.2, comma 1, la medesima è preliminarmente sottoposta a cura del dirigente competente alla Giunta camerale per le valutazioni di sua competenza.

Qualora il valore dell'offerta spontanea sia pari o superiore a euro 20.000 il Segretario generale, previa deliberazione di Giunta per il caso che la stessa riguardi un'iniziativa non inserita nell'elenco di cui all'art.2, comma 1, predispone apposito avviso pubblico, in cui è posto come importo minimo a base di selezione quello offerto spontaneamente e che

prevede, nel caso di previsione di esclusiva a favore del miglior offerente, il diritto dell'offerente originario di essere preferito a parità di offerta.

Alla pubblicazione dell'avviso segue l'espletamento della selezione dello sponsor, terminata la quale, all'originario offerente è riservata la facoltà di adeguare, entro un termine prestabilito nell'avviso di selezione, la propria proposta a quella giudicata più conveniente dall'Amministrazione. In questo caso, l'offerente originario, in forza di prelazione, è dichiarato affidatario.

Art.6. Affidamento del servizio di ricerca Sponsor

La Camera di commercio, previa valutazione di convenienza sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, può affidare il servizio di ricerca degli sponsor a soggetti da individuare tramite le procedure previste per gli appalti di servizi previste dal D.Lgs.n.163/2006.

Art. 7. Utilizzo dei proventi e delle economie di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

Le somme introitate a titolo di corrispettivo dalle sponsorizzazioni o i minori oneri sostenuti per l'acquisto di beni o servizi per effetto del ricorso alla sponsorizzazione, sono considerati risparmi di spesa e saranno utilizzati per le seguenti finalità:

- a) nella misura del 30% per l'implementazione del fondo delle risorse decentrate per il personale non dirigente e nella misura del 15% del fondo di retribuzione di posizione e di risultato della dirigenza;
- b) nella misura del 50% per il finanziamento di attività istituzionali
- c) nella misura del 5% a risparmi di bilancio.

Le prestazioni oggetto dei contratti di sponsorizzazione disciplinate dal presente regolamento sono assoggettate alle vigenti disposizioni in materia fiscale.

Art.8. Entrata in vigore

Il presente regolamento entra in vigore decorsi 15 giorni dalla sua pubblicazione all'Albo camerale.