



**COMUNE  
DI  
SANTA MARINELLA**

**REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE  
DELLE SPONSORIZZAZIONI**

# INDICE

<b>Indice</b>	<b>pag. 1</b>
<b>Finalità (art. 1)</b>	<b>pag. 2</b>
<b>Contenuti delle sponsorizzazioni (art. 2)</b>	<b>pag. 2</b>
<b>Definizioni (art. 3)</b>	<b>pag. 2</b>
<b>Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor (art. 4)</b>	<b>pag. 3</b>
<b>Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione (art. 5)</b>	<b>pag. 4</b>
<b>Contratto di sponsorizzazione (art. 6)</b>	<b>pag. 4</b>
<b>Responsabilità (art. 7)</b>	<b>pag. 5</b>
<b>Utilizzo delle maggiori entrate e dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni (art. 8)</b>	<b>pag. 5</b>
<b>Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni (art. 9)</b>	<b>pag. 6</b>
<b>Applicabilità del contratto di sponsorizzazione nei lavori pubblici (art. 10)</b>	<b>pag. 6</b>
<b>Trattamento dei dati personali (art. 11)</b>	<b>pag. 6</b>
<b>Aspetti fiscali (art. 12)</b>	<b>pag. 7</b>
<b>Verifiche e controlli (art. 13)</b>	<b>pag. 7</b>
<b>Riserva organizzativa (art. 14)</b>	<b>pag. 7</b>
<b>Valorizzazione Patrimonio (art. 15)</b>	<b>pag. 8</b>
<b>Entrata in vigore (art. 16)</b>	<b>pag. 8</b>

## **Art. 1** **Finalità**

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge n. 449/1997, dell'art. 119 del D. Lgs. n. 267/2000, dell'art. 15, comma 1, lett. d), del CCNL dell'1.4.1999, come sostituito dall'art. 4, comma 4, del CCNL del 5.10.2001, e dell'art. 26, comma 1, lett. b), del CCNL del 23.12.1999 per l'area della dirigenza.
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire il miglioramento quali-quantitativo dei servizi locali.

## **Art. 2** **Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari**

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati, pubblici e associazioni senza fini di lucro, per realizzare o acquisire 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 o servizio, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale, il logo, il marchio, i prodotti, ecc., in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
  - b) per "*sponsorizzazione*": ogni contributo in beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi allo scopo di promuovere la propria ragione sociale, il marchio, l'attività, i prodotti, ecc.;
  - c) per "*sponsor*": il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;
  - 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 contenuta nel regolamento dei contratti dell'ente, preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso.
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;
  - b) l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario e la durata della pubblicità;
  - c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
4. L'offerta dello sponsor 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 bando.
5. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
  - a) per le persone fisiche:
    - l'inesistenza delle condizioni di incapacità 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);
  - 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 sulla base degli indirizzi e delle direttive impartite dall'Amministrazione comunale e nel rispetto dei criteri definiti nel bando.
8. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Dirigente dell'Ufficio responsabile dell'iniziativa; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata la utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel bando (caratteristiche, durata della pubblicità e ubicazione dei mezzi pubblicitari).

### **Art. 5**

#### **Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione**

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati al dirigente. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta comunale può formulare indirizzi specifici al Dirigente per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.
2. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative dirette a reperire 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.

In ogni contratto deve essere prevista la facoltà del Comune di recedere dal contratto prima della scadenza, subordinata alla tempestiva e formale comunicazione allo sponsor; deve essere inoltre prevista, la clausola risolutiva espressa nel caso in cui il soggetto privato rechi danno alla immagine del Comune, fermo restando l'eventuale risarcimento del danno;

La mancata o parziale esecuzione delle prestazioni o dei servizi offerti sarà causa di

risoluzione del contratto, fermo restando l'eventuale risarcimento del danno.

## **Art. 7** **Responsabilità**

Il Comune di Santa Marinella è sollevato da qualsiasi responsabilità di natura civile o penale conseguente all'allestimento e allo svolgimento delle attività di promozione e pubblicità da parte dello sponsor.

## **Art. 8** **Utilizzo delle maggiori entrate e 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 utilizzati per le seguenti finalità:
  - a) implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL dell'1.4.1999, nonché del fondo di retribuzione di risultato della dirigenza di cui all'art. 26 del CCNL del 23.12.1999 secondo i seguenti criteri:
    - per sponsorizzazioni di importo inferiore o uguale ad € 2.600,00 nella misura del 20%;
    - per sponsorizzazioni di importo compreso fra € 2.600,00 ed € 5.200,00 nella misura del 15%;
    - per sponsorizzazioni di importo maggiore ad € 5.200,00 nella misura del 10%.
  - b) La restante parte è destinata al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio.
3. l'assegnazione della quota di risorse a favore dei Dirigenti e del personale dipendente sarà stabilita, di volta in volta dalla Giunta Comunale contestualmente alla delibera di indirizzo per l'avvio della iniziativa della sponsorizzazione.
4. la ripartizione agli interessati dei proventi così assegnati sarà effettuata sulla base dei criteri fissati dalla contrattazione decentrata rispettivamente per il personale dipendente e la dirigenza.

## **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, di materiale bellico, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
  - c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

#### **Art. 10**

#### **Applicabilità del contratto di sponsorizzazione nei lavori pubblici**

Le attività di progettazione ed esecuzione di lavori pubblici possono formare oggetto di contratti di sponsorizzazione alle condizioni fissate dall'art. 43 comma 2 della L. 23 dicembre 1997 n. 449.

Lo sponsor è tenuto a rivolgersi esclusivamente ad imprese qualificate ai sensi della normativa vigente per la esecuzione dei lavori di cui trattasi (DPR. n. 34/2000), al fine di garantire la qualità delle lavorazioni aventi ad oggetto beni pubblici.

L'Amministrazione comunale provvederà alla effettuazione di adeguata sorveglianza e vigilanza in merito.

#### **Art. 11**

#### **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 30.6.2003 n. 196, e successive modificazioni.
3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Santa Marinella, 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. 12**

#### **Aspetti fiscali**

1. Si applica la normativa in materia di imposte sul reddito (IRPEG) e di imposta sul valore aggiunto (IVA).

### **Art. 13**

#### **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 la eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

### **Art. 14**

#### **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 specializzate nel campo pubblicitario;
3. l'Amministrazione Comunale può accogliere proposte di iniziativa privata che si caratterizzino per originalità e per qualità degli interventi rispetto al programma e/o all'interesse definito dall'ente negli obiettivi del Piano Esecutivo di Gestione.

### **Art. 15**

#### **Valorizzazione Patrimonio**

L'Amministrazione Comunale si riserva la possibilità di assumere direttamente iniziative finalizzate alla valorizzazione, al recupero, all'incremento del proprio patrimonio e in particolare quello artistico, culturale, archeologico, mediante accordi di sponsorizzazione e/o di collaborazione con soggetti pubblici e privati.

**Art. 16**  
**Entrata in vigore**

1. Il presente regolamento entra in vigore dalla data di esecutività della deliberazione di adozione.
2. Per quanto non previsto nel presente regolamento, si applicano le norme di legge vigenti.