



COMUNE DI CIVITAVECCHIA
PROVINCIA DI ROMA

VERBALE DI DELIBERAZIONE N. 136
DEL CONSIGLIO COMUNALE

Adottata dal Consiglio Comunale nella seduta del 22/12/2010 in sessione Straordinaria di Prima convocazione.

OGGETTO: REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI - APPROVAZIONE.

L'anno duemiladieci, addì ventidue del mese di dicembre alle ore 10:00 in Civitavecchia, nella Sala Consigliare del Palazzo Comunale, previo espletamento di tutte le formalità prescritte dalle disposizioni vigenti, si è riunito il Consiglio Comunale in Sessione Straordinaria ed in seduta Pubblica di Prima convocazione.

Sono presenti i Consiglieri:

1	MOSCHERINI GIOVANNI	P	17	SCOTTI SANDRO	A
2	CAPPELLANI FRANCESCO	P	18	FIorentini MARIO	P
3	MARINO PASQUALE	P	19	DE PAOLIS SANDRO	P
4	REGINELLA FABRIZIO	P	20	PERELLO DANIELE	P
5	DI MARCO LUIGI	P	21	BIANCHINI IVANO	P
6	SANTU MARIO GIOVANNI	P	22	BERGODI GIANFRANCO	P
7	BIANCHINI PIERLUIGI	P	23	PORRO NICOLA	P
8	SBROZZI RICCARDO	P	24	COSIMI ROBERTO	P
9	PALLASSINI PIER PAOLO	P	25	MECOZZI MIRKO	P
10	SMERAGLIA ALESSIO	P	26	TIDEI MARIETTA	P
11	VITALI DIMITRI	P	27	PIENDIBENE MARCO	A
12	CECCHI ANNITA	P	28	GATTI ALESSIO	A
13	LA CAMERA CLAUDIO	P	29	GUERRINI MAURO	A
14	CERRONE MIRKO	A	30	MANUEDDA ALESSANDRO	P
15	BALLONI ALVARO	A	31	PETRELLI VITTORIO	P
16	IACOMELLI GIANFRANCO	P			

PRESENTI: 25

ASSENTI: 6

Accertato il numero legale per la validità dell'adunanza Il Presidente del Consiglio, Dott. Francesco Cappellani, assume la Presidenza e dichiara aperta la seduta, alla quale assiste il Segretario Generale Avv. Luigi Annibali.

Sono presenti gli Assessori: PIERFEDERICI ANDREA, NUNZI MAURO, FRASCARELLI GIANCARLO, CAMPIDONICO MAURO

Assumono le funzioni di scrutatori i Signori: DI MARCO LUIGI, BIANCHINI IVANO, COSIMI ROBERTO

Illustra il provvedimento il consigliere Vitali.

Interviene il consigliere Manuedda il quale chiede alcune spiegazioni al Segretario Generale.

Il Segretario Generale legge i pareri delle circoscrizioni.

Per dichiarazioni di voto interviene il consigliere Manuedda.

OMISSIS

E, pertanto,

IL CONSIGLIO COMUNALE

- Esaminata l'allegata proposta dell'ufficio Giunta e Consiglio n. 5 del 9/2/2010;
- Visto il parere in ordine alla regolarità tecnica espresso ai sensi dell'art. 49 del D.Lgs. n. 267/2000;
- Visto il parere di conformità alle norme vigenti espresso dal Segretario Generale;
- Visto il parere espresso dalla I° Circoscrizione;
- Visto il parere espresso dalla II° Circoscrizione;
- Visto il parere espresso dalla III° Circoscrizione;
- Visto l'esito della votazione sulla proposta, accertata dagli scrutatori signori: Di Marco, Bianchini Ivano e Cosimi, proclamato dal Presidente e che ha dato il seguente risultato:

PRESENTI	25	VOTANTI	21
FAVOREVOLI	20		
CONTRARI	1 (Manuedda)		
ASTENUTI	4 (Tidei, Petrelli, Cosimi e Porro)		

DELIBERA

1. Approvare l'allegata proposta dell'ufficio Giunta e Consiglio n. 5 del 9/2/2010, facente parte integrante e sostanziale del presente provvedimento.
2. Successivamente il presente provvedimento, con separata votazione, viene dichiarato immediatamente eseguibile, ai sensi dell'art. 134, 4° comma, del D.Lgs. n. 267/2000 con voti favorevoli 20, contrari 1 (Manuedda) su presenti 25 e votanti n. 21 essendosi astenuti i consiglieri Tidei, Petrelli, Cosimi e Porro.

OGGETTO: REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI - APPROVAZIONE.

PRESO ATTO:

- della necessità di regolamentare le attività di sponsorizzazione da parte di terzi, in occasione di iniziative promosse, organizzate o gestite dall'amministrazione;

RITENUTO:

- di dover, in particolare modo, disciplinare le condizioni e gli strumenti necessari per una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazioni e del loro iter procedurale;

VISTO CHE:

- lo schema di regolamento è stato trasmesso ai dirigenti con le note 17/7/2009 prot. n. 32649 e 3/9/2009 prot. n. 41342, ai fini della necessaria concertazione;

RITENUTO:

- di dover procedere all'approvazione del Regolamento in questione, nel rispetto dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza;

VISTO l'art. 43 della legge 27/12/1997 n. 449;

VISTO l'art. 120 del D.Lgs. 22/1/2004 n. 24;

VISTO l'art. 26 del D.Lgs. 12/4/2006 n. 163

VISTO l'art. 119 del D.Lgs. 18/8/2000 n. 267;

VISTO lo Statuto Comunale

PROPONE DI DELIBERARE

Per le motivazioni espresse di cui in premessa:

1. Approvare il “Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni” composto da n. 20 articoli, che allegato al presente atto ne costituisce parte integrante e sostanziale.
2. Rendere il presente atto immediatamente esecutivo ai sensi dell’art. 134, comma 4, del D.Lgs. 267/2000 e s.m.i.

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

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 al 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 dal contratto.
 - d) Per **“spazio pubblicitario”**: lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dall’Ente per la pubblicità dello sponsor.

Art. 2 – 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. 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 dell'organizzazione dell'ente e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali.

Art. 3 – Oggetto

1. 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.
2. 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.
3. 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. 4 – Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari.

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e associazioni senza fini di lucro, 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.

Art. 5 – Progetto di sponsorizzazione.

1. Sulla base delle linee di indirizzo definite dal Consiglio Comunale, 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 dall'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. 6 – 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. 7 – Diritto di rifiuto dei progetti di sponsorizzazione.

1. L'amministrazione si riserva, a suo insindacabile giudizio, di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora manchino o vengano meno durante l'esecuzione del contratto, le limitazioni di cui alla legge 449/1997 art. 43 comma 3.
2. L'amministrazione si riserva, altresì, la facoltà di rifiutare proposte di sponsorizzazione 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. E' inoltre fatto divieto di promuovere prodotti e servizi negli spazi di competenza dell'ente, senza preventiva autorizzazione.

Art. 8 – 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.
4. Le somme previste nei capitoli interessati alla sponsorizzazione che risultano non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto, sono considerate economia di spesa.
5. Nell'ambito del PEG o 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. 9 – 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. 10 – 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. 11, 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 (o progetto di sponsorizzazione);
 - b) le clausole operative riguardanti le prestazioni a carico dell'ente per la veicolazione di segni distintivi dello sponsor secondo i 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 (o nel progetto di sponsorizzazione).
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 e valutazione dell'ufficio competente, sono approvate con atto deliberativo dalla Giunta tenuto conto di quanto previsto dal presente regolamento.
 10. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Dirigente del servizio; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato (o nel progetto di sponsorizzazione).

Art. 11 – 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 essere 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 relativo alle sponsorizzazioni procacciate, in base alla tipologia delle iniziative oggetto del contratto di agenzia.

Art. 12 – 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:
 - d) generale, comportanti la formalizzazione del rapporto con un unico soggetto in veste di sponsor;
 - e) 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 clausola 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. 13 – 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 stabiliti in particolare:
 - a) oggetto e finalità;
 - b) gli obblighi assunti dallo 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;
 - j) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

Art. 14 – 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 di servizio.

Art. 15 – Aspetti contabili.

1. Le risorse provenienti da contratto di sponsorizzazione sono iscritte nel bilancio di previsione ad inizio anno, o durante l'anno con successiva variazione, sulla base di criteri prudenziali.
2. Le risorse individuate come maggiori entrate sono contabilizzate tra le entrate extratributarie al titolo III categoria 1. Le risorse individuate come minori spese sono comunque contabilizzate a bilancio in entrata e in spesa per pari importo, al fine di consentire la regolarizzazione ed il rispetto della normativa fiscale.
3. Le risorse individuate come minori spese e costituenti nella fornitura da parte dello sponsor di beni durevoli sono contabilizzate nel conto del patrimonio e sono oggetto di ammortamento economico.
4. Le risorse provenienti da contratto di sponsorizzazione sono altresì contabilizzate nel rendiconto (conto del bilancio, conto del patrimonio e conto economico) nel rispetto della normativa e dei principi contabili vigenti.

Art. 16 . Aspetti fiscali.

1. Le iniziative derivanti da contratto di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale per la cui applicazione il presente regolamento fa rinvio.
2. Il valore della fatturazione corrisponde all'importo della somma direttamente erogata.
3. In particolare, 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 la 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. 17 – Utilizzo dei risparmi derivanti dalle sponsorizzazioni.

1. I risparmi derivanti dai contratti di sponsorizzazione, determinati quale differenza tra il valore monetario della sponsorizzazione e gli oneri diretti effettivi sostenuti dall'ente per lo svolgimento dell'attività di veicolazione, sono ripartiti secondo le seguenti finalità:
 - a) nella misura del...% sono destinati alla implementazione del fondo di retribuzione di posizione e di risultato della dirigenza e del fondo di retribuzione di risultato dei dipendenti;
 - b) nella misura del...% sono destinati al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio;
 - c) nella misura del...% confluiscono nell'avanzo di amministrazione, quali economie di bilancio.
2. Le somme previste nei capitoli interessati alla sponsorizzazione che risultano non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto, sono considerate risparmi di spesa.

Art. 18 – Verifiche e controlli.

1. I contratti di sponsorizzazione sono soggetti a periodiche verifiche da parte del servizio competente per materia (e comunque quello indicato nel PEG), 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. 19 – 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 30/6/2003 e successive modificazioni.
3. Titolare del trattamento dei dati è l'ente nella persona del 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. 20 – Rinvio

1. Per ogni aspetto afferente la materia e l'oggetto contrattuale 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 successive modificazioni, nonché ad altra normativa specifica in materia.

Attività teatrale: sponsor istituzionale

Condizioni a modalità della presenza di immagine della Parte Privata nell'ambito dell'attività del Teatro.

Il Teatro riconosce alla Parte Privata, intendendosi come Parte Privata la Soc e/o le altre Società che hanno concordato con la Soc..... l'intervento, il ruolo di sponsor istituzionalmente presente, con le modalità precisate in appresso, nell'attività artistica prevista nel proprio cartellone ordinario.

Tale ruolo si articola in tre condizioni di base:

1) presenza dello sponsor sotto il profilo promozionale e pubblicitario;

-il Teatro si impegna ad inserire gli elementi identificativi degli sponsor (marchio *e/o* logo) nella forma da essi indicata e nelle misure concordate, nelle pubblicazioni e nei materiali di stampa ufficiali del Teatro, come in appresso specificati:

a) locandina, manifesti, pubblicità esterna e quant'altro predisposto, ivi compresi spot ed inserimenti audiovisivi e radiofonici;

b) programmi ufficiali di sala (nel programma di ciascuna produzione d'opera verrà messa a disposizione dello sponsor una pagina a titolo gratuito, per presenza istituzionale).

-la Parte Privata si impegna a fornire al più presto, e comunque non oltre 30 giorni dalla firma del contratto tutte le indicazioni tecnicamente necessarie per consentire l'apposizione dei propri elementi identificativi sul materiale di cui sopra;

-il Teatro avrà la facoltà di stipulare con terzi accordi di sponsorizzazione specifica, relativi a cicli di rappresentazioni o a singole produzioni, sempreché la Parte Privata non intenda procedere a dette sponsorizzazioni alle stesse condizioni praticate al terzo.

In ogni caso gli eventuali accordi di sponsorizzazione stipulati con terzi dovranno salvaguardare l'esclusiva merceologica della Parte Privata e garantire, per quanto attiene l'immagine del terzo e i contenuti della sponsorizzazione, un livello di qualità adeguato a quello della Parte Privata e del Teatro;

-la Parte Privata avrà diritto all'utilizzo di una rappresentazione ("serata di gala") per ogni stagione di produzione, da individuarsi di comune accordo con il Teatro.

L'esercizio di tale diritto si concretterà nella possibilità per la Parte Privata di acquisire, per la recita consensualmente individuata, un numero idoneo di biglietti a pagamento al di fuori dei posti concessi in abbonamento;

-il Teatro si impegna a tenere a disposizione della Parte Privata n. ... poltrone di platea per ogni rappresentazione.

Il Teatro, fermo restando quanto sopra, si impegna a trattare con carattere di preferenzialità le eventuali richieste della Parte Privata di ulteriori biglietti d'ingresso;

-la Parte Privata avrà diritto di prelazione, o di eventuale partecipazione insieme ad altri sponsor, sulle attività connesse alla produzione lirica, come riprese televisive e registrazioni foniche, nonché per attività collaterali e all'estero, con assunzione dei costi relativi;

-la Parte Privata avrà diritto di essere presente alle conferenze stampa promosse dal Teatro nel quadro della presentazione del programma della stagione artistica.

Il Teatro dovrà tempestivamente comunicare alla Parte Privata la data di effettuazione della conferenza stampa e la stessa dovrà, altrettanto tempestivamente, confermare al Teatro la propria partecipazione.

2) iniziative autonome di pubblicizzazione della sponsorship;

-la Parte Privata avrà il diritto di programmare, dandone tempestivamente informazione al Teatro, iniziative di pubblicizzazione del suo intervento mediante campagne promo-pubblicitarie e di informativa sui massmedia, impegnandosi comunque a non ledere in alcun modo il prestigio e l'autonomia del Teatro;

-la Parte Privata avrà la facoltà di utilizzare spazi promo-pubblicitari all'interno ed all'esterno del complesso teatrale, ove tale opportunità fosse consentita dal Teatro anche nei riguardi di terzi, con assunzione dei relativi costi di impianto e di realizzazione.

3) periodo di durata.

-le modalità sopra definite avranno validità dal 1° ottobre al 30 settembre (complessivamente anni.....), per consentire alla Parte Privata una programmazione pluriennale della politica di valorizzazione della sponsorship.

Sponsorizzazione di un convegno

Si conviene e si stipula quanto segue:

Art. 1 - L'Ente si impegna ad eseguire le seguenti prestazioni pubblicitarie per tutto il tempo di validità del presente contratto stabilito dall'art. 6):

- a) Nell'atrio antistante la scala d'accesso alla sala convegni verrà poggiata in posizione rigida una bacheca all'interno della quale sono visibili dei manifesti pubblicitari. La bacheca avrà le seguenti dimensioni: cm 130 x 50 x 5.
- b) Al centro delle quattro pareti della sala convegni, ad una distanza dal soffitto di cm. 150, verranno affissi altrettanti manifesti pubblicitari dalle dimensioni di cm. 150 x 50.
- c) Ai piedi del tavolo della presidenza, in posizione centrale, ben visibile al pubblico, verrà esposta una targa metallica con il marchio della sponsorizzante di cm. 100 x 30.
- d) Il personale d'ordine terrà affissa sulla giacca, nella parte alta, a sinistra del petto, un distintivo di cm. 3 di diametro con il marchio della sponsorizzante.
- e) Il portavoce ufficiale nel discorso di apertura ed in quello di chiusura dei lavori dirà al pubblico che il convegno è stato patrocinato dalla sponsorizzante.
- f) La sponsorizzante, nei momenti di pausa del convegno, farà circolare delle proprie hostess vestite con i colori della sponsorizzante, che distribuiranno in omaggio ai presenti del materiale pubblicitario di vario genere (depliant, block notes, penne, cartelle ecc).

Art. 2 - La sponsorizzante potrà:

- a) effettuare riprese audiovisive e scattare fotografie all'interno dei locali del Convegno, senza per questo creare disturbo o intralciare i lavori del convegno. Il materiale fotografico ed audiovisivo resterà di proprietà della sponsorizzante che potrà utilizzarlo senza limiti e neppure condizioni per tutto il tempo che lo desidera essendo, al riguardo, influente la durata del contratto.
- b) acconsente che analoghe riprese possano essere effettuate, alle stesse condizioni di cui al precedente punto a), anche della sponsorizzata e da terzi.

Art. 3 - Il materiale pubblicitario verrà fornito dalla sponsorizzante

Art. 4 - La sponsorizzante si impegna ad avere cura del materiale pubblicitario evitando manomissioni, spostamenti o deterioramenti. Accadendo ciò, per cause non imputabili a negligenza della sponsorizzata, quest'ultima dovrà tempestivamente avvertire la sponsorizzante perché provveda a rifornire il nuovo materiale che la sponsorizzata ripristinerà nella forma originaria.

Art. 5 - Nel corso di validità del presente contratto nessuna modifica potrà essere apportata alle prestazioni pubblicitarie di cui ai precedenti articoli, se non verrà preliminarmente accettata da entrambe le parti.

Art. 6 - Il presente contratto avrà la durata di giorni _____ e cioè dal _____ al _____ .
Non sono **ammessi rinnovi taciti**.

Art. 7 - Per le prestazioni pubblicitarie oggetto del presente contratto, la sponsorizzante corrisponderà alla sponsorizzata un compenso forfetario di €. più Iva, da versare in unica soluzione alla sottoscrizione del presente.

A fronte del pagamento di cui sopra, la sponsorizzata rilascerà regolare fattura.

Art. 8 - La sponsorizzata potrà eseguire altre sponsorizzazioni con altre imprese, purché siano rispettati i seguenti limiti e condizioni:

- a) non potrà eseguire sponsorizzazioni con ditte produttrici o distributrici di ed di qualsiasi **genere**.
- b) non potrà eseguire sponsorizzazioni per conto delle seguenti ditte: , che sono considerate concorrenti della sponsorizzante.
- c) Manifesti, targhe e distintivi delle ditte devono essere di dimensioni inferiori a quelle della sponsorizzante.

Art. 9 - Il presente contratto potrà risolversi anticipatamente nei seguenti tre casi:

- a) per accordo in tal senso preso dalle parti, che stabiliranno pure la definizione dell'aspetto economico.
- b) In questo caso l'inadempiente ha l'obbligo di risarcire il danno, il cui ammontare se non viene stabilito di comune accordo, può essere rimesso al responso di tre tecnici, liberi professionisti, scelti dalle parti ovvero – restando infruttuoso questo tentativo di risoluzione bonaria – rimettendosi al responso della magistratura ordinaria.
- c) per comprovate cause di forza maggiore. In questo caso non si farà luogo al risarcimento del danno, ma la sponsorizzata restituirà una somma proporzionata al tempo in cui la prestazione pubblicitaria non è stata o non sarà eseguita.

Art. 10 - Il pagamento dell'imposta sulla pubblicità, se dovuta, e la tassa di registrazione del presente contratto sono a carico della sponsorizzante. Gli eventuali diritti sulle pubbliche affissioni, invece, sono a carico della sponsorizzata.

Art. 11 - Per quanto altro non esplicitamente previsto nel presente contratto, ci si rimette alle norme del Codice Civile.

Le Parti

Sponsorizzazione di una mostra

Premesso:

- che il comune intende organizzare una mostra celebrativa di _____;
- che detta mostra, che sarà tenuta presso il Palazzo, sito in Piazza _____ si svolgerà dal _____ al _____;
- che è interesse della ditta _____ accostare la propria immagine alla suddetta mostra con le modalità di seguito descritte;
- che, all'uopo con determinazione dirigenziale n. _____ del _____ il comune ha affidato la sponsorizzazione della mostra alla ditta _____, parte del presente contratto;
- che, pertanto, è necessario che le parti regolino i reciproci rapporti secondo i termini e le condizioni previste nel presente contratto;

tutto ciò premesso, si conviene e stipula quanto segue:

1. Oggetto del contratto.

Il presente contratto ha per oggetto la sponsorizzazione da parte della ditta della mostra dedicata a..... in via di allestimento da parte del comune.

2. Obbligazioni del comune

Il comune sponsorizzato, al fine del conseguimento del contributo finanziario da parte della ditta e di cui al successivo art. 3 si impegna a: -organizzare una conferenza stampa ed una manifestazione pubblica cui potrà partecipare un rappresentante della ditta con piena facoltà di illustrare le ragioni dell'intervento sponsorizzativo; -organizzare una cerimonia inaugurale di apertura, con riserva ad un rappresentante della ditta delle facoltà di cui al punto precedente; -riservare, per tutta la durata della mostra, uno spazio, all'interno del palazzo sede della mostra, entro il quale, durante gli orari di apertura al pubblico, la ditta potrà esporre e reclamizzare i propri prodotti e servizi; -diffondere, a mezzo stampa, l'intervento sponsorizzativo. A tal fine verrà assicurata la stampa di non meno di locandine, tutte da affiggersi negli appositi spazi comunale, riportanti il nome della ditta quale soggetto sponsorizzante. Parimenti verrà assicurata sempre a spese e cura del comune la pubblicazione e diffusione di non meno di cataloghi della mostra. Allo sponsor "maggiore" per entità del contributo, verrà assicurata la 2° e la 4° pagina di copertina. Ad eventuali altri soggetti sponsor verranno, in relazione all'entità del contributo riservati altri spazi in catalogo da individuarsi in via esclusiva da parte del comune.

- a diffondere, a propria cura e spese, una videocassetta contenente, in titoli di testa e di coda, il logo dello **sponsor**;

-a garantire n biglietti, n cataloghi e n " videocassette a titolo gratuito; -a consentire che la ditta possa direttamente pubblicizzare nelle forme d'uso il proprio intervento sponsorizzativo.

3. Obbligazioni dello sponsor.

A sua volta, la ditta in qualità di sponsor si impegna ad erogare al comune la somma di €. oltre IVA. Il comune emetterà fattura.

4. Inadempimento-risoluzione.

In caso di mancato rispetto degli impegni, la parte adempiente avrà il diritto di considerare risolto il contratto, decorsi 15 giorni dal ricevimento della lettera raccomandata contenente l'invito ad adempiere e sempre che entro tale termine, l'altra parte non abbia provveduto all'osservanza dei propri obblighi.

5. Clausola arbitrale.

Qualsiasi controversia concernente l'interpretazione, l'esecuzione o la risoluzione del contratto sarà deferita ad un collegio arbitrale rituale, con compiti anche di amichevole composizione, formato da tre membri, dei quali due nominati rispettivamente da ciascuna delle parti ed il terzo dal Presidente del Tribunale.

2.2.4 Servizi e forniture per un evento sportivo

Tra il Comune di (sponsee) da un lato e la Società "Der Adler" (sponsor), dall'altro lato.

Premesso

- che la Società "Der Adler" è la distributrice esclusiva per l'Italia dei prodotti ALFA ed è preposta alla promozione dell'immagine e del marchio "ALFA";
- che il Comune è, ad ogni effetto, titolare dell'immagine di tutte le attività riconducibili alla attività sportiva dilettantistica "Città di";
- che la Società "Der Adler" intende accostare l'immagine del marchio "ALFA" a tutte le gare previste per l'edizione, con le modalità qui di seguito descritte; che le parti intendono regolare i reciproci rapporti secondo i termini e le condizioni previste nel presente **contratto**,

e premesso altresì

- che, ai fini dell'interpretazione del presente contratto, le seguenti espressioni avranno, ove utilizzate, il significato qui ", di seguito attribuito:
 - "Marchio", indica il marchio "ALFA"
 - "Denominazione dell'Evento", indica l'espressione "gare dilettantistiche "Città di " - Trofeo ALFA",
 - "Evento", indica le prove previste dal calendario (allegato A), calendario che potrà eventualmente subire modifiche quanto a località e date, ma non quanto a numero di gare da effettuarsi,
- tutto ciò premesso, si conviene e stipula quanto segue.

1. Oggetto del contratto

1.1 Con il presente contratto il Comune concede alla Società "Der Adler" il diritto di:

- a) utilizzare in ambito promo -pubblicitario e comunicazionale in generale la denominazione dell'Evento: "gare dilettantistiche "Città di " -Trofeo ALFA"
- b) apporre il marchio "ALFA" su tutti i mezzi utilizzati nelle gare e sui pettorali di gara di tutti i concorrenti;
- c) far sì che su tutti i mezzi utilizzati nelle gare venga apposto il marchio "BETA" e che sui manifesti relativi a ciascuna competizione compaia, secondo le modalità normalmente seguite dalla Società "Der Adler" nella propria pubblicità, la dicitura "ALFA consiglia BETA";
- d) esporre su ciascun campo di gara nr. 5 striscioni e nr. 5 bandiere riportanti la scritta "", uno striscione riportante il marchio "BETA", nonché un ulteriore striscione recante il marchio "ALFA" nei pressi del podio di premiazione;
- e) far sì che il marchio "ALFA" e l'espressione "gare dilettantistiche "Città di " -Trofeo ALFA" vengano ripetuti più volte dallo speaker ufficiale nell'ambito di ciascuna manifestazione rientrante nel torneo.

1.2 il Comune si impegna inoltre a:

- a) verificare che tutti i mezzi utilizzati nelle competizioni siano regolarmente dotati dei documenti richiesti dalla legge per la circolazione e/o per l'utilizzo;
- b) verificare che in nessun campo di gara vengano esposti striscioni, bandiere, bandierine o altro materiale pubblicitario, recanti impressi marchi identificativi di prodotti concorrenti con quelli della Società "Der **Adler**";
- c) verificare che, durante lo svolgimento delle gare, siano sempre presenti:
- d) verificare che ciascun campo di gara venga organizzato secondo quanto indicato nella piantina facsimile qui acclusa (Allegato B) e che, nel suo ambito, sia consentita l'installazione

di n. 3 tendoni recanti il marchio "ALFA" e adibiti, rispettivamente, a sala stampa, sala riunione concorrenti e segreteria, spogliatoio e deposito mezzi tecnici;
e) rispettare, per quanto possibile, il calendario di gare qui accluso (Allegato A).

2. Responsabilità organizzative.

L'Evento verrà organizzato e si svolgerà sotto l'egida del Comune e sotto la sua esclusiva responsabilità che opererà in modo da assicurare, a ciascuna manifestazione organizzata, un adeguato livello qualitativo, tale comunque da non nuocere in alcun modo all'immagine ed al marchio "ALFA".

3. Corrispettivo.

A fronte dei diritti concessi le ai sensi del punto I del presente contratto la Società "Dcr Adler" metterà a disposizione i seguenti servizi per ciascuna gara compresa nell'evento:

- a) fornitura a tutti i concorrenti, all'inizio di ogni competizione, di una pettorina numerata recante impresso il Marchio, nonché di due numeri adesivi, neri su fondo bianco, da applicare all'eventuale mezzo utilizzato per la competizione e pure recanti il Marchio;
- b) fornitura di n. 3 tendoni, recanti il Marchio, da adibirsi a sala stampa, sala riunioni concorrenti e segreteria, spogliatoio;
- c) fornitura, per ogni gara, sostenendo tutti i relativi oneri di affissione, di n. 100 manifesti che riporteranno, tra l'altro, il Marchio e la Denominazione dell'Evento;
- d) messa in opera di un adeguato impianto audio-fonico e di un servizio di radio trasmettenti ed organizzazione del personale necessario per l'installazione ed il funzionamento del materiale stesso;
- e) realizzazione di un adeguato buffet per i partecipanti (concorrenti giuridici, inviati e stampa) a ciascuna manifestazione;
- f) premiazione per almeno i primi tre classificati di ogni classe con trofei contraddistinti dalla dicitura "gare dilettantistiche "Città di"-Trofeo ALFA";
- g) consegna ai primi tre classificati, alla fine dei campionato, di un trofeo commemorativo di congruo valore.

4. Fornitura dei servizi.

La fornitura dei servizi di cui al punto 3 del presente contratto, servizi di valore pari a €..... più IVA per ciascuna gara compresa nell'Evento, verrà effettuata da una società di servizi, contrattualmente legata alla Società "Der Adler".

Il Comune dichiara di aver preso visione del contratto di fornitura di servizi indicato al punto precedente e di approvarne il contenuto.

Copia di detto contratto viene siglato dalle parti del presente contratto e ad esso allegato come Allegato C.

In nessun caso, comunque, la Società "Der Adler" potrà essere considerata responsabile verso il Comune per inadempienze contrattuali imputabili alla Società di servizi.

5. Termine del contratto.

Il presente contratto entrerà in vigore alla data di sottoscrizione e scadrà al termine dell'ultima manifestazione prevista nell'evento.

6. Risoluzione.

Il contratto si intenderà risolto di diritto, salvo diverse comunicazioni scritte della Società "Der Adler", nel caso in cui il Comune non dovesse rispettare uno o più degli impegni di cui al punto 1 del presente contratto per due gare consecutive.

7. Foro competente.

Foro competente per qualunque controversia dovesse insorgere tra le parti, in merito all'interpretazione, esecuzione o risoluzione del presente contratto, sarà il Tribunale di

Sponsorizzazione di una manifestazione sportiva (organizzata da una Istituzione Scolastica)

- 1) Iniziativa riservata agli alunni ed alle alunne delle scuole elementari e medie, denominata "....." che si svolgerà sui campi sportivi annessi alla scuola "....." e che si concluderanno con una cerimonia di premiazione;
- 2) lo sponsor avrà la facoltà di illustrare il suo impegno per lo sviluppo dello sport, inserendo la dicitura "....." nei seguenti luoghi (bordo campi, ingresso della scuola, ecc.), con materiale pubblicitario a suo carico;
- 3) la scuola si impegna a predisporre a sue spese tutti il materiale pubblicitario, promozionale o di gara sul quale apparirà la ragione sociale dello sponsor e la dicitura "....." nei modi e nelle dimensioni che verranno concordati e precisamente sul seguente materiale:
- 4) la scuola si impegna inoltre ad assumere ogni e qualsivoglia obbligo inerente all'organizzazione dei campionati e in particolare:
 - a) a curare la diffusione di tutti i mezzi pubblicitari e propagandistici di cui sopra presso gli enti sportivi e presso le scuole e gli istituti di ".....". organizzando riunioni di insegnanti presso le scuole, per assicurare una partecipazione numerosa ai campionati;
 - b) intraprendere tutti i passi necessari e stipulare ogni contratto, qualora sia necessario al fine di poter usufruire del campo "....." nelle giornate di cui al programma allegato;
 - c) organizzare una conferenza stampa alla quale verranno convocati giornalisti, in particolare quelli addetti alla cronaca dello sport e personalità significative nel mondo dello sport;
 - d) reperire i cronometristi, i giudici, i tecnici di campo ed aiuti ed ogni altro personale necessario allo svolgimento regolare dei campionati;
 - e) costruire una segreteria permanente presso il comitato organizzatore preposto all'organizzazione dei campionati;
 - f) assicurare un adeguato servizio di assistenza sanitaria con ambulanze e medico presso il luogo;
 - g) stipulare un adeguato contratto di assicurazione che copra la manifestazione e tutti i partecipanti ai campionati contro infortuni sino a conclusione delle gare alle quali gli stessi partecipano;
 - h) organizzare la cerimonia di premiazione da svolgersi presso ;
 - i) indire riunioni periodiche presso lo sponsor, con gli insegnanti preposti all'educazione fisica, al fine di illustrare le fasi operative dell'iniziativa;
 - j) informare periodicamente lo sponsor dello stato di avanzamento dell'iniziativa, in particolare di eventuali difficoltà che dovessero incontrare.
- 5) lo sponsor si impegna:
 - a) a versare l'importo di €..... in una unica soluzione entro il, previa presentazione di fattura;
 - b) a fornire i seguenti premi:
 - c) al pagamento delle spese per il proprio materiale pubblicitario, comprese le tasse comunali sulle pubbliche affissioni.
- 6) la scuola riconosce un diritto d'opzione, da esercitarsi entro il per la cessione dei diritti esclusivi per l'utilizzazione pubblicitaria dei campionati.

Sponsorizzazione per la manutenzione ordinaria di verde pubblico

Addì nella sede del Comune di il Dirigente del Servizio che agisce in esecuzione della Deliberazione di Giunta Comunale n. del e successiva determinazione dirigenziale n° del (società, ditta, sig. ecc). che, di seguito, viene denominato "sponsor",

Si conviene quanto segue:

1. Lo sponsor si impegna a far eseguire i lavori di manutenzione dell'area a verde pubblico (come meglio evidenziate nella planimetria allegata). A tal fine essa provvede a fornire tutti i mezzi, i materiali e la manodopera necessari alla corretta esecuzione delle opere.
2. I lavori di manutenzione dell'area a verde pubblico devono essere eseguiti in conformità al programma di interventi allegato alla presente.
3. L'area a verde deve essere conservata nelle migliori condizioni di manutenzione con la massima diligenza secondo le prescrizioni allegate alla presente convenzione.
4. La stessa area è data in consegna allo sponsor con quanto contengono in strutture, attrezzature, manufatti, impianti e quant'altro presente all'atto della firma della convenzione.
5. Lo sponsor, nell'ambito del progetto di sistemazione dell'area, deve provvedere al ripristino di tutti i manufatti o attrezzature presenti, strettamente connessi alla fruizione del verde, che risultino danneggiati o in cattivo stato.
6. Ogni variazione, innovazione, eliminazione o addizione deve essere preliminarmente autorizzata dal Servizio
7. Il Comune di è unico e solo responsabile delle alberature presenti sull'area dell'intervento.
8. Gli eventuali interventi straordinari di potatura degli alberi, rimozione di rami secchi, abbattimento di alberi morti ed eventuale loro sostituzione vengono effettuati, a cura e spese dello sponsor, nel rispetto di preventivi accordi con il Servizio
9. Il Comune, a mezzo dei propri incaricati, esegue sopralluoghi per verificare lo stato dell'area e si riserva la facoltà di richiedere, se del caso, l'esecuzione dei lavori ritenuti necessari.
10. Se durante l'esecuzione dei lavori di manutenzione vengono provocati danni alle alberature e alle strutture, si ritiene necessario che lo sponsor debba provvedere al ripristino dei danni e/o alla sostituzione delle piante o delle strutture danneggiate con esemplari e materiali identici a quelli compromessi, secondo le indicazioni del Servizio

11. Lo sponsor può avvalersi della facoltà di pubblicizzare la sua collaborazione tramite i mezzi di comunicazione e/o uno o più cartelli informativi collocati in loco. Tali cartelli hanno le caratteristiche e le dimensioni definite dal Comune; il numero di essi è quello definito dal Comune ed è stabilito in relazione alla conformazione e superficie dell'arca a verde.
12. L'esposizione dei cartelli è soggetta all'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità a carico dello sponsor.
13. Gli oneri relativi all'allacciamento all'acquedotto restano a carico dell'Amministrazione Comunale, che con i propri tecnici predispone quanto necessario per l'allacciamento stesso, e fanno capo alle spese correnti dell'Amministrazione. Dal pozzetto pure incluso, luogo di inizio dell'impianto idrico, i costi sono a carico dello sponsor.
14. La realizzazione dell'impianto di irrigazione deve prevedere la fornitura e posa di una centralina compatibile con il sistema di gestione centralizzato dell'Amministrazione Comunale.
15. Tutte le spese, le imposte, le tasse dipendenti e conseguenti alla convezione sono a carico dello sponsor.
16. La fatturazione dell'intervento avviene mediante applicazione della procedura e dei criteri definiti nel "Regolamento per la disciplina delle sponsorizzazioni", adottato con atto
17. Lo sponsor assume la responsabilità per danni a cose o persone imputabili a difetti di gestione o manutenzione e comunque derivanti dall'esecuzione del presente accordo, sollevandone contemporaneamente il Comune di
18. Lo sponsor deve consentire l'effettuazione di interventi di sistemazione di impianti o servizi a cura del Comune, di aziende comunali o di altri enti interessati a lavori a carattere o di interesse pubblico. Gli stessi provvedono, a conclusione degli interventi, al ripristino delle zone interessate.
19. L'arca a verde mantiene le funzioni ad uso pubblico, in base alle destinazioni previste dagli strumenti urbanistici vigenti.
20. Il Comune si riserva facoltà di sciogliere l'accordo in qualsiasi momento in particolare qualora l'area non venga conservata nelle migliori condizioni manutentive senza che allo sponsor sia dovuto alcun indennizzo.
21. Qualora venga abusivamente alterato o danneggiata lo stato dei luoghi, l'accordo decade ed il comune provvede ad eseguire le opere necessarie al ripristino addebitandone il costo allo sponsor.
22. Il presente accordo ha durata dal _____, data dell'affidamento dell'arca, fino al _____. L'area deve essere perfettamente mantenuta fino alla data della firma del verbale di ripresa in carico da parte del Servizio
23. E' vietata la cessione, anche parziale dell'accordo. La cessione si configura anche nel caso in cui lo sponsor venga incorporato in altra azienda, nel caso di cessione d'azienda o di ramo d'azienda e negli altri casi in cui lo sponsor sia oggetto di atti di trasformazione a seguirli o dei

quali perda la propria identità giuridica.

24. Per quanto non precisato nel presente accordo si applicano le disposizione di legge e regolamenti vigenti,

..... lì

Di quanto sopra si è redatto il presente verbale che, previa lettura, viene approvato e sottoscritto.

IL PRESIDENTE DEL CONSIGLIO

Dott. Francesco Cappellani

IL SEGRETARIO GENERALE

Avv. Luigi Annibali

CERTIFICATO DI PUBBLICAZIONE

Si certifica che il suesteso verbale di deliberazione è affisso all'Albo Pretorio di questo Comune il _____ e vi rimarrà per 15 gg. consecutivi

IL SEGRETARIO GENERALE

Il sottoscritto Segretario Generale, su relazione del Messo comunale, certifica che la presente deliberazione è stata pubblicata in copia all'Albo Pretorio il giorno _____ e vi è rimasta per 15 giorni consecutivi.

IL MESSO COMUNALE

IL SEGRETARIO GENERALE

La presente deliberazione è esecutiva ai sensi dell'art. 134, 4° comma del T.U. n. 267 del 18/8/2000.

Civitavecchia, li

IL SEGRETARIO GENERALE

La presente deliberazione è divenuta esecutiva, per decorrenza termine di pubblicazione all'Albo Pretorio, ai sensi dell'art. 134, 3° comma del T.U. n. 267/2000.

Civitavecchia, li _____

IL SEGRETARIO GENERALE

