



COMUNE DI ROSOLINI

Libero Consorzio dei Comuni di Siracusa

Regolamento comunale sulle sponsorizzazioni

CAPO I – PRINCIPI GENERALI

Art. 1 – Oggetto e finalità

1. Il presente Regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione di iniziative organizzate e gestite dalla Amministrazione comunale di Rosolini, in attuazione delle disposizioni contenute:
 - a) nell'art. 1, comma 1-bis, della Legge 241/1990;
 - b) nell'art. 43 della legge 449/1997;
 - c) nell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000;
 - d) nell'art. 120 del D.Lgs. 42/2004;
2. Le disposizioni del presente Regolamento sono finalizzate a definire una disciplina organica delle iniziative di sponsorizzazione allo scopo di assicurare il rispetto della normativa vigente e i principi di efficienza, trasparenza, buon andamento e imparzialità che regolano l'attività della Pubblica Amministrazione.
3. Il ricorso alle sponsorizzazioni costituisce un'opportunità innovativa di finanziamento delle attività della Amministrazione comunale ed è finalizzato a promuovere e incentivare la collaborazione tra pubblico e privato e a favorire il miglioramento organizzativo realizzando:
 - a) una valorizzazione delle competenze, delle professionalità, della disponibilità di persone, enti, associazioni e aziende attivi sul territorio;
 - b) una migliore qualità nei servizi/prestazioni erogati alla collettività;
 - c) economie di spesa.
4. Le procedure di affidamento e le altre attività amministrative nella materia disciplinata dal presente Regolamento, si svolgono, oltre che in ottemperanza a quanto previsto dalla normativa sopra richiamata, nel rispetto delle disposizioni sul procedimento amministrativo di cui alla Legge 241/1990 e s.m.i. e, per quanto in essa non espressamente previsto, nel rispetto delle disposizioni stabilite dal Codice Civile.

Art. 2 – Definizioni

Ai fini del presente Regolamento:

- a) per “contratto di sponsorizzazione” si intende un contratto a titolo oneroso e a prestazioni corrispettive mediante il quale una parte (sponsor) si obbliga a versare una somma di denaro, a fornire beni o servizi o ad effettuare lavori a favore dell'altra parte e/o finanziare, anche mediante accollo, le obbligazioni di pagamento dei corrispettivi d'appalto dovuti dalla Amministrazione comunale di Rosolini (sponsee) la quale le garantisce, nell'ambito di propri eventi, iniziative o progetti, la possibilità di pubblicizzare, in appositi spazi, il nome, il

marchio, l'immagine, l'attività, prodotti o servizi o simili, ovvero di distribuire prodotti o servizi a titolo promozionale, nei modi previsti dal contratto; l'obbligazione dello sponsee costituisce obbligazione di mezzi e non di risultato, pertanto essa deve intendersi adempiuta quando vi sia stata la realizzazione dell'evento, iniziativa o progetto dedotto nel contratto, indipendentemente dall'effettivo ritorno d'immagine;

- b) per "sponsorizzazione" si intende ogni contributo in beni, prestazioni di servizi, realizzazione di lavori, corrispettivo in denaro o altra utilità proveniente dalla Amministrazione comunale da parte di terzi nell'ambito applicativo dei "contratti di sponsorizzazione";
- c) per "sponsor" si intende il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico che intenda stipulare un contratto di sponsorizzazione;
- d) per "sponsorizzato o sponsee" si intende la Amministrazione comunale di Rosolini, titolare dei benefici economici apportati dalla stipula dei contratti di sponsorizzazione;
- e) per "spazio pubblicitario" si intende lo spazio fisico e digitale o qualsiasi altro supporto atto alla veicolazione di informazioni, messo a disposizione dello sponsor;
- f) per sponsorizzazione "pura – finanziaria" si intende l'impegno dello sponsor di riconoscere esclusivamente un contributo economico (in cambio del diritto di sfruttare spazi per fini pubblicitari);
- g) per sponsorizzazione "tecnica": si intende una forma di partenariato estesa alla progettazione e alla realizzazione di parte o di tutto l'intervento (lavori, servizi, forniture sia se strumentali o non) a cura e a spese dello sponsor.

Art. 3 - Individuazione, programmazione e gestione della sponsorizzazioni

Le iniziative di sponsorizzazione da offrire ai potenziali sponsor sono, di norma, individuate e programmate dalla Amministrazione comunale nell'ambito del Piano Esecutivo di Gestione. Nel corso dell'anno il Sindaco può altresì accogliere proposte di sponsorizzazione e formulare indirizzi specifici per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione.

Art. 4 – La figura dello Sponsor

1. L'Amministrazione comunale può stipulare contratti di sponsorizzazione con soggetti pubblici e privati singoli o associati. Nei documenti di programmazione dell'Ente possono essere individuate spese ed attività la cui realizzazione è vincolata alla conclusione di contratti di sponsorizzazione.
2. Qualora i lavori, i servizi e le forniture siano acquisiti o realizzati a cura dello sponsor, lo stesso deve essere in possesso dei requisiti di qualificazione per gli esecutori dei contratti pubblici.

3. Per i lavori pubblici, le imprese esecutrici devono possedere i requisiti di qualificazione previsti dalla normativa vigente al momento dell'affidamento.
4. I contratti di sponsorizzazione possono essere attivati sia su iniziativa dell'Amministrazione che su iniziativa di soggetti terzi.
5. I Responsabili dei Settori, nell'ambito della loro competenza, predispongono gli avvisi, i progetti operativi delle iniziative di sponsorizzazione e adottano gli atti di gestione necessari al raggiungimento degli obiettivi amministrativi.

CAPO II - AMBITO DI APPLICAZIONE DEL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

Art. 5 – Ambito di applicazione delle sponsorizzazioni

1. La sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni in favore della Amministrazione comunale di Rosolini.
2. La Sponsorizzazione a favore dell'Ente, a carattere tecnico o finanziario, può prevedere a titolo di corrispettivo dovuto dallo sponsor:
 - a) pagamento di somme di denaro;
 - b) forniture di materiali, attrezzature, beni;
 - c) accollo del pagamento delle obbligazioni verso i terzi che svolgono le attività sponsorizzate;
 - d) la realizzazione di un'opera o di un lavoro (acquisita o realizzata a cura e spese dello sponsor);
 - e) la fornitura di una prestazione di servizio (acquisita o realizzata a cura e spese dello sponsor);
 - f) la gestione di un'opera o di un'area;
 - g) la gestione di un servizio.
3. Nel caso di cui al punto b) - d) - e) - g), si assume quale controvalore monetario del contratto il valore di mercato della fornitura dei beni, dei servizi o dei lavori, effettuati dallo sponsor.

Art. 6 – Pagamento del corrispettivo in denaro della sponsorizzazione

1. Ove il corrispettivo della sponsorizzazione sia costituito dal pagamento di una somma di denaro, esso avviene, di norma, almeno nella misura del 50% al momento della conclusione del contratto e il restante secondo un piano predisposto dal Responsabile del Settore competente.
2. Se richiesto dall'Amministrazione comunale, lo sponsor deve prestare apposita garanzia fideiussoria per il pagamento del corrispettivo, costituita mediante fideiussione bancaria o polizza assicurativa.

Art. 7 - Sponsorizzazioni di aree verdi e rotatorie

1. L'Amministrazione Comunale di Rosolini individuerà le aree destinate a verde pubblico e/o a rotatorie che potranno essere assegnate in "adozione" a enti, società, associazioni o privati in genere, affidandone l'allestimento, la gestione e la manutenzione in cambio dell'autorizzazione alla posa di mezzi finalizzati alla sponsorizzazione.
2. L'adozione consiste nell'obbligo dello sponsor di provvedere alla realizzazione del primo impianto allestimento dell'area e/o alla manutenzione della stessa.
3. Lo sponsor dovrà presentare, sia per la realizzazione dell'impianto/allestimento che per la manutenzione, un progetto tecnico che, approvato dalla Amministrazione comunale, costituirà allegato al contratto di sponsorizzazione.
4. Il progetto potrà anche essere fornito dalla Amministrazione comunale. In ogni caso, esso dovrà contenere l'indicazione delle spese necessarie per le relative operazioni.
5. I soggetti affidatari, se non appartenenti o operanti nel settore del verde, dovranno far eseguire l'allestimento e la manutenzione a ditte specializzate ed in possesso dei requisiti in materia di sicurezza, contributiva e di ordine generale.
6. L'Impresa che esegue i lavori, in proprio o per conto dell'affidatario, avrà l'obbligo di adottare, durante l'esecuzione dei lavori, tutti i provvedimenti e le cautele necessarie per garantire l'incolumità degli operai e di terzi e per non produrre danni ai beni pubblici e privati, rimanendo espressamente inteso e convenuto che essa si assumerà ogni responsabilità sia civile che penale, nel caso di infortuni o danni.
7. L'installazione di mezzi pubblicitari avverrà a titolo gratuito nell'area verde o per le rotatorie in spazi indicati dalla Amministrazione comunale, nei due sensi di marcia principali seguendo le vigenti regole del codice della strada. Le dimensioni e caratteristiche dei mezzi pubblicitari ed i criteri per il loro posizionamento verranno definiti nelle norme tecniche.
8. Nella scelta e nell'abbinamento dei colori si dovranno evitare combinazioni tali da generare confusione con i cartelli della segnaletica stradale. Si dovrà evitare in particolare l'uso della gradazione di rosso prevista per i segnali stradali e l'uso della gradazione di azzurro impiegato per le frecce d'obbligo.
9. Non è ammessa un'illuminazione specifica per i cartelli in quanto potrebbe provocare disturbo con conseguente pericolo per la sicurezza della circolazione stradale.

10. Dovrà essere presentata idonea dichiarazione tecnica relativa ai cartelli attestante che la struttura, compresi gli ancoraggi al terreno, è realizzata e posta in opera tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento in modo da garantirne la stabilità.
11. I requisiti fondamentali che la vegetazione deve possedere sono i seguenti:
 - a) rusticità, ossia capacità di adattarsi ad una svariata tipologia di situazioni non ideali per lo sviluppo dei vegetali (stress idrici e termici, inquinamento dell'aria, ecc.);
 - b) basso livello di manutenzione: le piante devono necessitare di un ridotto numero di interventi di potatura.
12. L'area non dovrà in nessun modo essere sottratta all'uso pubblico al quale è destinata, se non per il tempo strettamente necessario alle operazioni d'impianto ed a quelle relative alla manutenzione.
13. Il contratto di sponsorizzazione dovrà avere una durata pari a quella indicata nel progetto.
14. Il contratto è rinnovabile con lo stesso sponsor, sulla base della bontà dei risultati raggiunti nel periodo pregresso, per la stessa durata di quello originario, nei limiti previsti dalle disposizioni normative vigenti.
15. Trattandosi di affidamento delle aree al fine di ottenere la valorizzazione ed il mantenimento delle stesse il contratto in oggetto non costituisce atto di concessione.

Art. 8 - Sponsorizzazioni accessorie a contratti d'appalto

1. L'Amministrazione comunale di Rosolini può prevedere, nell'ambito di procedure per l'aggiudicazione di appalti di lavori, servizi o forniture, clausole inerenti sponsorizzazioni come prestazioni accessorie al contratto principale (c.d. clausola sponsor).
2. In tal caso la valutazione della sponsorizzazione deve costituire elemento con peso marginale rispetto alla valutazione complessiva dell'offerta.

Art. 9 - Sponsorizzazioni di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale.

1. Ai contratti di sponsorizzazione aventi ad oggetto interventi di restauro e manutenzione di beni immobili, mobili e delle superfici decorate di beni architettonici sottoposti a tutela ai sensi del D.Lgs. 42/2004, si applicano, oltre alle norme previste nel presente Regolamento, le disposizioni in materia di requisiti di qualificazione dei progettisti nel caso in cui la realizzazione dell'intervento sia a cura dello sponsor.
2. Nel caso in cui l'individuazione dell'esecutore dei lavori sia rimessa allo sponsor, il soggetto indicato dovrà essere un soggetto qualificato relativamente alla tipologia dell'intervento.

3. Qualora le imprese esecutrici rivestano la qualità di sponsor della Amministrazione comunale attraverso la realizzazione diretta di interventi di restauro e manutenzione, non potranno in nessun caso cedere ad altri soggetti il diritto di utilizzare lo spazio pubblicitario oggetto del contratto.
4. In caso di sponsorizzazione tecnica il Responsabile del Settore Lavori Pubblici sarà competente a impartire le prescrizioni opportune in ordine alla progettazione alla direzione ed all'esecuzione dei lavori. Lo stesso Responsabile eserciterà un attività di sorveglianza al fine di garantire il rispetto della normativa di settore.
5. I contratti di sponsorizzazione inerenti beni culturali sono preventivamente sottoposti alla Soprintendenza competente in relazione alla tipologia dell'intervento, al fine di ottenere i nulla osta o gli atti di assenso normativamente richiesti, per assicurare che l'esposizione pubblicitaria sia effettuata in forme compatibili con il carattere artistico o storico, l'aspetto e il decoro del bene.

Art. 10 - Partenariato pubblico privato per i beni culturali

1. Ai fini della fruizione del patrimonio culturale e della ricerca scientifica applicata alla tutela, sono consentite forme speciali di partenariato con enti e organismi pubblici e con soggetti privati dirette a consentire il recupero, il restauro, la manutenzione programmata, la gestione, l'apertura alla pubblica fruizione, la valorizzazione di beni culturali immobili. Sono ammesse forme speciali di partenariato anche per le attività di conservazione, studio, divulgazione, catalogazione.
2. La scelta del soggetto partner può avvenire mediante procedure semplificate analoghe a quelle previste per la sponsorizzazione.
3. La forma contrattuale che regola il partenariato è la convenzione.

Art. 11 - Diritto di rifiuto, esclusioni oggettive e soggettive

1. L'Amministrazione comunale rifiuta qualsiasi proposta di sponsorizzazione e recede dal contratto eventualmente sottoscritto qualora:
 - a) ritenga possa derivare un conflitto di interessi tra l'attività pubblica e quella dello sponsor;
 - b) ravvisi nel messaggio pubblicitario o nei mezzi utilizzati dallo Sponsor un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative/attività;
 - c) reputi la sponsorizzazione inaccettabile per motivi di pubblico interesse.
2. Sono escluse, in ogni caso, le sponsorizzazioni aventi per oggetto:
 - a) la propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;

- b) la pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti superalcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, medicinali o cure mediche, gioco d'azzardo;
 - c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, discriminazione, odio o minaccia;
 - d) messaggi contrari al decoro o alla morale pubblica.
3. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione i soggetti che:
- a) non dichiarano il possesso dei requisiti di ordine generale necessari per poter contrarre con una Pubblica Amministrazione;
 - b) non dichiarano di rispettare o, comunque, non rispettano i seguenti principi definiti dalla Risoluzione del 13 agosto 2003 della Sottocommissione delle Nazioni Unite sulla Promozione e Protezione dei Diritti Umani:
 - diritto di pari opportunità e al trattamento non discriminatorio;
 - diritto alla sicurezza e alla salute delle persone;
 - diritti dei lavoratori;
 - rispetto degli assetti istituzionali, delle norme giuridiche e delle prassi degli interessi pubblici, delle politiche sociali, economiche e culturali, della correttezza dei comportamenti imprenditoriali e pubblici;
 - obblighi riguardanti la tutela dei consumatori;
 - obblighi riguardanti la protezione dell'ambiente.
 - c) abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria con l'Amministrazione Amministrazione comunale.
4. L'interessato attesta il possesso dei requisiti di cui al precedente punto 3 mediante dichiarazione sostitutiva ai sensi del D.P.R. 445/2000.

Art. 12 - Sponsorizzazioni plurime

In generale le sponsorizzazioni non sono effettuate con diritto di esclusiva da parte dello sponsor, e pertanto la Amministrazione comunale può ricevere più sponsorizzazioni per uno stesso evento od oggetto.

Art. 13 - Esclusiva generale dello sponsor

1. L'Amministrazione comunale di Rosolini può definire contratti di sponsorizzazione in esclusiva generale o commerciale per reperire maggiori risorse o per conseguire sponsorizzazioni di miglior profilo qualitativo.

2. Le ipotesi di esclusiva sono le seguenti:
 - a) esclusiva generale: comportante la conclusione del contratto di sponsorizzazione con un soggetto in veste di sponsor unico della Amministrazione comunale per un determinato periodo di tempo.
 - b) esclusiva commerciale: con conclusione di più contratti di sponsorizzazione con diversi sponsor, ciascuno individuato come controparte unica per una specifica iniziativa, evento, progetto, o di attività.
3. Ove l'Amministrazione comunale intenda concludere contratti di sponsorizzazione in esclusiva generale o commerciale evidenzia la sussistenza di dette clausole in tutti gli atti preliminari alla conclusione dei contratti. Le clausole di esclusiva devono essere espressamente previste.

CAPO III SCELTA DELLO SPONSOR E CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

Articolo 14 – Scelta dello sponsor per contratti di valore inferiore a € 40.000,00

1. L'Amministrazione Comunale di Rosolini si riserva la facoltà a procedere con affidamento diretto alle proposte di sponsorizzazione quando il contenuto dei beni o servizi offerti non sia superiore a € 40.000,00.
2. Al fine di consentire una maggiore trasparenza ed imparzialità è prevista la pubblicazione di un avviso per almeno 10 gg. sul sito istituzionale dell'Ente e all'Albo pretorio per la ricerca dello sponsor alle iniziative proposte dall'Ente. Nell'istanza di adesione dovrà essere dichiarato di non trovarsi nelle condizioni di esclusione di cui al presente regolamento. In caso di più adesioni di sponsor si procederà ad una selezione comparativa delle offerte presentate con i criteri individuati nella proposta di sponsorizzazione.
3. Restano fermi i principi secondo cui in caso di sponsorizzazione tecnica le proposte della Amministrazione comunale contengano opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere o delle forniture ed alla direzione dei lavori e collaudo degli stessi.
4. Per sponsorizzazioni riguardanti beni sottoposti a tutela ai sensi del D.Lgs. 42/2006 e ss.mm.ii. Si applicano comunque le disposizioni di cui all'art. 9 del presente Regolamento.
5. Nel caso in cui da parte di un potenziale sponsor pervenga una proposta spontanea di sponsorizzazione dell'importo inferiore ad € 40.000,00, valutata la rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento e decretata l'opportunità della proposta da parte del Sindaco, il Responsabile del Settore competente procede alla stipula del contratto di sponsorizzazione.

Art. 15 - Scelta dello sponsor per contratti di valore superiore a € 40.000,00

1. Per i contratti di sponsorizzazione di importo superiore a € 40.000,00 al fine di assicurare il rispetto dei principi di trasparenza, imparzialità e parità di trattamento, l'affidamento è soggetto esclusivamente alla previa pubblicazione sul sito istituzionale della Amministrazione comunale di Rosolini e all'Albo pretorio per trenta giorni, di un apposito avviso con il quale si renda nota la ricerca di sponsor per specifici interventi. Nell'istanza di adesione dovrà essere dichiarato di non trovarsi nelle condizioni di esclusione per contrarre con la Pubblica Amministrazione.

All'avviso saranno allegate schede dettagliate di ogni singola iniziativa contenenti:

- il programma di massima di ogni specifica iniziativa/evento,
- la tipologia di sponsorizzazione (finanziaria e/o tecnica),
- la scadenza per la presentazione dell'offerta,
- i valori (complessivi e/o dettagliati per singole attività afferenti l'evento) stimati (IVA esclusa) per la sua realizzazione. Questi ultimi valori non costituiscono in ogni caso vincolo per la formulazione dell'offerta di sponsorizzazione in quanto è possibile presentare offerte anche di importo inferiore;
- l'ufficio procedente e il responsabile di procedimento.

2. In caso di sponsorizzazioni tecniche resta ferma la necessità di verificare il possesso dei requisiti degli esecutori nel rispetto dei principi e dei limiti europei in materia, non trovano applicazione le disposizioni nazionali e regionali in materia di contratti pubblici di lavori, servizi e forniture, ad eccezione di quelle sulla qualificazione dei progettisti e degli esecutori. L'ufficio procedente impartisce opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere e/o forniture e alla direzione dei lavori e collaudo degli stessi.

3. Trascorso il periodo di pubblicazione dell'avviso, il contratto può essere liberamente negoziato, purché nel rispetto dei principi di imparzialità e di parità di trattamento fra gli operatori che abbiano manifestato interesse.

4. Si procede alla valutazione delle offerte pervenute nel rispetto dei criteri stabiliti nell'avviso medesimo. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal Responsabile del Settore competente nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato. Per la suddetta valutazione, nel caso di particolare complessità, ci si potrà avvalere di apposita commissione nominata dal Responsabile del Settore competente.

Art. 16 - Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor per contratti di valore superiore a € 40.000,00

1. Nel caso in cui, da parte di un potenziale sponsor, pervenga una proposta spontanea di sponsorizzazione, valutata la rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento e decretata l'opportunità della proposta da parte del Presidente dell'Amministrazione comunale, il Responsabile del Settore competente predispone un apposito avviso, da pubblicare con le modalità di cui all'art. 15, che preveda come importo minimo a base di selezione quello offerto dal soggetto promotore nonché il diritto di prelazione a parità di condizioni a favore dell'originario promotore. Alla pubblicazione dell'avviso segue l'espletamento della selezione.
2. Terminata la procedura di selezione, all'originario promotore è riservato, entro un termine prestabilito, il diritto di adeguare, ove necessario, la propria proposta a quella giudicata più conveniente dall'Amministrazione comunale. In questo caso, il promotore originario è dichiarato aggiudicatario.
3. Se oggetto della proposta spontanea di sponsorizzazione riguarda beni mobili o immobili di interesse storico, artistico, archeologico, culturale è necessario il rispetto delle specifiche di cui all'art. 9.

Art. 17 - Affidamento diretto

1. Si può procedere all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazione nei seguenti casi:
 - a. nel caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore ad € 40.000,00 (IVA esclusa);
 - b. in caso sia stata esperita infruttuosamente la procedura di cui all'art. 15;
 - c. in casi eccezionali, adeguatamente motivati, in cui la particolare natura e caratteristiche dell'evento o iniziativa oggetto di sponsorizzazione limitino la trattativa ad un unico determinato soggetto;
2. In ogni caso, l'affidamento diretto avviene previa valutazione di congruità e di rispondenza alle esigenze di interesse pubblico e previa acquisizione di pareri della Soprintendenza, se si tratta di beni tutelati di cui al D.lgs. 42/2004.

Art. 18 - Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione

1. La sponsorizzazione viene regolata da apposito contratto nel quale, in particolare, sono almeno stabiliti:
 - a. l'oggetto del contratto;
 - b. gli obblighi delle parti e le modalità di attuazione della sponsorizzazione;
 - c. l'obbligo dello sponsor di rispettare, per quanto compatibili, le norme contenute nel codice di comportamento e le sanzioni in caso di mancato rispetto;

- d. il valore del corrispettivo della sponsorizzazione;
 - e. la durata del contratto che non può essere superiore ad anni cinque;
 - f. l'eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale;
 - g. i controlli sull'attività dello sponsor e le penali in caso di inadempimento;
 - h. la facoltà di recesso da parte della Amministrazione comunale;
 - i. la risoluzione del contratto per inadempimento;
 - j. la competenza del Tribunale di Siracusa in caso di controversie;
 - k. la disciplina delle spese contrattuali.
2. Nel contratto deve essere prevista la facoltà della Amministrazione comunale di recedere prima della scadenza, previa tempestiva e formale comunicazione allo sponsor; deve inoltre essere prevista la clausola risolutiva espressa nel caso in cui lo sponsor rechi danno all'immagine della Amministrazione comunale, fermo restando il diritto al risarcimento del danno.

Art. 19 - Obblighi a carico della Amministrazione comunale

1. L'Amministrazione comunale, quale controprestazione ai beni e/o ai servizi forniti dallo sponsor, potrà realizzare, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, alcune delle forme pubblicitarie indicate di seguito:- riproduzione del marchio-logo o delle generalità dello sponsor su tutto il materiale pubblicitario delle iniziative oggetto della sponsorizzazione (manifesti, volantini, ecc.) e/o nel sito istituzionale della Amministrazione comunale, all'interno dello spazio informativo dell'attività interessata;- posizionamento di targhe o cartelli indicanti il marchio-logo o le generalità dello sponsor sui beni o locali oggetto della sponsorizzazione;- utilizzo a fini pubblicitari di spazi all'interno della Amministrazione comunale (es. bacheche, ascensori, sale riunioni, impianti sportivi, androni, coperture con teli di opere e/o lavori, ecc.);- utilizzo a fini pubblicitari di spazi su documentazione della Amministrazione comunale (buoni mensa, bollette, carta intestata, etc.).
2. Le forme di pubblicità possono riguardare tutte o solo alcune delle modalità previste dal presente articolo. Le stesse sono riportate nel contratto.
3. L'imposta sulla pubblicità, ove dovuta, grava sullo sponsor nella misura di legge.

Art. 20 - Affidamento del servizio di ricerca dello sponsor

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Amministrazione Amministrazione comunale secondo la disciplina del presente Regolamento.
2. L'Amministrazione comunale, previa valutazione di convenienza sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, può tuttavia affidare il servizio di ricerca degli sponsor a soggetti da individuare tramite procedure sugli appalti di servizi previste dal "Codice dei Contratti".

CAPO IV DISPOSIZIONI FINALI

Art. 21- Aspetti contabili e fiscali

1. Le iniziative derivanti da contratto di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale sulle imposte dirette, per quanto applicabili, sulle imposte indirette e sui tributi locali, per la cui applicazione il presente regolamento fa rinvio.
2. Il contratto di sponsorizzazione costituisce attività rilevante ai fini IVA e soggetta ad aliquota di legge vigente. Il contributo specificato dal contratto dovrà essere sempre espresso con la dicitura “oltre ad IVA di legge”, e l’importo erogato dovrà pertanto essere sempre comprensivo di IVA. Gli importi utilizzabili ai fini dell’evento o dell’iniziativa finanziata saranno pertanto rappresentati dai contributi stessi al netto di quanto di competenza erariale per IVA.
3. Qualora il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione consista in lavori, nella prestazione di servizi o nella fornitura di beni a carico dello sponsor, è fatto obbligo di operare la doppia fatturazione, ovvero la fatturazione dello sponsor alla Amministrazione comunale del valore dei lavori, servizi o beni, soggetta all’Iva, e la fatturazione della Amministrazione comunale allo sponsor di un pari importo, sempre soggetto ad Iva, per il valore della promozione di immagine fornita allo sponsor.
4. La regolamentazione contabile del rapporto di sponsorizzazione, a seconda delle forme di realizzazione dello stesso, si effettuerà pertanto come di seguito indicato:
 - a) contributi economici: la Amministrazione comunale emetterà fattura al soggetto finanziatore per un importo pari al contributo pattuito nel contratto;
 - b) cessione gratuita di beni e/o servizi: lo sponsor fatturerà alla Amministrazione comunale un importo pari al valore stimato, stabilito nel contratto di sponsorizzazione, del bene, dei lavori o dei servizi ceduti. In conseguenza, la Amministrazione comunale provvederà ad emettere fattura allo sponsor di uguale importo, a titolo di sponsorizzazione, con compensazione contabile delle due fatture;
5. Ogni spesa contrattuale inerente e conseguente alla stipulazione ed alla registrazione del contratto di sponsorizzazione e/o dell’accordo di collaborazione nei casi previsti dalla legge è a carico dello sponsor.
6. L’emissione di fattura da parte della Amministrazione comunale nei confronti dello sponsor avverrà ad avvenuto pagamento.

Art. 22 - Controlli e verifiche

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del Responsabile del Settore competente, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, qualitativi e quantitativi.

2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor a mezzo raccomandata a/r o PEC.
3. Il mancato rispetto delle norme contrattuali produce la risoluzione del contratto; è fatto salvo il risarcimento del danno.

Art. 23 - Trattamento dati personali

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente Regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste; i soggetti interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti ai sensi del D.Lgs. 196/2003.
2. I dati, trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti degli uffici della Amministrazione comunale tenuti all'applicazione del presente regolamento, possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici o privati in relazione alle finalità del regolamento.

Art. 24 – Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

1. Sono considerati risparmi di spesa:
 - a) le somme previste in bilancio e non utilizzate a motivo dell'intervento dello sponsor, nei limiti del valore economico della sponsorizzazione;
 - b) le sponsorizzazioni in denaro a fronte della concessione di spazi pubblicitari all'interno di proprie iniziative o manifestazioni.
2. I risparmi di spesa di cui al comma 1 possono essere utilizzati per le seguenti finalità:
 - a) ad implementare il fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività secondo la normativa vigente;
 - b) al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio.

Art. 25 – Rinvio

1. Per ogni aspetto che non trovi esplicita disciplina nel presente regolamento si fa rinvio alle norme di legge applicabili.
2. Tutti i richiami alle norme contenuti nel presente Regolamento devono intendersi effettuati alle disposizioni vigenti al momento dell'applicazione concreta del Regolamento stesso, senza necessità di suo adeguamento espresso.

Art. 26 - Entrata in vigore

Il presente regolamento entra in vigore dall'esecutività della deliberazione che lo approva.

MODULISTICA

AVVISO PUBBLICO PER LA RICERCA DI SPONSOR

Il Comune di Rosolini con sede in Via Roma n. 2 CAP: 96019 in Rosolini (SR), visto il proprio vigente Regolamento per le sponsorizzazioni, approvato con Deliberazione di C.C. n. ____ del _____

RICERCA

sponsor per pubblicizzare attività come descritto di seguito:

- a) Scopo della sponsorizzazione, (che ex art. 43 co. 1 della L. 449/97 può riguardare:
 - lo sviluppo dell'innovazione nell'organizzazione amministrativa;
 - la realizzazione di maggiori economie;
 - il miglioramento della qualità dei servizi prestati all'utenza;
 - organizzazione eventi o attività di interesse culturale, sportive, ricreative e turistiche;
- b) Vantaggi per lo sponsor (Fra i vantaggi, la deducibilità dei costi connessi alla sponsorizzazione, considerati alla stregua delle spese di pubblicità, come confermato dal disposto della risoluzione ministeriale n. 9/204 del 17/6/92);
- c) Tipo di contratto (contratto di sponsorizzazione, accordo di collaborazione, convenzione);
- d) Diritti e Obblighi per il Comune;
- e) Diritti e Obblighi per lo Sponsor;
- f) Criteri di valutazione delle proposte;
- g) Modalità di presentazione delle proposte;
- h) Procedure di verifica e controllo sull'andamento dei contratti stipulati;
- i) Informazioni e chiarimenti con specifica indicazione del responsabile del progetto di sponsorizzazione.

Il Responsabile di Settore

CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

Il giorno _____ del mese _____ dell'anno _____, in Rosolini (SR) presso la sede municipale ivi sita in Via Roma n. 2

TRA

il Comune di _____, sopra generalizzato, rappresentato da _____, di seguito indicato anche "sponsee"

E

Il/la Sig. Sig.ra _____, legale rappresentante di _____, di seguito indicato sponsor,

VISTO il vigente Regolamento comunale per le sponsorizzazioni, approvato con deliberazione di C.C. n. ___ del _____ e la deliberazione/determina n. ___ del _____, con la quale è stata accettata la proposta avanzata da _____

SI STIPULA

il seguente contratto:

ARTICOLO 1 – OGGETTO

Il Comune conferisce allo sponsor incarico per la sponsorizzazione della seguente attività (o iniziativa):

ARTICOLO 2 – OBBLIGHI DELLO SPONSOR

Lo sponsor pagherà al Comune la somma di € _____, mediante versamento in unica soluzione anticipata,

(oppure)

fornirà al Comune il seguente servizio (_____)

ARTICOLO 3 – OBBLIGHI DEL COMUNE

Il Comune consentirà allo sponsor _____

ARTICOLO 4 - DURATA

Il presente contratto avrà durata da _____ a _____

(oppure)

per tutto il periodo della manifestazione _____

ARTICOLO 5 - RESPONSABILITA'

Lo sponsor è direttamente responsabile per le eventuali conseguenze derivanti dal messaggio pubblicitario espresso, liberando a tal fine il Comune per ciò che ne concerne la veridicità o altre modalità connesse.

ARTICOLO 6 - CONTROVERSIE

Tutte le controversie derivanti dalla attuazione del presente contratto saranno devolute alla competenza del Foro di Siracusa.

Il Responsabile di Settore