



## **REGOLAMENTO DELLE SPONSORIZZAZIONI**

*Delibera del C. di A. del 19 marzo 2008, verbale n. 1  
e successive variazioni e integrazioni con delibere del  
C. di A. del 26 febbraio 2009, verbale 1 e del 16 aprile 2009, verbale n. 2*

### **Art. 1 – Finalità**

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'Art. 43 della legge 449/1997 e nell' Art. 119 del D.Lgs 267/2000.
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione, a realizzare maggiori economie a migliorare la qualità dei servizi istituzionali.  
Le sponsorizzazioni possono interessare tutte le iniziative, i progetti e le attività dell'Ente.

### **Art. 2 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari**

1. I contratti di sponsorizzazione sono accordi atipici fra le parti - a titolo oneroso e a prestazioni corrispettive - e possono essere conclusi con soggetti pubblici o privati, imprese individuali, fondazioni, cittadini e associazioni 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. 3 – Definizioni**

Ai fini del presente regolamento si intende:

1. per “*contratto di sponsorizzazione*”: un contratto mediante il quale l'Ersu (*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 in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
2. per “*sponsorizzazione*”: ogni contributo in beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale;
3. per “*sponsor*”: il soggetto terzo (pubblico o privato ) che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione;
4. per “*spazio pubblicitario*”: lo spazio fisico o ogni altro supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dall'Ersu per la pubblicità dello sponsor.

### **Art. 4 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor**

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura ad evidenza pubblica preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso per le acquisizioni di beni e servizi in economia.
2. Al fine di una maggiore garanzia del positivo esito della sponsorizzazione è altresì ammessa la scelta dello sponsor mediante presentazione di questi da parte di un dipendente o collaboratore dell'Ente che si configura quale intermediario tra quest'ultimo e lo sponsor. A tale intermediario è riconosciuta una indennità speciale secondo quanto previsto dal successivo Art. 7.
3. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo dell'Ente, inserimento nel sito internet dell'Ersu, nel periodico di informazione “Lo Studio” e/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.
4. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:
  - a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti del progetto di sponsorizzazione;
  - b) l'indicazione dello spazio pubblicitario messo a disposizione;

- c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
5. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica:
- il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare, oppure la somma offerta quale sponsorizzazione;
  - l'accettazione delle condizioni previste nel progetto di sponsorizzazione.
  - l'indicazione dell'intermediario che ha contattato lo sponsor;
6. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
- per le persone fisiche:*
    - l'inesistenza della incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione, di cui agli Artt. 32 ter e seguenti del Codice Penale 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 per le imprese);
    - di essere in regola con gli obblighi concernenti le dichiarazioni in materia di imposte e tasse ed i conseguenti pagamenti ed adempimenti;
    - di essere in regola con gli obblighi concernenti le dichiarazioni di conseguenti adempimenti in materia di contabilità sociale;
    - di essere in regola con le norme che dispongono il diritto al lavoro ai disabili, ai sensi dell'Art. 17 L. 68/99, ove ne riconoscono i presupposti.
  - 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.
7. L'offerta deve, inoltre, contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni.
8. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate da apposita Commissione composta dal Direttore, dal responsabile del progetto di sponsorizzazione, dal responsabile dell'Ufficio Comunicazione e dal responsabile dell'Ufficio Stampa. Le decisioni della commissione sono inviate al Consiglio di amministrazione dell'Ersu per la delibera, nel rispetto dei criteri definiti nel progetto di sponsorizzazione.
9. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Legale Rappresentante dell'Ersu. Con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel progetto.

#### **Art. 5 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione**

- Le iniziative interessate dalla procedura di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate, dai responsabili degli Uffici, con il PEG, ovvero entro il termine ultimo per la seduta del Consiglio di amministrazione che delibera in sede di Bilancio di previsione.
- Sono ammesse iniziative di sponsorizzazione in deroga al comma precedente laddove l'Ufficio responsabile del progetto ravvisi caratteri di eccezionalità e urgenza ovvero di sopravvenuta opportunità.
- Al fine di rendere le sponsorizzazioni massimamente compatibili con le attività istituzionali dell'Ente nonchè assicurare gli strumenti più idonei per la buona riuscita, il titolare dell'iniziativa è tenuto a comunicare alla commissione di sponsorizzazione in via preventiva il proprio progetto
- Nell'ambito del PEG o della proposta dell'Ufficio responsabile del progetto di sponsorizzazione, 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. 6 - Contratto di sponsorizzazione**

- La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:
  - il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario;
  - la durata del contratto di sponsorizzazione;
  - gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
  - le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

#### **Art. 7 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni**

- Le somme ottenute attraverso sponsorizzazioni costituiscono risparmi di spesa rispetto agli stanziamenti disposti per la realizzazione del progetto .

2. Tali risparmi di spesa possono essere utilizzati per le seguenti finalità:

- a) nella misura del 20 %, per ogni singolo contratto, per l'indennità spettante all'intermediario della sponsorizzazione secondo quanto previsto dal precedente Art. 4.
- b) nella misura del 5 % alla retribuzione del responsabile del progetto che ha previsto la sponsorizzazione;
- c) nella misura del 29% al finanziamento di altre iniziative istituzionali dell'ente;
- d) la restante quota costituisce economia di bilancio.

#### ***Art. 8 - Diritto di rifiuto alle sponsorizzazioni***

1. L'Ersu 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 per motivi di opportunità generale.
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:
  - a) propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
  - b) pubblicità diretta o in qualsiasi modo collegata alla produzione o distribuzione di materiale bellico, tabacco, superalcolici, medicinali, prestazioni mediche, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
  - c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

#### ***Art. 9 - 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 ai sensi del D.Lgs 196/2003.
3. Titolare del trattamento dei dati è l'Ersu - Palermo, in persona del suo Presidente che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge citata.
4. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici 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. 10 - Aspetti fiscali***

1. Il valore della fatturazione per la "sponsorizzazione" può coincidere, essere superiore o rappresentarne soltanto una quota rispetto all'intero stanziamento previsto in bilancio per la specifica iniziativa.
2. Il valore della fatturazione correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor ("spazio pubblicitario") è pari all'importo specificato al comma 1.

#### ***Art. 11 - Verifiche e controlli***

1. Le "sponsorizzazioni" sono soggette a periodiche verifiche da parte della Direzione, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, 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.

#### ***Art. 12 - Riserva organizzativa***

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Ufficio responsabile del progetto, secondo la disciplina del presente regolamento.
2. E' tuttavia facoltà dell'Ersu, 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.

Il Presidente  
*prof. Antonino Bono*