

COMUNE DI RAGALNA

Provincia di Catania

oo

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

**Approvato con deliberazione consiliare n. 04 del 30 gennaio 2012 e
modificato con deliberazione consiliare n. 20 del 25 marzo 2013.**

TITOLO I

NORME DI CARATTERE GENERALE

ART. 1- Definizioni

1. Ai fini del presente Regolamento si intende:

- a) per “**convenzione di sponsorizzazione**”: una convenzione bilaterale a prestazioni corrispettive mediante la quale una parte, l’Amministrazione Comunale (sponsee), garantisce ad un terzo (sponsor) la possibilità di pubblicizzare, in appositi spazi e/o sul sito ufficiale del Comune, il nome, il marchio, i prodotti, i servizi e simili, nei modi previsti dalla stessa convenzione a fronte dell’obbligo dello sponsor di pagare un determinato corrispettivo in denaro o di fornire una prestazione diretta o indiretta a favore dell’Amministrazione Comunale;
- b) per “**sponsorizzazione**”: ogni corrispettivo in denaro, ovvero ogni prestazione diretta o indiretta, proveniente da terzi (sponsor) allo scopo di promuovere il proprio nome, marchio, attività o i propri prodotti, servizi e simili, ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio d’immagine;
- c) per “**soggetto promotore**” la persona fisica o giuridica, pubblica o privata, che propone di stipulare una convenzione di sponsorizzazione con il Comune di Ragalna;
- d) per “**sponsor**”: il soggetto privato (persona fisica o giuridica) pubblica o privata, singolarmente o associate tra di loro, che intenda/no stipulare una convenzione di sponsorizzazione con il Comune di Ragalna;
- e) per “**sponsee**” si intende il Comune di Ragalna;
- f) per “**spazio pubblicitario**”: lo spazio fisico o digitale, o qualsiasi altro supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messo a disposizione dal Comune di Ragalna per le attività promozionali e pubblicitarie dello sponsor.

2. Ai fini del presente Regolamento, non costituisce sponsorizzazione l’offerta a favore dell’Amministrazione Comunale, a titolo di liberalità, di somme di denaro, di beni o di servizi accessori in occasione dello svolgimento di iniziative e manifestazioni o dell’allestimento di spazi espositivi.

3. L’affidamento delle attività individuate come corrispettivo delle prestazioni rese dall’Amministrazione Comunale in qualità di sponsee avviene con procedura ad evidenza pubblica, secondo quanto previsto dai successivi articoli del presente regolamento.

ART. 2 – Oggetto e Finalità

1. Il presente Regolamento, in armonia con le vigenti disposizioni di legge, disciplina le condizioni e le modalità operative per favorire il ricorso da parte dell’Amministrazione Comunale alla sponsorizzazione, come opportunità di finanziamento delle proprie attività.
2. L’Amministrazione Comunale di Ragalna ricorre alla sponsorizzazione per ottenere:
 - Miglioramenti, anche economicamente apprezzabili, della qualità dei servizi erogati;
 - Il supporto alla realizzazione e/o il miglioramento di opere pubbliche ed infrastrutture;
 - Il sostegno allo sviluppo di progettualità ed iniziative sociali, culturali, ricreative, del tempo libero;
3. Le iniziative di sponsorizzazione sono finalizzate, in particolare al miglioramento della qualità del vivere urbano, alla valorizzazione e tutela del patrimonio artistico e culturale, nonché alla realizzazione di progetti e all’erogazione di servizi.
4. Allo scopo di agevolare l’intervento degli sponsor nel finanziamento delle attività dell’Ente, le disposizioni del presente Regolamento devono essere interpretate ed applicate nel significato più favorevole alla possibilità di addivenire alla sponsorizzazione.

ART. 3 – Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Il ricorso alla sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni previsti a carico del bilancio dell'Ente nei capitoli di spesa ordinaria.
2. La medesima iniziativa può essere sponsorizzata contemporaneamente da più sponsor ovvero secondo rapporti di esclusiva in relazione alla valutazione del Responsabile del servizio interessato.

ART. 4 - Le sponsorizzazioni

1. La sponsorizzazione è ammessa previa redazione di un piano finanziario che ne dimostri la convenienza per la Pubblica Amministrazione.

ART. 5 – Corrispettivo della sponsorizzazione

- a) Il corrispettivo offerto per la sponsorizzazione può consistere in servizi, lavori e forniture acquisiti o realizzati a cura e a spese dello sponsor: gli esecutori materiali delle prestazioni, individuati dallo sponsor, devono essere in possesso di tutti i requisiti specifici necessari per contrattare con le Pubbliche Amministrazioni.

ART. 6 – La scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor avviene sulla base del valore economico della sponsorizzazione, secondo le seguenti procedure:

LETT.	IMPORTO	TIPOLOGIA	TIPO PROCEDIMENTO
A	Fino a 20.000 € iva esclusa	Fornitura di beni e servizi	Affidamento diretto secondo le modalità del successivo articolo 7
B	Fino a 100.000 € iva esclusa	Lavori Pubblici	Affidamento diretto secondo le modalità di cui al successivo articolo 7
C	Da 20.000 € e fino al valore della soglia prevista per gli appalti soggetti alla normativa comunitaria, iva esclusa	Fornitura di beni e servizi	Procedura negoziata secondo le modalità dei successivi articoli 8 e 9
D	Da 100.000 € e fino al valore della soglia prevista per gli appalti soggetti alla normativa comunitaria, iva esclusa	Lavori Pubblici	Procedura negoziata secondo le modalità del successivo articolo 9
E	Oltre al valore della soglia prevista per gli appalti soggetti alla normativa comunitaria, iva esclusa	Lavori pubblici e forniture di beni e servizi	Procedura aperta o ristretta secondo le modalità di cui al successivo articolo 10

Art. 7 – Affidamento diretto

1. Per le sponsorizzazioni di cui al precedente articolo 6, comma 1, lettere A) e B), l'Amministrazione Comunale può rivolgersi direttamente al soggetto che ha offerto la sponsorizzazione.
2. Nel provvedimento di affidamento, il Responsabile del procedimento deve attestare la convenienza della sponsorizzazione per l'Amministrazione Comunale, nonché il rispetto delle norme previste dal presente Regolamento.

Art. 8 – Procedura negoziata previa gara ufficiosa

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

Art. 9 – Procedura negoziata previa gara ufficiosa preceduta da avviso pubblico

1. Per le sponsorizzazioni aventi ad oggetto la realizzazione di lavori pubblici (comprese le prestazioni professionali connesse), di cui al precedente articolo 6 comma 1 lettera D), la scelta del contraente avviene mediante gara ufficiosa preceduta da un avviso pubblico.
2. L'avviso è pubblicato all'Albo Pretorio on-line del Comune e, per estratto, su almeno un quotidiano locale, ovvero in alternativa attraverso comunicato stampa da inviare a quotidiani locali o ad emittenti locali.
3. Sono ammesse ulteriori modalità da individuarsi in relazione ai potenziali interessati alla gara.
4. L'avviso pubblico deve indicare:
 - a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico capitolato o progetto di sponsorizzazione;
 - b) i requisiti necessari per partecipare alla gara ufficiosa;
 - c) i termini di presentazione dell'offerta, non inferiori a 15 giorni;
5. L'avviso deve altresì specificare che l'aggiudicazione avverrà a favore del concorrente che ha presentato l'offerta economicamente più vantaggiosa, tenuto conto del valore della sponsorizzazione offerta, degli spazi richiesti o di altri elementi ritenuti idonei a qualificare l'offerta economicamente più vantaggiosa.

Art. 10 – Procedure per sponsorizzazioni oltre la soglia comunitaria

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

Art. 11 – Dialogo competitivo

1. Nel caso in cui pervenga all'Amministrazione Comunale, da parte di uno sponsor, una proposta di sponsorizzazione finalizzata alla realizzazione di interventi, lavori, servizi o fornitura di beni, l'Amministrazione stessa, valutatane l'opportunità e la rispondenza alle prescrizioni del presente Regolamento, può predisporre apposito avviso pubblico che preveda, come importo minimo richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione, quello fissato dal soggetto proponente.
2. L'avviso manifesterà l'intento dell'Amministrazione di procedere al reperimento di sponsorizzazioni e sarà pubblicato sul sito del Comune per almeno 10 giorni consecutivi.

3. Nel caso non pervengano offerte entro il termine fissato, si procede alla stipula della convenzione di sponsorizzazione con il soggetto promotore.
4. Nel caso pervengano offerte, l'Amministrazione Comunale procederà, alla scadenza del termine fissato nell'avviso e tramite selezione delle proposte pervenute, all'individuazione dell'aggiudicatario, sulla base del prezzo e di criteri che tengano conto degli elementi qualitativi proposti.
5. Il soggetto promotore ha facoltà di adeguare la propria proposta originaria a quella eventualmente selezionata dall'Amministrazione Comunale, a seguito delle procedure di cui al precedente comma 3, concorrendo all'aggiudicazione della sponsorizzazione.
6. Durante la procedura di aggiudicazione, l'Amministrazione Comunale garantisce parità di trattamento a tutti i partecipanti.
7. Su richiesta dell'Amministrazione Comunale, le offerte possono essere meglio chiarite, precisate e perfezionate.
8. Tali precisazioni o chiarimenti, tuttavia, non possono modificare gli elementi fondamentali dell'offerta, o dell'appalto posto in gara, al fine di non pregiudicare i principi di parità di trattamento, trasparenza e non discriminazione.

Art. 12 – Sponsorizzazioni di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale

1. Per le convenzioni di sponsorizzazione aventi ad oggetto interventi di restauro e manutenzione di beni immobili, di beni mobili e delle superfici decorate di beni architettonici sottoposti a tutela della Soprintendenza per i Beni Architettonici e per il Paesaggio, si applicano, per la scelta dello sponsor, le procedure elencate al precedente articolo 6, nonché le disposizioni in materia di requisiti soggettivi dei progettisti e degli esecutori della convenzione.
2. Nel caso in cui l'individuazione dell'esecutore dei lavori sia rimessa allo sponsor, il soggetto indicato dovrà risultare qualificato, ai sensi della normativa vigente in materia di lavori pubblici, in relazione alla tipologia dell'intervento.
3. Qualora l'impresa costruttrice e le imprese ad essa collegate o controllate rivestano la qualità di sponsor dell'Amministrazione Comunale, attraverso la realizzazione diretta di interventi di restauro e di manutenzione, non potranno cedere ad altri soggetti il diritto di utilizzare lo spazio pubblicitario oggetto della convenzione.
4. L'Amministrazione Comunale impartisce le prescrizioni opportune in ordine alla progettazione, alla direzione ed all'esecuzione dei lavori, ed esercita i poteri di alta sorveglianza procedurale, al fine di garantire il rispetto della normativa di settore.
5. Le convenzioni di sponsorizzazione inerenti beni culturali sono preventivamente sottoposte alla Soprintendenza competente in relazione alla tipologia dell'intervento, al fine di ottenere i nulla-osta o gli atti di assenso normativamente richiesti, e alla Soprintendenza per i Beni Architettonici e per il Paesaggio al fine di assicurare che l'esposizione pubblicitaria sia effettuata in forme compatibili con il carattere artistico e storico, l'aspetto e il decoro sia del bene oggetto della sponsorizzazione che del contesto in cui esso è inserito.

Art. 13 – Sponsor accreditati

1. L'Amministrazione Comunale ha facoltà di selezionare, con procedura aperta, candidati a cui proporre le occasioni di sponsorizzazione che si presentino in un arco temporale non superiore a un triennio, anche costituendo un apposito Albo.
2. Le singole sponsorizzazioni vengono prioritariamente proposte ai soggetti selezionati a seguito di confronto competitivo fra gli stessi.

ART. 14 – Convenzione di sponsorizzazione

1. La sponsorizzazione è regolata mediante sottoscrizione di una apposita convenzione nella quale verranno, in particolare, stabiliti:
 - a) L'oggetto della convenzione, la sua finalità e la sua durata;
 - b) Il diritto dello sponsor all'utilizzazione esclusiva, ovvero non esclusiva, degli spazi pubblicitari nel corso delle iniziative per le quali sia prevista la sponsorizzazione;
 - c) L'importo della sponsorizzazione;
 - d) Le modalità di svolgimento della sponsorizzazione, le garanzie richieste e le responsabilità;
 - e) Gli obblighi dello sponsor e dello sponsee e la disciplina sanzionatoria in caso di inadempimento;
 - f) La disciplina della facoltà di recesso e le modalità di risoluzione;
 - g) Le prescrizioni in materia di controversie e di spese contrattuali;

ART. 15 – Verifiche e controlli

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche, per materia, da parte del servizio competente, al fine di accertare la correttezza delle procedure seguite e degli adempimenti connessi, sia riguardo ai loro contenuti tecnici che sotto il profilo quantitativo, qualitativo e finanziario.
2. Le difformità emerse in sede di verifica verranno tempestivamente notificate allo sponsor. La notifica e l'eventuale contestazione delle inadempienze produrranno gli effetti previsti nella convenzione di sponsorizzazione.

ART. 16 – Convenzioni di sponsorizzazione per la realizzazione di opere pubbliche

1. L'Amministrazione Comunale può individuare, come corrispettivo delle prestazioni da essa rese in qualità di sponsee, anche la progettazione, l'esecuzione, la direzione e le certificazioni di lavori per la realizzazione o la manutenzione di opere a destinazione pubblica.
2. Le convenzioni stipulate contengono l'esatta individuazione dei lavori da effettuare e le modalità di svolgimento dei lavori stessi, nonché tutti gli elementi utili per la loro correlazione con le attività di veicolazione dei segni distintivi dello sponsor.
3. Nelle convenzioni di cui al precedente comma 2 devono essere definite le modalità di verifica e di controllo, nonché la rispondenza e la conformità dei lavori al progetto, o altri parametri ed indicatori di qualità che l'Amministrazione Comunale intende inserirvi.
4. È di competenza dell'Amministrazione Comunale l'approvazione dei progetti preliminari, definitivi ed esecutivi nonché l'effettuazione dei collaudi, ivi compresi quelli in corso d'opera.
5. Gli sponsor che effettuano direttamente i lavori oggetto di sponsorizzazione devono possedere i requisiti e le attestazioni per il loro svolgimento, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia. I soggetti eventualmente individuati dagli sponsor quali esecutori degli stessi lavori devono possedere i requisiti e le attestazioni per il loro svolgimento, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.

ART. 17 – Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

1. L'Amministrazione Comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:
 - a) ritenga che possa derivarne un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
 - b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
 - c) la reputi inaccettabile per motivi di pubblico interesse.

2. Non sono in ogni caso ammesse le sponsorizzazioni la cui pubblicità abbia ad oggetto:
 - a) propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - b) promozione di tabacco, prodotti alcolici e farmaceutici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
 - c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo ed esaltazione del razzismo;
 - d) il mancato rispetto delle pari opportunità tra i generi e/o tra le diverse etnie.
3. Non sono ammessi quali sponsor i soggetti che nelle proprie attività siano stati condannati, con sentenza passata in giudicato, per le seguenti violazioni:
 - a) del diritto alla sicurezza e alla salute delle persone;
 - b) dei diritti dei lavoratori;
 - c) degli obblighi riguardanti la tutela dei consumatori e la protezione dell'ambiente.
4. Non sono ammesse quali sponsor le imprese dedite, o a qualunque titolo coinvolte, alla produzione, commercializzazione, finanziamento e intermediazione di armi di qualsiasi tipo.
5. L'Amministrazione Comunale, con deliberazione di Giunta adeguatamente motivata, può rifiutare sponsorizzazioni che, pur non rientrando fra i casi previsti dai precedenti commi, reputa in contrasto con le proprie finalità.

ART. 18 - Trattamento dei dati personali

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente Regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità previste dallo stesso.
2. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dal D. Lgs 30 giugno 2003 n.196 e successive modifiche ed integrazioni;
3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Ragalna in persona del suo Sindaco pro-tempore, che nomina uno o più Responsabili del trattamento in conformità alla legge citata.
4. I dati sono trattati ai sensi delle norme vigenti dagli addetti agli uffici comunali tenuti all'applicazione del presente Regolamento.
5. I dati, esclusi quelli di natura personale, possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del Regolamento.

ART. 19 – Versamento dei proventi delle sponsorizzazioni

1. Il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione deve essere eseguito, in misura pari al 30%, al momento della sottoscrizione della convenzione, con versamento del relativo importo presso la Tesoreria Comunale, e nella misura del restante 70% a conclusione dell'evento oggetto della sponsorizzazione.
2. A garanzia di detto importo, e quale condizione per procedere alla formalizzazione dei rapporti di sponsorizzazione, può essere richiesto allo sponsor di costituire apposita garanzia, a favore del Comune di Ragalna, prima della sottoscrizione della convenzione.
3. Nell'ipotesi prevista dal precedente articolo 5 comma 1 lett.b), lo sponsor deve provvedere a pagare direttamente il fornitore o chi realizza l'opera per suo conto, previo nulla-osta dell'Amministrazione Comunale e/o attestazione di avvenuta esecuzione delle prestazioni.
4. Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo è causa di decadenza della convenzione, ipso jure, fatto salvo il diritto di rivalsa dell'Amministrazione Comunale sulle eventuali somme versate dallo sponsor a titolo di garanzia e previste nella convenzione di sponsorizzazione.

Art. 20 - Aspetti fiscali

1. Sia l'Ente pubblico che lo sponsor devono emettere fattura indicando il valore dell'intervento, della prestazione o della fornitura, ed assolvere a tutti gli adempimenti previsti dalla normativa sull'IVA.

ART. 21 – Riserve organizzative

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Amministrazione Comunale secondo la disciplina del presente Regolamento.
2. È tuttavia facoltà del Comune, qualora lo ritenga più conveniente, affidare l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni, in convenzione, ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario.

ART. 22 – Utilizzo dei risparmi di spesa e degli introiti

1. La Giunta Municipale definisce annualmente la destinazione dei risparmi di spesa ovvero delle maggiori entrate, al netto dell'IVA, assicurando la destinazione di un quota alla contrattazione decentrata, compatibilmente con le disposizioni al momento vigenti in materia di contenimento della spesa pubblica ed in particolare della spesa del personale.

TITOLO II

NORME PARTICOLARI PER IL MANTENIMENTO DELLE AREE A VERDE E DELLE AREE ATTREZZATE PUBBLICHE MEDIANTE SPONSORIZZAZIONE

ART. 23 – Finalità particolari

1. Il presente titolo disciplina la stipula delle convenzioni per la sistemazione ed il mantenimento delle aree a verde e delle aree attrezzate pubbliche mediante sponsorizzazione, in applicazione dell'art. 43 della Legge 449/97 e successive modifiche.
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a valorizzare le aree a verde e le aree attrezzate pubbliche, migliorandone lo standard conservativo ed estetico, ad incentivare e promuovere innovazione nell'organizzazione tecnica ed amministrativa dell'Ente, e a realizzare economie di spesa.

ART. 24 – Individuazione delle aree

1. Con atto del Responsabile dell'Ufficio addetto alla manutenzione del Verde pubblico, e a seguito di esatte indicazioni fornite dalla Giunta Municipale, sarà stilato l'elenco delle aree che potranno essere oggetto delle convenzioni di sponsorizzazione.
2. L'individuazione delle aree sarà effettuata valutando la posizione, la superficie e la qualità delle stesse secondo criteri di economicità e difficoltà di gestione, al fine di rendere efficace l'azione intrapresa.
3. Tale elenco potrà subire modifiche ed ampliamenti.
4. Le aree affidate in gestione devono mantenere la funzione di uso pubblico.
5. Con appositi mezzi di comunicazione, l'Amministrazione Comunale porterà a conoscenza della cittadinanza il programma di interventi approvato e le condizioni per l'assegnazione delle aree.

ART. 25 – Modalità di gestione delle aree

1. Gli interventi programmati saranno finalizzati a creare le condizioni per una reale ed efficace gestione delle aree individuate.
2. A tal fine si possono definire in linea di massima le seguenti forme gestionali:
 - a) manutenzione ordinaria dell'area assegnata;
 - b) riqualificazione, previo progetto presentato in fase di partecipazione al bando (progetti di arredo del verde pubblico, per impianti di irrigazione, per impianti di illuminazione, per arredi in genere, etc.) ovvero a convenzione in corso, previo accordo con l'Ufficio addetto alla manutenzione del Verde pubblico e con l'Amministrazione Comunale.
3. L'atto di assegnazione disposto dall'Amministrazione Comunale può riguardare una o entrambe le forme sopra elencate.
4. Il contenuto di ogni singola tipologia d'intervento e le modalità di attuazione della stessa saranno inseriti nella convenzione.

ART. 26 – Destinatari

1. Il Comune stipulerà una convenzione di sponsorizzazione con tutte quelle aziende, società, Enti, associazioni o altri soggetti pubblici e privati che intendono sistemare e conservare delle aree a verde pubblico e/o delle aree attrezzate di proprietà comunale.
2. Lo sponsor, mediante il proprio impegno economico, promuoverà la sua immagine legandola ad una iniziativa che recherà vantaggio a tutta la comunità sia in termini di gestione e di economie realizzate, sia per l'efficacia comunicativa con cui sarà pubblicizzata.
3. Sarà possibile effettuare l'assegnazione di più aree del territorio comunale allo stesso sponsor o associazione di sponsor.
4. Si potrà prevedere, per ciascuna area individuata, l'affidamento ad un'associazione tra più ditte sponsorizzatrici, il cui numero esatto potrà venire indicato nell'avviso di gara.

ART. 27 – Modalità di affidamento

1. L'affidamento delle aree potrà avvenire mediante selezione ad evidenza pubblica, nei termini e nelle modalità previste dalla normativa vigente, a seguito di avviso pubblico approvato dalla Giunta Municipale.
2. I richiedenti interessati dovranno inviare all'Amministrazione Comunale:
 - domanda di partecipazione, il cui schema sarà allegato al bando, contenente tra l'altro le generalità dei richiedenti, la ragione sociale dell'impresa, il nominativo del responsabile legale, l'indicazione della preferenza per l'area o le aree oggetto della domanda;
 - progetto grafico con proposta di realizzazione e/o di gestione;
 - copia dell'iscrizione alla C.C.I.A.A o titolo equivalente.
3. Le domande di partecipazione dovranno pervenire al Comune entro la data prevista nell'avviso di gara, che dovrà essere fissata ad almeno 15 giorni dopo la pubblicazione dell'avviso stesso nell'Albo Pretorio on line del Comune di Ragalna.
4. É prevista la formazione di una graduatoria pubblica per l'individuazione degli sponsor, volta all'assegnazione delle singole aree.

ART. 28 – Indirizzi progettuali

1. Gli indirizzi progettuali saranno indicati nell'avviso pubblico tenendo conto delle seguenti limitazioni:
 - a) il progetto potrà prevedere l'inserimento di elementi di arredo, di opere d'arte e di elementi architettonici, solo se di evidente valenza estetica, previo parere dell'Ufficio addetto alla manutenzione del Verde pubblico e a giudizio insindacabile della Giunta Municipale;
 - b) il progetto non potrà contenere elementi riconducibili alle attività o al marchio dello sponsor;
 - c) il progetto dovrà garantire il rispetto delle norme sulla sicurezza della circolazione stradale, con particolare attenzione alle distanze di visibilità;
 - d) il progetto dovrà porre particolare attenzione al paesaggio e al contesto circostante.

ART. 29 – Criteri di affidamento

1. La graduatoria pubblica per l'individuazione degli sponsor di cui al precedente punto 5) è formulata assegnando ad ogni concorrente, e per ciascuna area, un punteggio fino a un massimo di 85 punti.
2. La Commissione esaminatrice, ai fini della valutazione della domanda, prenderà in considerazione i seguenti elementi:

- Scelte progettuali:	
materiali riciclati utilizzati	max 5 punti
essenze utilizzate	max 25 punti
effetto delle composizioni	max 20 punti
presenza di impianti tecnologici	max 10 punti
presenza elementi di arredo	max 10 punti
- Livello di definizione progettuale dei particolari	max 5 punti
- Tempistica di realizzazione dell'opera	max 5 punti
- Durata della gestione	max 5 punti

Totale Punti 85

3. Al fine di essere giudicato idoneo, il progetto deve avere attribuito un punteggio minimo di almeno 45 punti; a parità di punteggio, la priorità sarà valutata secondo il seguente ordine:
- a) se la ditta ha realizzato l'area e/o l'arredo dello stessa e/o la manutenzione;
 - b) la vicinanza della sede fino a 500 mt di distanza;
 - c) l'ordine di protocollo della domanda.

ART. 30 – Commissione esaminatrice delle domande e dei progetti

1. Le proposte saranno valutate da una Commissione di gara composta da:
- Responsabile del servizio Lavori Pubblici o suo delegato con funzioni di Presidente;
 - Responsabile del servizio Urbanistico o suo delegato;
 - Comandante il Corpo di Polizia Municipale o suo delegato;
 - Responsabile dell'area Servizi Generali o suo delegato;
 - Un segretario verbalizzante.

ART. 31 – Assegnazione della gestione

1. L'assegnazione della gestione allo sponsor richiedente, con riferimento a ciascuna area, avverrà anche in presenza di una sola domanda, purché il progetto risulti qualitativamente idoneo.
2. Poiché tutte le iniziative supportate dalle forme di "sponsorship" sono necessariamente dirette al perseguimento di interessi pubblici, la Commissione esaminatrice si riserverà la facoltà di non prendere in considerazione proposte di sponsorizzazioni confliggenti con la normativa nazionale e comunale vigente, e/o in contrasto con i progetti comunali di adeguamento, sistemazione, ampliamento di aree, strade o rotatorie.

ART. 32 – Domicilio dell'assegnatario

1. Lo sponsor dovrà eleggere nella convenzione il proprio domicilio.
2. Lo sponsor tuttavia, restando referente per l'Amministrazione Comunale della manutenzione e gestione di parte del patrimonio pubblico, dovrà indicare e fornire il nominativo di apposito responsabile e, comunque, il numero telefonico dell'Ufficio e l'orario in cui essere contattato dall'Amministrazione Comunale.

ART. 33 – Oneri e obblighi a carico dello sponsor

1. Lo sponsor dovrà essere posto a conoscenza di tutte le norme generali e particolari che regolano la gestione del bene affidatogli, affinché abbia piena cognizione delle condizioni e circostanze che ne permettano la gestione e/o la manutenzione, e gli consentano di valutare da subito la convenienza ad assumerle.

2. Lo sponsor .in fase di esecuzione del progetto, dovrà eseguire tutti i lavori a norma di legge.
3. Saranno a suo carico le spese contrattuali ed ogni altra spesa derivante dal rapporto stipulato con l'Amministrazione Comunale nel rispetto dei regolamenti comunali.

ART. 34 – Oneri a carico del Comune

- 1) Il Comune assicurerà agli sponsor che risulteranno aggiudicatari, la necessaria assistenza, in fase di esecuzione dell'intervento, per ottenere i permessi e le autorizzazioni necessarie, se dovuti.
- 2) Il Comune fornirà un ritorno di immagine, in cambio di fornitura di beni e/o di servizi, concedendo allo sponsor la possibilità di inserire, nell'area affidata, cartelli dallo stesso acquistati e installati, il cui numero, forma e dimensione sono indicati nel successivo articolo 38, che comunichino la natura dell'intervento e riportino, oltre allo stemma comunale e alla scritta Città di Ragalna, la dicitura: "RAGALNA E' VERDE" seguita dalla frase: "La realizzazione e la cura di quest'area è offerta da (Logo e Nome della ditta)". Sarà fatto assoluto divieto di modifica del messaggio;
- 3) Il Comune provvederà a pubblicizzare tale collaborazione.

ART. 35 – Vigilanza e controlli

1. Gli Uffici comunali, in particolare l'Ufficio addetto alla manutenzione del Verde Pubblico ed il servizio di Polizia Municipale, ognuno per le proprie competenze, effettueranno la vigilanza ed il controllo sulla gestione dello sponsor.

ART. 36 – Penalità e risoluzione della convenzione

1. Qualora il Comune dovesse riscontrare che l'area non è mantenuta secondo gli impegni assunti in convenzione, provvederà a sollecitare lo sponsor per iscritto ad adempiervi entro e non oltre cinque giorni.
2. In caso di inadempienza, il Comune provvederà d'ufficio alle rimozioni ed al ripristino dell'area, addebitandone le spese allo sponsor.

ART. 37 - Gestione

1. La gestione, derivandone al Comune salute e sicurezza pubblica, decoro e buona immagine, sarà considerata ad ogni effetto un servizio pubblico e come tale, per nessuna ragione, lo sponsor assegnatario potrà sospenderla.
2. Lo sponsor non potrà di norma recintare l'area concessa e dovrà consentirne l'uso pubblico, né potrà costituire nel tempo condizione per usucapire la stessa, trattandosi di area demaniale indisponibile.
3. Lo sponsor non potrà nulla pretendere, al termine della gestione, a titolo di rimborso per qualsiasi onere e spesa sostenuta per l'allestimento dell'area, e dovrà espressamente rinunciare al plus-valore derivante dalla sua lavorazione, piantumazione, sistemazione ed altro.
4. Il Comune, per esigenze particolari dovute all'esecuzione di opere pubbliche, potrà in qualsiasi momento occupare l'area e, se necessario, risolvere la convenzione con rimozione immediata dei cartelli informativi.
5. Al momento della riconsegna, l'area dovrà essere in perfette condizioni di manutenzione.

ART. 38 – Caratteristiche tecniche dei pannelli espositivi

1. I pannelli espositivi dovranno essere realizzati in struttura tubolare metallica o in legno, nel rispetto della normativa vigente, salvo specifiche determinazioni da inserire nella convenzione in considerazione della tipologia delle aree.

TITOLO III

NORME FINALI

ART. 39 – Controversie

1. Ogni controversia relativa all'interpretazione, esecuzione o risoluzione della convenzione è devoluta al foro di Catania, con esclusione del deferimento ad arbitri.

ART. 40 - Pubblicità del Regolamento

1. Una copia del presente Regolamento, a cura dell'ufficio Comunale responsabile dell'intervento, sarà fornita a chiunque ne avrà interesse.
2. Altra copia sarà tenuta a disposizione del pubblico perché ne possa prendere visione a semplice richiesta.
3. Del Regolamento dovrà essere fatto sempre esatto richiamo negli atti relativi al procedimento.

ART. 41 – Norme di rinvio

1. Per quanto non espressamente previsto dal presente Regolamento, si rimanda alle norme vigenti (Codice Civile, Codice della strada - D. Lgs 285/92 e relativo Regolamento di attuazione DPR 495/92 - e successive modifiche ed integrazioni, Regolamento Edilizio ed altre eventuali norme e prescrizioni regolamentari) e all'avviso pubblico di gara.
2. Le norme di legge e le disposizioni emanate dallo Stato e dalla Regione successivamente all'entrata in vigore del Regolamento, e che abbiano effetti modificativi e/o integrativi dello stesso, prevalgono, in quanto applicabili, e pertanto vanno osservate nelle more della modifica del Regolamento da parte dei competenti organi.

ART. 42 - Entrata in vigore

1. Dalla data di entrata in vigore del presente Regolamento si intenderanno abrogate tutte le norme regolamentari di questo Comune in contrasto con esso, nonché ogni altra disposizione incompatibile.
2. Il presente Regolamento entrerà in vigore dopo la sua pubblicazione per quindici giorni all'Albo Pretorio on-line del Comune;
3. Esso sarà inserito nel sito Internet del Comune in libera visione dei cittadini.

INDICE

TITOLO I	
NORME DI CARATTERE GENERALE	p. 2
Art. 1 - Definizioni	p. 2
Art. 2 - Oggetto e Finalità	p. 2
Art. 3 – Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione	p. 3
Art. 4 – Le sponsorizzazioni	p. 3
Art. 5 – Corrispettivo della sponsorizzazione	p. 3
Art. 6 – La scelta dello sponsor	p. 3
Art. 7 – Affidamento diretto	p. 3
Art. 8 – Procedura negoziata previa gara ufficiosa	p. 4
Art. 9 – Procedura negoziata previa gara ufficiosa preceduta da avviso pubblico	p. 4
Art. 10 – Procedure per sponsorizzazioni oltre la soglia comunitaria	p. 4
Art. 11 – Dialogo competitivo	p. 4
Art. 12 – Sponsorizzazioni di interventi di restauro e manutenzione su beni Sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale	p. 5
Art. 13 – Sponsor accreditati	p. 5
Art. 14 – Convenzione di sponsorizzazione	p. 6
Art. 15 – Verifiche e controlli	p. 6
Art. 16 – Convenzioni di sponsorizzazione per la realizzazione di opere Pubbliche	p. 6
Art. 17 – Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni	p. 6
Art. 18 – Trattamento dei dati personali	p. 7
Art. 19 – Versamento dei proventi delle sponsorizzazioni	p. 7
Art. 20 – Aspetti fiscali	p. 7
Art. 21 – Riserve organizzative	p. 8
Art. 22 – Utilizzo dei risparmi di spesa e degli introiti	p. 8
TITOLO II	
NORME PARTICOLARI PER IL MANTENIMENTO DELLE AREE ATTREZZATE PUBBLICHE MEDIANTE SPONSORIZZAZIONE	p. 9
Art. 23 – Finalità	p. 9
Art. 24 – Individuazione delle aree	p. 9
Art. 25 – Modalità di gestione delle aree	p. 9
Art. 26 – Destinatari	p. 10
Art. 27 – Modalità di affidamento	p. 10
Art. 28 – Indirizzi progettuali	p. 10
Art. 29 – Criteri di affidamento	p. 10
Art. 30 – Commissione esaminatrice delle domande e dei progetti	p. 11
Art. 31 – Assegnazione della gestione	p. 11
Art. 32 – Domicilio dell’assegnatario	p. 11
Art. 33 – Oneri e obblighi a carico dello sponsor	p. 11

Art. 34 – Oneri a carico del Comune	p. 12
Art. 35 – Vigilanza e controlli	p. 12
Art. 36 – Penalità e risoluzione della convenzione	p. 12
Art. 37 – Gestione	p. 12
Art. 38 – Caratteristiche tecniche dei pannelli espositivi	p. 13

TITOLO III

NORME FINALI

p. 13

Art. 39 – Controversie	p. 13
Art. 40 – Pubblicità del Regolamento	p. 13
Art. 41 – Norme di rinvio	p. 13
Art. 42 – Entrata in vigore	p. 13