



COMUNE DI SEMINARA

(Provincia di Reggio Calabria)

REGOLAMENTO PER LA STIPULA DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE

Approvato con delibera dalla Commissione Straordinaria n. 84 del 29/10/2009

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 n. 449/1997.
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere 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 nonché promuovere l'erogazione di servizi da prestarsi attraverso la fornitura di consulenza specializzata, l'effettuazione di lavori, l'acquisizione da parte del comune di beni e attrezzature;
 - c) sostenere progetti innovativi e processi informativi e formativi qualificati promossi dal Comune.

Art. 2 Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

1. Ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 119 del D.Lgs. n. 267/2000, l'art. 43 della Legge n. 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:
 - 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;
 - per "sponsor": il soggetto pubblico o privato, che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con l'Ente;
 - 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 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 del contratto 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 Tecnico, ovvero, nei casi di affidamento diretto, dal Responsabile del Settore 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 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 ~~PER COME È PREVISTO NELL'ART. 11 DELLA L. 443/97.~~

Art. 11 Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

1. L'Amministrazione comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare e quindi di risolvere, in qualsiasi momento, il contratto di sponsorizzazione con atto motivato del Capo Settore competente per materia, senza alcuna penalità per il Comune, 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 dignità istituzionale, 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, 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 dall'art. 13 della legge 31.12.1996, n. 675 e successive modificazioni.
- 3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Seminara 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 le specifiche iniziative;
- 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 delle iniziative.

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 e l'eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

Art. 15 Clausola generale di rinvio

Per quanto non espressamente disciplinato dal presente Regolamento si fa rinvio:

- a) per gli elementi di disciplina contrattuale alle disposizioni regolamentari concernenti 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. 16 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.