



COMUNE DI ACI BONACCORSI

PROVINCIA DI CATANIA

C.F. e P.I. 00210150876

Approvato con delibera di

C.C. N.14 del 11/05/2006

Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni

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, dell'art. 15, comma 1, lett. d) del CCNL del 1.4.1999, come sostituito dall'art. 4, comma 4, del CCNL del 5.10.2001 e dall'art. 31 comma 3 del CCNL 2004.

2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione della organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali, in conformità all'interesse pubblico.

Art. 2 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati, persone giuridiche 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 dell'ente; il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di un'economia di bilancio totale o parziale, rispetto alla previsione di spesa, in relazione alla totale o parziale acquisizione, senza oneri per l'ente, del previsto risultato da parte dello sponsor.

Art. 3 - Il contratto di sponsorizzazione

Il contratto di sponsorizzazione è un accordo atipico fra le parti, a titolo oneroso e a prestazioni corrispettive, mediante il quale il Comune si obbliga a favorire, nell'ambito di proprie iniziative destinate al pubblico, la diffusione del marchio o di altri elementi distintivi del soggetto sponsorizzante, il quale si obbliga, a sua volta, a pagare un determinato corrispettivo, in denaro o altra utilità, o a prestare la fornitura di un bene, di un servizio o di un facere.

Art. 4 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura ad evidenza pubblica, qualora la prestazione abbia ad oggetto, la fornitura di un bene, di un servizio o un *facere*, secondo la disciplina contenuta nel regolamento dei contratti e nel rispetto delle norme di legge vigenti, preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso.
2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, eventuale 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 deve contenere, in particolare, i seguenti dati:
 - a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo contenuti dello specifico "capitolato (o progetto di sponsorizzazione)."
 - b) l'esatta determinazione dell'offerta per la promozione dell'immagine dello sponsor;
 - c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica:
 - a) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
 - b) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato o progetto di sponsorizzazione.
5. L'offerta deve essere 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 di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese);
 - la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica 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.
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 dell'area competente nel

rispetto dei criteri definiti nel capitolato.

8. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile dell' Ufficio; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato.

ART. 5 – Trattativa privata diretta

1. E' possibile l'affidamento del contratto di sponsorizzazione a trattativa privata diretta, quando il valore complessivo della sponsorizzazione, non superi l'importo di cui all'art. 4 del regolamento comunale per le spese di beni e servizi da effettuarsi in economia e s.m.i

ART.6 Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati al responsabile della posizione organizzativa. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta comunale può formulare indirizzi specifici per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.
2. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni previste a carico del bilancio dell'ente nei capitoli di spesa ordinaria.

Art.7 – Elementi del 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 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.

Art. 8 - 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 utilizzate per le seguenti finalità:
 - a) nella misura e con le modalità previste dal contratto decentrato aziendale, sono destinate alla implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL del 1.4.1999;
 - b) le somme residuali sono destinate al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio.

Art. 9 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

1. L'amministrazione comunale, 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;
- 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;
- c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

Il responsabile del servizio è tenuto, prima della stipula del contratto di sponsorizzazione, ad esaminare il contenuto dei messaggi pubblicitari al fine di evitare il verificarsi dei casi di cui ai precedenti commi. Ove detti casi si verificassero comunque, il contratto eventualmente stipulato è risolto di diritto, fatto salvo il risarcimento dei danni, anche d'immagine, per l'Amministrazione comunale.

Art. 10 - 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 30/01/03 n. 196 e successive modificazioni.

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.11 - Aspetti fiscali

1. Il valore della fatturazione correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor (vedi lettera b) comma 3 art. 4), da realizzarsi anche mediante l'utilizzo di spazio pubblicitario, è pari all'importo specificato al successivo comma 2.
2. Il valore della fatturazione per la "sponsorizzazione" corrisponde all'importo della somma stanziata in bilancio per la specifica iniziativa; lo sponsor può coprire l'intero stanziamento o una quota dello stesso.

Art.12 - 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 l'eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

Art. 13 - Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'amministrazione comunale secondo la disciplina del presente regolamento.
2. E' tuttavia 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/ditte/persone specializzate nel campo pubblicitario e/o marketing. In questo caso non si fa luogo alla ripartizione dei risparmi realizzati ai sensi del precedente art. 8.