



**COMUNE DI CALATAFIMI SEGESTA**  
PROVINCIA DI TRAPANI

ALLEGATO A

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

Approvato con deliberazione di C.C. n. 8 del 18-03-2008

## SOMMARIO

ART. 1 – FINALITÀ .....	pag. 3
ART. 2 – CONTENUTI DELLE SPONSORIZZAZIONI E DESTINATARI .....	pag. 3
ART. 3 – DEFINIZIONI .....	pag. 3
ART. 4 – PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE E SCELTA DELLO SPONSOR .....	pag. 4
ART. 5 - INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE DI SPONSORZZAZIONE .....	pag. 5
ART. 6 - CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE .....	pag. 5
ART. 7 - UTILIZZO DEI RISPARMI DI SPESA DERIVANTI DALLE SPONSORIZZAZIONI .....	pag. 5
ART. 8 – DIRITTO DI RIFIUTO ALLE SPONSORIZZAZIONI .....	pag. 6
ART. 9 – TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI .....	pag. 6
ART. 10 – ASPETTI FISCALI .....	pag. 7
ART. 11 – RISERVA ORGANIZZATIVA .....	pag. 7

## **ART. 1**

### **FINALITÀ**

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997 e nell'art. 119 del D.Lgs 267/2000.
2. Il Comune di Calatafimi Segesta, al fine di favorire il recupero di risorse finanziarie attraverso il più limitato ricorso all'utilizzo di stanziamenti di Bilancio, promuove forme di sponsorizzazione attraverso il presente regolamento che ne disciplina le attività, nel rispetto delle norme richiamate al primo comma e dell'art. 15, comma 1, lett. d) del CCNL comparto Autonomie Locali e Regioni del 01.04.1999, come sostituito dall'art. 4 comma 4 del CCNL del 05.10.2001.
3. 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, costituite con atto notarile, 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.
2. Per le finalità di cui all'art. 1 possono essere stipulate convenzioni con soggetti pubblici o privati diretti a fornire, a titolo oneroso o gratuito, consulenze o servizi aggiuntivi rispetto a quelli ordinari.

## **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 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 preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso.

2. Sono fatti salvi i casi di individuazione diretta dello sponsor, nelle ipotesi non contemplate dalla L. 109/94 e successive modifiche ed integrazioni, quando trattasi di procedura di sponsorizzazione con conferimento di risorse finanziarie in danaro.

3. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, inserimento nel sito internet del Comune e/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.

4. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:

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

b) l'indicazione dello spazio pubblicitario messo a disposizione;

c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.

5. 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, oppure la somma offerta quale sponsorizzazione;

b) l'accettazione delle condizioni previste nel progetto di sponsorizzazione.

6. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

a) per le persone fisiche:

- l'inesistenza della incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione, di cui agli artt. 32 ter e seguenti del Codice Penale 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 per le 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.

7. L'offerta deve, inoltre, contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni.

8. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal dirigente competente che approva il progetto di sponsorizzazione, nel rispetto dei criteri definiti nel progetto stesso.

9. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Dirigente competente. Con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata la utilizzazione dello “spazio pubblicitario” espressamente indicato nel progetto, su conforme parere delle Ripartizioni competenti.

## **ART. 5**

### **INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE DI SPONSORIZZAZIONE**

1. Nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può individuare le iniziative interessate dalla sponsorizzazione anche sulla base di apposite proposte presentate dai Dirigenti competenti.

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.

3. Nell'ambito della delibera della Giunta Comunale saranno anche individuate le somme minime dell'offerta di sponsorizzazione in riferimento agli spazi pubblicitari messi a disposizione. Per ogni iniziativa possono essere previste più sponsorizzazioni e possono essere stipulati più contratti di sponsorizzazione.

## **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 diritti 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**

### **UTILIZZO DEI RISPARMI DI SPESA DERIVANTI DALLE SPONSORIZZAZIONI**

1. Le somme previste nei capitoli interessati alla sponsorizzazioni che risultano non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto, sono considerate risparmi di spesa.

2. I risparmi di spesa di cui al comma 1 possono essere utilizzate per le seguenti finalità:

- a) nella misura del 60% sono destinate al finanziamento di altre iniziative, anche non preventivamente programmate, secondo le destinazioni della Giunta Municipale.
- b) la restante quota del 40% costituisce economia di bilancio.

## **ART. 8**

### **DIRITTO DI RIFIUTO ALLE SPONSORIZZAZIONI**

1. Il Comune di Calatafimi Segesta, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione, specificando nel bando tale possibilità, 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. 9**

### **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 ai sensi del D.Lgs 196/2003 e successive modifiche ed integrazioni.

3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune, in persona del Dirigente competente alla gestione del contratto di sponsorizzazione, che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge citata ed alla disciplina interna prevista in materia di trattamento dei dati personali.

4. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici 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, fornendo apposita informativa ai diretti interessati, i quali dovranno sottoscrivere espressa accettazione.

## **ART. 10**

### **ASPETTI FISCALI**

1. Il valore della fatturazione per la “sponsorizzazione” può coincidere con l’intero stanziamento previsto in bilancio per la specifica iniziativa 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. 11**

### **RISERVA ORGANIZZATIVA**

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall’Amministrazione comunale secondo la disciplina del presente regolamento.