



COMUNE DI CHIUSA SCLAFANI

PROVINCIA DI PALERMO

REGOLAMENTO

“ PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI ”

Approvato con deliberazione del Consiglio Comunale n. 26 in data 27.05.2013

Il Segretario Comunale

Dr.ssa Daniela M. Amato

I N D I C E

Art. 1 - Finalità

Art. 2 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

Art. 3 - Definizioni

Art. 4 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

Art. 5 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

Art. 6 - Contratto di sponsorizzazione

Art. 7 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni.

Art. 8 - Trattamento dei dati personali

Art. 9 - Aspetti fiscali

Art. 10 - Verifiche e controlli

Art. 11 - Disposizioni finali ed entrata in vigore

Art. 1 - Finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione attiva in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997, dell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000 e dell'art. 26 del D.Lgs. n.163/2006 e ss.mm.ii. , Codice dei contratti pubblici relativi a lavori, servizi e forniture (c.d. codice degli appalti).

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.

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 dell'ente; 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 l'ente, 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 denaro, 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 veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor.

Art. 4 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura ad evidenza pubblica, secondo la disciplina normativa e nel rispetto delle disposizioni contenute nel regolamento dei contratti dell'ente, preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso. Tuttavia, nel caso di contratti che presentino oneri esigui di importo non eccedente € 1.000,00, la scelta degli sponsor privati può avvenire in base a procedure semplificate.

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 deve contenere, in particolare, i seguenti dati:

a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico “progetto di sponsorizzazione”;

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, di regola, indica:

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

b) l'accettazione delle condizioni previste nel "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;

b) per le persone giuridiche:

- l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese);

- 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 dall'Area proponente, nel rispetto dei criteri definiti nel "progetto di sponsorizzazione".

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

Art. 5 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati ai Responsabile di Area. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta comunale può formulare indirizzi specifici ai Capi Area per la 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 previsti a carico del bilancio dell'ente nei capitoli di spesa ordinaria.

Art. 6 - 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. 7 - 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.

Art. 8 - 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 del D.lgs. 196/2003 e successive modificazioni.

3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Chiusa Sclafani 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. 9 - 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 ("spazio pubblicitario") è pari all'importo specificato al comma 1.

Art. 10 - Verifiche e controlli

1. Le “sponsorizzazioni” sono soggette a periodiche verifiche da parte del Servizio interno di controllo di gestione o dal collegio dei revisori dei conti, 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. 11 – Disposizioni finali ed entrata in vigore

1. Per quanto non espressamente previsto dal presente regolamento, si rinvia alle vigenti disposizioni legislative in materia.

2. Il presente Regolamento entrerà in vigore il quindicesimo giorno dalla sua pubblicazione all’Albo pretorio, successiva all’esecutività della deliberazione che lo approva.

3. Dall’entrata in vigore del presente Regolamento, cesseranno l’efficacia e l’applicabilità di ogni altra norma regolamentare non compatibile con le disposizioni del presente Regolamento.