



COMUNE DI CESENA

Processo verbale delle deliberazioni del Consiglio Comunale

Seduta del **10/05/2012** - delibera n. **44**

OGGETTO: MODIFICHE AL REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

L'anno **DUEMILADODICI (2012)**, il mese di **MAGGIO**, il giorno **DIECI**, si è adunato il Consiglio Comunale, in seduta pubblica di prima convocazione, previo avviso scritto notificato in tempo utile ai consiglieri.

Presiede il cons. **RITA RICCI - Presidente Consiglio Comunale**
Assiste il **Segretario Generale dott. MANUELA LUCIA MEI**

Risultano presenti i Consiglieri:

COGNOME NOME		COGNOME NOME	
LUCCHI PAOLO	P	GUIDUZZI NATASCIA	P
RICCI RITA	P	LANDI FABRIZIO	P
BANDINI VALERIA	A	LATTUCA ENZO	P
BARONIO GUSTAVO	P	MACCHINI MARCO	P
BIANCONI DANIELE	A	MACORI ITALO	P
BIONDI ALICE	P	MARCATELLI TOMMASO	P
BRIGHI MATTEO	P	MONTESI ELISABETTA	P
CAPPELLI RICCARDO	P	PAGNI CINZIA	P
CECCARONI DAVIDE	P	PANZAVOLTA ENRICO	P
CELLETTI ANTONELLA	P	PIAZZA LUCIANO	P
D'ALTRI SILVIA	P	PRATI ANTONIO	P
DI PLACIDO LUIGI	P	PULLINI ANDREA	P
FERRINI LUCA	A	TURCHI PIERPAOLO	A
FORMICA DOMENICO	P	VENTURI MARCO	A
FRANCHINI DIEGO	P	ZIGNANI SIMONE	P
GIORGINI BRUNO	P		

Presenti: n. 26 - Assenti: n. 5

Vengono nominati scrutatori i Consiglieri:

DOMENICO FORMICA
ENZO LATTUCA
ENRICO PANZAVOLTA

Sono presenti gli Assessori:

CARLO BATTISTINI - MARIA BAREDI - SIMONA BENEDETTI - MATTEO MARCHI - MAURA MISEROCCHI - LIA MONTALTI - ORAZIO MORETTI - IVAN PIRACCINI -

IL CONSIGLIO COMUNALE

PREMESSO CHE:

- L'Amministrazione Comunale, per propri fini istituzionali è promotrice di una serie di attività finalizzate alla realizzazione di eventi culturali, sociali, ricreativi, sportivi e altro;
- gli enti Locali se per un verso sono chiamati sempre più ad assolvere a compiti primari nell'Amministrazione del paese e a soddisfare le attese crescenti del cittadino e utente, dall'altra registrano una continua e progressiva riduzione dei trasferimenti statali destinati a finanziare le attività istituzionali delle Autonomie stesse;
- nell'ambito locale vengono intraprese numerose iniziative per incentivare una maggiore collaborazione con il mondo imprenditoriale;

VISTI:

- l'art. 43 della Legge 27.12.1997, n. 449, che costituisce il principale riferimento normativo per la stipulazione di contratti di sponsorizzazione da parte di amministrazioni pubbliche, il quale prescrive che i particolari rapporti scaturenti tra lo sponsee e lo sponsor siano "finalizzati a favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi prestati";
- l'art. 28, comma 2 bis, lettera c) della legge 23 dicembre 1998 n. 448, come modificato dall'art. 30 della Legge 23.12.1999, n. 488, che tra le specifiche misure da adottare per la realizzazione del patto di stabilità, stabilisce che gli enti locali possono sviluppare iniziative per la stipula di contratti di sponsorizzazione, accordi e convenzioni allo scopo di realizzare maggiori economie nella gestione;
- l'art. 119 del T.U.E.L. D.Lgs 18 agosto 2000, n. 267, che richiamandosi all'art. 43 della legge 449/97, riafferma la legittimazione delle pubbliche amministrazioni a stipulare contratti di sponsorizzazione, subordinandola al ricorrere delle seguenti condizioni: Perseguimento di interessi pubblici; Esclusione di conflitti di interesse tra attività pubblica e privata; Conseguimento di un risparmio di spesa;
- l'art. 26 del D.Lgs. 12 aprile 2006, n. 163, in materia di contratti di sponsorizzazioni;
- l'art. 199-bis del D.Lgs. 12 aprile 2006, n. 163, in materia di contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi e forniture aventi ad oggetto beni culturali;

VISTA la delibera di Consiglio Comunale n. 30 del 05/02/2010 con la quale era stato approvato il Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni;

PRESO ATTO:

- delle disposizioni di cui al D.L. 13 maggio 2011, n. 70 e alla successiva Legge di conversione 12 luglio 2011, n. 106, che hanno modificato l'art. 125 del D.Lgs. 12 aprile 2006, n. 163 prevedendo che "per servizi o forniture inferiori a quarantamila euro, è consentito l'affidamento diretto da parte del responsabile del procedimento".
- delle disposizioni di cui all'art. 20, comma 1, lettera b), del D.L. n. 5/2012, che ha modificato l'art. 26 del D.Lgs. 12 aprile 2006, n. 163;
- delle disposizioni di cui all'art. 20, comma 1, lettera h), del D.L. n. 5/2012, che ha introdotto l'art. 199-bis del D.Lgs. 12 aprile 2006, n. 163;

RITENUTO che, alla luce delle variazioni sopra enunciate, si renda necessario apportare al "Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni" di cui alla delibera di Consiglio Comunale n. 30 del 05/02/2010, le modifiche come di seguito evidenziate;

a) All'articolo 1, il comma 1 viene integrato come segue:

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni di cui all'art. 43 della L. 27.12.1997 n. 449, all'art. 119 del D.Lgs. 18.08.2000, n. 267, all'art. 26 e 199-bis del D.Lgs.

12.04.2006, n. 163, nonché dell'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.

b) All'articolo 4, viene aggiunto in calce ex-novo il comma 6;

6. Quando la sponsorizzazione riguarda lavori, servizi e forniture aventi ad oggetto beni culturali si applicano le procedure di cui all'art. 119-bis del D.lgs. 163/2006.

c) All'articolo 6:

- il comma 2 è sostituito con il seguente:

2. La scelta dello sponsor è effettuata con le seguenti modalità:

- a) trattativa privata diretta per sponsorizzazioni del valore fino a Euro 40.000,00;
- b) trattativa privata, previa pubblicazione di apposito avviso, per sponsorizzazioni del valore da Euro 40.000,01 fino al valore della soglia prevista per gli appalti soggetti alla normativa comunitaria, IVA esclusa;
- c) asta pubblica, per sponsorizzazioni superiori al valore della soglia prevista per gli appalti soggetti alla normativa comunitaria, IVA esclusa.

- il comma 4 è sostituito con il seguente:

4. Qualora un soggetto offra spontaneamente una sponsorizzazione, il Comune garantisce adeguate forme di pubblicità e di concorrenza al fine di comparare l'offerta pervenuta con possibili ulteriori offerte migliorative. Se l'iniziativa proposta dal soggetto terzo riguarda un'attività il cui valore contrattuale non supera il limite di Euro 40.000,00, è ammesso il ricorso alla trattativa privata diretta.

- il comma 5 è sostituito con il seguente:

5. Per gli importi superiori a 40.000 Euro e fino al valore della soglia prevista per gli appalti soggetti alla normativa comunitaria, IVA esclusa, la scelta è preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso, approvato con determinazione del Dirigente competente in riferimento agli interventi, servizi, prestazioni, beni o attività oggetto del contratto.

VISTO il nuovo testo del "Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni" allegato "A", che costituisce parte integrante e sostanziale del presente provvedimento;

Su conforme proposta del Responsabile del Servizio Partecipazione, Lavoro, Sviluppo, Giovani;

Attesa la propria competenza ai sensi dell'art. 42 del D. Lgs. 267/00;

ACQUISITO, in via preliminare, il parere favorevole di cui all'art. 49 del D.Lgs. 267/00 di seguito riportato;

ESAMINATA in 2^a Commissione Consiliare in data 23.4.2012, come da copia del verbale in atti;

Udite le dichiarazioni di voto, di cui copia in atti; il cons. Celletti dichiara l'astensione del gruppo Lega Nord, come riportato nel verbale di trascrizione in atti;

La votazione registra il seguente esito:

consiglieri presenti: 26 votanti: 16

- astenuti: 8 (Celletti e Franchini [Lega Nord] – Baronio, Cappelli, Formica, Marcatelli e Macori [PdL] – Prati [UDC])

- favorevoli: 16 (PD, IdV, Sinistra per Cesena, PRI e Cesena 5 Stelle)

DELIBERA

- **DI PROCEDERE** all'adeguamento del "Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni" di cui alla delibera di Consiglio Comunale n. 30 del 05/02/2010, come descritte in premessa, approvando il nuovo testo allegato A alla presente deliberazione, che sostituisce completamente il precedente;

- **DI DARE ATTO** che la presente deliberazione non comporta impegno di spesa o diminuzione di entrata ai sensi dell'art. 49, comma 1, del D.Lgs. n. 267/2000 e non necessita pertanto dell'assunzione del parere di regolarità contabile.

LB/cv

PARERI
(ai sensi dell'art. 49, D.L.vo n.267/2000)

PARERE REGOLARITA' TECNICA FAVOREVOLE BRANCHETTI ROBERTO

Letto, approvato e sottoscritto

IL PRESIDENTE

IL SEGRETARIO GENERALE

RITA RICCI

MANUELA LUCIA MEI

REFERTO DI PUBBLICAZIONE

La presente deliberazione viene pubblicata all'Albo Pretorio del Comune di Cesena il giorno 21 MAGGIO 2012 e vi rimarrà per quindici giorni consecutivi.

Cesena, 18.5.2012

IL FUNZIONARIO INCARICATO

LUCIA BOLOGNESI

CERTIFICATO DI ESECUTIVITA'

Si dichiara, a norma del comma 3, art.134, D.L.vo n.267 del 18 agosto 2000, che la deliberazione è esecutiva dall'1/6/2012

IL FUNZIONARIO INCARICATO

LUCIA BOLOGNESI

E p.c.c. per uso amministrativo
Cesena, 21/05/2012
IL FUNZIONARIO INCARICATO
DR.ssa LUCIA BOLOGNESI

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

ART. 1 – Finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni di cui all'art. 43 della L. 27.12.1997 n. 449, all'art. 119 del D.Lgs. 18.08.2000, n. 267, all'art. 26 e 199-bis del D.Lgs. 12.04.2006, n. 163, nonché dell'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.

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

Art. 2 - 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.

2. Il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di un'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. 3 - Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:

- a) per "contratto di sponsorizzazione": un contratto mediante il quale l'Amministrazione comunale (sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a fornire a titolo gratuito una predeterminata prestazione, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale, logo, marchio o altro messaggio concordato, in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
- b) per "sponsorizzazione": ogni contributo in beni, servizi, denaro o ogni altra utilità proveniente da terzi allo scopo di promuovere il loro nome, ragione sociale, marchio, attività, prodotto o altro messaggio concordato al fine di conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio di immagine;
- c) per "sponsor": il soggetto privato che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione;
- d) per "spazio pubblicitario": lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dall'Amministrazione Comunale per la pubblicità dello sponsor.
- e) Per "veicolazione" dell'immagine dello sponsor: qualsiasi modalità convenuta con la quale l'Amministrazione comunale si impegna a veicolare l'immagine dello sponsor come corrispettivo del contratto.

Art. 4 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione sono individuate dalla Giunta nell'ambito del PEG (Piano Esecutivo di Gestione) e del PdO (Piano Dettagliato degli Obiettivi) assegnato al Dirigente. Sulla base delle informazioni ricevute in sede di predisposizione del PEG, la Giunta predispone un piano annuale delle sponsorizzazioni.

2. Nel corso dell'anno, la Giunta può comunque formulare, con propria deliberazione, indirizzi specifici al Dirigente per l'attivazione di ulteriori iniziative di sponsorizzazione. Delle variazioni apportate viene data informativa ai Capigruppo Consiliari.

3. Le conseguenti fasi attuative e gestionali inerenti alle iniziative di cui ai commi precedenti sono demandate alla competenza del Dirigente responsabile del servizio interessato, che vi provvede in base alla presente regolamentazione.

4. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare, nel rispetto delle specifiche disposizioni normative di settore, le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni previsti a carico del bilancio dell'ente e, fra gli altri, in particolare, a titolo esemplificativo:

- a) Fiere, manifestazioni culturali, sportive e ricreative;
- b) Servizi pubblici di rilievo per il territorio;
- c) Iniziative e prodotti di comunicazione;
- d) Opere pubbliche.

5. Quando la sponsorizzazione riguarda i lavori, i servizi, le forniture acquisite o realizzate a cura e spese dello sponsor, come indicato all'art. 26 del D.lgs. 163/2006, ad essa si applicano i principi del Trattato dell'Unione Europa per la scelta dello sponsor, nonché con l'osservanza delle disposizioni in materia di qualificazione e requisiti soggettivi dei progettisti e degli esecutori del contratto.

6. Quando la sponsorizzazione riguarda lavori, servizi e forniture aventi ad oggetto beni culturali si applicano le procedure di cui all'art. 119-bis del D.lgs. 163/2006.

Art. 5 – Approvazione dei progetti di ricerca di sponsorizzazione

1. I singoli progetti di ricerca di sponsorizzazione, relativi alle iniziative di sponsorizzazione individuate dalla Giunta nell'ambito del PEG (Piano Esecutivo di Gestione) e del PdO (Piano Dettagliato degli Obiettivi) assegnato al Dirigente, sono approvati con una determinazione del Dirigente responsabile del servizio interessato che definisce:

- a) l'oggetto della sponsorizzazione;
- b) la previsione dell'entrata attesa;
- c) il "capitolato o progetto di sponsorizzazione";
- d) lo schema del contratto di sponsorizzazione;
- e) lo schema dell'avviso di sponsorizzazione e della modulistica da utilizzare per presentare l'offerta.

2. Alla conclusione del progetto di sponsorizzazione, il Dirigente invia al settore Personale una relazione con l'indicazione degli eventuali risparmi di spesa realizzati al fine dell'individuazione delle somme da destinare all'incentivazione del personale che ha contribuito al progetto.

Art. 6 - Procedura di sponsorizzazione e di scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor è effettuata in linea con i principi della trasparenza, della par condicio e della massima partecipazione dei concorrenti previsti dalla normativa vigente, nonché conformemente a quanto disposto dal vigente Regolamento Comunale dei contratti.

2. La scelta dello sponsor è effettuata con le seguenti modalità:

- a) trattativa privata diretta per sponsorizzazioni del valore fino a Euro 40.000,00;
- b) trattativa privata, previa pubblicazione di apposito avviso, per sponsorizzazioni del valore da Euro 40.000,01 fino al valore della soglia prevista per gli appalti soggetti alla normativa comunitaria, IVA esclusa;

- c) asta pubblica, per sponsorizzazioni superiori al valore della soglia prevista per gli appalti soggetti alla normativa comunitaria, IVA esclusa.

3. Le sponsorizzazioni sono aggiudicate in base ad uno dei seguenti criteri:

- a) unicamente al prezzo più elevato in termini di una mera entrata monetaria;
- b) a favore dell'offerta economicamente più vantaggiosa valutabile in base ad elementi diversi, in relazione alla sponsorizzazione da realizzare, quali il merito tecnico, qualità, caratteristiche estetiche, il termine di consegna o di esecuzione, il prezzo.

4. Qualora un soggetto offra spontaneamente una sponsorizzazione, il Comune garantisce adeguate forme di pubblicità e di concorrenza al fine di comparare l'offerta pervenuta con possibili ulteriori offerte migliorative. Se l'iniziativa proposta dal soggetto terzo riguarda un'attività il cui valore contrattuale non supera il limite di Euro 40.000,00, è ammesso il ricorso alla trattativa privata diretta.

5. Per gli importi superiori a 40.000 Euro e fino al valore della soglia prevista per gli appalti soggetti alla normativa comunitaria, IVA esclusa, la scelta è preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso, approvato con determinazione del Dirigente competente in riferimento agli interventi, servizi, prestazioni, beni o attività oggetto del contratto.

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

7. 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) l'esatta determinazione e durata dell'offerta;
- c) il valore a base d'asta della sponsorizzazione;
- d) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione da parte dello sponsor.
- e) i criteri di aggiudicazione.

8. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indicare:

- a) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
- b) l'accettazione delle condizioni previste nell'avviso di sponsorizzazione o nel capitolato di riferimento.
- c) il nome, logo, marchio prodotto che si intende pubblicizzare.

9. L'offerta deve essere accompagnata da autocertificazione attestante:

- a) per le persone fisiche:
 - il possesso dei requisiti necessari per contrattare con la Pubblica Amministrazione, con particolare riferimento alle disposizioni 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;
 - la non rappresentanza di organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.
 - la rispondenza della loro attività complessiva ai requisiti e criteri etici di cui all'articolo 10, comma 3, del presente regolamento
 - l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese);
 - certificato della Camera di Commercio (solo per imprese).

b) per le persone giuridiche:

oltre alle autocertificazioni sopra elencate riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza, deve essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.

10. 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.

11. Le offerte sono valutate dal Dirigente del Settore di riferimento nel rispetto dei criteri definiti nell'apposito capitolato o progetto di sponsorizzazione.

Art. 7 - Contratto di sponsorizzazione

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione, da parte dello sponsor e del Dirigente del Settore di riferimento, di un apposito contratto di sponsorizzazione nel quale, in particolare, sono stabiliti:

- a) l'oggetto della sponsorizzazione;
- b) la descrizione della modalità di attuazione della sponsorizzazione;
- c) il diritto dello sponsor alla utilizzazione, anche non esclusiva, dello spazio pubblicitario o delle altre forme previste;
- d) la durata del contratto di sponsorizzazione e l'eventuale possibilità di rinnovo;
- e) il valore o corrispettivo;
- f) le modalità procedurali e le eventuali garanzie richieste;
- g) le responsabilità e impegni reciproci;
- h) le possibili cause di risoluzione del contratto;
- i) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze;
- j) l'indicazione del foro competente per la risoluzione delle controversie;
- k) l'onere delle spese di bollo e di registrazione.

2. Il contratto si intende risolto qualora cause eccezionali non consentano al Comune la realizzazione dell'iniziativa; in tal caso le parti convengono di definire consensualmente i reciproci rapporti.

3. Le spese per la stipulazione del contratto di sponsorizzazione sono previste a carico dello sponsor.

4. Al termine del contratto, lo sponsor è tenuto alla rimozione del messaggio pubblicitario con oneri a proprio carico.

Art. 8 - Contratti di sponsorizzazione aventi come prestazioni corrispettive la realizzazione di opere pubbliche

1. Vista la determinazione dell'Autorità per la vigilanza sui lavori pubblici n. 24/2001 e l'art. 26 del D.lgs. 163/2006, l'Amministrazione può individuare, come corrispettivo delle prestazioni da essa rese in qualità di sponsee, anche l'esecuzione, la progettazione, la direzione lavori, il collaudo, le certificazioni di lavori per la realizzazione o la manutenzione di opere a destinazione pubblica.

2. I contratti stipulati contengono l'esatta individuazione dei lavori da effettuare e le modalità di svolgimento degli stessi, nonché i profili utili alla loro correlazione con le attività di veicolazione dei segni distintivi dello sponsor.

3. Gli sponsor che effettuano direttamente la progettazione e i lavori definiti a corrispettivo delle sponsorizzazioni devono possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia (D.lgs. 163/2006).

4. I soggetti eventualmente individuati dagli sponsor quali esecutori dei lavori definiti corrispettivo delle sponsorizzazioni devono possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia (D.lgs. 163/2006).

5. L'Amministrazione provvederà ad effettuare adeguata sorveglianza e vigilanza in merito.

Art. 9 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

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

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

- a) nella misura del 50% sono destinati all'implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 comma 1 lettera d) del CCNL dell'1.4.1999 e sono destinate ad incentivare il personale che concorre alla realizzazione del progetto di sponsorizzazione.
- b) la restante quota del 50% costituisce economia di bilancio.

3. Le modalità di distribuzione dell'incentivo, di cui al comma 2 lettera a), sono stabilite nell'ambito della contrattazione decentrata.

Art. 10 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

1. L'amministrazione comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:

- a) ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
- b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
- c) la reputi inaccettabile perché contraria all'ordine pubblico, al buon costume, ingannevole, pregiudizievole per la salute, la sicurezza, l'ambiente e la tutela dei minori o per motivi di inopportunità generale.

2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:

- a) propaganda di natura politica, filosofica o religiosa;
- b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, superalcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
- c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

3. Sono altresì esclusi i soggetti che, nelle proprie attività non rispettino i seguenti principi, come definiti dalla Risoluzione 2003/16 della Sottocommissione delle Nazioni Unite sulla Promozione e Protezione dei Diritti Umani del 13 Agosto 2003 e dalle legislazioni internazionali e nazionali vigenti, e in particolare:

- a) rispetto del diritto a pari opportunità e a trattamento non discriminatorio (con speciale attenzione alle donne e alle minoranze etniche);
- b) rispetto del diritto alla sicurezza delle persone (con speciale attenzione alla sicurezza sui luoghi di lavoro);
- c) rispetto dei diritti dei lavoratori (in particolare l'esclusione del lavoro forzato, del lavoro minorile, di salari inferiori ai redditi reali di sussistenza, del mancato rispetto delle legislazioni locali di tutela);
- d) rispetto degli assetti istituzionali; delle norme giuridiche e delle prassi amministrative, anche consuetudinarie; degli interessi pubblici; delle politiche sociali, economiche e culturali, della trasparenza e correttezza, dei comportamenti imprenditoriali e pubblici,

con particolare riferimento al divieto di pratiche corruttive; delle autorità pubbliche degli Stati in cui i predetti soggetti operano

- e) rispetto degli obblighi riguardanti la tutela dei consumatori;
- f) rispetto degli obblighi riguardanti la protezione dell'ambiente.

4. Sono inoltre esclusi i soggetti a qualunque titolo coinvolti nella produzione, commercializzazione, finanziamento e intermediazione di armi di qualsiasi tipo.

Art. 11 - Trattamento dei dati personali

1. I dati personali raccolti in applicazione delle disposizioni di cui al presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità previste dallo stesso o dagli specifici contratti di sponsorizzazione.

2. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dall'art. 7 della legge 30.06.2003, n. 196.

4. I dati saranno trattati, in conformità alle norme vigenti, dagli incaricati appartenenti agli uffici comunali tenuti all'applicazione del presente regolamento. Titolare del trattamento è il Comune di Cesena in persona del suo Sindaco pro tempore che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge citata.

5. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento e nel rispetto delle disposizioni che saranno incluse nei contratti di sponsorizzazione.

Art. 12 - Aspetti fiscali

1. La prestazione di promozione dell'immagine dello sponsor genera l'emissione di fattura.

2. Il valore della fatturazione per la "sponsorizzazione" corrisponde all'importo della somma stanziata in bilancio per la specifica iniziativa; la fatturazione può coincidere con l'intero stanziamento o con una quota dello stesso, in relazione alla totale o parziale copertura, mediante sponsorizzazione, dei risultati del capitolo interessato.

3. Il valore della fatturazione correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor ("spazio pubblicitario") è pari all'importo specificato al comma 2.

Art. 13 - Verifiche e controlli

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

2. Le difficoltà 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.

Art. 14 - Riserva organizzativa

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 sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario o della raccolta di fondi.

3. In tale eventualità, l'affidatario è scelto con procedura ad evidenza pubblica prevista dalla disciplina comunale in materia contrattuale.