



COMUNE DI
TORREVECCHIA TEATINA
Provincia di Chieti

**REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DEL CONTRATTO DI
SPONSORIZZAZIONE E ACCORDI DI COLLABORAZIONE**

(approvato con deliberazione C.C. n. 7 del 30/04/15)

INDICE

Titolo I - CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE E ACCORDI DI COLLABORAZIONE

- Art. 1 - Oggetto del Regolamento
- Art. 2 - Finalità
- Art. 3 - Definizioni
- Art. 4 - Programmazione
- Art. 5 - Le figure dello sponsor e del collaboratore istituzionale
- Art. 6 - Contenuto del contratto di sponsorizzazione e diritti di tutela dell'immagine dell'Amministrazione
- Art. 7 - Altra forma della sponsorizzazione: gli accordi di collaborazione
- Art. 8 - Regole e modalità di pubblicizzazione dello sponsor
- Art. 9 - Ambito di applicazione
- Art. 10 - *Forme di gestione*
- Art. 11 - Vincoli di carattere generale
- Art. 12 - Il Comune di Bucchianico come sponsee
- Art. 13 - Funzione della sponsorizzazione e degli accordi di collaborazione
- Art. 14 - Iniziativa spontanea o per azione di terzi
- Art. 15 - Sponsorizzazioni plurime

Titolo II - MODALITA' DI SCELTA DEL CONTRAENTE

- Art. 16 - Regole generali e comuni
- ART. 17 - Valutazione delle offerte
- Art. 18 - Contratto di sponsorizzazione
- ART. 19 - Pubblicizzazione sponsorizzazione
- Art. 20 - Gli accordi di collaborazione
- Art. 21 - Atto di mecenatismo
- Art. 22 - Compiti specifici dei Responsabili dei Servizi

III - DISPOSIZIONI FINALI

- Art. 23 - Aspetti fiscali
- Art. 24 - Verifiche e controlli
- Art. 25 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni
- Art. 26 - Trattamento dei dati personali
- ART. 27 - Rinvii
- Art. 28 - Entrata in vigore

Titolo I - CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE E ACCORDI DI COLLABORAZIONE

Art. 1 - Oggetto del Regolamento

1. Il presente regolamento disciplina i rapporti afferenti la sponsorizzazione e più in generale gli accordi di collaborazione da parte di terzi in occasione di iniziative promosse, organizzate o gestite dall'amministrazione comunale.

2. Il presente regolamento è adottato in attuazione delle disposizioni di cui all'art. 43 L. 449/97, all'art. 119 D.Lgs. 267/2000 ed all'art. 26 D.Lgs. 163/06 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 nell'art. 31 - comma 3 del CCNL del 22/1/2004, si prefigge lo scopo di realizzare le condizioni e gli strumenti normativi necessari per una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione nel rispetto di criteri di efficienza, efficacia e trasparenza.

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

Art. 2 - Finalità

1. Il Comune di Torrevicchia intende avvalersi di contratti di "sponsorizzazione" e di "collaborazione", essenzialmente:

a) per recuperare maggiori risorse che consentano di ottenere un miglioramento della qualità dei servizi e delle attività del Comune, per realizzare maggiori economie di spesa, anche nel rispetto del patto di stabilità interno di cui all'art. 28 della legge 23 dicembre 1998, n. 448, e successive modificazioni e integrazioni;

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 punti a), b), c).

2. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e associazioni senza fini di lucro costituite con atto notarile, per realizzare o acquisire forniture, servizi, lavori o altre attività già inserite nei programmi di spesa ordinari, con finanziamento a carico del bilancio dell'ente, ovvero finanziati totalmente dallo sponsor previa approvazione del progetto oggetto di sponsorizzazione da parte della Giunta Comunale.

3. 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 copertura di tale spesa da parte dello sponsor, senza oneri economici per l'ente.

4. Tutte le iniziative di sponsorizzazione sottostanno ai seguenti vincoli di buona amministrazione:

a) devono necessariamente essere dirette al perseguimento di interessi pubblici e produrre risparmi di spesa;

b)devono escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;

c)devono essere consone e compatibili con l'immagine del Comune di Torrevecchia

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 e la propria "immagine", in appositi e predefiniti spazi pubblicitari secondo le modalità ed i tempi pattuiti;
- b) per "sponsorizzazione": ogni contributo in beni, servizi, denaro, prestazioni o interventi provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale e/o la propria "immagine";
- c) per "sponsor": ai sensi dell'art. 119 del T.U. approvato con D.Lgs. 18.8.2000, n. 267, 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 del nome,ragione sociale,logo e/o marchio dello sponsor di volta in volta messo a disposizione dal Comune. In nessun caso potranno essere inseriti messaggi pubblicitari(diversi dal solo nome, ragione sociale, logo e/o marchio) all'interno dei documenti recanti comunicazioni istituzionali o in allegato ad essi.

ART. 4 - Programmazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati al Responsabile dell'Unità Organizzativa interessata. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta comunale può formulare, anche in seguito ad iniziativa di privati, indirizzi specifici al Responsabile dell'Unità Organizzativa interessata per la attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.

2. Tutte le conseguenti fasi attuative e gestionali inerenti alle iniziative di cui al precedente comma che precedono sono demandate alla esclusiva competenza del Responsabile dell'Unità Organizzativa interessata, che vi provvede sotto la sua personale responsabilità attraverso le determinazioni dirigenziali.

Art. 5 - Le figure dello sponsor e del collaboratore istituzionale

1.Possono assumere la veste di "sponsor" ovvero di collaboratore istituzionale i seguenti soggetti:

- a) qualsiasi persona fisica, purché in possesso dei requisiti di legge per contrattare ordinariamente con la pubblica Amministrazione;
- b) qualsiasi persona giuridica, avente o meno scopo o finalità commerciali, quali le società di persone e di capitali, le imprese individuali, quelle cooperative (ex art. 2511 cod. civ.), le mutue di assicurazioni e i consorzi imprenditoriali (ex art.2602 cod. civ.);
- c) le Associazioni senza fini di lucro, generalmente costituite con atto notarile, le cui finalità statuarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali di questo Comune;

2. I contratti oggetto del presente regolamento, contratti con i soggetti suddetti, sono posti in essere, per realizzare ovvero beneficiare, a titolo gratuito, di interventi, servizi, prestazioni, beni o attività di nuova realizzazione inseriti, oppure da inserire, nei programmi di spesa, ordinari o straordinari, per i quali è previsto o prevedibile il finanziamento a carico del bilancio dell'Ente; il risultato della sponsorizzazione/collaborazione, si concretizza nella realizzazione di una economia di bilancio totale, parziale, o programmatica, rispetto alla previsione di spesa, in relazione al totale o parziale raggiungimento del previsto risultato da parte dello sponsor e/o dello sponsee, senza oneri per l'Ente, ovvero con oneri ridotti.

Art. 6 – Contenuto del contratto di sponsorizzazione e diritti di tutela dell'immagine dell'Amministrazione

1. Il contratto di sponsorizzazione determina, a fronte di un corrispettivo, costituito da una somma di denaro, ovvero da forniture di beni e/o servizi prestati dallo sponsor a vantaggio del Comune, le modalità e garanzie con cui questo Ente si obbliga a divulgare il nome o il marchio del soggetto sponsorizzante nelle varie estrinsecazioni della propria attività, promuovendone l'immagine.

Art. 7 – Altra forma della sponsorizzazione: gli accordi di collaborazione

1. Con gli accordi di collaborazione, a differenza dei contratti di sponsorizzazione, l'amministrazione comunale chiede al soggetto privato, impresa, associazioni ecc. di collaborare con essa in ambito di attività, oggetto di ordinarie programmazioni, al fine di conseguire tutti gli scopi preordinati e, quindi, caratterizzati da una maggiore ampiezza delle reciproche prestazioni e non limitate a singoli eventi.

2. La finalità perseguita con gli accordi di collaborazione, come per i contratti di sponsor, consistono nel migliorare la qualità dei servizi prestati dal Comune.

Art. 8 – Regole e modalità di pubblicizzazione dello sponsor

1. I contratti di sponsorizzazione e gli accordi di collaborazione, stipulati da questa Amministrazione comunale, prevedono necessariamente clausole inerenti le garanzie e le forme di tutela dei marchi con specificazione dell'utilizzo dei loghi e dei segni distintivi dello sponsor, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.

2. Le modalità di associazione del nome e del marchio del soggetto "sponsorizzante" ovvero di quello "collaborante o sponsor" devono presentare caratteri consoni e compatibili alla natura istituzionale ed alla immagine di pubblica autorità neutrale proprie di questo Comune.

3. L'utilizzazione sia dello strumento della sponsorizzazione che di quello degli accordi di collaborazione, avviene sempre attraverso la stipula di apposito contratto da redigersi in forma scritta.

4. L'Amministrazione comunale può definire, in relazione ai contratti di sponsorizzazione, specifiche clausole relative ai propri segni distintivi qualificando, con appositi atti, lo stemma ufficiale come segno distintivo con tutela pari al marchio.

5. In linea generale, l'attività di pubblicizzazione dello sponsor (o collaborante) è realizzata nei seguenti modi:

a) nel caso di manifestazioni e progetti di tipo culturale, sportivo e sociale, finanziati con risorse economiche derivanti dalla sponsorizzazione, il logo dello sponsor potrà essere inserito sia nel materiale pubblicitario relativo alle iniziative (volantini, inviti, manifesti, depliant, periodico, striscioni, ecc.), sia nel sito WEB del Comune nella pagina dedicata all'informazione sulle manifestazioni e sulle attività organizzate dal Comune a beneficio della cittadinanza;

b) nel caso di interventi mirati alla valorizzazione del territorio, del patrimonio comunale e dell'assetto urbano, del verde pubblico, il Comune realizzerà apposite forme di pubblicizzazione particolarmente visibili all'esterno, quali, ad esempio, il posizionamento di cartelli o di targhe indicanti lo sponsor che finanzia l'intervento o fornisce i beni. Il posizionamento di cartelli o di targhe indicanti lo sponsor, compatibilmente e in rispetto delle norme pubblicitarie, può essere realizzato anche in appositi spazi, compatibilmente e nel rispetto delle norme pubblicitarie e dei valori paesaggistici, diversi rispetto ai siti soggetti dell'intervento da parte dello stesso sponsor.

Art. 9 - Ambito di applicazione

1. Il Comune ricorre esemplificatamente, a forme di "sponsorizzazione" in relazione:

- a) ad attività culturali di differente tipologia;
- b) ad attività sportive;
- c) ad attività di promozione turistica;
- d) ad attività di valorizzazione del patrimonio comunale;
- e) ad attività di restauro e di recupero conservativo di beni artistici, culturali ed ambientali;
- f) ad attività di miglioramento dell'assetto urbano;
- g) ad attività inerenti il servizio di Verde Pubblico e di Arredo Urbano;
- h) ad attività inerenti la Protezione Civile ed i Lavori Pubblici;
- i) ad ogni altra attività di rilevante interesse pubblico (residualmente).

2. Per gli accordi di collaborazione sono attività privilegiate:

- a) la concessione di edifici in degrado, ovvero in disuso, a soggetti privati, i quali, fatta salva la destinazione d'uso li recuperino o restaurino e li utilizzino anche per proprie sedi, per lo stretto tempo necessario per recuperare, attraverso i costi di locazione, le spese sostenute; i canoni dovranno essere adeguatamente ponderati dall'UTC in relazione ai criteri convenzionali di calcolo mediato dalle realtà di mercato e dallo stato degli edifici, fino al termine massimo di anni 30;
- b) la biblioteca e spazi espositivi, ovvero settori specifici di attività delle stesse;
- c) gli impianti sportivi di proprietà comunale;
- d) il restauro, il recupero, l'adeguamento funzionale, la messa a norma, e la gestione di qualsiasi bene pubblico, appartenente al demanio o al patrimonio indisponibile del Comune.

3. Le forme delle suddette collaborazioni non concretizzano comunque l'esclusiva nell'utilizzo dei beni comunali concessi.

Art. 10 - Forme di cogestione

1. Nel caso di beni immobili destinati anche parzialmente a finalità economiche o imprenditoriali, il contratto di collaborazione può prevedere forme di cogestione e non di affidamento esclusivo.

Art. 11 - Vincoli di carattere generale

1. Tutte le iniziative (veicoli pubblicitari) supportate dalle forme, in senso lato, di sponsorship di cui al precedente art. 8, devono essere necessariamente dirette al perseguimento di interessi pubblici con i seguenti vincoli etici:

- a) devono escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
 - b) devono essere consone e compatibili con l'immagine del Comune di Torrevecchia
 - c) devono produrre risparmi di spesa;
 - d) le prestazioni lavorative, ovvero le forniture di beni o servizi, oggetto della sponsorizzazione, dovranno essere eseguite da soggetti qualificati nelle rispettive competenze, secondo i vincoli normativi dei rispettivi ambiti di applicazione (commercio, lavori pubblici, servizi, ecc.), nel rispetto delle finalità di cui all'art. 2.
2. Sono in ogni caso categoricamente escluse le sponsorizzazioni riguardanti:
- a) propaganda di natura politica, sindacale o religiosa;
 - b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione dei tabacchi, prodotti alcolici e, materiale pornografico;
 - c) messaggi offensivi incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

Art. 12 - Il Comune di Torrevecchia come sponsee

1. Con l'approvazione del presente regolamento e nel rispetto dello stesso il Consiglio Comunale autorizza in via generale la Giunta Comunale, quindi il Responsabile competente per servizio, ad avvalersi di sponsorizzazioni e collaborazioni per il conseguimento di finalità d'interesse pubblico, diretto (fornitura di beni e servizi) e indiretto (recupero e miglioria del bene immobile).

2. La Giunta Comunale, nel rispetto del presente regolamento, autorizza per le attività del Comune il ricorso al finanziamento tramite sponsorizzazioni o collaborazioni, in via generale con l'approvazione del PEG (Piano Esecutivo di Gestione) e le sue successive variazioni ovvero, per iniziative specifiche, con apposite deliberazioni i cui benefici andranno rendicontati nel conto consuntivo.

3. Tutte le conseguenti fasi attuative e gestionali inerenti alle iniziative di cui ai due commi che precedono sono demandate alla esclusiva competenza del Responsabile del Servizio preposto al servizio interessato (o maggiormente interessato), che vi provvede sotto la sua personale responsabilità attraverso le determinazioni dirigenziali, in stretta collaborazione con il Responsabile del Servizio finanziario che integra ed aggiorna all'uso il PEG comunale.

4. Per attività di particolare rilevanza è ammessa e auspicata la collaborazione dei Responsabili dei servizi, che sono chiamati a soddisfare e garantire l'adempimento delle ulteriori incombenze riportate nell'art. 18.

Art. 13- Funzione della sponsorizzazione e degli accordi di collaborazione

1. La sponsorizzazione, come gli accordi di collaborazione, rappresentano strumenti tramite i quali il Comune acquisisce da soggetti terzi risorse finanziarie e/o strumentali (beni, forniture e servizi) finalizzati alla:

- a) realizzazione di opere e di lavori pubblici, concernenti i beni mobili e immobili, la cui esecuzione rimane a carico di questo Comune;
- b) interventi sugli elementi architettonici e sulle superfici decorate di beni del patrimonio culturale, sottoposti alle disposizioni di tutela di cui al D.Lgs. 490/99 e della D.Lgs. 42/2004 e succ. modificazioni ed integrazioni;
- c) programmazione, progettazione ed esecuzione di iniziative culturali e di OO.PP.;
- d) concretizzazione di attività progettuali, o più genericamente, di iniziative da realizzarsi da parte del Comune;
- e) realizzazione di iniziative riconducibili ai fini propri di questo Comune.
- f) alla realizzazione di interventi sociali in favore dei minori e degli anziani;
- g) alla realizzazione di manifestazioni culturali e sociali;

2. Nell'ottica del conseguimento di un pubblico beneficio nonché di economie di bilancio e gestione, le sponsorizzazioni e gli accordi di collaborazione potranno anche consistere nella esecuzione di opere e lavori pubblici espletati direttamente da altro soggetto (se dotato dei requisiti di legge) investito di tale onere dal soggetto sponsorizzante o collaborante.

3. Il Responsabile del servizio individua il contraente per il tramite di procedure concorrenziali di evidenza pubblica, secondo quanto più dettagliatamente specificato nel successivo art. 15 del presente regolamento. E' fatto salvo l'obbligo del Comune della sorveglianza e della vigilanza sugli interventi, con particolare riguardo alla esecuzione di lavori su beni pubblici.

Art. 14 - Iniziativa spontanea o per azione di terzi

1. La sponsorizzazione e gli accordi di collaborazione possono avere origine per:

- a) iniziativa spontanea dell'Amministrazione Comunale;
- b) iniziativa di uno qualsiasi dei soggetti indicati nel precedente art. 4 di questo Regolamento.

2. Qualora l'iniziativa si correli alla proposta di soggetti terzi, essa - ferme restando le modalità di scelta del contraente di cui al Titolo II che segue - deve essere riconosciuta e valutata come utile agli interessi e confacente agli scopi istituzionali di questo Ente con riferimento alle sue componenti economiche, qualitative ed organizzative.

3. Il riconoscimento della utilità della proposta di cui al comma 2, che immediatamente precede, avviene, in via convenzionale, mediante l'inserimento della stessa nel P.E.G. (Piano Esecutivo di Gestione), ovvero attraverso la deliberazione di Giunta che riconosca la corrispondenza dell'iniziativa con le finalità dell'ente.

4. Per tipologie di opere inserite nei prezziari ufficiali in materia di lavori pubblici, su beni ed immobili comunali, compreso strade, infrastrutture e opere di urbanizzazione, l'utilità è attestata dal Responsabile del servizio competente in relazione alla sussistenza dell'obbligo di manutenzione del bene stesso.

Art. 15 - Sponsorizzazioni plurime

Sono sempre ammesse le sponsorizzazioni plurime di una singola manifestazione o iniziativa.

Titolo II - MODALITA' DI SCELTA DELCONTRAENTE

Art. 16 - Regole generali e comuni

1. La scelta dello sponsor avviene, di norma, con procedure ad evidenza pubblica - che comunque tengano conto e si adattino alla peculiare atipicità dei rapporti in questione - tese a garantire la parità di trattamento tra i soggetti potenzialmente interessati alle iniziative oggetto di sponsorizzazione ovvero di accordi di collaborazione, ma anche e soprattutto, la versatilità e agilità dell' istituto nell'evidente e irrinunciabile beneficio per l'Ente.

2. È ammessa la procedura negoziata, previa adeguata motivazione, con specifico riferimento:

- a) alle ipotesi di iniziative che per le loro peculiarità e caratterizzazioni facciano fondatamente ritenere che ove anche si sperimentassero gli incanti o le licitazioni questi andrebbero verosimilmente deserti;
- b) alle ipotesi in cui si tratti di forniture di beni e servizi che un solo soggetto sia in grado di offrire con quelle specifiche caratteristiche;
- c) alle ipotesi in cui l'urgenza dell'iniziativa non consenta l'indugio degli incanti o delle licitazioni;
- d) ad ogni altra situazione in cui ricorrano speciali ed eccezionali circostanze per le quali non appaia né utile né congruo il ricorso alle procedure degli incanti e delle licitazioni e facendo riferimento alle pertinenti norme;
- e) alle ipotesi di modico valore economico della sponsorizzazione, da indicarsi entro il limite di:
 - a) € 20.000,00 per iniziative non attinenti l'esecuzione di opere pubbliche;
 - b) € 100.000,00 per opere classificabili come tali;
 - c) € 300.000,00 per opere di restauro di beni architettonici e ambientali secondo i criteri già individuati.

2. Per le iniziative di importo inferiore a € 20.000,00, in analogia a quanto disposto dalla vigente normativa per gli appalti di lavori pubblici, il Responsabile del Servizio, acquisito il parere di Giunta se non previsto nel piano esecutivo di gestione, procede alla stipula del contratto di sponsorizzazione.

3. Per le iniziative che contemplino contemporaneamente diverse categorie di forniture (beni - servizi - oo.pp) la somma cui fare riferimento per l'applicazione del presente regolamento è quella complessiva riferita alla singola iniziativa di sponsorizzazione;

4. nel caso di sponsorizzazione plurima tale limite va riferito all'intervento dei singoli sponsor.

5. Per tutti gli altri casi è prevista la preventiva procedura di evidenza pubblica in cui vengono resi noti i criteri per l'individuazione del contraente.

6. Tutte le somme sono da intendersi escluse di I.V.A.

7. Qualora l'iniziativa della sponsorizzazione o di accordi di collaborazione sia proposta da privati o da soggetti terzi, il Comune garantisce adeguate forme di

pubblicità e di concorrenza al fine di comparare l'offerta ricevuta con possibili ulteriori offerte migliorative.

8. È tassativamente da escludere qualsiasi forma di concorrenzialità strumentale ovvero di trattativa privata plurima sulla medesima iniziativa.

9. A tal fine il contratto di sponsorizzazione si ritiene definitivamente approvato trascorsi 15gg. dalla data di scadenza della pubblicazione degli atti presso l'albo pretorio.

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

a) l'oggetto della sponsorizzazione o accordi di collaborazione e i conseguenti obblighi dello sponsor o collaboratore, secondo i contenuti dello specifico capitolato o progetto di sponsorizzazione o accordi di collaborazione.

b) l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario;

c) l'esatta determinazione degli obblighi a carico del Comune;

c) le modalità, i termini di presentazione ed i criteri di valutazione dell'offerta.

11. 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;

b) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato e/o nel progetto di sponsorizzazione o accordi di collaborazione.

c) l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.

12. All'offerta vanno allegati le seguenti autocertificazioni attestanti:

a) per le persone fisiche:

a.1) il possesso dei requisiti di cui all'art.38 del D.Lgs. N°163/2006 e l'inesistenza delle condizioni ostative 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;

a.2) l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;

a.3) l'inesistenza a suo carico di provvedimenti limitativi della piena capacità di agire.

b) per le persone giuridiche:

B.1) che l'impresa si iscriva alla C.C.I.A.A. e non si trovi in nessuna delle condizioni che comportano l'incapacità a contrarre con la P.A.;

b.2) il possesso dei requisiti di cui all'art.38 del D.Lgs. N°163/2006 e l'inesistenza delle condizioni ostative 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 riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza, deve essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti;

B.3 la mancanza del perseguimento di finalità di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;

B.4. il non trovarsi in stato fallimentare, liquidazione coatta amministrativa, amministrazione controllata, concordato preventivo e non avere procedimenti fallimentari in corso.

ART.17 - Valutazione delle offerte

1. Le offerte verranno valutate da una apposita Commissione, individuata ai sensi del vigente regolamento comunale per la disciplina dei contratti, in base

ai criteri indicati nell'avviso pubblico o nella lettera di invito, finalizzate a reperire la disponibilità della sponsorizzazione o della speciale attività di collaborazione, da stabilirsi e disciplinarsi sulla base e in relazione alla tipologia dell'intervento.

Art. 18 - 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 e del Comune;
- d) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

ART. 19 - Pubblicizzazione sponsorizzazione

1. In relazione alla tipologia di sponsorizzazione, l'attività di pubblicizzazione dello sponsor da parte del Comune potrà essere realizzata, esemplificativamente, mediante inserimento del logo dello sponsor:

- in volantini, inviti, manifesti relativi ad attività/iniziative istituzionali;
- nel periodico comunale;
- nel sito WEB del Comune;
- in apposite targhette o cartelli;
- striscioni pubblicitari
- tabelloni informativi comunali per informazioni e comunicazioni alla cittadinanza (tipo display)

Art. 20 - Gli accordi di collaborazione

1. Gli accordi di collaborazione di cui all'art. 7, stante la loro natura di più spiccata valenza economica e di interesse imprenditoriale dell'altro contraente, sono più puntualmente sottoposti al rispetto delle regole dell'evidenza pubblica e previo regime di raffronto fra più possibili concorrenti.

2. A tal fine la "collaborazione" è sottoposta, in relazione alla diversa natura delle prestazioni, alla preventiva approvazione della procedura di gara, secondo i criteri convenzionali da sottoporsi ad una successiva operazione di sponsorizzazione.

3. Qualora uno o più soggetti risultassero interessati, a seguito dell'apposito avviso, alla realizzazione dell'iniziativa, l'Amministrazione provvede ad espletare apposita gara, da espletarsi col metodo dell'offerta economicamente più vantaggiosa, tra i soggetti che ne abbiano fatto valida richiesta e l'originario proponente.

Art. 21 - Atto di mecenatismo

1. Le sponsorizzazioni offerte o proposte da privati o da enti e soggetti giuridici privi di finalità di lucro, specie ove il ritorno di natura pubblicitaria appaia del tutto tenue e prevalga l'aspetto di un sostanziale contratto a prestazioni economicamente unilaterali, con la prevalenza di profili c.d. di "mero mecenatismo" da parte dello sponsor, non sono soggette alla procedura selettiva di cui sopra ma sono formalizzate, previo

inserimento nel PEG, con provvedimento di affidamento diretto del Responsabile del Servizio, qualunque sia il valore della prestazione resa.

Art. 22 - Compiti specifici dei Responsabili dei Servizi

1. Le modalità di definizione del contraente e tutti i contenuti contrattuali, come più in generale l'intera gestione della pratica e del rapporto, si radicano nelle esclusive competenze dei Responsabili dei Servizi, ai sensi del vigente regolamento per il funzionamento degli uffici e dei servizi.

III - DISPOSIZIONI FINALI

Art. 23 - Aspetti fiscali

1. Il Comune emette fattura allo sponsor di importo pari al contributo economico ricevuto. Qualora la sponsorizzazione venga effettuata con lavori, servizi e beni, lo sponsor provvederà a fatturare al Comune l'importo stimato, con il contratto di sponsorizzazione, del valore dei lavori, servizi o dei beni. A sua volta, il Comune provvederà ad emettere fattura per uguale importo, a titolo di sponsorizzazione. Allo sponsor compete altresì il pagamento della somma dovuta per imposta sulla pubblicità per insegne e/o cartelli ridotta al 50%.

Art. 24 - Verifiche e controlli

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

Art. 25 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

1. L'amministrazione comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare o risolvere in danno, previo preavviso e diffida di 15 gg., qualsiasi beneficio di sponsorizzazione qualora ravvisi gli estremi documentati della violazione dell'art. 10.

Art. 26 - 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 in materia di protezione dei dati personali.
3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Torrevicchia nel suo complesso. Il competente organo di governo può nominare uno o più responsabili del trattamento.
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. 27 - Rinvii

1. Per quanto non espressamente previsto nel presente regolamento, troveranno applicazione:

- a) norme comunitarie, nazionali e regionali;

b) lo Statuto comunale;

c) i Regolamenti comunali;

2. Le norme del presente regolamento s'intendono modificate per effetto di sopravvenute norme di carattere sopraordinato.

3. In tali casi, in attesa della formale modifica del presente Regolamento, si applica la normativa sopravvenuta.

Art. 28 - Entrata in vigore

1. Il presente Regolamento entra in vigore dalla data d'esecutività della deliberazione consiliare.