

Regolamento per le sponsorizzazioni delle aree verdi

Art. 1

Oggetto

Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione, in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997, dell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000 e dell'art. 26 del D.Lgs. 163/06, ai fini della valorizzazione, del miglioramento qualitativo e della manutenzione del verde pubblico cittadino.

Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione e il miglioramento della qualità dei servizi manutentivi ed a realizzare maggiori economie.

Art. 2

Il contratto di sponsorizzazione

Per contratto di sponsorizzazione si intende un contratto mediante il quale il Comune di Firenze, si impegna a veicolare il nome o il marchio di un altro soggetto, detto sponsor, che in cambio effettua, a propria cura e spese, la manutenzione di aree verdi comunali e realizza le opere di valorizzazione delle stesse, oppure offre una dazione in danaro o, infine, garantisce l'espletamento di un'attività, un servizio o la fornitura di un bene.

Nel contratto di sponsorizzazione vengono disciplinate le modalità operative, la durata, gli obblighi delle parti nonché le clausole rispetto alle eventuali inadempienze.

Art. 3

Pubblicità delle iniziative di sponsorizzazione

Le varie iniziative di sponsorizzazione sono rese pubbliche tramite bando, rivolto a soggetti pubblici e privati.

Il bando, emanato a cadenza annuale o pluriennale, è pubblicato nella rete civica del Comune, all'Albo Pretorio, e in altre forme che risultino di volta in volta più appropriate, entro il mese di maggio, con scadenza non oltre il 30 settembre.

Al bando sono allegati gli elenchi delle aree oggetto di sponsorizzazione, il programma manutentivo minimo richiesto e/o Capitolato Speciale e quant'altro occorrente per definire gli interventi manutentivi. Sono altresì allegate le specifiche tecniche degli impianti per l'esposizione del logo e/o marchio dello sponsor comprensive delle tipologie, dimensioni e numero degli impianti stessi nonché il modello di istanza di ammissione e altra documentazione ritenuta necessaria in relazione alle singole iniziative.

I soggetti interessati hanno la facoltà di proporre interventi anche su aree diverse da quelle inserite negli elenchi, la cui ammissibilità è disposta con atto deliberativo del competente organo istituzionale.

Art. 4

Tipologie delle aree e degli interventi di sponsorizzazione

Le iniziative di sponsorizzazione riguardano le aree verdi pubbliche comunali e quelle con destinazione a verde pubblico ancora non sistemate, tenendo conto degli obiettivi assegnati ai Dirigenti nella programmazione delle attività dell'Ente.

La Giunta, su proposta della Direzione Ambiente, e i Consigli di Quartiere, su proposta dei rispettivi Dirigenti coordinati dal Direttore dell'Ufficio Area Metropolitana e Decentramento, ciascuno nell'ambito delle aree verdi di competenza, approvano entro il 30 aprile di ciascun esercizio l'elenco delle aree da proporre per l'attivazione delle sponsorizzazioni, nonché lo schema di bando pubblico e del contratto di sponsorizzazione.

L'intervento di sponsorizzazione può consistere anche nell'espletamento di un servizio o di un'attività, nella fornitura e posa in opera di attrezzature ludiche e di arredo inerenti le medesime aree.

Le aree oggetto del contratto di sponsorizzazione mantengono totalmente la destinazione e funzione ad uso pubblico, in base alle disposizioni dei vigenti strumenti urbanistici.

Art. 5

Valutazione delle proposte di sponsorizzazione

Le proposte pervenute all'Amministrazione comunale entro il termine di scadenza del bando, sono valutate da apposite Commissioni, ciascuna formata da tre componenti, nominate dal Direttore della Direzione Ambiente e dal Direttore dell'Ufficio Area Metropolitana e Decentramento per le aree afferenti rispettivamente alla Direzione Ambiente e ai Quartieri. La Commissione per la valutazione delle proposte relative alle aree di competenza della Direzione Ambiente è presieduta dal Direttore della Direzione o suo delegato. Le Commissioni per la valutazione delle proposte relative alle aree verdi di competenza dei Quartieri sono presiedute dal Dirigente del relativo Quartiere.

Non sono ammesse a sponsorizzazione le proposte nelle quali si possano ravvisare conflitti di interessi tra l'attività dell'Amministrazione Comunale e quella del soggetto proponente.

I criteri di valutazione inseriti nel bando pubblico di cui all'art. 3 tengono conto delle proposte di sponsorizzazione ambientalmente e socialmente sostenibili o presentate da parte di soggetti che siano in possesso di requisiti di responsabilità sociale d'impresa, nonché di quelle provenienti da cittadini, associazioni, commercianti e artigiani della zona interessata.

Art. 6

Esecuzione degli interventi di sponsorizzazione

Gli interventi di sponsorizzazione disciplinati dal presente Regolamento sono realizzati a totale cura e spese dello sponsor.

Le prestazioni, siano esse lavori, forniture di beni o servizi, devono essere eseguite da ditte qualificate aventi i requisiti previsti dal Codice degli Appalti approvato con Decreto Legislativo 163/06 e successive modifiche e, per quanto riguarda i lavori, la qualificazione disciplinata dalla normativa vigente in materia.

Le prestazioni previste nel contratto di sponsorizzazione sono soggette a periodiche verifiche da parte dell'ufficio comunale competente al fine di accertare la correttezza degli adempimenti, per i contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi. Le difformità emerse in sede di verifica sono tempestivamente notificate allo sponsor. La notifica e la eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione

Art. 7

Impegni del Comune verso lo sponsor

L'Amministrazione comunale:

- a - consente allo sponsor di avvalersi della facoltà di diffondere la sua collaborazione tramite i mezzi di comunicazione indicati nella proposta di sponsorizzazione;
- b - concede l'utilizzo di appositi spazi per l'affissione di impianti per la segnalazione della sponsorizzazione secondo le tipologie, modelli e numero specificati negli allegati del bando pubblico. L'area o le aree dove poter apporre gli impianti sono quelle in cui si attua l'intervento di sponsorizzazione o comunque poste nelle immediate vicinanze, secondo le previsioni del bando.
- c - nelle comunicazioni ufficiali relative all'iniziativa di sponsorizzazione, riporta il nome/logo/marchio dello sponsor in termini di assoluta evidenza, determinati nel bando;
- d - evidenzia il nome/logo/marchio dello sponsor nella propria rete civica.

Art. 8

Tipologie, dimensioni e numero degli impianti per la segnalazione della sponsorizzazione

Gli impianti di cui agli artt. 3 e 7 riproducono il logo del Comune di Firenze nonché quello del Consiglio di Quartiere competente territorialmente per le aree afferenti ai Quartieri e riportano la seguente dicitura:

“Questa area verde è curata da..... (nome sponsor):” segue logo o marchio dello sponsor.

La superficie utilizzabile per il logo e/o marchio dello sponsor dovrà essere inferiore al 20% del totale della superficie di ciascun impianto di segnalazione di sponsorizzazione delle aree verdi pubbliche

I manufatti non possono contenere messaggi pubblicitari ma soltanto il logo e/o marchio dello sponsor. Il messaggio non può essere intercambiabile.

Gli impianti di cui sopra sono suddivisi nelle seguenti tipologie di diversa dimensione:

- tipo A m 0,30 per 0,40
- tipo B m 0,40 per 0,70
- tipo C m 0,80 per 0,90

Nelle aree di cui all'art. 7 lett. b, sugli impianti di cui al capoverso precedente, la superficie massima complessiva del logo e/o marchio dello sponsor, ricompresa nella minima figura geometrica che lo contiene, non può superare complessivamente i seguenti limiti:

- nelle aree fino a 500 mq il limite di 1.000 cmq
- nelle aree fino a 3.000 mq il limite di 2.000 cmq
- nelle aree fino a 10.000 mq il limite di 4.000 cmq
- nelle aree fino a 20.000 mq il limite di 6.000 cmq
- nelle aree oltre 20.000 mq il limite di 8.000 cmq

Art. 9

Obblighi dello sponsor

Lo sponsor è tenuto a rendere al Comune il corrispettivo per il ritorno di immagine del proprio nome/marchio/logo in una delle seguenti forme:

- mediante erogazione diretta all'Amministrazione dell'importo indicato nella proposta di sponsorizzazione
- con la realizzazione, a propria cura e spese, degli interventi oggetto del contratto di sponsorizzazione, direttamente o avvalendosi di ditte qualificate come previsto all'art. 6 del presente Regolamento.

Sono a carico dello sponsor i costi relativi all'installazione e manutenzione degli impianti per la segnalazione della sponsorizzazione che riportano il marchio/logo della medesima.

Lo sponsor è esonerato dal pagamento del canone prevista nel Regolamento sugli impianti pubblicitari, fermo restando i limiti in esso contenuti.

Art. 10

Disciplina fiscale

Qualora il contratto di sponsorizzazione preveda l'erogazione di una somma di denaro da parte dello sponsor, il Comune emette fattura per il relativo importo.

Qualora il contratto di sponsorizzazione preveda prestazione di servizi o fornitura di beni da parte dello sponsor, il Comune emette fattura per il valore della promozione d'immagine e lo sponsor emette fattura di corrispondente importo per l'utilità fornita o prestata.

Art. 11

Altre forme di collaborazione

Nelle zone di trasformazione urbana, ove si prevedono interventi di edilizia residenziale con realizzazione di aree verdi di uso pubblico cedute al Comune a scomputo degli oneri di urbanizzazione, il Quartiere competente per territorio può affidare la custodia e la manutenzione delle medesime aree ai proprietari riuniti in forma associata mediante stipula di apposite convenzioni, ove sussistano motivi di particolare criticità per la sicurezza e la manutenzione, a condizione che venga mantenuto l'uso pubblico di dette aree verdi.

Art. 12

Economie di bilancio e incentivazione del personale

Le maggiori risorse finanziarie e/o il valore economico degli interventi derivanti dai contratti di cui al presente Regolamento saranno destinate unicamente al miglioramento dello standard qualitativo del verde pubblico, fatta salva una quota massima del 5% del valore annuale delle sponsorizzazioni, comprensiva di tutti gli oneri riflessi (contributi ed IRAP) a carico dell'Amministrazione, che può essere destinata al trattamento economico accessorio del personale, nell'ambito degli introiti derivanti dalla applicazione dell'art. 43 della legge n. 449/1997 e dal presente regolamento, così come disciplinato dall'art. 4, comma 4, del CCNL 5.10.2001.

Art. 13

Verifiche e valutazioni

La Direzione Ambiente e l'Ufficio Area Metropolitana e Decentramento provvedono annualmente a informare con apposite relazioni il Consiglio Comunale ed i Consigli di Quartiere sui risultati derivanti dall'applicazione del presente Regolamento.