

Regolamento per la stipula dei contratti di sponsorizzazione nel COMUNE DI CAPACI

Art. 1 - Finalità

Art. 2 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

Art. 3 - Definizioni

Art. 4 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

Art. 5 - Modalità di pubblicizzazione dello sponsor

Art. 6 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

Art. 7 - Contratto di sponsorizzazione

Art. 8 - Clausola generale di rinvio

Art. 9 - Spese contrattuali

Art. 10 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

Art. 11 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

Art. 12 - Trattamento dei dati personali

Art. 13 - Aspetti fiscali

Art. 14 - Verifiche e controlli

Art. 15 - Riserva organizzativa

Art. 1 - Finalità

1. 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.
2. L'attività di sponsorizzazione è diretta a:

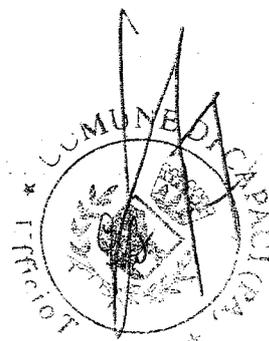
- a) recuperare maggiori risorse che consentano di ottenere un miglioramento della qualità dei servizi e delle attività del Comune;
 - b) migliorare gli standard di qualità o l'aggiunta di servizi da prestarsi attraverso la fornitura di consulenza specializzata, l'effettuazione di servizi e di lavori, la fornitura di beni e attrezzature al Comune;
 - c) sostenere progetti innovativi e processi informativi e formativi qualificati promossi dal Comune.
3. Le risorse provenienti dalla sponsorizzazione sono utilizzate per incentivazione delle risorse umane e della produttività entro i limiti e secondo le modalità stabilite dalla contrattazione collettiva.

Art. 2 - Contenuti delle sponsorizzazioni 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 inseriti nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio del Comune. Il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di una economia di bilancio totale o parziale rispetto alla previsione di spesa, in relazione alla totale o parziale acquisizione, senza oneri per il Comune, del previsto risultato da parte dello sponsor.

Art. 3 - 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, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a fornire a titolo gratuito una predeterminata prestazione, 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 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 trasmissione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor.

Art. 4 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione sono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati al dirigente. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta comunale può formulare indirizzi specifici al dirigente per la attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base al presente regolamento.
2. 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, purché ciò non sia di nocumento al mantenimento della dignità propria di un ente pubblico rappresentativo della comunità locale

Art. 5 - Modalità di pubblicizzazione dello sponsor

1. L'attività di pubblicizzazione dello sponsor da parte del Comune è realizzata nei seguenti modi:
- a) nel caso di manifestazioni e progetti di tipo culturale, sportivo e sociale, finanziati con risorse economiche derivanti dalla sponsorizzazione, il logo dello sponsor potrà essere inserito sia nel materiale pubblicitario relativo alle iniziative (volantini, inviti, manifesti, depliant, periodico trimestrale, tabelloni luminosi, ecc.), sia nel sito WEB del Comune nella pagina dedicata all'informazione sulle manifestazioni e sulle attività organizzate dal Comune a beneficio della cittadinanza;
- b) nel caso di interventi mirati alla valorizzazione del territorio, del patrimonio comunale e dell'assetto urbano, il Comune realizzerà apposite forme di pubblicizzazione particolarmente visibili all'esterno, quali, ad esempio, il posizionamento di cartelli o di targhe indicanti lo sponsor che finanzia l'intervento o fornisce i beni.*

2. Il Comune emette fattura allo sponsor di importo pari al contributo economico ricevuto. Qualora la sponsorizzazione venga effettuata con lavori, servizi e beni, lo sponsor provvederà a fatturare al Comune l'importo stimato, con il contratto di sponsorizzazione, del valore dei lavori, servizi o dei beni. A sua volta, il Comune provvederà ad emettere fattura per uguale importo, a titolo di sponsorizzazione. Allo sponsor compete altresì il pagamento della somma dovuta per imposta sulla pubblicità per insegne e/o cartelli

Art. 6 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura ad evidenza pubblica effettuata secondo la disciplina contenuta nel regolamento dei contratti dell'ente, preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso.
2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, inserimento nel sito internet del Comune, invio alle associazioni di categoria e/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e



partecipazione.

3. L'avviso contiene, in particolare, i seguenti dati:

a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico capitolato ;

b) l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario;

c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.

4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e indica:

a) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;

b) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato e/o nel progetto di sponsorizzazione .

5. L'offerta è accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

a) per le persone fisiche:

- l'inesistenza delle condizioni a contrattare con la pubblica amministrazione, di cui agli artt. 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 a suo carico di provvedimenti limitativi della piena capacità di agire .

b) per le persone giuridiche:

a) 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;

b) la mancanza del perseguimento di finalità di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa ;

c) il non trovarsi in stato fallimentare, liquidazione coatta amministrativa , amministrazione controllata , concordato preventivo e non avere procedimenti fallimentari in corso.

6. 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.

7. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal responsabile del procedimento nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato.

8. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dall'organo comunale competente. Con il contratto di sponsorizzazione è anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato.

Art. 7 - Contratto di sponsorizzazione

1. La gestione della sponsorizzazione è regolata mediante sottoscrizione di un contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti: a) il diritto dello sponsor alla 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.

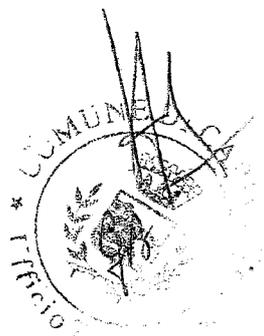
2. Le parti possono risolvere, per motivate ragioni, il presente contratto, con preavviso di 60 giorni, comunicato con lettera raccomandata.

3. Il contratto si intende risolto senza alcuna penalità per il Comune

ù qualora lo sponsor o lo sponsee risultino inadempienti in modo grave e/o continuato in relazione ai loro rispettivi obblighi;

ù qualora cause eccezionali e/o motivi di pubblico interesse non consentano al Comune la realizzazione dell' iniziativa/dell' attività/del progetto;

c) qualora la sponsorizzazione e gli strumenti attuativi della stessa contrasti con prescrizioni di leggi o di regolamenti o non sia diretta al perseguimento di interessi pubblici;



o qualora si verifichino forme di conflitto di interessi tra l'attività pubblica e quella privata.

3. Le modalità di associazione del nome e del marchio dei soggetti terzi devono presentare caratteri tali da essere coerenti con la natura dell'iniziativa e comunque non lesivi della dignità istituzionale del Comune.

Art. 8 - Clausola generale di rinvio

Per quanto non espressamente disciplinato dal presente contratto si fa rinvio: a) per gli elementi di disciplina contrattuale alle disposizioni regolamentari concernente i criteri per la stipulazione dei contratti di sponsorizzazione con soggetti pubblici o privati, nonché alle disposizioni del Codice Civile ed alla normativa speciale in materia; b) per l'utilizzo del marchio e dei segni distintivi al R.D. n. 929/1942 ed al D. Lgs. n. 480/1992 e successive modificazioni, nonché in genere alla normativa in materia.

Art. 9 - Spese contrattuali

Ogni spesa contrattuale inerente e conseguente la stipulazione del contratto di sponsorizzazione è a carico dello sponsor.

Art. 10 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

1. Le somme previste nei capitoli interessati alla sponsorizzazione che risultano non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto, sono considerate risparmi di spesa.

2. I risparmi di spesa di cui al comma 1 possono essere utilizzati per le seguenti finalità: a) nella misura del 7% sono destinate alla implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'articolo 15, comma 1° lett. d) del CCNL dell'1.4.1999 in combinato disposto con l'articolo 31, 3° comma del CCNL del 22.01.2004;

b) nella misura del 3% 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 40% sono destinate al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio;

d) la restante quota del 50% costituisce economia di bilancio.

Art. 11 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

1. Il Comune di _____, 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;

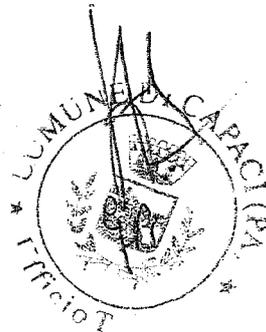
b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative o comunque un qualsiasi elemento che possa nuocere al mantenimento della dignità propria di un ente pubblico rappresentativo della comunità locale;

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, materiale pornografico o a sfondo sessuale, nonché produzione di armi;



c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

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 dalla legge in materia di protezione dei dati personali.
3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di ----- nel suo complesso. Il competente organo di governo può nominare uno o più responsabili del trattamento .
4. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali tenuti alla 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 - Aspetti fiscali

1. Il valore della fatturazione per la "sponsorizzazione" corrisponde all'importo della somma stanziata in bilancio per la specifica iniziativa; la fatturazione può coincidere con l'intero stanziamento o con una quota dello stesso, in relazione alla totale o parziale copertura, mediante sponsorizzazione, dei risultati del capitolo interessato.
2. Il valore della fatturazione correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor , cioè lo spazio pubblicitario, è pari all'importo specificato al comma 1.

Art. 14 - Verifiche e controlli

- a) Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del Servizio comunale competente per materia, 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 la eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

Art. 15 - Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dal Comune di ----- secondo la disciplina del presente regolamento.
2. E' tuttavia facoltà del Comune di ----- , 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.

