

COMUNE DI MISILMERI

Prov. di Palermo

REGOLAMENTO PER LA STIPULA DI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE

Art. 1 – Finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione, in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997 e nell'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 standards 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 qualificati promossi dal Comune.

Art. 2 – Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e associazioni senza fini di lucro costituite con atto notarile, 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 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 Funzionario responsabile del servizio. Nel corso dell'anno la Giunta Comunale può formulare indirizzi specifici allo stesso Funzionario per l'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, purchè ciò non sia di nocumento al mantenimento della dignità propria di 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 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 i 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 l'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, 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 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, i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione e le eventuali garanzie richieste;
 - d) la durata della sponsorizzazione;
 - e) il criterio di scelta nel caso siano presentate più offerte.
4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve indicare:
 - a) il bene, il servizio, l'attività, l'immagine o la prestazione che si intende sponsorizzare;
 - b) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato e/o nel progetto di sponsorizzazione;
 - c) il corrispettivo della sponsorizzazione.
5. L'offerta è accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
 - a) per le persone fisiche:





- l'inesistenza delle condizioni ostative 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 in relazione alle norme previste in materia di misure cautelari antimafia;

- la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.

- 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 e di 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.

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 di uno spazio per una forma di pubblicità non esclusiva;

b) la durata del contratto di sponsorizzazione;

c) il corrispettivo per la sponsorizzazione e 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 contratto, con preavviso di 60 gg, comunicato con lettera raccomandata.

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

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

b) qualora cause eccezionali e/o motivi di pubblico interesse non consentano al Comune la realizzazione dell'iniziativa;

c) qualora la sponsorizzazione e gli strumenti attuativi della stessa contrastino con prescrizioni di leggi o di regolamenti o non siano diretti al perseguimento di interessi pubblici;

d) qualora si verificano forme di conflitto di interessi tra l'attività pubblica e quella privata.

3. Il corrispettivo della sponsorizzazione deve essere, di regola, corrisposto entro i tre giorni successivi alla stipula del contratto; il mancato o parziale pagamento costituisce, *ipso jure* causa di decadenza dell'affidamento.

Art. 8 – Spese contrattuali

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

Art. 9 – 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 10% sono destinate alla implementazione del fondo per le risorse decentrate di cui all'art. 15, comma 1°, lett. D) del CCNL dell'1.4.1999 in combinato disposto con l'art. 31, 3° comma, del CCNL del 22.01.2004;
- b) nella misura del 40% sono destinate al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio;
- c) la restante quota del 50% costituisce economia al bilancio.

Art. 10 – Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

1. Il Comune di Misilmeri, 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 ente pubblico rappresentativo della comunità locale.
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. 11 – 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 Misilmeri 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. 12 – 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. 13 – Verifiche e controlli

1. 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 nel contratto gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.



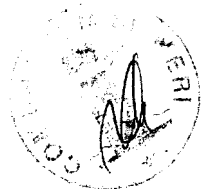


Art. 14 – Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dal Comune di Misilmeri secondo la disciplina del presente regolamento.
2. È tuttavia facoltà del Comune di Misilmeri, 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 – Norma di rinvio. Entrata in vigore

1. Per quanto non espressamente previsto dal presente regolamento si fa rinvio alle vigenti norme in materia.
2. Il presente regolamento entrerà in vigore secondo quanto previsto dalle vigenti disposizioni di legge.





Indice

- 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 – Spese contrattuali**
- Art. 9 – Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni**
- Art. 10 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni**
- Art. 11 – Trattamento dei dati personali**
- Art. 12 – Aspetti fiscali**
- Art. 13 – Verifiche e controlli**
- Art. 14 – Riserva organizzativa**
- Art. 15 – Norma di rinvio. Entrata in vigore**

