



# COMUNE DI NOCCIANO

Provincia di Pescara

## Copia di verbale di Consiglio Comunale

N. 19 del reg.  
data 14.06.2014

**REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DELLE SPONSORIZZAZIONI  
DI ATTIVITÀ E PROGETTI DEGLI ENTI LOCALI. APPROVAZIONE.**

L'anno duemilaquattordici, il giorno quattordici del mese di giugno alle ore 9,32 nella Casa Comunale di Nocciano.

Alla prima convocazione in sessione ordinaria che è stata partecipata ai signori consiglieri a norma di legge, risultano all'appello nominale:

CONSIGLIERI	P	A	CONSIGLIERI	P	A
MUCCI LORENZO	X		GIORDANO MARCELLO LUCIANO	X	
VALERIO LORENZA	X		PALUMBO VINCENZO	X	
SAVINI GIOVANNI		X			
CUZZI GABRIELE	X				
MARCHIONNE NINO	X				

Assegnati n. 7  
In carica n. 7

Presenti n. 6  
Assenti n. 1

Verificato il numero legale degli intervenuti,

- presiede il signor Mucci Lorenzo nella sua qualità di Sindaco;
- partecipa il Segretario Comunale D.ssa Nunzia Buccilli.

La seduta è pubblica.

## IL CONSIGLIO COMUNALE

Il Sindaco illustra per sommi capi il testo del Regolamento.

PREMESSO che si ritiene opportuno adottare apposito Regolamento al fine di normare la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni di cui all'art. 43 della Legge 449/1997 e s.m.i. e all'art. 119 del Decreto Legislativo 267/2000 e s.m.i.;

VISTO l'allegato schema di regolamento composto da n. 31 articoli e ritenuto meritevole di approvazione;

VISTO l'art. 43 della Legge 449/1997 e s.m.i.;

VISTO l'art. 119 del Decreto Legislativo 267/2000 e s.m.i.;

VISTI gli artt. 26, 27 e 119 bis del Dlgs 163/00 e s.m.i.;

VISTO l'art. 42, comma 2, lettera a) del Decreto Legislativo 267/2000 e s.m.i.;

VISTO il parere di regolarità tecnica di cui all'art. 49 comma 1 del D.Lgs. 267/2000 e s.m.i. rilasciato ai sensi e per gli effetti dell'art. 147/bis comma 1 del D.Lgs. 267/2000 e s.m.i.;

Chiede la parola il consigliere Giordano che sollecita la risposta alle interrogazioni perchè riguardano la sicurezza dei cittadini. In particolare evidenzia risposte sulla situazione del Centro Storico, nonché sulla casa della sig.ra Nappo; pericolo incendi; Castello con problemi sulle agibilità e rispetto norme per aperture al pubblico; strada comunale per Casali – loc. Follonica; via Roma con manufatto in cemento con parapetto di cui va verificata la stabilità; ordinanza di chiusura della stradina che porta al Comune. Chiede infine risposta all'interrogazione sui gradi della Polizia Municipale.

VISTO l'esito della seguente votazione legalmente espressa:

CONSIGLIERI presenti n. 6 - CONSIGLIERI votanti n. 6 CONSIGLIERI astenuti n. 2  
(Giordano e Palumbo)

VOTI FAVOREVOLI n. 4

VOTI CONTRARI n.//

### DELIBERA

DI APPROVARE l'allegato regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni, composto da n. 31 articoli, che allegato al presente atto ne costituisce parte integrante e sostanziale;

DI TRASMETTERE copia del presente atto ai Responsabili di Servizio affinché ne diano puntuale applicazione.

Successivamente, stante urgenza e giusto quanto stabilito dall' art. 134, comma 4 del citato D. L.gvo 18/08.2000, n° 267.

IL CONSIGLIO COMUNALE con votazione:

PRESENTI 6

VOTANTI 4

ASTENUTI 2 (Giordano e Palumbo)

VOTI FAVOREVOLI 4

**DELIBERA**

di dichiarare il presente atto immediatamente eseguibile.



# Comune di Nocciano

Provincia di Pescara  
Via San Rocco 24  
65010 Nocciano

P.IVA: 0021360688  
tel: 085.847135 - fax: 085.847602  
email: [tecnico2@comune.nocciano.pe.it](mailto:tecnico2@comune.nocciano.pe.it)  
pec: [tecnico@pec.comune.nocciano.pe.it](mailto:tecnico@pec.comune.nocciano.pe.it)

Area tecnica

## **REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DELLE SPONSORIZZAZIONI DI ATTIVITÀ E PROGETTI DEGLI ENTI LOCALI**



## **TITOLO I**

### **PRINCIPI GENERALI E RIFERIMENTI**

#### **Art. 1** **Definizioni**

1. Ai fini del presente regolamento si intendono:

- a) per "sponsorizzazione" la relazione a carattere di accordo negoziale tradotta in un contratto atipico a prestazioni corrispettive con funzione di pubblicità;
- b) per "sponsor" il soggetto che, al fine di incrementare la notorietà dei propri segni distintivi, corrisponde finanziamenti o altre utilità ad altro soggetto, 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 da contratto.

2. Ai fini del presente regolamento sono individuati:

- a) come "Amministrazione", il Comune parte di un contratto di sponsorizzazione;
- b) come logo, marchio o segno distintivo le rappresentazioni grafiche o le immagini o le rappresentazioni testuali utilizzate dallo sponsor come elemento illustrativo della propria attività o del proprio ruolo commerciale, da veicolare a fini pubblicitari.

#### **Art. 2** **Oggetto e finalità**

1. Il presente regolamento disciplina le attività dell'Amministrazione dirette a realizzare, in attuazione di obiettivi definiti, sponsorizzazioni con ruolo di sponsee, nonché le relative procedure.
2. L'Amministrazione operante come sponsee procede alla stipulazione di contratti di sponsorizzazione con qualificati soggetti pubblici e privati al fine di ottenere miglioramenti economicamente apprezzabili della qualità dei servizi da essa erogati, sostegno allo sviluppo di progettualità ed iniziative innovative, nonché al fine di acquisire risorse destinate a consentire risparmi di spesa.
3. L'attivazione delle procedure finalizzate alla stipulazione di contratti di sponsorizzazione è sempre preceduta da adeguata valutazione dei costi e dei benefici connessi e correlabili ed è comunque definita da specifici provvedimenti dell'Amministrazione.

#### **Art. 3** **Valenza patrimoniale delle obbligazioni assunte dallo sponsee**

In relazione ai contratti di sponsorizzazione stipulati dall'Amministrazione vale il principio per cui l'obbligazione assunta dallo sponsorizzato ha piena natura patrimoniale ai sensi dell'art. 1174 del Codice Civile.

## **TITOLO II**

### **AMMINISTRAZIONE COMUNALE CON RUOLO DI SPONSEE**

#### **Art. 4** **Ruolo dell'Amministrazione Comunale quale sponsee**

1. L'Amministrazione opera come sponsee, in relazione a progetti, iniziative, interventi per i quali intende acquisire risorse qualificate o significativo sostegno alle proprie attività di sviluppo delle finalità istituzionali.
2. Nell'ambito dei contratti di sponsorizzazione nei quali opera come sponsee, l'Amministrazione definisce clausole operative riguardanti le proprie prestazioni per la veicolazione di segni distintivi dello sponsor secondo principi di coerenza con le proprie capacità organizzative e di equilibrio rispetto ai valori della sponsorizzazione complessivamente intesi.
3. Per ampliare le potenzialità della sponsorizzazione, l'Amministrazione individua le iniziative da offrire ai potenziali sponsor ovvero accoglie le proposte formulate dai soggetti interessati. In particolare le iniziative o gli interventi devono essere:
  - a) inserite nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio comunale. In questo caso il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di minor spesa di bilancio, totale o parziale, rispetto alla previsione iniziale;



- b) inserite in appositi elenchi allegati al bilancio comunale ma non finanziati, la cui realizzazione è vincolata all'attivazione di contratti di sponsorizzazione o alla disponibilità delle economie di cui alla precedente lett.a);
- c) conseguenti a proposte definite in corso d'anno dalla Giunta Comunale, anche in adesione a offerte spontanee provenienti da soggetti terzi e giudicate di interesse pubblico.

4. Il corrispettivo offerto per la sponsorizzazione può consistere:

- a) in una somma di denaro: in questo caso la realizzazione dell'iniziativa, compresa l'individuazione dell'esecutore materiale delle prestazioni, sarà effettuata dall'Amministrazione secondo le ordinarie procedure; al pagamento degli esecutori potrà provvedere anche direttamente lo sponsor;
- b) 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 amministrazioni pubbliche.

#### **Art. 5**

##### **Profili procedurali generali per l'acquisizione di sponsorizzazioni**

1. L'Amministrazione perviene alla stipulazione di contratti di sponsorizzazione previa individuazione dei qualificati soggetti che assumono la veste di sponsor, nel rispetto dell'art. 26 del D.Lgs. n. 163/2006.
2. La selezione degli sponsor potenziali è sollecitata con apposito avviso nelle forme dell'evidenza pubblica, salvo quanto previsto dal successivo art. 8.
3. In presenza di proposte di sponsorizzazione concorrenti, l'Amministrazione adotta i criteri selettivi di cui al successivo art. 6.
4. Per ogni contratto di sponsorizzazione, l'Amministrazione definisce preliminarmente il valore dello stesso, esplicitando le peculiarità del progetto, dell'iniziativa o dell'intervento sponsorizzato/a al fine di farne rilevare la correlazione con le componenti economiche della sponsorizzazione.

#### **Art. 6**

##### **Elementi necessari dell'avviso pubblico per la sollecitazione a manifestazioni di interesse per sponsorizzazioni**

1. L'avviso pubblico per la sollecitazione di manifestazioni di interesse alla sponsorizzazione di progetti, iniziative o interventi dell'Amministrazione è da questa predisposto con una struttura che contiene almeno i seguenti elementi:
  - a) descrizione dell'attività sponsorizzata;
  - b) valore della sponsorizzazione;
  - c) vantaggi potenziali per lo sponsor;
  - d) obblighi generali dello sponsor;
  - e) forme di veicolazione dei segni distintivi dello sponsor da parte dello sponsee;
  - f) criteri selettivi, procedure di valutazione delle proposte e modalità di assegnazione dei punteggi;
  - g) passaggi per la formalizzazione del rapporto tra sponsor e sponsee.

#### **Art. 7**

##### **Forme di pubblicizzazione della volontà dell'Amministrazione Comunale di giungere a stipulazione di contratti di sponsorizzazione**

1. L'Amministrazione pubblicizza la propria volontà di stipulare contratti di sponsorizzazione mediante strumenti informativi tradizionali ed innovativi. In particolare ogni avviso di volontà di stipulare contratti di sponsorizzazione sarà pubblicato sull'Albo On-line e sul sito internet dell'Ente per almeno 20 giorni naturali e consecutivi. L'A.C. potrà anche far ricorso, qualora lo reputasse opportuno, ad altre forme di pubblicità quali, ad esempio:
  - a) ad avvisi resi noti ad associazioni di categoria od imprenditoriali;
  - b) ad avvisi resi noti a potenziali interessati mediante pubblicazione sul proprio e su altri siti internet;
  - c) ad avvisi diffusi con inoltro postale mirato a soggetti già in relazione con l'Amministrazione per contratti di pubblicità.



### **Art. 8**

#### **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 comunali, manifestino spontaneamente la loro volontà.
2. Le proposte di sponsorizzazione devono evidenziare le forme del supporto e, possibilmente, il valore presumibile del corrispettivo della veicolazione pubblicitaria; in mancanza di tale dato, la determinazione del corrispettivo sarà effettuata dall'Ente, ai fini della dichiarazione di pubblica utilità di cui all'art. 4 – comma 3 o, al contrario, ai fini del rifiuto della proposta di sponsorizzazione.
3. Nel caso di offerte spontanee provenienti da soggetti terzi, giudicate di interesse pubblico con delibera di G.C., l'Amministrazione può concludere il contratto direttamente con il soggetto che ha offerto la sponsorizzazione, a meno che le prestazioni corrispettive non consistano nella realizzazione di un'opera pubblica; in tale fattispecie troverà applicazione il TITOLO III del presente Regolamento.

### **Art. 9**

#### **Regolazione dei possibili conflitti di interesse**

1. L'Amministrazione non può stipulare contratti di sponsorizzazione con sponsor con i quali sussistano contrasti di interesse in relazione alla conflittualità tra la propria attività istituzionale e le attività dello sponsor stesso o il particolare segno distintivo dal medesimo utilizzato nell'ambito della sponsorizzazione.
2. Gli elementi ingeneranti conflitti di interesse possono rappresentare causa di esclusione di proposte di sponsorizzazione da confronti concorrenziali o di mancata valutazione delle stesse in relazione a manifestazioni di interesse spontanee.
3. L'Amministrazione e lo sponsor definiscono nel contratto procedure per la risoluzione di eventuali conflitti verificabili nel periodo di sviluppo della sponsorizzazione.

### **Art. 10**

#### **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:
  - a) generale, comportanti la formalizzazione del rapporto con un unico soggetto in veste di sponsor;
  - b) 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 clausole 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.

### **Art. 11**

#### **Proposte di sponsorizzazione concorrenti**

1. In presenza di proposte di sponsorizzazione concorrenti ed a fronte della sussistenza di clausole di esclusiva nei relativi contratti, l'Amministrazione definisce specifici criteri di selezione delle migliori manifestazioni di interesse, secondo quanto previsto nell'art. 6 – lettera f).
2. I criteri per il confronto e la valutazione delle proposte di sponsorizzazione sono definiti con particolare riferimento al valore economico delle stesse ed ai vantaggi complessivi per l'Amministrazione.

### **Art. 12**

#### **Individuazione dello sponsor**

1. L'individuazione dei soggetti operanti come sponsor di progetti, iniziative od interventi dell'Amministrazione è da questa effettuata mediante specifici provvedimenti, traduttivi delle procedure di selezione e/o di recepimento delle manifestazioni di interesse spontanee.



2. L'Amministrazione indica in forma evidente le modalità e le condizioni alle quali consegue l'individuazione dello sponsor e la stipulazione di contratto.

#### **Art. 13**

##### **Definizione del rapporto contrattuale con l'Amministrazione Comunale come sponsee**

1. I rapporti relativi alla sponsorizzazione nella quale l'Amministrazione opera con ruolo di sponsee sono formalizzati in specifico contratto, nel quale sono precisati:

- a) le finalizzazioni generali della sponsorizzazione;
- b) gli obblighi dello sponsor e dello sponsee
- c) i profili economici della sponsorizzazione;
- d) le clausole condizionanti il rapporto;
- e) la disciplina dell'uso dei loghi, marchi o segni distintivi dello sponsor;
- f) le forme di veicolazione dei segni distintivi dello sponsor;
- g) gli strumenti di valutazione dell'efficacia della sponsorizzazione;
- h) la durata del contratto;
- i) le clausole inerenti la risoluzione del contratto e delle controversie.

2. In relazione a contratti di sponsorizzazione comportanti per l'Amministrazione finanziamenti, destinati per la migliore realizzazione dell'iniziativa, negli stessi possono essere previste clausole che garantiscano lo sponsor dell'investimento, da parte dello sponsee, di un complesso di risorse dello stesso valore di quelle erogate a titolo di corrispettivo.

3. I contratti di sponsorizzazione nei quali l'Amministrazione assume ruolo di sponsee possono avere a titolo di corrispettivo anche la messa a disposizione di beni e di servizi per valore pari a quello del contratto.

#### **Art. 14**

##### **Utilizzo delle sponsorizzazioni in relazione a procedure di selezione di contraenti per appalti di servizi**

1. L'Amministrazione può prevedere, nell'ambito di bandi di gara per la selezione di contraenti per appalti di servizi inerenti contratti attivi, specifiche clausole inerenti la valutazione di proposte di sponsorizzazione.

2. Gli elementi valutativi inerenti le possibili proposte di sponsorizzazione non devono comunque costituire criterio con peso determinante in relazione al complessivo affidamento del servizio.

#### **Art. 15**

##### **Gestione del verde nelle rotatorie, negli spartitraffico, nelle aiuole comunali e nei parchi pubblici**

Nel caso di gestione del verde nelle rotatorie e spartitraffico, anche se costruite su strade Provinciali e Statali, e nelle aiuole comunali e parchi pubblici, gli interessati dovranno far pervenire al Comune l'istanza di cui all'art. 8, con allegati sia gli elaborati progettuali relativi all'allestimento dello spazio verde (o alle modifiche e migliorie proposte nel caso di spazio verde già allestito) ed alla realizzazione dell'impianto di irrigazione, che il piano di manutenzione del verde; la domanda sarà valutata dal Comune con i criteri di cui all'art. 8.

Se la manutenzione del verde rappresenta, invece, una volontà dell'Ente, verranno seguite le procedure di cui all'art. 6; in entrambi i casi, la individuazione dello sponsor avverrà nel rispetto dell'art. 12.

Nel contratto con lo sponsor, redatto a cura dei competenti Uffici Comunali, verranno esplicitati, in dettaglio:

- a) i contenuti minimi della manutenzione;
- b) le funzioni di controllo e vigilanza da parte dell'Ente;
- c) la durata dell'Accordo di sponsorizzazione;

Tutte le lavorazioni previste per l'allestimento delle rotatorie e degli spartitraffico dovranno rispettare il Nuovo Codice della Strada ed essere preventivamente autorizzate dal Comando di Polizia Urbana del Comune nonché, solo se occorrente, dagli Enti proprietari delle strade.

A fronte della manutenzione, a titolo gratuito, delle aree a verde, ciascuna Ditta ha diritto alla collocazione di un numero di cartelli reclamizzanti pari alla metà dei tronchi di strada che confluiscono nella rotatoria, arrotondato per difetto, posti in opera a complete cure e spese dell'offerente.





Il cartello, di caratteristiche e dimensioni stabilito dai competenti Uffici Comunali in funzione delle dimensioni dello spazio verde, è l'unica installazione consentita, oltre quella stradale ove necessita.

Sui cartelli potrà essere inserita solo la pubblicità della Ditta manutentrice, eventualmente completa di simboli, loghi e marchi.

### TITOLO III

#### CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE ED OPERE PUBBLICHE

##### Art. 16

##### **Contratti di sponsorizzazione aventi come prestazioni corrispettive la realizzazione di opere pubbliche**

1. L'Amministrazione può individuare come corrispettivo delle prestazioni da essa rese in qualità di sponsee anche l'esecuzione di lavori per la realizzazione o la manutenzione di opere a destinazione pubblica..
2. I contratti stipulati nel rispetto delle previsioni di cui al precedente comma 1 devono contenere 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. Nel caso di contratti di sponsorizzazione, aventi come prestazioni corrispettive la realizzazione di opere pubbliche e derivanti dalla volontà dell'Ente, la scelta dello sponsor avviene mediante Avviso pubblicato all'Albo On-line e sul sito internet del Comune. Sono ammesse ulteriori modalità da individuarsi in relazione ai potenziali interessati alla gara, secondo quanto previsto nell'art. 7 – comma 1, nonché forme di pubblicità previste dalla vigente normativa sulle OO.PP. in relazione all'importo dei lavori.  
L'avviso pubblico deve indicare: l'oggetto della sponsorizzazione, i requisiti necessari per partecipare alla gara ufficiosa, il termine per la presentazione delle offerte non inferiore a 20 giorni e deve specificare che l'aggiudicazione avverrà a favore del concorrente che ha presentato l'offerta economicamente più vantaggiosa, tenuto conto del valore della sponsorizzazione offerta e degli spazi richiesti o di altri elementi ritenuti idonei a qualificare l'offerta economicamente più vantaggiosa, espressamente e chiaramente indicati nell'Avviso, unitamente alle modalità di assegnazione dei punteggi.
4. Nel caso di contratti di sponsorizzazione, aventi come prestazioni corrispettive la realizzazione di opere pubbliche e derivanti da offerte spontanee, ritenute dall'A.C. di pubblico interesse, la scelta dello sponsor avverrà secondo la procedura del successivo art. 17.

##### Art. 17

##### **Dialogo competitivo**

1. Nel caso in cui pervenga all'Amministrazione, da parte di uno sponsor, una proposta di sponsorizzazione finalizzata alla realizzazione di opere pubbliche l'Amministrazione stessa, valutata 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. L'avviso manifesta l'intento dell'Amministrazione di procedere al reperimento di sponsorizzazioni. L'avviso è pubblicato sull'Albo On-line e sul sito del comune per almeno 10 giorni. L'avviso può essere altresì pubblicato secondo quanto stabilito nel precedente art. 7.
2. Nel caso non pervengano offerte entro il termine fissato, si procede alla stipula del contratto di sponsorizzazione con il soggetto promotore.
3. Alla scadenza dei termini fissati nell'avviso, l'Amministrazione procederà, nel caso pervengano offerte, tramite selezione delle proposte pervenute, all'individuazione dell'aggiudicatario, sulla base di criteri che tengano conto di elementi qualitativi, oltreché del prezzo.
4. Il soggetto promotore ha facoltà di adeguare la propria proposta originaria a quella eventualmente selezionata dall'Amministrazione a seguito delle procedure di cui al precedente comma tre, aggiudicandosi in tal modo la sponsorizzazione.
5. Durante la procedura di aggiudicazione l'Amministrazione comunale garantisce la parità di trattamento di tutti i partecipanti.
6. Su richiesta dell'Amministrazione Comunale le offerte possono essere chiarite, precisate e perfezionate. Tuttavia tali precisazioni o chiarimenti 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. 18**

#### **Profili procedurali e garanzie inerenti gli sponsor realizzatori di opere pubbliche**

1. Gli sponsor che effettuano direttamente 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.
2. I soggetti eventualmente individuati dagli sponsor quali esecutori dei 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.

### **TITOLO IV**

#### **ALTRE FORME DI ACCORDO FINALIZZATE ALLA ACQUISIZIONE DI SPONSORIZZAZIONI**

### **Art. 19**

#### **Accordi di collaborazione a fini di sponsorizzazione**

1. L'Amministrazione perviene alla formalizzazione di accordi di collaborazione a fini di sponsorizzazione, coinvolgendo soggetti pubblici e privati, per i quali è necessario definire relazioni plurilaterali inerenti rapporti di collaborazione o traduttivi di interazioni progettuali.
2. Gli accordi di collaborazione a fini di sponsorizzazione contengono comunque elementi definitivi delle relazioni tra uno o più soggetti con veste di sponsor ed uno o più soggetti con veste di sponsee, tra i quali rientra l'Amministrazione.

### **Art. 20**

#### **Convenzioni con soggetti pubblici**

1. L'Amministrazione perviene alla stipulazione di convenzioni per sponsorizzazione con soggetti pubblici, finalizzate ad associare l'immagine dello sponsor a trasferimenti di competenze, anche in forma di consulenza, o a progetti ed iniziative comportanti una potenziale ampia veicolazione dell'immagine dell'Amministrazione stessa.
2. Le convenzioni di cui al precedente comma 1 configurano comunque gli elementi a valenza economica e le prestazioni a valenza patrimoniale in corrispettivo.

### **TITOLO V**

#### **INSERZIONI PUBBLICITARIE SUL WEB-SITE ISTITUZIONALE**

### **Art. 21**

#### **Definizione degli spazi: prenotazioni ed autorizzazioni**

- 1) Gli spazi da destinare ad inserzioni pubblicitarie sul web-site sono stabiliti di volta in volta dall'editore/Sindaco; la pubblicità non potrà superare il 50% dei moduli complessivi.
- 2) La prenotazione degli spazi dovrà essere effettuata con una richiesta scritta che dovrà pervenire entro 30 giorni dalla pubblicazione, nella quale si dovrà indicare:
  - dimensioni (formato standard 150 x 150 pixel o 250 x 125 pixel)
  - tempo di permanenza sul sito (minimo 1 mese fino ad un massimo di 6 mesi con possibilità di rinnovo della richiesta medesima)
  - contenuto (dati immagini e quant'altro di suo interesse che non violino alcun diritto d'autore, segno distintivo, logo, marchio, brevetto ed altro di diritto a terzi)
  - la scelta della pagina per la collocazione dell'inserzione pubblicitaria (home page o pagine successive)
- 3) Il Comune si riserva un esame di merito sulla pubblicità proposta con facoltà di non inserire quella che risultasse incompatibile con le finalità dell'Ente.

### **Art. 22**

#### **Formati delle inserzioni e tariffe**

La pubblicità sul sito web sarà predisposta, a scelta dal richiedente o sull'Home page o comunque nelle pagine più visitate. Il posizionamento nelle pagine è subordinato alla variazione dei contenuti del Portale e pertanto non può essere fissato in modo assoluto.



<b>WEB-SITE</b>	
<b>FORMATO</b>	<b>PREZZO su base mensile</b>
150 x 150 pixel	€ 100 mesi 6 € 500 anziché € 600
250 x 125 pixel	€ 130 mesi 6 € 680 anziché € 780

#### **Art. 23**

#### **Modalità di consegna delle inserzioni**

Le inserzioni pubblicitarie devono essere fornite su supporto magnetico, o inviate via mail, esse devono pervenire almeno 30 giorni prima della pubblicazione.

#### **Art. 24**

#### **Pagamenti**

Il Comune a seguito del pagamento effettuato dal cliente, emetterà fattura quietanzata nei confronti del cliente.

Il pagamento potrà essere effettuato presso la tesoreria del Comune con indicazione della relativa causale oppure mediante bonifico bancario intestato al Comune.

#### **Art. 25**

#### **Divieto di Sponsorizzazioni**

Il Comune non accetta sponsorizzazioni da parte di aziende in qualsiasi modo collegate alla produzione o distribuzione di articoli, servizi o prodotti pornografici.

In particolare il Comune, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:

- ritenga che dalla stessa possa derivare un conflitto di interessi tra l'attività pubblica e quella privata;
- ravvisi nel messaggio pubblicitario (logo/marchio) un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
- reputi il messaggio pubblicitario inaccettabile per motivi di inopportunità generale

Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:

- propaganda di natura politica, sindacale;
- pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di materiale pornografico o a sfondo sessuale;
- messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, violenza, odio, minaccia o relative a tematiche particolarmente sensibili;

Il Contratto di acquisto degli spazi pubblicitari sul Portale Comunale diviene immediatamente invalidabile dal Comune nel caso il cliente celasse in qualsiasi modo il reale contenuto degli annunci qualora i contenuti degli stessi fossero ritenuti inaccettabili.

#### **Art. 26**

#### **Responsabilità**

Il cliente è l'unico responsabile per qualsiasi questione legale inerente sia il messaggio pubblicitario sia i prodotti ed i materiali che ad esso il cliente decide di collegare. Egli si impegna a che il contenuto dell'annuncio non contenga pubblicità mendace, diffamazioni, messaggi discriminatori, razzisti o comunque offensivi della dignità e dei diritti umani.

#### **Art. 27**

#### **Rapporto tra Cliente e Comune**

Tra il richiedente lo spazio pubblicitario (cliente) ed il Comune verrà stipulata un contratto firmato da ambo le parti, che sancirà il rapporto contrattuale e le modalità di esecuzione dello stesso.



**TITOLO VI**  
**DISPOSIZIONI GENERALI OPERATIVE**

**Art. 28**

**Verifiche dell'efficacia delle sponsorizzazioni per l'Amministrazione Comunale**

1. L'Amministrazione definisce, anche in accordo con i soggetti con veste di sponsor o di sponsee, procedure e strumenti per la verifica dell'efficacia delle sponsorizzazioni tradotte con contratti dei quali è parte.

**Art. 29**

**Tutela dei marchi**

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

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

**Art. 30**

**Fiscalità inerente le sponsorizzazioni**

1. In relazione alle prestazioni definite nei contratti di sponsorizzazione dei quali l'Amministrazione è parte, essa opera al fine di consentire agli altri contraenti la piena conoscenza dei vantaggi fiscali connessi agli investimenti in pubblicità.

2. Per far fronte agli obblighi fiscali connessi alle sponsorizzazioni, l'Amministrazione adotta tutti gli atti di natura amministrativa, contabile e fiscale necessari.

**Art. 31**

**Entrata in vigore ed abrogazioni**

1. Il presente regolamento entra in vigore a far data dall'intervenuta esecutività della deliberazione approvativa.

2. Dal momento dell'entrata in vigore del presente regolamento si intendono abrogate le disposizioni dei regolamenti comunali con esso incompatibili.



Comune di Nocciano  
Provincia di Pescara  
Via San Rocco, 24  
65010 Nocciano  
085 - 847135 fax 085 - 847602

**PARERE**

**ALLEGATO ALLA DELIBERA DI CONSIGLIO COMUNALE N. 19 DEL 14.06.2014.**

**OGGETTO: REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DELLE SPONSORIZZAZIONI DI ATTIVITÀ E PROGETTI DEGLI ENTI LOCALI. APPROVAZIONE.**

**PARERE TECNICO:**

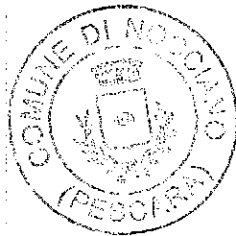
Il sottoscritto Ing. Piero Antonacci, esprime **PARERE FAVOREVOLE** in ordine alla **REGOLARITA' TECNICA** dell'atto, ai sensi dell'art. 49 del D. Lgs.vo 267/2000.

Nocciano, lì 06.06.2014

**IL RESPONSABILE DEL SETTORE**  
f.to Ing. Piero Antonacci

Letto, confermato e sottoscritto.

IL SINDACO  
F.to Mucci Lorenzo



IL SEGRETARIO  
F.to D.ssa Nunzia Buccilli

### CERTIFICATO DI PUBBLICAZIONE

Il sottoscritto Messo Comunale, certifica che la presente deliberazione, ai sensi dell'art. 124, 1° comma, del D.Lgs 18 agosto 2000, n. 267, è stata affissa in copia all'albo pretorio in data odierna e vi rimarrà per 15 giorni consecutivi.

Addi, 04/08/2014



IL MESSO COMUNALE

### ATTESTAZIONE DI ESECUTIVITA'

La presente deliberazione:

**NON SOGGETTA A CONTROLLO** è divenuta esecutiva, per decorrenza dei termini, ai sensi dell'art. 134, 3° comma, del D. Lgs. 267/2000. In data \_\_\_\_\_.

Li \_\_\_\_\_

IL SEGRETARIO  
F.to D.ssa Nunzia Buccilli

Copia conforme all'originale per uso amministrativo.

Addi, \_\_\_\_\_

L'IMPIEGATO DELEGATO DAL SINDACO