_ REGOLAMENTI

# COMUNE DI CERTALDO

Provincia di Firenze

******

## DELIBERAZIONE DEL CONSIGLIO COMUNALE

L'anno duemilanove e questo giorno diciassette del mese di Marzo, alle ore 18,35 in seconda convocazione, nella sala consiliare, previo avviso regolarmente notificato, si è riunito il Consiglio Comunale, convocato in sessione straordinaria in seduta pubblica.

| DELIBERAZIONE | |
|---|---|
| N. 30 | OGGETTO: ATTIVITA' AMMINISTRATIVA – Regolamento Sponsorizzazioni –Approvazione. |
| **17.03.2009** | |

Sono presenti, dei n. 20 consiglieri assegnati al Comune, n. 12 come segue:

| | Presenti | Assenti |
|---|---|---|
| *Latini Denise* | X | |
| *Turbini Alessio* | X | |
| *Capecchi Federigo* | | X |
| *Campatelli Giovanni* | X | |
| *Signorini Massimiliano* | | X |
| *Benincasa Cristina* | X | |
| *Ferrara Giuseppe* | X | |
| *Campriani Angelita* | X | |
| *Casini Stefano* | | X |
| *Senesi Massimo* | X | |

| | Presenti | Assenti |
|---|---|---|
| *Nencioni Walter* | X | |
| *Senesi Paola* | X | |
| *Pampaloni Emilio* | | X |
| *Fedi Alessandro* | X | |
| *Spini Andrea* | | X |
| *Pampaloni Gloria* | X | |
| *Ciampolini Filippo* | | X |
| *Bazzani Massimo* | | X |
| *Giglioli Giuseppe* | | X |
| *Bellucci David* | X | |
| Ed il Sindaco *Campinoti Andrea* | X | |

PRESIEDE il Sig. Campatelli Giovanni

PARTECIPA il Segretario Generale dott. Antonio Favara, incaricato della redazione del presente verbale

SCRUTATORI: Fedi – Pampaloni Gloria – Benincasa

ASSESSORI PRESENTI: Iozzi Carlo – Betti Francesco – Borghini Roberto

OMISSIS

Al momento della votazione risultano presenti n. 14 componenti il consiglio comunale ed assenti il Sindaco ed i consiglieri Casini, Giglioli, Bazzani, Bellucci, Pampaloni Emilio e Spini.

( N. 30 )

OGGETTO: ATTIVITA' AMMINISTRATIVA – Regolamento Sponsorizzazioni – Approvazione.

---

IL CONSIGLIO COMUNALE

VISTA la proposta di deliberazione avente per oggetto "ATTIVITA' AMMINISTRATIVA – Regolamento Sponsorizzazioni –Approvazione.";

VISTI gli allegati pareri favorevoli espressi ai sensi dell'art. 49 del decreto legislativo 18.08.2000 n.267 del responsabile del settore Servizi alla Persona in ordine alla regolarità tecnica e dal responsabile del servizio finanziario in ordine alla regolarità contabile;

Con votazione espressa per alzata di mano dal seguente esito:

| | |
|---|---|
| PRESENTI | n. 14 |
| VOTANTI | n. 14 |
| VOTI FAVOREVOLI | n. 14 |
| VOTI CONTRARI | nessuno |

DELIBERA

di approvare la proposta di deliberazione di seguito riportata:

"IL CONSIGLIO COMUNALE

VISTI :

- la legge 27/12/1997, n. 9 "Misure per la stabilizzazione della finanza pubblica", che all'Art. 43, comma 1 prevede che "*Al fine di favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa e di realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi prestati, le pubbliche amministrazioni possono stipulare contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione con soggetti privati ed associazioni, senza fini di lucro, costituite con atto notarile*";
- l'art. 43, comma 4, della legge sopra richiamata per il quale "*Con uno o più regolamenti (...) le pubbliche amministrazioni individuano le prestazioni, non rientranti tra i servizi pubblici essenziali o non espletate a garanzia di diritti fondamentali, per le quali richiedere un contributo da parte dell'utente*";
- l'art.119 del TUEL approvato con il D. Lgs. 267/2000 che, al comma 1, prevede che "*In applicazione dell'articolo 43 della legge 27 dicembre 1997, n. 449, al fine di favorire una migliore qualità dei servizi prestati, i comuni, le province e gli altri enti locali indicati nel presente testo unico, possono stipulare contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione, nonché convenzioni con soggetti pubblici o privati diretti a fornire consulenze o servizi aggiuntivi*";

- la determinazione n.24/2001, "*Contratto di Sponsorizzazione" dell'Autorità per la Vigilanza sui LL.PP. che, nell'ambito della disciplina sui LL.PP. , ha specificato che "la ristrutturazione e la manutenzione di un immobile di proprietà pubblica, può essere affidata solo ad imprese qualificate ai sensi del D.P.R. 25 gennaio 2000 n. 34 (...) Ciò in quanto la finalità della norma su richiamata è quella di garantire la qualità delle lavorazioni effettuate su beni pubblici, a prescindere dal titolo sulla base del quale dette lavorazioni vengano eseguite. Ne discende che lo sponsor dovrà rivolgersi esclusivamente ad imprese qualificate ai sensi della normativa vigente per l'esecuzione di lavori di cui trattasi";*
- l'art. 26 del Decreto legislativo 12/4/2006, n. 163, per il quale: "*1. Ai contratti di sponsorizzazione e ai contratti a questi assimilabili, di cui siano parte un'amministrazione aggiudicatrice o altro ente aggiudicatore e uno sponsor che non sia un'amministrazione aggiudicatrice o altro ente aggiudicatore, aventi ad oggetto i lavori di cui all'allegato I, nonché gli interventi di restauro e manutenzione di beni mobili e delle superfici decorate di beni architettonici sottoposti a tutela ai sensi del decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42, ovvero i servizi di cui all'allegato II, ovvero le forniture disciplinate dal presente codice, quando i lavori, i servizi, le forniture sono acquisiti o realizzati a cura e a spese dello sponsor, si applicano i principi del Trattato per la scelta dello sponsor nonché le disposizioni in materia di requisiti di qualificazione dei progettisti e degli esecutori del contratto.2. L'amministrazione aggiudicatrice o altro ente aggiudicatore beneficiario delle opere, dei lavori, dei servizi, delle forniture, impartisce le prescrizioni opportune in ordine alla progettazione, nonché alla direzione ed esecuzione del contratto.*"

CONSIDERATO che questo Ente non si è a tutt'oggi dotato di strumenti regolamentari al fine di disciplinare le suddette attività;

CHE il Comune di Certaldo intende avvalersi di contratti di "sponsorizzazioni e di "collaborazioni" essenzialmente:

a) per realizzare maggiori economie di spesa, anche nel rispetto del patto di stabilità interno;
b) per migliorare la qualità dei servizi istituzionali prestati;
c) per incentivare e promuovere una più spiccata innovazione nell'organizzazione tecnica e amministrativa dell'Ente;
d) altre finalità da definire, anche a scopo sociale e umanitario, che facciano propri i citati a), b), c);

VISTA la rilevanza che tale forma aggiuntiva di recupero di risorse può rivestire per l'Ente nell'ambito delle finalità sopra dette e più in generale nell'ambito degli obiettivi istituzionali;

RILEVATA pertanto la necessità di adottare una specifica regolamentazione;

VISTO l'art. 42 del T.U.E.L. n. 267 del 18.08.2000;

DELIBERA

1) la premessa narrativa rappresenta parte integrante e sostanziale del presente atto;

2) di approvare, per i motivi esposti in premessa, l'allegato Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni."

Ravvisata la necessità che la presente deliberazione acquisti immediata efficacia giuridica, con votazione dal seguente esito:

| | |
|---|---|
| PRESENTI | n. 14 |
| VOTANTI | n. 14 |
| VOTI FAVOREVOLI | n. 14 |
| VOTI CONTRARI | nessuno |

*DELIBERA*

di dichiarare la presente deliberazione immediatamente eseguibile.

---

# REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI NELL'ENTE LOCALE

## Sommario

Art. 1 - Definizioni
Art. 2 – Oggetto e Finalità
Art. 3 – Progetto di sponsorizzazione
Art. 4 - Corrispettivi delle sponsorizzazioni
Art. 5 - Diritto di rifiuto dei progetti di sponsorizzazione
Art. 6 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione
Art. 7 - Recepimento di iniziative spontanee di potenziali sponsor
Art. 8 - Procedura di scelta dello sponsor da parte dell'ente
Art. 9 - Procedura di sponsorizzazione tramite affidamento incarico di ricerca sponsor
Art. 10 - Esplicitazione dell'esclusiva generale o delle esclusive commerciali
Art. 11 – Contenuti del contratto di sponsorizzazione
Art. 12 - Utilizzo delle sponsorizzazioni in relazione a procedure di appalto
Art. 13 – Aspetti contabili
Art. 14 - Aspetti fiscali
Art. 15 - Utilizzo dei risparmi derivanti dalle sponsorizzazioni
Art. 16 - Verifiche e controlli
Art. 17 - Trattamento dei dati personali
Art. 18 - Rinvio

## Art. 1 - Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:

a) per "contratto di sponsorizzazione": un contratto mediante il quale una parte (sponsor) si obbliga a versare una somma di denaro o a fornire beni o servizi a favore di un terzo (sponsee), che a sua volta si impegna, nell'ambito delle proprie iniziative destinate al pubblico, a diffondere il nome dello sponsor tramite prestazioni accessorie di veicolazione del marchio, del logo o di altri messaggi a favore dello sponsor.

b) per "sponsor" il soggetto che, al fine di incrementare la notorietà dei propri segni distintivi, corrisponde finanziamenti o altre utilità ad altro soggetto (sponsee), veicolatore a fini pubblicitari del segno distintivo individuato dallo sponsor stesso;

c) per "sponsee" il soggetto sponsorizzato che rende una prestazione di mezzi, consistente nella divulgazione dei segni distintivi dello sponsor in modi previsti da contratto.

## Art. 2 – Oggetto e Finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione, da parte di terzi, in occasione di iniziative promosse, organizzate o gestite dall'amministrazione, in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997, nell'art. 119 del D. Lgs. 267/2000, nell'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), nell'art. 30 Legge 488/1999, nell'art. 120 del d.lgs. 42/2004, nell'art. 26 del d.lgs. 163/2006, .

2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione della organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali.

3. Il presente regolamento si prefigge lo scopo di disciplinare le condizioni e gli strumenti normativi necessari per una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione e del loro iter procedurale, nel rispetto dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza.

4. L'amministrazione si riserva la facoltà di pervenire alla formalizzazione di contratti di sponsorizzazione nei quali assume il ruolo di sponsor al fine di favorire la veicolazione della propria immagine o della rappresentazione di proprie politiche e strategie in altri contesti, nella prospettiva di realizzazione di forme di marketing territoriale o dei propri servizi.

5. L'amministrazione perviene alla formalizzazione di contratti di sponsorizzazione nei quali assume la veste di sponsor sulla base di specifiche determinazioni inerenti l'individuazione dei progetti o delle iniziative da sostenere, con esplicitazione della motivazione della scelta delle stesse in relazione al presumibile ritorno d'immagine. Il contratto di sponsorizzazione conseguente deve contenere:

a) le configurazioni generali delle finalizzazioni del rapporto contrattuale;

b) gli obblighi dello sponsor e dello sponsee;

c) i profili economici della sponsorizzazione;

d) le clausole condizionanti il rapporto;

e) gli strumenti di verifica dell'efficacia della sponsorizzazione per l'amministrazione.

**Art. 3 – Progetto di sponsorizzazione**

1. La Giunta assegna al dirigente responsabile gli obiettivi finalizzati all'attuazione della procedura di sponsorizzazione. Il dirigente responsabile predispone apposito progetto di sponsorizzazione, finalizzato ad individuare le possibili iniziative da attivare, previa analisi di mercato.

2. I progetti di sponsorizzazione si suddividono in due macrotipologie:

a) progetti di sponsorizzazione il cui veicolo è rappresentato da un evento correlato alle attività dell'ente; tra questi:

1. sponsorizzazione di eventi sportivi, culturali, sociali e altro;

2. abbinamenti commerciali (es. abbinamento ad un'azienda di un monumento; di una piazza; di una via; di un ponte; di un'isola pedonale; di una fontana; di una pensilina e altro)

3. cura di aree verdi affidate a ditte (il marchio dell'impresa sarà esposto presso il giardino curato dall'ente a spese della ditta o direttamente dalla ditta stessa);

4. servizi di manutenzione e altri servizi erogati dallo sponsor come corrispettivo (illuminazioni natalizie, pulizia giardini, pulizia scuole e palestre, e simili)

5. fornitura di beni (es. panchine, cestini gettacarta, fioriere, rastrelliere porta bicicletta, stampati e altro);

6. fornitura di infopoint e altri strumenti digitali diretti a dare informazioni al cittadino sui servizi erogati dall'ente;

7. sponsorizzazione di opere pubbliche, progettazioni, lavori, direzione lavori, nel rispetto di quanto previsto dal d.lgs. 163/2006;

8. altre iniziative similari a quelle evidenziate nei punti precedenti;

b) progetti di sponsorizzazione il cui veicolo è rappresentato da spazi e immagini riconducibili all'ente; tra questi:

1. sponsorizzazioni sul sito internet dell'ente: trattasi della possibilità di inserire sul sito appositi spazi pubblicitari per le imprese private riservandosi la clausola di gradimento;

2. concessione del marchio dell'ente come strumento promozionale. Trattasi di marchio commerciale di derivazione dello stesso stemma istituzionale, che può essere concesso ad imprese private per l'apposizione dello stesso sui propri prodotti, sulle insegne, in abbinamento ai loghi aziendali ecc.

3. utilizzo a fini pubblicitari di spazi all'interno dell'ente (es. bacheche, ascensori, sale riunioni ritenute idonee, palestre, piscine, impianti sportivi, androni);

4. utilizzo a fini pubblicitari di spazi su documentazione dell'ente (es. buoni mensa, cedolini stipendi, bollette acqua e gas, parking voucher, carta intestata, buste, ecc.);

5. titolazione di spazi (es. sale del teatro, palestre, sale riunioni, altro);

6. abbinamenti commerciali (es. abbinamento ad un'azienda di un monumento; di una piazza; di una via; di un ponte; di un'isola pedonale; di una fontana; di una pensilina e altro);

7. marchiatura delle portiere delle automobili dell'ente;

8. predisposizione di gadget (forniti dallo sponsor) con l'abbinamento ente – azienda sponsorizzata;

9. altri interventi similari a quelli riportati nei precedenti punti, anche riferiti a spazi o immagini che si dovessero rendere disponibili in futuro.

**Art. 4 - Corrispettivi delle sponsorizzazioni**

1. I contratti di sponsorizzazione nei quali l'amministrazione assume ruolo di sponsee possono avere, a titolo di corrispettivo a carico dello sponsor, somme in denaro o la messa a disposizione di beni e di servizi per valore pari a quello del contratto (operazioni permutative).
2. Nel caso di operazioni permutative si assume quale controvalore monetario del contratto, il valore di mercato delle prestazioni o dei beni erogati dallo sponsor.

**Art. 5 - Diritto di rifiuto dei progetti di sponsorizzazione**

1. L'amministrazione si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora manchino o vengano meno durante l'esecuzione del contratto, le limitazioni di cui Legge 449/1997 art. 43 comma 3.

2. L'amministrazione si riserva altresì la facoltà di rifiutare proposte di sponsorizzazioni quando:
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.

3. 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.

4. È inoltre fatto divieto di promuovere prodotti e servizi negli spazi di competenza dell'ente, senza preventiva autorizzazione.

**Art. 6 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione**

1. Le iniziative di sponsorizzazione possono essere prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del piano esecutivo di gestione assegnati al dirigente. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta può formulare indirizzi specifici al dirigente per la attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.

2. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può, inoltre, riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni previsti a carico del bilancio dell'ente nei capitoli di spesa ordinaria.

3. Le iniziative di sponsorizzazione possono comportare per il bilancio dell'ente sia riduzione di spesa, sia incrementi di entrata.

**Art. 7 - Recepimento di iniziative spontanee di potenziali sponsor**

1. L'amministrazione può stipulare contratti di sponsorizzazione anche con soggetti pubblici o privati i quali, intendendo assumere la veste di sponsor di progetti o iniziative dell'ente, manifestino spontaneamente la loro volontà.

2. Le proposte di sponsorizzazione devono evidenziare le forme del supporto e il valore presumibile del corrispettivo della veicolazione pubblicitaria.

**Art. 8 - Procedura di scelta dello sponsor da parte dell'ente**

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dalla amministrazione secondo la disciplina del presente regolamento.

2. La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura ad evidenza pubblica, a mezzo di trattativa privata preceduta, di norma, dalla pubblicazione di apposito avviso.

3. E' tuttavia facoltà dell'ente, 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 di cui al successivo art. 9, scelte mediante procedura ad evidenza pubblica.

4. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio ed eventualmente in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione, quali, ad esempio, inserimento nel sito internet dell'ente ed invio alle associazioni di categoria.

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

a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico capitolato.

b) le clausole operative riguardanti le prestazioni a carico dell'ente per la veicolazione di segni distintivi dello sponsor secondo principi di coerenza con le proprie capacità organizzative e di equilibrio rispetto ai valori della sponsorizzazione complessivamente intesi.;

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

6. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica:

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

b) il corrispettivo della sponsorizzazione;

c) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato.

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

a) per le persone fisiche:

- l'inesistenza delle condizioni a contrattare con la pubblica amministrazione, di cui agli artt. 120 e seguenti della legge 24.11.1981, n. 689, e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
- l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
- l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese);
- la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa .

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.

c) per i soggetti pubblici

- il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti;

- la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.

8. 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.

9. Le offerte di sponsorizzazione, previa istruttoria dell'ufficio, sono approvate con atto deliberativo dalla Giunta tenuto conto di quanto previsto dal presente regolamento.

**Art. 9 - Procedura di sponsorizzazione tramite affidamento incarico di ricerca sponsor**

1. L'ente può decidere di affidare l'incarico per la ricerca di sponsor ad agenzie specializzate nel campo della pubblicità, secondo le procedure per gli appalti di servizi previste dal d.lgs. 163/2006.

2. La procedura di gara viene avviata dall'ente mediante definizione di specifico bando contenente le caratteristiche dell'incarico e la richiesta di presentazione di apposito progetto – offerta.

3. Possono esser individuati quali prerequisiti per l'accesso alla procedura di selezione i seguenti elementi:
- volume d'affari dell'ultimo triennio;
- struttura organizzativa (numero dipendenti, divisioni, filiali ecc.)
- precedenti esperienze nell'ambito delle sponsorizzazioni per gli enti pubblici
- curriculum professionale, con particolare rilievo per l'attività svolta in ambito pubblico

4. L'ente si riserva la facoltà di articolare il punteggio da assegnare agli elementi progettuali piuttosto che a quelli economici, questi ultimi rappresentati dal compenso richiesto, da esprimersi in termini di percentuale sul fatturato da sponsorizzazioni procacciate, in base alla tipologia delle iniziative oggetto del contratto di agenzia.

**Art. 10 - Esplicitazione dell'esclusiva generale o delle esclusive commerciali**

1. L'amministrazione definisce le sponsorizzazioni secondo rapporti in esclusiva generale o commerciale qualora ritenga tale opzione utile per stimolare profili concorrenziali finalizzati al reperimento di maggiori risorse o alla presentazione di proposte di sponsorizzazione maggiormente significative.

2. In relazione a quanto previsto dal precedente comma 1, nei contratti di sponsorizzazione possono essere esplicitate clausole di esclusiva:
a) generale, comportanti la formalizzazione del rapporto con un unico soggetto in veste di sponsor;
b) commerciale, con formalizzazione di più rapporti di sponsorizzazione con soggetti in veste di sponsor, ciascuno individuato come controparte principale ed unica per una specifica categoria merceologica o di attività.

3. L'amministrazione evidenzia la sussistenza di clausole di esclusiva generale o commerciale in tutti gli atti preliminari alla stipulazione dei contratti di sponsorizzazione, in particolare per gli avvisi di sollecitazione alla presentazione di manifestazioni di interesse, nei quali devono essere comunque indicati i criteri di selezione delle proposte di sponsorizzazione concorrenti in relazione alle esclusive.

4. Qualora l'amministrazione ritenga di non voler definire i contratti di sponsorizzazione con clausole di esclusiva ne fornisce chiara indicazione in tutti gli atti preliminari.

5. In ogni caso, le operazioni di sponsorizzazione non determinano alcuna sovrapposizione (e quindi incompatibilità) con altre iniziative coinvolgenti soggetti terzi, quali:
- patrocinio, laddove si prevede una forma di adesione ed una manifestazione di apprezzamento dell'ente ad iniziative ritenute meritevoli per le loro finalità sociali,
- mecenatismo, che si manifesta nel sostegno nei confronti di attività artistiche e culturali
- iniziative di sensibilizzazione correlate a specifici spazi, beni e tematiche di interesse collettivo (adotta un quartiere, adotta un monumento, ....).

## Art. 11 – Contenuti del contratto di sponsorizzazione

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione tra le parti di un apposito contratto nel quale sono richiamati i riferimenti della normativa, dei regolamenti, di specifiche deliberazioni e altri atti amministrativi e stabiliti in particolare:

a) oggetto e finalità;

b) impegni dello sponsor;

c) impegni dello sponsee (ente);

d) il diritto dello sponsor alla utilizzazione degli spazi e degli altri strumenti di veicolazione concessi dallo sponsee;

e) determinazione del corrispettivo della sponsorizzazione;

f) nel caso di operazioni permutative, il controvalore monetario di tali operazioni;

g) eventuale clausola di esclusiva;

h) la durata del contratto di sponsorizzazione;

i) verifiche contrattuali;

l) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

## Art. 12 - Utilizzo delle sponsorizzazioni in relazione a procedure di appalto

1. L'amministrazione può prevedere, nell'ambito di bandi di gara per la selezione di contraenti per appalti di servizi, di forniture o di opere pubbliche inerenti contratti attivi, specifiche clausole inerenti la valutazione di proposte di sponsorizzazione, a parziale scomputo dell'onere correlato al valore dell'appalto.

2. Gli elementi valutativi inerenti le possibili proposte di sponsorizzazione non devono comunque costituire criterio con peso determinante in relazione al complessivo affidamento del servizio.

**Art. 13 - Aspetti fiscali**

1. Quando il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione è determinato in prestazioni di servizi o forniture di beni a carico dello sponsor (operazioni permutative), è fatto obbligo della doppia fatturazione, ovvero la fatturazione dello sponsor all'ente del valore del servizio o del bene, soggetta ad Iva, e la fatturazione dell'ente allo sponsor di un pari importo, sempre soggetta ad Iva, per l'attività di veicolazione svolta a favore dei segni distintivi dello sponsor.

**Art. 14 - Verifiche e controlli**

1. Ogni Settore, ciascuno per le proprie competenze, attraverso l'unità organizzativa competente per materia, è tenuto a verificare periodicamente i contratti di sponsorizzazione, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, dei contenuti tecnici, dei risvolti 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 e comunque l'immediato intervento dello sponsor per il ripristino sui livelli ottimali della prestazione convenuta.

**Art. 15 - 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. 196 del 30.06.2003 e successive modificazioni.

3. Titolare del trattamento dei dati è il Sindaco pro-tempore che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge di cui sopra.

4. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici dell'ente 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. 16 - Rinvio**

1. Per ogni aspetto afferente la materia e l'oggetto contrattuali che non trovi comunque esplicita disciplina nel presente regolamento si fa rinvio:

a) per i profili di disciplina contrattuale, alle disposizioni del Codice Civile ed alla normativa speciale in materia;

b) per l'utilizzo dei marchi e dei segni distintivi al d.lgs. n. 30/2005 e succ.ve modificazioni, nonché ad altra normativa specifica in materia.

# COMUNE DI CERTALDO

Provincia di Firenze

**********

**PARERI** resi ai sensi dell'art. 49, comma 1, del D. Lgs. 18.08.2000 n.267 allegati alla deliberazione di Consiglio Comunale / ~~Giunta Comunale~~:

avente il seguente OGGETTO:
ATTIVITÀ AMMINISTRATIVA - Regolamento sponsorizzazioni - Approvazione

**********

Visto l'art. 49, comma 1, del D. Lgs. 18.08.2000 n.267 esprimo parere favorevole in ordine alla **REGOLARITA' TECNICA** della presente proposta di deliberazione.

☐ ***Vedi sul retro eventuale parere contrario.***

Certaldo, 10/03/2009

IL RESPONSABILE DEL SERVIZIO

**********

☐ Vista la proposta di deliberazione di cui all'oggetto e rilevato che la stessa non presenta aspetti di natura contabile, non esprime alcun parere in merito in quanto non ricorrono gli estremi per l'espressione del parere di cui all'art. 49, comma 1, del D. Lgs. 18.08.2000 n.267.

☒ Vista la proposta di deliberazione di cui all'oggetto esprime parere favorevole in ordine alla regolarità contabile della medesima ai sensi dell'art. 49, comma 1, del D. Lgs. 18.08.2000 n.267.

Certaldo, 12.03.2009

IL RESPONSABILE DI RAGIONERIA

Letto, approvato e sottoscritto.

IL PRESIDENTE
(Avv. Campatelli Giovanni)

IL SEGRETARIO GENERALE
(Dott. Antonio Favara)

CERTIFICATO DI PUBBLICAZIONE

Estratto della presente deliberazione viene pubblicato in copia in data odierna all'albo pretorio per quindici (15) giorni consecutivi ai sensi dell'art.124, comma 1, del D.Lgs 18.08.2000 n.267.

Certaldo, 19 MAR. 2009

IL FUNZIONARIO RESPONSABILE

ESECUTIVITÀ

La presente deliberazione è divenuta esecutiva per decorrenza di giorni DIECI dal termine della pubblicazione all'albo pretorio.

Certaldo, _____

IL FUNZIONARIO RESPONSABILE

La presente deliberazione è stata:

☐ Revocata con atto n. _____ del _____
☐ Modificata con atto n. _____ del _____

Certaldo, _____

IL FUNZIONARIO RESPONSABILE

Estratto dal verbale originale, in carta libera per uso amministrativo.

Certaldo, 19 MAR. 2009

IL FUNZIONARIO RESPONSABILE