



Comune di Palmi

PROVINCIA DI REGGIO CALABRIA

**SETTORE I
AFFARI GENERALI ED
ISTITUZIONALI**

**Regolamento
Per la disciplina e la gestione delle
Sponsorizzazioni
(ai sensi dell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000)**

Approvato con Delibera del C.C. n° 18 del 31.03.2008;

COMUNE DI PALMI

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

(Approvato con Delibera del Consiglio Comunale n° 18 del 31.03.2008)

INDICE

ART. 1 – Finalità

Art. 2 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

Art. 3 – Definizioni

Art. 4 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

Art. 5 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

Art. 6 – Avviso di Sponsorizzazione

Art. 7 – Offerta

Art. 8 – Valutazione dell'offerta e sottoscrizione del contratto

Art. 9 - Contratto di sponsorizzazione

Art. 10 - Utilizzo delle somme incassate per sponsorizzazione

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. 119 del D.Lgs. 267/2000 e dell'art. 43 della legge 449/1997.
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali.

Art. 2 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

1. Ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 119 del D.Lgs. 267/2000, in applicazione dell'art. 43 della Lg. 449/1997 da questo espressamente richiamato, al fine di favorire una migliore qualità dei servizi prestati, il Comune può stipulare contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione, nonché convenzioni con soggetti pubblici o privati diretti a fornire consulenze o servizi aggiuntivi.

Art. 3 – Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
 - a) per "contratto di sponsorizzazione" : un contratto a prestazioni corrispettive, redatto in forma scritta, mediante il quale il Comune (Sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (Sponsor), che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo, la possibilità di pubblicizzare in appositi determinati spazi nome, logo, marchio o prodotti.
 - b) per "sponsor": il soggetto pubblico o privato, che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con l'Ente;
 - c) per "spazio pubblicitario": lo spazio fisico o il supporto di veicolazione pubblicitaria dell'immagine e 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 vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati a ciascun responsabile di settore.
2. Successivamente, anche nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può formulare indirizzi specifici per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione con riferimento a particolari manifestazioni, attività ed opere realizzate dall'Ente.
3. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutte le attività, le manifestazioni, i servizi, i beni e le prestazioni rientranti nei compiti istituzionali dell'Ente.

Art. 5 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor è effettuata nell'osservanza del regolamento dei contratti dell'Ente e di quanto previsto dalla normativa vigente;

Art. 6 – Avviso di Sponsorizzazione

1. 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 evidenza e partecipazione.
2. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:
 - a) l'oggetto della sponsorizzazione e gli obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico "capitolato o progetto di sponsorizzazione";

- b) l'esatta determinazione dell'offerta corrispondente allo spazio pubblicitario;
- c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.

Art. 7 – Offerta

1. L'offerta deve essere presentata in forma scritta, in busta chiusa e nei termini indicati nell'avviso della procedura di sponsorizzazione e deve indicare:

- a) il tipo di corrispettivo che lo sponsor intende conferire per la sponsorizzazione;
- b) la quantificazione del corrispettivo;
- c) l'importo delle somme, nel caso di corrispettivo in denaro, ovvero, il valore del bene, del servizio, dell'attività o della prestazione che lo sponsor intende conferire a titolo di corrispettivo;
- b) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato o dal progetto di sponsorizzazione redatto dall'Ente;

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

a) per le persone fisiche:

- l'inesistenza delle condizioni di incapacità a contrattare con la P.A., 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 di procedure concorsuali o fallimentari a proprio carico;

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

b) per le persone giuridiche:

- 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.

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

Art. 8 – Valutazione dell'offerta e sottoscrizione del contratto

1. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dall'Ufficio Gare e Contratti, ovvero, nei casi di affidamento diretto, dal Capo Settore Responsabile per materia, nel rispetto dei criteri fissati dal regolamento degli Appalti e dei Contratti dell'Ente e definiti nel capitolato o nel progetto di sponsorizzazione.

2. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo Sponsor e dal Responsabile Apicale del Settore competente per materia; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata la utilizzazione dello spazio fisico o il supporto di veicolazione pubblicitaria dell'immagine e delle informazioni pubblicitarie espressamente indicate nel capitolato.

Art. 9 - Contratto di sponsorizzazione

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

- a) il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio fisico o del supporto di veicolazione pubblicitaria dell'immagine e delle informazioni;
- b) la durata del contratto di sponsorizzazione;
- c) il corrispettivo e gli obblighi assunti a carico dello sponsor;

- d) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

Art. 10 - Utilizzo delle somme incassate per sponsorizzazione

1. Le somme incassate da sponsorizzazione saranno utilizzate previo apposito progetto approvato dalla Giunta Comunale e saranno esplicitate in fase di gara;

Art. 11 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

1. L'amministrazione comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare con atto motivato del Capo Settore competente per materia, 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 all'immagine o alle iniziative dell'Ente;
- c) la reputi inaccettabile per motivi di inopportunità generale.

2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:

- a) propaganda di natura politica, sindacale o religiosa;
- b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
- c) messaggi e slogan offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo 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 dall'art. 13 della legge 31.12.1996, n. 665 e successive modificazioni.

3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Palmi in persona del suo Sindaco pro tempore che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge citata.

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, ovvero del valore normale dei beni o servizi conferiti per la/le specifica/che iniziativa/e;

2. Il corrispettivo oggetto della sponsorizzazione costituisce base imponibile ai fini della vigente normativa fiscale; la fatturazione ed i benefici fiscali variano a seconda delle tipologie di cui all'art. 7 comma 1 del presente regolamento.

Art.14 - 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 e la regolarità degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi.

2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente contestate allo sponsor; la contestazione l'eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

Art. 15 - Riserva organizzativa

1. E' facoltà del Comune, 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.

APPROVATO NELLA SEDUTA DEL CONSIGLIO COMUNALE DEL 14.01.2008 CON VOTI.

IL PRESIDENTE DEL CONSIGLIO

IL SINDACO

IL SEGRETARIO GENERALE