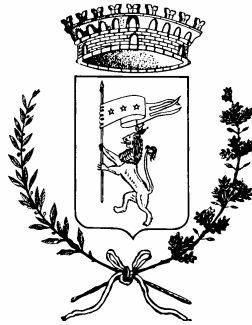


Regolamento comunale per la gestione delle sponsorizzazioni (Approvato con delibera di C.C. n. 28 del 10.3.2011).



COMUNE DI SCORDIA
Provincia di Catania

REGOLAMENTO

COMUNALE

PER LA GESTIONE

DELLE SPONSORIZZAZIONI

(Approvato con delibera di C.C. n. 28 del 10.3.2011)

INDICE

- Articolo 1 - Definizioni;
- Articolo 2 – Oggetto, finalità e principi generali;
- Articolo 3 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione;
- Articolo 4 - Le sponsorizzazioni;
- Articolo 5 - Corrispettivo della sponsorizzazione;
- Articolo 6 - Scelta dello sponsor;
- Articolo 7 - Affidamento diretto;
- Articolo 8 - Procedura negoziata previa gara ufficiosa;
- Articolo 9 - Procedura negoziata previa gara ufficiosa preceduta da avviso pubblico;
- Articolo 10 - Procedura per sponsorizzazione oltre la soglia comunitaria;
- Articolo 11 - Dialogo competitivo;
- Articolo 12 - Interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale;
- Articolo 13 - Sponsor accreditati;
- Articolo 14 - Contratto di sponsorizzazione;
- Articolo 15 - Verifiche e controlli;
- Articolo 16 - Contratti di sponsorizzazione per la realizzazione di opere pubbliche;
- Articolo 17 - Rifiuto delle sponsorizzazioni;
- Articolo 18 - Trattamento dei dati personali;
- Articolo 19 - Versamento dei proventi delle sponsorizzazioni;
- Articolo 20 - Aspetti fiscali;
- Articolo 21 - Riserva organizzativa;
- Articolo 22 - Controversie;
- Articolo 23 - Utilizzo dei risparmi di spesa e delle maggiori entrate;

Articolo 1 **Definizioni.**

1. Ai fini del presente regolamento s'intende:
 - a. Per "**contratto di sponsorizzazione**": un contratto bilaterale a prestazioni corrispettive mediante il quale una parte, l'Amministrazione Comunale (sponsee), garantisce ad un terzo (sponsor), la possibilità di pubblicizzare in appositi spazi, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, i servizi e simili, nei modi previsti dallo stesso contratto, a fronte dell'obbligo dello sponsor di pagare un determinato corrispettivo in denaro o di fornire una prestazione diretta o indiretta a favore dell'Amministrazione comunale;
 - b. Per "**sponsorizzazione**": ogni corrispettivo in denaro ovvero ogni prestazione diretta o indiretta, proveniente da terzi (sponsor), allo scopo di promuovere il proprio nome, marchio, attività o i propri prodotti, servizi e simili ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio d'immagine;
 - c. Per "**soggetto promotore**" la persona fisica o giuridica, pubblica o privata, che propone di stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune di Scordia;
 - d. Per "**sponsor**": la persona fisica o giuridica, pubblica o privata, in forma singola o associata, che intenda stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune di Scordia;
 - e. Per "**sponsee**" s'intende il Comune di Scordia;
 - f. Per "**spazio pubblicitario**": lo spazio fisico, digitale o qualsiasi altro supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messo a disposizione dal Comune di Scordia per le attività promozionali e pubblicitarie dello sponsor.

Articolo 2 **Oggetto, finalità e principi generali.**

1. Il presente Regolamento, in armonia con le vigenti disposizioni di legge (art. 43 della legge 449/1997, art. 119 del D.Lgs. 267/2000, art. 15, comma 1, lett. d) del CCNL dell'1.4.1999, come sostituito dall'art. 4, comma 4, del CCNL del 5.10.2000), disciplina le condizioni e le modalità operative per favorire il ricorso da parte dell'Amministrazione comunale alla sponsorizzazione come opportunità innovativa di finanziamento delle proprie attività.

2. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti pubblici o privati, imprese individuali, associazioni, fondazioni, cittadini ed in generale con qualsiasi soggetto che non svolga attività in conflitto con l'interesse pubblico e con le finalità e competenze proprie dell'Ente Comunale, per realizzare o acquisire a titolo gratuito interventi, servizi, prestazioni, anche economiche, beni o attività inseriti nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio dell'ente o nei relativi allegati come meglio specificato dal presente regolamento.
3. Il ricorso alla sponsorizzazione si conforma ai seguenti principi generali:
 - a. il perseguimento di interessi pubblici;
 - b. l'esclusione di qualsiasi conflitto di interesse tra attività pubblica e attività privata;
 - c. l'ottimizzazione della spesa, sia attraverso la realizzazione di economie sulle poste iscritte nel bilancio comunale, sia attraverso la realizzazione di progetti, interventi o opere che non trovano copertura finanziaria ordinaria.
4. L'Amministrazione ricorre alla sponsorizzazione per ottenere:
 - a. miglioramenti, anche economicamente apprezzabili, della qualità dei servizi erogati;
 - b. il supporto alla realizzazione di opere ed infrastrutture;
 - c. il sostegno allo sviluppo di progettualità ed iniziative innovative.
5. Le iniziative di sponsorizzazione sono finalizzate, in particolare, al miglioramento della qualità del vivere urbano, alla valorizzazione e alla tutela del patrimonio artistico e culturale, nonché alla realizzazione di progetti e all'erogazione di servizi a carattere innovativo e sperimentale.
6. Allo scopo di agevolare l'intervento degli sponsor nel finanziamento delle attività dell'Ente, le disposizioni del presente regolamento devono essere interpretate ed applicate nel significato più favorevole alla possibilità di addivenire alla sponsorizzazione.
7. Ai fini del presente regolamento, non costituisce sponsorizzazione l'offerta, a titolo di liberalità, in favore dell'Amministrazione di somme di danaro, di beni o di servizi accessori in occasione dello svolgimento di iniziative e rassegne o dell'allestimento di spazi espositivi.

Articolo 3

Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione.

1. Per ampliare le potenzialità della sponsorizzazione, l'Amministrazione individua le iniziative da offrire ai potenziali sponsor ovvero accoglie le proposte formulate dai soggetti interessati.
2. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati al Responsabile di Area. In ogni caso le iniziative di sponsorizzazione potranno essere adottate dal Responsabile di Area ogni qualvolta se ne presenta l'opportunità, in conformità alle finalità dell'Ente e nel rispetto delle prescrizioni del D.lgs del 12.4.2006 n. 163 e s.m.i.
3. In particolare le iniziative o gli interventi devono essere:
 - a. Inserite nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio comunale. In questo caso il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di minor spesa di bilancio, totale o parziale, rispetto alla previsione iniziale;
 - b. Inserite in elenchi allegati al bilancio comunale ma non finanziati, la cui realizzazione è vincolata all'attivazione di contratti di sponsorizzazione o alla disponibilità delle economie di cui alla precedente lett. a);
 - c. Conseguenti a proposte definite in corso d'anno dalla Giunta Comunale anche in adesione a offerte spontanee provenienti da soggetti terzi e giudicate di interesse pubblico.
4. L'Amministrazione definisce di regola il valore di riferimento delle sponsorizzazioni che intende attivare, in considerazione delle caratteristiche e delle potenzialità del progetto, dell'iniziativa o dell'intervento.

Articolo 4

Le sponsorizzazioni.

1. La sponsorizzazione è ammessa a condizione che siano perseguiti interessi pubblici e previa redazione di un piano finanziario che dimostri la convenienza per la Pubblica Amministrazione.
2. Il ricorso alla 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 ed eventuali altre

iniziative giudicate di interesse pubblico non previste in bilancio.

Articolo 5

Corrispettivo della sponsorizzazione.

1. Il corrispettivo offerto per la sponsorizzazione può consistere:
 - a. In una somma di denaro: in questo caso la realizzazione dell'iniziativa, compresa l'individuazione dell'esecutore materiale delle prestazioni, sarà effettuata dall'Amministrazione secondo le ordinarie procedure. Al pagamento degli esecutori potrà provvedere anche direttamente lo sponsor.
 - b. In servizi, lavori e forniture acquisiti o realizzati a cura e a spese dello sponsor. Gli esecutori materiali delle prestazioni individuati dallo sponsor devono essere in possesso di tutti i requisiti specifici necessari per contrattare con le amministrazioni pubbliche.

Articolo 6

Scelta dello sponsor.

1. La selezione dello sponsor avviene nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento e di trasparenza, di correttezza e di proporzionalità.
2. L'Amministrazione si avvale di tutti gli strumenti comunicativi e relazionali, anche di quelli non espressamente disciplinati dal presente regolamento, che, in relazione all'oggetto della sponsorizzazione e alle specificità dell'ambito in cui è proposta, appaiano più idonei a stimolare l'interesse e l'eventuale confronto tra i potenziali sponsor.
3. La scelta dello sponsor avviene sulla base del valore economico della sponsorizzazione, secondo le seguenti procedure:
 - a. Fino a euro 20.000, iva esclusa. Fornitura di beni e servizi. Affidamento diretto secondo le modalità del successivo articolo 7.
 - b. Fino a euro 100.000, iva esclusa. Lavori pubblici. Affidamento diretto secondo le modalità del successivo articolo 7.
 - c. Da euro 20.000, fino al valore della soglia prevista per gli appalti soggetti alla normativa comunitaria, iva esclusa.

- Fornitura di beni e servizi. Procedura negoziata secondo le modalità dei successivi articoli 8 e 9.
- d. Da euro 100.000, fino al valore della soglia prevista per gli appalti soggetti alla normativa comunitaria, iva esclusa. Lavori pubblici. Procedura negoziata secondo le modalità del successivo articolo 9.
 - e. Oltre al valore della soglia prevista per gli appalti soggetti alla normativa comunitaria, iva esclusa. Lavori pubblici e forniture di beni e servizi. Procedura aperta o ristretta, secondo le modalità di cui al successivo articolo 10.
4. La scelta dello sponsor è comunque condizionata alla presentazione di regolari autocertificazioni, attestanti:
- a. per le persone fisiche:
 - l'inesistenza di cause che impediscono di contrattare con la pubblica amministrazione 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 le autocertificazioni sopra elencate devono essere riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza;
5. 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.
6. Potrà procedersi, inoltre, all'affidamento diretto:
- a. nei casi indicati dalle lett. c), d) ed e), qualora le procedure ivi previste siano state esperite senza esito;
 - b. in casi eccezionali, adeguatamente motivati, legati all'urgenza e alla particolare natura dell'evento, i cui contenuti limitino la trattativa a soggetti determinati.

Articolo 7

Affidamento diretto.

1. Per le sponsorizzazioni di cui al precedente art. 6, comma 3, lett. a) e b), e negli altri casi previsti dal presente regolamento l'Amministrazione Comunale può rivolgersi direttamente al soggetto che ha offerto la sponsorizzazione.

2. Nella determinazione di affidamento, il responsabile del procedimento deve attestare la convenienza per l'Amministrazione Comunale, nonché il rispetto delle norme previste dal presente regolamento.

Articolo 8

Procedura negoziata previa gara ufficiosa.

1. Per le sponsorizzazioni aventi ad oggetto la prestazione di servizi e forniture di cui al precedente articolo 6, comma 3, lett. c), la scelta del contraente avviene mediante gara ufficiosa.
2. Il Responsabile del procedimento individua i soggetti da invitare, il cui numero non deve mai essere inferiore a cinque.
3. L'invito alla gara ufficiosa, inviato anche tramite fax o altre forme di trasmissione telematica, deve prevedere un termine per la presentazione delle offerte non inferiore a 15 giorni e deve specificare che l'aggiudicazione avverrà in favore del concorrente che ha presentato l'offerta economicamente più vantaggiosa, tenuto conto del valore della sponsorizzazione offerta e degli spazi richiesti o di altri elementi ritenuti idonei a qualificare l'offerta economicamente più vantaggiosa.

Articolo 9

Procedura negoziata previa gara ufficiosa preceduta da avviso pubblico.

1. Per le sponsorizzazioni aventi ad oggetto la realizzazione di lavori pubblici (comprese le prestazioni professionali connesse), di cui al precedente articolo 6 comma 3, lett. d), la scelta del contraente avviene mediante gara ufficiosa preceduta da un avviso pubblico.
2. L'avviso è pubblicato all'Albo Pretorio, sul sito internet del Comune e per estratto su almeno un quotidiano locale ovvero, in alternativa, attraverso comunicato stampa da inviare ai quotidiani locali. Sono ammesse ulteriori modalità da individuarsi in relazione ai potenziali interessati alla gara.
3. L'avviso pubblico deve indicare:
 - a. le principali caratteristiche dell'attività, progetto o iniziativa, l'oggetto della sponsorizzazione, i requisiti necessari per partecipare alla gara ufficiosa, il termine per la presentazione

- delle offerte, che non deve essere inferiore a 15 giorni dalla pubblicazione dell'offerta;
- b. l'individuazione dello spazio e delle modalità pubblicitarie;
 - c. deve specificare che l'aggiudicazione avverrà a favore del concorrente che ha presentato l'offerta economicamente più vantaggiosa;
 - d. tenuto conto del valore della sponsorizzazione offerta e degli spazi richiesti o di altri elementi ritenuti idonei a qualificare l'offerta economicamente più vantaggiosa.
 - e. l'importo minimo eventualmente richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
 - f. le modalità di pagamento del corrispettivo di sponsorizzazione;
 - g. i criteri per la valutazione delle proposte;
 - h. le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.

Articolo 10

Procedure per sponsorizzazione oltre la soglia comunitaria.

1. Per le sponsorizzazioni oltre la soglia comunitaria, iva esclusa, la scelta dello sponsor deve avvenire con il criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa nel rispetto delle modalità previste dall'art. 26 del D.Lgs 163/2006 e successive modifiche e integrazioni.
2. I soggetti presentano le proprie offerte nel rispetto delle modalità e dei termini fissati dal bando di gara. Il bando di gara stabilisce i criteri di valutazione e precisa il valore numerico attribuito a ciascuno di essi. La valutazione è demandata ad una commissione giudicatrice composta di tre membri nominata con propria determinazione dal Responsabile di Area competente.

Articolo 11

Dialogo competitivo.

1. Nel caso in cui pervenga una proposta di sponsorizzazione finalizzata alla realizzazione di interventi, lavori, servizi o fornitura di beni, l'Amministrazione stessa, valutata l'opportunità e la rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento, deve predisporre apposito avviso pubblico che preveda come importo minimo richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione, quello fissato dal soggetto proponente. L'avviso manifesta l'intento dell'Amministrazione di procedere

al reperimento di sponsorizzazioni. L'avviso è pubblicato sul sito del comune per almeno 15 giorni. Nel caso non pervengano offerte entro il termine fissato, si procede alla stipula del contratto di sponsorizzazione con il soggetto promotore.

2. Alla scadenza dei termini fissati nell'avviso, nell'ipotesi in cui siano pervenute delle offerte l'Amministrazione procederà, tramite selezione delle proposte pervenute, all'individuazione dell'aggiudicatario, sulla base di criteri che tengano conto di elementi qualitativi, oltre che del prezzo offerto.
3. Il soggetto promotore ha facoltà di adeguare la propria proposta originaria a quella eventualmente selezionata dall'Amministrazione a seguito delle procedure di cui al precedente comma tre, aggiudicandosi in tal modo la sponsorizzazione.
4. Su richiesta dell'Amministrazione Comunale le offerte possono essere chiarite, precisate e perfezionate. Tuttavia tali precisazioni o chiarimenti non possono modificare gli elementi fondamentali dell'offerta o dell'appalto posto in gara al fine di non pregiudicare i principi di parità di trattamento, trasparenza e non discriminazione.

Articolo 12

Interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale.

1. Per i contratti di sponsorizzazione riguardanti interventi di restauro e manutenzione di beni immobili, mobili e delle superfici decorate di beni architettonici, sottoposti a tutela della Soprintendenza per i beni architettonici e per il paesaggio territorialmente competente, si applicano i principi per la scelta dello sponsor individuati dal presente regolamento, nonché le disposizioni in materia di requisiti soggettivi dei progettisti e degli esecutori del contratto.
2. Nel caso in cui l'individuazione dell'esecutore dei lavori sia rimessa allo sponsor, il soggetto indicato dovrà risultare qualificato ai sensi della normativa vigente in materia di lavori pubblici, relativamente alla tipologia dell'intervento.
3. Qualora l'impresa costruttrice o le imprese ad essa collegate o controllate rivestano la qualità di sponsor dell'amministrazione attraverso la realizzazione diretta di interventi di restauro e manutenzione, non potranno in alcun caso cedere ad altri

soggetti il diritto di utilizzare lo spazio pubblicitario oggetto del contratto.

4. L'Amministrazione impartisce le prescrizioni opportune, in ordine alla progettazione, alla direzione ed all'esecuzione dei lavori ed esercita i poteri di alta sorveglianza procedurale, 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 richiesti e di assicurare che l'esposizione pubblicitaria sia effettuata in forme compatibili con il carattere artistico o storico, l'aspetto e il decoro del bene.

Art. 13 Sponsor accreditati.

1. L'Amministrazione Comunale ha facoltà di selezionare, con procedura aperta, candidati a cui proporre, per un arco temporale non superiore ad un triennio, le occasioni di sponsorizzazione che presentino le caratteristiche di massima prefissate, anche costituendo un apposito albo unico per tutta l'Amministrazione.
2. In caso di costituzione dell'Albo unico degli sponsor, l'Amministrazione individua, mediante avviso pubblico, i soggetti che si vogliano dichiarare disponibili a partecipare a iniziative di sponsorizzazione che presentino le caratteristiche di massima prefissate.
3. Le singole sponsorizzazioni vengono prioritariamente proposte ai soggetti selezionati a seguito di confronto competitivo fra gli stessi.

Art. 14 Contratto di sponsorizzazione.

1. La sponsorizzazione è disciplinata da apposito contratto sottoscritto tra le parti, il cui schema è allegato al presente regolamento (Allegato "A"), nel quale devono essere stabiliti:
 - a) L'oggetto del contratto, la sua finalità e la sua durata;
 - b) Il diritto dello sponsor all'utilizzazione esclusiva o non esclusiva degli spazi pubblicitari nel corso delle iniziative per le quali sia prevista la sponsorizzazione;
 - c) L'importo della sponsorizzazione e le relative modalità di pagamento;

- d) Le modalità di svolgimento della sponsorizzazione, le garanzie richieste e le responsabilità. In particolare il contratto deve disciplinare l'uso del logo, marchio o segni distintivi dello sponsor nonché dell'attività promozionale dei prodotti, servizi e simili dallo stesso;
- e) Gli obblighi dello sponsor e dello sponsee e la disciplina sanzionatoria in caso di inadempimento;
- f) La disciplina della facoltà di recesso e le modalità di risoluzione;
- g) Le prescrizioni in materia di controversie e di spese contrattuali.
- h) L'impegno dello sponsor a svolgere le attività previste senza obbligo per l'Amministrazione di garantire il ritorno pubblicitario dello sponsor;
- i) Le prescrizioni in materia di controversie e di spese contrattuali.

Art. 15

Verifiche e controlli.

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del servizio competente per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti sia per i contenuti tecnici sia per gli aspetti quantitativi, qualitativi e finanziari.
2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor. La notifica e l'eventuale contestazione delle inadempienze producono gli effetti previsti dal contratto.

Art. 16

Contratti di sponsorizzazione per la realizzazione di opere pubbliche.

1. L'Amministrazione può individuare come corrispettivo delle prestazioni da essa rese in qualità di sponsee anche la progettazione, l'esecuzione, la direzione lavori, le certificazioni di lavori per la realizzazione o la manutenzione di opere a destinazione pubblica.
2. I contratti stipulati contengono l'esatta individuazione dei lavori da eseguire e le modalità di svolgimento dei lavori stessi, oltre a tutti gli elementi utili per la loro correlazione con le attività di veicolazione dei segni distintivi dello sponsor.
3. Nel contratto di cui al precedente comma devono essere definite le modalità di verifica e controllo, la rispondenza e la conformità

dei lavori al progetto o altri parametri ed indicatori di qualità che l'Amministrazione Comunale intende inserire.

4. E' di competenza dell'Amministrazione Comunale l'approvazione del progetto preliminare, definitivo ed esecutivo ed i collaudi, ivi compresi quelli in corso d'opera.
5. Gli sponsor che eseguono direttamente i lavori definiti a corrispettivo delle sponsorizzazioni, devono possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia. I soggetti eventualmente individuati dagli sponsor quali esecutori dei lavori definiti a corrispettivo delle sponsorizzazioni devono possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.

Art. 17

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 pubblico interesse o anche di opportunità generale.
2. Sono, in ogni caso, escluse le sponsorizzazioni, la cui pubblicità abbia ad oggetto:
 - a) Propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - b) Promozione di tabacco, droga, prodotti alcolici e farmaceutici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, devianze comportamentali;
 - c) Messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo ed esaltazione del razzismo;
 - d) Il mancato rispetto delle pari opportunità tra i generi e/o tra le diverse etnie.
3. Sono esclusi i soggetti che per l'esercizio delle proprie attività siano stati condannati, con sentenza passata in giudicato, per violazione di uno dei seguenti principi:
 - a) Diritto alla sicurezza e alla salute delle persone;
 - b) Diritti dei lavoratori;

- c) Obblighi riguardanti la tutela dei consumatori e la protezione dell'ambiente.
4. Sono escluse le imprese a qualunque titolo coinvolte nella produzione, commercializzazione, finanziamento e intermediazione di armi proprie ed improprie.
5. L'Amministrazione Comunale può rifiutare sponsorizzazioni che, pur non rientrando fra i casi previsti dai precedenti commi, siano ritenute in contrasto con le proprie finalità.
6. La valutazione del mancato rispetto dei suddetti principi è compiuta sulla base di accertamenti recati da sentenze, decisioni, risoluzioni, inchieste, rapporti o altri atti ufficiali di autorità nazionali o internazionali. A tal fine l'Amministrazione può avvalersi di ogni fonte di informazione.

Art. 18

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 dal D.Lgs. 30 giugno 2003, n. 196 e successive modificazioni.

Art. 19

Versamento dei proventi delle sponsorizzazioni.

1. Il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione deve essere eseguito nella misura del 30% al momento della sottoscrizione del contratto, mediante versamento del relativo importo presso la Tesoreria Comunale e, nella misura del restante 70%, a conclusione dell'evento.
2. A garanzia di detto importo, quale condizione per procedere alla formalizzazione dei rapporti di sponsorizzazione, lo Sponsor deve costituire, se richiesto dall'Amministrazione Comunale, prima della sottoscrizione del contratto, apposita garanzia a favore del Comune di Scordia.
3. Nell'ipotesi prevista dal precedente articolo 5, comma 1, lett. b), lo sponsor deve pagare direttamente il fornitore ovvero realizzare l'opera, previo nulla osta dell'Amministrazione

Comunale di attestazione dell'avvenuta esecuzione delle prestazioni.

4. Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza automatica del contratto, fatto salvo il diritto di rivalsa da parte dell'Amministrazione Comunale sulle somme versate dallo sponsor a titolo di garanzia previste nel contratto di sponsorizzazione.

Art. 20 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 della spesa prevista con la sponsorizzazione.
2. La sponsorizzazione oggetto del presente regolamento si configura come operazione permutativa e trova quindi applicazione la disciplina sull'I.V.A. secondo quanto previsto dal D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633 e s.m.i.
3. La disciplina sull'IVA si applica anche nel caso di fornitura di beni e servizi. In questo caso la fattura che lo sponsor emette deve essere rapportata al valore commerciale o ai prezzi di mercato degli stessi beni e/o servizi.
4. Sia l'ente pubblico che lo sponsor devono emettere fattura, indicando il valore dell'intervento o della prestazione o della fornitura e ad assolvere tutti gli adempimenti previsti dalla normativa sull'IVA.

Art. 21 Riserve organizzative.

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, affidare in convenzione l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario.

Art. 22
Controversie.

1. Ogni controversia relativa all'interpretazione, esecuzione o risoluzione del contratto è devoluta al foro di del Tribunale di Caltagirone-Sezione distaccata di Grammichele, con esclusione del deferimento ad arbitri.

Art. 23
Utilizzo dei risparmi di spesa e delle maggiori entrate.

1. La Giunta Comunale definisce annualmente, in occasione dell'approvazione dello schema di bilancio di previsione la destinazione dei risparmi di spesa ovvero delle maggiori entrate, al netto dell'IVA, derivanti dai contratti di sponsorizzazioni.
2. Le somme di cui al punto precedente devono essere destinate prevalentemente agli interventi di bilancio riguardanti le attività culturali, di spettacolo, ricreative e sociali.

ALLEGATO "A".

SCHEMA DI CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE.

Il giorno ... del mese ... dell'anno ... , con la presente scrittura privata, valida a tutti gli effetti di legge, tra il Comune di Scordia, di seguito denominato "Sponsee" e la
di seguito denominato 'Sponsor', con sede in_____Via.....
Comune di Codice
Fiscale/Partita Iva....., rappresentata dal
Sig./Sig.ra
..... nato/ ailin
.....C.F
.....,in qualità di

Le parti, premesso:

- che il Comune di Scordia, in attuazione del Regolamento sulle sponsorizzazioni ha posto in essere una procedura, volta all'individuazione di uno Sponsor per
- che con determinazione dirigenziale del....., n., esecutiva ai sensi di legge, è stata avviata la procedura di sponsorizzazione per, ed è stato approvato il relativo avviso pubblico;
- che a seguito della predetta procedura è risultata affidataria la ditta , la quale si è resa disponibile a stipulare il relativo contratto di sponsorizzazione avente come finalità quella di

Stipulano quanto segue:

Art. 1 - Oggetto e finalità della sponsorizzazione

1. Il presente contratto, ha ad oggetto Lo Sponsor si impegna a finanziare per l'importo complessivo di Euro (IVA inclusa), le che il Comune adotterà per
2. Per l'Amministrazione il presente contratto ha come finalità quella
3. Per lo Sponsor il presente contratto ha come finalità quella di incrementare la notorietà dei propri segni distintivi.

Art. 2 - Contenuto della sponsorizzazione e impegni dello Sponsor

1. La sponsorizzazione verrà attuata per il tramite delle seguenti e specifiche prestazioni negoziali che lo Sponsor si impegna a realizzare:

-
2. Lo Sponsor si impegna altresì a:
- provvedere al fine di un ritorno di immagine a riportare a propria cura e spese il logo della propria azienda all'interno della struttura dedicata
 - escludere in modo tassativo dai propri messaggi pubblicitari e dalle proprie finalità qualsiasi elemento contenente:
 - a) propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - b) pubblicità diretta collegata alla predizione distribuzione di tabacco, droga, alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, devianze comportamentali;
 - c) messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.
3. Lo sponsor assume su di se tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti all'esposizione e alla veicolazione del messaggio senza alcun obbligo per l'Amministrazione di garantire il ritorno pubblicitario dello sponsor.

Art. 3 - Impegni del Comune

1. L'Amministrazione, nel suo ruolo di Sponsee, si impegna a garantire allo sponsor l'utilizzo

Art. 4 - Durata del contratto e diritto di esclusiva

1. Il presente contratto ha durata di anni... .. , decorrenti dalla stipula del presente contratto.
2. lo sponsor ha/non ha diritto di esclusiva sull'utilizzazione dello spazio pubblicitario.....

Art. 5 - Risoluzione del contratto, inadempienze e responsabilità

1. Il presente contratto è soggetto a risoluzione ipso iure:
- a) quando lo Sponsor risulti inadempiente ai propri obblighi;
 - b) quando situazioni/cause eccezionali non consentano all'Amministrazione la realizzazione dell'iniziativa in oggetto.
2. La risoluzione del contratto per colpa dello Sponsor obbligherà quest'ultimo a risarcire tutti i danni conseguentemente sofferti dal Comune.
3. Lo Sponsor si assume tutte le responsabilità, sia civili che penali, conseguenti alla riproduzione del logo e, più in generale, all'esecuzione del presente contratto di sponsorizzazione sollevandone, contemporaneamente, il Comune di Scordia.

Art. 6 - Recesso

1. Il Comune di Scordia si riserva la facoltà di recedere dal contratto di sponsorizzazione prima della scadenza convenuta, qualora intervengano motivi di pubblico interesse.
2. Dell'esercizio di detta facoltà verrà data comunicazione allo Sponsor con apposito preavviso.

Art. 7 - Costituzione del vincolo di responsabilità solidale (solo in caso di raggruppamento temporaneo di sponsor)

1. Gli Sponsor, come sopra indicati, si costituiscono responsabili in solido nei confronti del Comune di Scordia, in conformità alla normativa dettata dal Codice civile, per tutte le obbligazioni assunte con il presente contratto.
2. Ciascuna delle parti obbligate in solido potrà essere chiamata dall'Amministrazione comunale, a scelta della medesima, a rispondere per eventuali inadempimenti o responsabilità, e l'esatto adempimento prestato da una delle parti obbligate, avrà l'effetto di liberare tutte le altre parti.
3. Il vincolo di responsabilità solidale si estinguerà automaticamente non appena saranno state adempiute tutte le obbligazioni di cui al presente contratto.

Art. 8 - Pagamenti

1. Lo sponsor versa a titolo di acconto la somma di
2. Lo Sponsor si impegna, altresì, a corrispondere, tramite versamento sul conto corrente della Tesoreria del Comune, il pagamento di entro 30 (trenta) giorni naturali successivi e continui dalla data di fatturazione.

Art. 9 - Cauzione (ove prevista)

A garanzia dell'esatto adempimento di quanto disciplinato nel presente contratto e dei propri obblighi di pagamento, lo sponsor presta idonea cauzione di valore pari al 10 per cento del valore della sponsorizzazione.

In tutti i casi di inadempimento, dopo aver assegnato allo sponsor un termine per provvedere non inferiore a 20 giorni, l'Amministrazione ha diritto ad incamerare direttamente in via amministrativa la cauzione.

Art. 10 - Cessione del contratto

1. E' vietata la cessione, anche parziale, del presente contratto

Art. 11 - Qualificazione giuridica

1. Le parti si danno reciprocamente atto che il presente contratto si configura come "contratto di sponsorizzazione", con le relative conseguenze di ordine amministrativo e fiscale.

Art. 12 - Foro competente

1. Ogni controversia che dovesse insorgere con riferimento al presente contratto è di competenza del Foro di Caltagirone, Sezione staccata di Grammichele.

Art. 13 - Spese contrattuali

1. Ogni spesa relativa alla stipulazione del presente contratto, compresi l'assolvimento degli obblighi fiscali necessari ed i costi connessi alla riproduzione, è a carico dello sponsor.

Art. 14 - Registrazione

1. Il presente contratto è soggetto a registrazione in caso d'uso.

Art. 15 - Rinvio

Per ogni aspetto afferente la materia e l'oggetto contrattuali che non trovi comunque esplicita disciplina nel presente contratto, si fa rinvio alle disposizioni dettate dal regolamento comunale sulla gestione delle sponsorizzazioni, al Codice civile ed alla normativa speciale in materia;

Art. 16 - Responsabilità

1. Sono a carico dello Sponsor tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti all'attività da esso espletata in esecuzione del presente contratto

Luogo e Data

L'Amministrazione Comunale

Per la persona fisica/giuridica