



Allegato delibera n. 137 del 7/7/2008

## **Regolamento della Camera di Commercio di Venezia per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni e delle convenzioni per la fornitura di consulenze ed erogazioni di beni e servizi.**

### **Art. 1 – Finalità**

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione, di fornitura di consulenze e di erogazione di beni e servizi al fine di concretizzare più generalmente obiettivi di risparmi di gestione 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 e dell'art. 26, comma 1, letto b) del CCNL del 23.12.1999 per l'area della dirigenza.
2. Le *iniziative di sponsorizzazione* devono tendere a favorire l'innovazione della organizzazione e a realizzare maggiori economie, da destinare in parte alla incentivazione del personale camerale ed in parte al finanziamento di altre iniziative istituzionali, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali.
3. Le *iniziative di fornitura di consulenze* e di erogazione di beni e servizi da parte della Camera di Commercio di Venezia verso terzi hanno la finalità di favorire l'immagine positiva dell'Ente, di aumentarne gli introiti e di mettere a disposizione di altri Enti il know-how del personale camerale.
4. Gli obiettivi di cui ai punti precedenti devono essere preventivati nell'ambito degli obiettivi e programmi di bilancio assegnati al Dirigente.

### **Art. 2 – Contenuti e destinatari**

1. *I contratti di sponsorizzazione* possono essere conclusi con soggetti privati e associazioni senza fini di lucro, per realizzare o acquisire a titolo gratuito interventi, servizi, prestazioni, beni o attività o l'equivalente corrispettivo, inseriti nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio dell'ente. Il risultato della sponsorizzazione si concretizza 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, del previsto risultato da parte dello sponsor.
2. *Le convenzioni per la fornitura di consulenze* e per l'erogazione di beni e servizi hanno lo scopo di supportare, sulla base di specifiche professionalità ed esperienze, gli Organismi che ne facciano richiesta.  
Ciascun Dirigente indicherà se tra le attività gestite nella sua struttura ve ne siano meritevoli da destinare alla stipula di convenzioni. La Giunta valuterà se dette attività possano costituire materia per la fornitura di consulenze all'esterno dell'Ente e se l'iniziativa medesima possa in qualche modo pregiudicare la qualità dell'attività istituzionale del Settore.

### **Art. 3 – Definizioni**

1. Ai fini del presente regolamento si intende:

- a) per "*contratto di sponsorizzazione*": un contratto mediante il quale la Camera di Commercio di Venezia (sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a fornire a titolo gratuito una predeterminata prestazione e/o a pagare un determinato corrispettivo, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
- b) per "*sponsorizzazione*": ogni contributo in beni, servizi, prestazioni o interventi o corrispettivi monetari provenienti da terzi, a titolo gratuito, 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 dalla Camera per la pubblicità dello sponsor;
- e) per "*convenzione per la fornitura di consulenze e per l'erogazione di beni e servizi*": la convenzione stipulata tra la Camera di Venezia e soggetto pubblico o privato, con la quale la Camera si impegna a fornire a titolo oneroso e nei limiti e per quanto stabilito dalla stessa, una o più consulenze e/o servizi aggiuntivi a quelli ordinari;
- f) per "*contributi dell'utenza*": quegli introiti per prestazioni verso terzi paganti, non connesse a servizi essenziali;
- g) per "*risparmi di gestione*": le somme derivanti da una preventiva pianificazione di risparmio, operata dal Dirigente, competente sulla spesa di parte corrente.

#### **Art. 4 – Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor**

1. La scelta dello Sponsor è effettuata mediante le procedure previste dall'articolo 46 del DPR 254/05- regolamento per la disciplina della gestione patrimoniale e finanziaria delle Camere di commercio – e dal D. Lgs. 163/06 – nuovo codice dei contratti –, preceduta di norma dalla pubblicazione di apposito avviso.

2. Il Segretario Generale nel caso di sponsorizzazioni di carattere generale e trasversale a più dipartimenti, ovvero il Dirigente del dipartimento, in relazione ai singoli progetti e/o attività di competenza, redige un avviso di sponsorizzazione

3. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo camerale, inserimento nel sito Internet della Camera, invio alle associazioni di categoria e/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.

4. 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 "capitolato" o progetto di sponsorizzazione;
- b) l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario;
- c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.

5. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica:

- a) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
- b) l'accettazione delle condizioni previste nell'avviso di sponsorizzazione.

6. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

a) per le persone fisiche:

- l'inesistenza delle condizioni a contrattare con la pubblica amministrazione, di cui agli art. 120 e seguenti della legge 24.11.1981, n. 689, 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 (solo se imprese);
- la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.

b) per le gli enti collettivi:

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

c) l'impegno da parte dello sponsor ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.

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

8. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate da apposita commissione interna presieduta da almeno un dirigente. La commissione redige un verbale ed elabora un graduatoria qualora siano pervenute più offerte valide. La valutazione viene effettuata nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato.

9. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Segretario Generale o dal Dirigente del settore interessato; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato.

10. Qualora tuttavia un soggetto privato offra spontaneamente contributi in beni, servizi, prestazioni o corrispettivi monetari equivalenti, al fine di rendere un servizio, nei casi di:

- urgenza comprovata
- mancanza di offerte a seguito di avviso
- sponsorizzazioni di importo inferiore a € 20.000,00 oltre IVA
- fornitura o prestazione possono essere eseguite da una sola impresa con i requisiti tecnici ed il grado di perfezione richiesti
- fornitura che riguarda beni la cui produzione è garantita da privativa industriale
- completamento di beni acquisiti da un dato fornitore

Previa istruttoria degli effetti benefici, il Segretario Generale o il Dirigente possono autorizzare la redazione del contratto di sponsorizzazione in via diretta.

## **Art. 5 – Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione e consulenziali**

1. Al fine di rendere nota la possibilità di usufruire di consulenze o di beni o servizi forniti dalla Camera, saranno predisposte delle comunicazioni pubblicitarie contenenti le attività consulenziali e i beni o servizi messi a disposizione, le tariffe previste e le modalità di attuazione dell'iniziativa. Queste informazioni pubblicitarie, oltre ad essere affisse all'albo camerale, saranno inserite nel sito Internet della Camera, inviate agli organismi interessati e pubblicizzate in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.

2. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi e programmi assegnati al Dirigente. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta camerale può formulare indirizzi specifici al Dirigente per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.

3. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni previsti a carico del bilancio dell'Ente nei capitoli di spesa ordinaria.

## **Art. 6 – Contratto di sponsorizzazione**

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:

- a) l'oggetto del contratto;
- b) il valore della sponsorizzazione;
- c) la forma di corrispettivo e le modalità di pagamento
- d) la durata del contratto;
- e) gli impegni e/o obblighi dello sponsee;
- f) le modalità della veicolazione pubblicitaria della ragione sociale e/ marchio dello sponsor da parte dello sponsee;
- g) gli impegni e/o obblighi dello sponsor;
- h) l'eventuale diritto di "esclusiva";
- i) il recesso;
- j) l'inadempimento e la risoluzione del contratto;
- k) la risoluzione controversie relative all'esecuzione del contratto;
- l) le spese e disposizioni contrattuali finali

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

#### **Art. 7 - Convenzione per la fornitura di consulenze e per l'erogazione di beni e servizi**

1. Sono previste due forme di convenzioni:

- a) "*Convenzione continuativa*": convenzione con durata annuale con un Organismo che, dietro erogazione di una tariffa agevolata, acquista un "pacchetto" specifico di attività, comprendente la fornitura di più consulenze, beni e/o servizi.
- b) "*Convenzione singola*": convenzione limitata alla fornitura di una singola consulenza, bene o servizio.

2. La gestione della fornitura di consulenze e dell'erogazione di beni e servizi viene regolata mediante sottoscrizione di un'apposita convenzione nella quale sono, in particolare, stabiliti:

- a) la durata precisa della convenzione;
- b) la somma stabilita da pagare per la fornitura di consulenze e per l'erogazione di beni e servizi;
- c) l'oggetto o gli oggetti della convenzione;
- d) le strutture camerali (Dipartimenti, Servizi, Unità Operative) ed il personale direttamente coinvolto;
- e) la responsabilità giuridica delle due parti;
- f) le clausole di tutela in caso di inadempienza

#### **Art. 8 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni e della fornitura di consulenze e dell'erogazione di beni e servizi**

1. 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) la reputi inaccettabile per motivi di 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, medicinali, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
  - c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.
3. L'ente camerale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi *fornitura di consulenze* ed erogazione di beni e servizi qualora:
- a) ritenga che essi possano essere usati per fini non previsti dalla legge;
  - b) intervengano situazioni che rendano impossibile l'impiego del personale camerale nell'iniziativa;
  - c) l'Organismo richiedente risulti inadempiente nel pagamento di convenzioni precedentemente stipulate.

### **Art. 9 – Verifiche e controlli**

1. Le "sponsorizzazioni" sono soggette a periodiche verifiche da parte del Comitato di Dirigenza, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi.
2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor; la notifica e l'eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.
3. I risultati ottenuti dalle convenzioni per la fornitura di consulenze e dalle contribuzioni per l'erogazione di beni e servizi saranno esaminati in sede di valutazione delle prestazioni dirigenziali, dall'Organo di valutazione e controllo strategico, il quale, valutati i riscontri delle consulenze fornite, in caso di insuccesso, potrà valutare il ricorso ad iniziative per il miglioramento della qualità del servizio offerto, tra cui la diminuzione della tariffa ad esso applicata, o, in taluni casi, il ritiro della fornitura all'esterno di consulenze nella materia esaminata.

### **Art. 10 – Fatturazione**

1. Nel caso in cui lo Sponsor, a fronte dell'obbligo da parte 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.
2. Qualora lo Sponsor si impegni a cedere beni o a prestare servizi o ad eseguire opere in corrispettivo, sia lo Sponsor che l'Ente camerale provvederanno ad emettere fattura, ai sensi dell'articolo 21 del DPR 633/72, in relazione alla operazione attiva da ciascuno effettuata, indicando il valore normale così come determinato dall'articolo 14 terzo comma, del DPR 633/72. La fattura verrà emessa al momento in cui risulti effettuata, in ordine temporale, la seconda prestazione.

### **Art. 11 – Utilizzo dei proventi e dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni**

1. Le somme introitate a titolo di corrispettivo delle sponsorizzazioni, al netto di costi eventualmente sostenuti dall'ente per la veicolazione pubblicitaria, che vanno ad abbattere o a coprire i costi di iniziative e attività camerali, ovvero i minori oneri sostenuti per l'acquisto di beni, servizi o la realizzazione di opere, per effetto del ricorso alla sponsorizzazione, sono considerati risparmi di spesa (accertati dai Dirigenti e certificati con apposito provvedimento della Giunta camerale), da utilizzare per le seguenti finalità:

- a) nella misura del 25% sono destinate alla implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL dell'1.4.1999 e successive modificazioni;
- b) nella misura del 10% sono destinate alla implementazione del fondo di retribuzione di posizione e di risultato della dirigenza di cui all'art. 26 del CCNL del 23.12.1999;
- c) nella misura del 20% sono destinate al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio;
- d) la restante quota del 45% costituisce economia di bilancio.

2. Analogamente gli introiti derivanti dalla fornitura di consulenze e dall'erogazione di beni e servizi potrebbero essere utilizzate nel modo seguente:

- a) nella misura del 35% sono destinate alla implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL dell'1.4.1999 e successive modificazioni, di cui nella misura del 75% saranno direttamente destinate al personale direttamente coinvolto nella fornitura di consulenze e nell'erogazione di beni e servizi;
- b) nella misura del 10% sono destinate alla implementazione del fondo di retribuzione di posizione e di risultato della dirigenza di cui all'art. 26 del CCNL del 23.12.1999, di cui nella misura del 75% saranno direttamente destinate ai dirigenti direttamente coinvolti nella fornitura di consulenze e nell'erogazione di beni e servizi;
- c) nella misura del 5% sono destinate al finanziamento di altre iniziative di formazione del personale coinvolto nella fornitura di consulenze e nell'erogazione di beni e servizi;
- d) la restante quota del 50% costituisce economia di bilancio.

#### **Art. 12 – Trattamento dei dati personali**

- 1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste.
- 2. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti D. Lgs. 196/2003 e successive modificazioni.
- 3. Titolare del trattamento dei dati è la Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura di Venezia in persona del suo Segretario Generale che può nominare più responsabili del trattamento in conformità alla legge citata.
- 4. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici camerali tenuti all'applicazione del presente regolamento.
- 5. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento.

#### **Art. 13 – Riserva organizzativa**

- 1. La gestione delle sponsorizzazioni e della fornitura di consulenze, beni e/o servizi è effettuata direttamente dalla Camera di Commercio di Venezia secondo la disciplina del presente regolamento.
- 2. E' tuttavia facoltà della Camera, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare in convenzione l'incarico per il loro reperimento ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario.