



COMUNE DI MERGOZZO

Provincia del Verbano Cusio Ossola

Via Pallanza 2 - 28802 Mergozzo (VB) telefono 0323/80101 telefax 0323/80738 e-mail mergozzo@ruparpiemonte.it

Deliberazione di Consiglio Comunale n. 62/2010

COPIA

VERBALE DI DELIBERAZIONE DEL CONSIGLIO COMUNALE N. 62

OGGETTO: Regolamento Comunale per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni – Determinazioni.-

L'anno **duemiladieci**, addì **trenta**, del mese di **novembre**, alle ore **21** e minuti **00**, nella sala delle adunanze consiliari, convocato dal Sindaco mediante avvisi scritti e recapitati a norma di Legge, si è riunito in sessione STRAORDINARIA ed in seduta PUBBLICA di PRIMA CONVOCAZIONE, il Consiglio Comunale.

Sono presenti i Signori:

Cognome e Nome		Carica	Pr.	As.
TOGNETTI	Paolo	Sindaco	X	
AGNESINA	Francesco	Consigliere	X	
NIBBIO	Ferruccio	Consigliere	X	
STOTO	Massimiliano	Consigliere	X	
NEGRI	Patrizia	Consigliere	X	
CIANI	Francesco	Consigliere	X	
FANTOLI	Gianfranco	Consigliere	X	
DIFINO	Giuseppina	Consigliere	X	
GROSSI	Antonio	Consigliere	X	
MAFFIOLI	Lorenzo	Consigliere	X	
DIBIASE	Michele	Consigliere	X	
BARONI	Rosella	Consigliere		X
VOLPONE	Chiara	Consigliere	X	
			12	1

Assiste all'adunanza il Segretario Comunale Signor **DI PIETRO dr. Nicola** il quale provvede alla redazione del presente verbale.

Essendo legale il numero degli intervenuti, il Signor **TOGNETTI Paolo**, nella sua qualità di Sindaco assume la Presidenza e dichiara aperta la seduta per la trattazione dell'oggetto suindicato.



COMUNE DI MERGOZZO

Provincia del Verbano Cusio Ossola

Via Pallanza 2 - 28802 Mergozzo (VB) telefono 0323/80101 telefax 0323/80738 e-mail mergozzo@ruparpiemonte.it

Deliberazione di Consiglio Comunale n. 62/2010

OGGETTO: Regolamento Comunale per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni. Determinazioni.

IL CONSIGLIO COMUNALE

CONSIDERATO che si rende necessario ed opportuno dotare il comune di un apposito regolamento che disciplini l'attività di sponsorizzazione da parte di terzi a favore di iniziative promosse, organizzate o gestione dal comune;

Rilevato che l'Ufficio Comunale ha predisposto, sulla base delle indicazioni ricevute la bozza del Regolamento comunale per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni costituito da n. 15 articoli e relativi allegati;

Dato atto che la Commissioni Consiliari competente, nella seduta del 22 novembre 2010 hanno esaminato la bozza del predetto regolamento;

DATO ATTO che, ai sensi dell'art. 49 del D.Legisl. n. 267/2000 e smi, il Responsabile del Servizio interessato ha espresso il parere favorevole in ordine alla regolarità tecnica del presente atto, che di seguito sottoscrive.

Il Responsabile del Servizio
F.TO Di Pietro Nicola

DATO ATTO che, ai sensi dell'art. 49 del D.Legisl. n. 267/2000 e smi, il Segretario Comunale ha espresso parere di legittimità in ordine al presente atto, che di seguito sottoscrive.

Il Segretario Comunale
F.TO Di Pietro Nicola

VISTA la bozza di regolamento comunale in questione;

VISTO l'art. 119 del D.lgs. 267/00 (TUEL), avente ad oggetto contratti di sponsorizzazioni, accordi di collaborazione e convenzioni;

VISTO l'art. 26 del D.lgs. 163/2006 (codice dei contratti), avente ad oggetto: Contratti di sponsorizzazioni;

VISTO l'art. 43 della Legge n. 449/1997 (finanziaria 1998);

VISTO l'art. 42 del D.lgs. 267/00;

Visto l'esito della votazione, espressa per alzata di mano dai convenuti aventi diritto al voto che dà il seguente risultato:

Presenti	Astenuti	Votanti	Voti favorevoli	Voti Contrari
N. 12	N. 0	N. 12	N. 12	N. 0



COMUNE DI MERGOZZO

Provincia del Verbano Cusio Ossola

Via Pallanza 2 - 28802 Mergozzo (VB) telefono 0323/80101 telefax 0323/80738 e-mail mergozzo@ruparpiemonte.it

Deliberazione di Consiglio Comunale n. 62/2010

DELIBERA

- 1) Di approvare il Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni, composto da n. 15 articoli e relativi allegati, che si allega come parte integrante della presente delibera;
- 2) Di disporre che il Regolamento di cui al punto 1) entrerà in vigore una volta divenuto esecutivo ai sensi dell'art. 134 del D.Legisl. n. 267/2000, e resterà in pubblicazione all'Albo Pretorio e sul sito web del comune per 15 gg. consecutivi.
- 3) Di disporre che il Regolamento di cui al punto 1) venga inserito nella raccolta ufficiale dei regolamenti e che allo stesso venga data la massima pubblicità.
- 4) Di abrogare dalla data di entrata in vigore del regolamento di cui al punto 1) ogni disposizione regolamentare del comune che disciplini la materia o che risulta incompatibile con lo stesso;



COMUNE DI MERGOZZO
PROVINCIA VERBANO CUSIO OSSOLA

**REGOLAMENTO COMUNALE
PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE
DELLE SPONSORIZZAZIONI**

Approvato con delibera consiliare n. in data

INDICE

ARTICOLO 1 -	OGGETTO E FINALITA'
ARTICOLO 2 -	CONTENUTI DELLE SPONSORIZZAZIONI E DESTINATARI
ARTICOLO 3 -	DEFINIZIONI
ARTICOLO 4 -	CONTENUTO DEL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE E DIRITTI DI TUTELA DELL'IMMAGINE DELL'AMMINISTRAZIONE
ARTICOLO 5 -	ALTRA FORMA DI SPONSORIZZAZIONE: GLI ACCORDI DI COLLABORAZIONE
ARTICOLO 6 -	AMBITO DI APPLICAZIONE DEL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE
ARTICOLO 7 -	PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE E SCELTA DELLO SPONSOR
ARTICOLO 8 -	INIZIATIVA SPOTANEA DEI TERZI
ARTICOLO 9 -	TRATTATIVA PRIVATA
ARTICOLO 10 -	PROGRAMMAZIONE E GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI
ARTICOLO 11 -	UTILIZZO DEI PROVENTI DELLE SPONSORIZZAZIONI
ARTICOLO 12 -	CASI ESCLUSI
ARTICOLO 14 -	TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI
ARTICOLO 15 -	DISPOSIZIONI FINALI



ARTICOLO 1 OGGETTO E FINALITA'

1. Il presente regolamento disciplina la attività di sponsorizzazione, da parte di terzi, a favore di iniziative promosse, organizzate o gestite dal Comune o comunque in relazione ai diversi servizi di competenza del comune stesso.
2. Il presente regolamento si prefigge lo scopo di realizzare le condizioni e gli strumenti normativi necessari per una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione nel rispetto di criteri di efficienza, efficacia e trasparenza.
3. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi, in conformità ai fini istituzionali del Comune.

ARTICOLO 2 CONTENUTI DELLE SPONSORIZZAZIONI E DESTINATARI

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti, pubblici e privati, singoli cittadini e/o figure giuridiche riconosciute dalla legge, sia con associazioni senza fini di lucro, per realizzare ovvero beneficiare, a titolo gratuito, di interventi, servizi, prestazioni, beni o attività di nuova realizzazione inseriti, oppure da inserire, nei programmi di spesa, ordinari e straordinari, per i quali è previsto o prevedibile il finanziamento a carico del bilancio dell'Ente; il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di una economia di bilancio totale, parziale, o programmatica, rispetto alla previsione di spesa, in relazione al totale o parziale raggiungimento del previsto risultato da parte dello sponsor e/o dello sponsee, senza oneri per l'Ente, ovvero con oneri ridotti.

ARTICOLO 3 DEFINIZIONI

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
 - a) per "contratto di sponsorizzazione", un contratto a titolo oneroso e a prestazioni corrispettive mediante il quale il Comune (Sponsee) offre, nell'ambito di proprie iniziative, ad un terzo (Sponsor), che si obbliga a sua volta a fornire un predeterminato corrispettivo, in beni e servizi, denaro od ogni altra utilità, la possibilità di pubblicizzare, in appositi e predeterminati spazi, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, ecc.; I contratti di sponsorizzazione per la realizzazione di un'opera infrastrutturale sono disciplinati dall'art.26 del D.lgs. 163/06.
 - b) per "accordo di collaborazione" uno strumento negoziale bilaterale o plurilaterale con il quale sono regolati le forme e le modalità di coinvolgimento delle parti nell'ideazione o realizzazione di iniziative concertate o di interesse comune;
 - c) per "sponsorizzazione" ogni contributo in beni o servizi, danaro od ogni altra utilità provenienti da terzi, allo scopo di promuovere il loro nome, marchio, attività, prodotti, ecc., ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio d'immagine;
 - d) per "sponsor" il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico che intende stipulare un contratto di stipulazione con il Comune;
 - e) per "sponsee" il soggetto che assume dietro corrispettivo l'obbligo di associare alle proprie attività il nome o il segno distintivo dello sponsor, nel caso il Comune;
 - f) per "spazio pubblicitario" lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor;

ARTICOLO 4 CONTENUTO DEL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE E DIRITTI DI TUTELA DELL'IMMAGINE DELL'AMMINISTRAZIONE

Il contratto di sponsorizzazione determina, a fronte di un corrispettivo, costituito da una somma di denaro, ovvero da forniture di beni e/o servizi prestati dallo sponsor a vantaggio del Comune le modalità con cui questo Ente si obbliga a divulgare il nome o il marchio del soggetto sponsorizzante nelle varie estrinsecazioni della propria attività, promuovendone l'immagine.



All'atto della presentazione della proposta presso il protocollo, il Comune acquisisce oltreché l'obbligo, anche il diritto alla divulgazione dell'iniziativa e il diritto alla tutela dell'immagine dell'Amministrazione.

ARTICOLO 5

ALTRA FORMA DI SPONSORIZZAZIONE: GLI ACCORDI DI COLLABORAZIONE

Gli accordi di collaborazione potranno determinare, indipendentemente dall'importo della sponsorizzazione o collaborazione, a fronte degli investimenti privati di peculiare rilevanza a vantaggio del Comune, oltre che il ritorno pubblicitario, anche la possibilità economica per lo "sponsor" di ricavare direttamente una redditività specifica dalla collaborazione con il Comune, da concretizzarsi nelle forniture di servizi e di beni caratterizzati dalla componente programmatica preminente del bene o del servizio fornito ad origine dal comune. E' l'esempio della gestione di strutture pubbliche quali attrezzature sportive, spazi espositivi, parcheggi, ecc., per l'utilizzo dei quali è comunemente previsto il pagamento di una tariffa (abbonamento, ticket, ecc.) a fronte di una retrocessione monetaria o altro beneficio da parte del Comune.

ARTICOLO 6

AMBITO DI APPLICAZIONE DEL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

1. Il ricorso alla sponsorizzazione può riguardare tutte le attività, i beni, i servizi e le opere pubbliche incluse negli strumenti di programmazione dell'Ente.
2. La sponsorizzazione può realizzarsi, a titolo esemplificativo, ma non esaustivo, attraverso le seguenti iniziative:
 - a) utilizzo dei loghi e dei marchi del Comune, escluso quindi lo stemma istituzionale, allo scopo di sfruttare il valore commerciale che gli stessi possono assumere;
 - b) eventi e servizi sportivi, ricreativi, culturali e sociali del Comune;
 - c) utilizzo a fini pubblicitari di spazi all'interno del Comune (es. bacheche, ascensore, sala riunione, impianti sportivi;
 - d) utilizzo a fini pubblicitari di spazi di documentazione del Comune quali, esemplificando, buoni pasto, cedolini stipendi, bollette, segnalibri;
 - e) utilizzo a fini pubblicitari di spazi sui veicoli di informazione a disposizione del Comune, quali, ad esempio il bollettino comunale, il sito internet del Comune e pannello elettronico informacittà;
 - f) servizi di manutenzione aree verdi o servizi diversi;
 - g) fornitura di beni;
 - h) attività di progettazione, direzione lavori, esecuzione e collaudo di opere pubbliche.
3. Per gli accordi di collaborazione sono attività privilegiate:
 - a) la concessione di edifici monumentali in degrado, ovvero in disuso, a soggetti privati, i quali, fatta salva la destinazione d'uso li recuperino o restaurino e li utilizzino anche per proprie sedi, per lo stretto tempo necessario ad ammortare, attraverso i costi di locazione, le spese sostenute; i canoni dovranno essere adeguatamente ponderati dall'UTC in relazione ai criteri convenzionali di calcolo mediato dalle realtà di mercato e dallo stato degli edifici, fino al termine massimo di 30 anni. E' ammessa la libera contrattazione dei canoni dovuti entro il 25%, in aumento o in detrazione, in relazione alle finalità statutarie e sociali dello "sponsor";
 - b) le istituzioni museali, bibliotecarie ed espositive, ovvero settori specifici di attività delle stesse;
 - c) gli impianti sportivi di proprietà comunale;
 - d) il restauro, il recupero, l'adeguamento funzionale, la messa a norma e la gestione di qualsiasi bene pubblico, appartenente al demanio o al patrimonio indisponibile del Comune.

ARTICOLO 7

PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE E SCELTA DELLO SPONSOR

1. La scelta dello sponsor è effettuata a mezzo di trattativa privata preceduta, di norma, dalla pubblicazione di apposito avviso.



2. All'avviso è data pubblicità mediante affissione all'albo pretorio e inserimento nel sito internet del Comune; inoltre, è possibile adoperare qualsiasi altra forma di pubblicità, anche diretta, ritenuta di volta in volta più idonea per una maggior conoscenza e partecipazione.
3. L'avviso deve contenere i seguenti dati minimi:
 - a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor secondo i contenuti dello specifico capitolato o schema di contratto di sponsorizzazione;
 - b) l'esatta determinazione dello spazio utilizzabile o della particolare modalità offerta dal Comune;
 - c) le modalità, i termini di presentazione dell'offerta e le eventuali garanzie richieste
 - d) i criteri di valutazione, nel caso siano presentate più offerte;
4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve almeno indicare:
 - a) il bene, il servizio, l'immagine, ecc. che si intende pubblicizzare;
 - b) il corrispettivo della sponsorizzazione.
5. All'offerta deve essere allegata una autocertificazione, firmata dal proponente, che dichiara:
 - a) di avere in generale la capacità di contrattare con la Pubblica Amministrazione;
 - b) l'inesistenza di impedimenti derivanti dal fatto di essere sottoposto a misure cautelari antimafia;
 - c) nel caso l'offerta sia fatta da un'impresa, l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari;
 - d) la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.
6. Nel caso l'offerta sia fatta da una persona giuridica, il legale rappresentante deve presentare l'autocertificazione indicata nel precedente comma 5 riferita a sé stesso e a tutti gli altri soggetti muniti del potere di rappresentanza.
7. Nel caso l'offerta sia fatta da un ente pubblico, deve essere allegata un'autocertificazione, firmata dal proponente, che dichiara:
 - a) il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti;
 - b) la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.
8. L'offerta deve, contenere l'assunzione di tutte le responsabilità collegate al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni. L'offerta di sponsorizzazione, previa istruttoria del competente ufficio, è approvata con atto deliberativo della Giunta Comunale.
9. Ove pervengano più offerte, con l'atto di Giunta anzidetto, è approvata apposita graduatoria per ognuna delle iniziative per le quali è prevista la sponsorizzazione.
10. La graduatoria è formata in base al maggior vantaggio economico per il Comune, tenuto conto delle indicazioni previste nell'avviso di scelta dello sponsor.
11. Definita la graduatoria, viene effettuata assegnazione fino alla copertura totale prevista dall'avviso, cominciando dal primo soggetto della graduatoria; in caso sia stato individuato un solo spazio pubblicitario lo stesso è assegnato al primo della graduatoria.
12. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal responsabile del settore interessato.

ARTICOLO 8

INIZIATIVA SPONTANEA DEI TERZI

Il Comune può stipulare contratti di sponsorizzazione anche con soggetti che manifestino spontaneamente la volontà di assumere la veste di sponsor di progetti o iniziative comunali. Nel caso di iniziativa spontanea di terzi l'Amministrazione comunale si riserva la facoltà di valutare l'utilità e la conformità della proposta agli scopi istituzionali dell'Ente, con riferimento alle sue componenti economiche, qualitative ed organizzative e di prescindere dalla procedura ordinaria descritta al precedente articolo 4 in ragione della tipologia e/o del valore della sponsorizzazione.

ARTICOLO 9

TRATTATIVA PRIVATA

1. È sempre ammessa la trattativa privata (procedura negoziale) nel rispetto dei principi del trattato (art. 26 D.lgs. n. 163/2006 e smi), previa adeguata motivazione, con specifico riferimento:
 - a) alle ipotesi di iniziative che per le loro peculiarità e caratterizzazioni facciano fondatamente ritenere che, ove anche si sperimentassero gli incanti o le licitazioni, questi andrebbero



- verosimilmente deserti, o in ogni caso risulterebbero di un improbabile buon esito;
- b) alle ipotesi in cui si tratti di forniture di beni e servizi che un solo soggetto sia in grado di offrire con quelle specifiche caratteristiche;
 - c) alle ipotesi in cui l'urgenza dell'iniziativa non consenta l'indugio degli incanti o della licitazione;
 - d) ad ogni altra situazione in cui ricorrano speciali ed eccezionali circostanze per le quali non appaia né utile né congruo il ricorso alle procedure degli incanti e delle licitazioni.
 - e) per le iniziative di importo inferiore a €. 10.000,00 può sempre procedersi alla trattativa privata diretta con un solo contraente.

ARTICOLO 10

PROGRAMMAZIONE E GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. Le iniziative nelle quali è possibile destinare spazi alla pubblicità di terzi sono individuate dal responsabile dell'iniziativa sulla base degli indirizzi e delle direttive impartite dalla Giunta Comunale con apposito atto, a seguito di esame di specifico progetto predisposto dal responsabile stesso.
2. Il ricorso al finanziamento attraverso le sponsorizzazioni può interessare tutte le iniziative, i progetti le attività del Comune, compresi gli eventi a rilevanza artistico culturale o spettacolare promossi, gestiti od organizzati dal Comune, sia direttamente che indirettamente.
3. La gestione delle sponsorizzazioni è regolata da apposito contratto nel quale sono stabiliti:
 - a) il diritto per lo sponsor ad una forma di pubblicità non esclusiva nel corso delle iniziative per le quali è prevista;
 - b) le forme di promozione, comunicazione e pubblicità;
 - c) la durata del contratto di sponsorizzazione;
 - d) il corrispettivo per la sponsorizzazione e gli obblighi assunti dallo sponsor;
 - e) la clausola di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.
4. Il corrispettivo della sponsorizzazione deve essere, di regola, fornito prima della firma del contratto; il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza dell'affidamento.

ARTICOLO 11

UTILIZZO DEI PROVENTI DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. I proventi delle sponsorizzazioni sono finalizzati al perseguimento di interessi pubblici ed a migliorare la qualità dei servizi prestati.
2. L'utilizzo di tali proventi è subordinato all'approvazione di apposito progetto da parte della Giunta Comunale, su proposta del responsabile del servizio interessato alla realizzazione del progetto stesso.

ARTICOLO 12

CASI ESCLUSI

1. Il Comune rifiuta qualsiasi sponsorizzazione nei casi in cui:
 - a) ritenga possa derivare un conflitto d'interesse fra l'attività pubblica e quella privata;
 - b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
 - c) sia in corso con l'offerente una controversia legale;
 - d) reputi l'offerta inaccettabile per motivi di opportunità generale.
2. Sono in ogni caso escluse sponsorizzazioni riguardanti:
 - a) propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di materiale pornografico o a sfondo sessuale;
 - c) messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.



ARTICOLO 14

TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste.
2. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dal D.Lgs. n. 196/2003 e successive modificazioni.
3. Titolare del trattamento è il comune in persona del suo Sindaco pro tempore che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge sopracitata.
4. I dati saranno trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali tenuti all'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.

ARTICOLO 15

DISPOSIZIONI FINALI

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dal Comune nei modi indicati dal presente regolamento; è facoltà del Comune, qualora si 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.
2. Il presente regolamento viene approvato con riferimento alle disposizioni contenute nell'articolo 43 della Legge 27.12.1997, n. 449 (legge finanziaria per il 1998), alle disposizioni dell'articolo 119 del D.Lgs. 18.08.2000, n. 267 (T.U. sull'ordinamento degli enti locali), e alla normativa applicabile in generale a tutta la materia delle sponsorizzazioni.
3. Il presente regolamento entra in vigore dopo la ripubblicazione presso l'Albo Pretorio Comunale, ad avvenuta esecutività della presente deliberazione dal quindicesimo giorno.



Allegati:

AVVISO PUBBLICO PER LA RICERCA DI SPONSOR

Il Comune di MERGOZZO, con sede in via Pallanza n.2, 28802 MERGOZZO visto il proprio vigente regolamento per le sponsorizzazioni, approvato con deliberazione di C.C. n. 62 del 30/11/2010 e della deliberazione/determina n. ___ del _____

RICERCA

uno sponsor per pubblicizzare attività come descritto di seguito:

specificare in dettaglio ogni singola voce)

a) Scopo della sponsorizzazione, (che ex art. 43 co. 1 della L. 449/97 può riguardare:

___lo sviluppo dell'innovazione nell'organizzazione amministrativa;

___la realizzazione di maggiori economie;

___il miglioramento della qualità dei servizi prestati all'utenza.)

b) Vantaggi per lo sponsor. (Fra i vantaggi, la deducibilità dei costi connessi alla sponsorizzazione, considerati alla stregua delle spese di pubblicità, come confermato dal disposto della risoluzione ministeriale n. 9/204 del 17/6/92.)

c) Tipo di contratto (contratto di sponsorizzazione, accordo di collaborazione, convenzione)

d) Diritti e Obblighi per il Comune

e) Diritti e Obblighi per lo Sponsor

f) Criteri di valutazione delle proposte

g) Modalità di presentazione delle proposte

h) Procedure di verifica e controllo sull'andamento dei contratti stipulati

i) Informazioni e chiarimenti con specifica indicazione del responsabile del progetto di sponsorizzazione.

MERGOZZO, _____

Responsabile di Settore

CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

Il giorno _____ del mese _____ dell'anno _____, in MERGOZZO, presso la sede municipale ivi sita in via Pallanza, n. 2,

TRA

il Comune di MERGOZZO, sopra generalizzato, rappresentato da _____, di seguito indicato anche sponsee

E

Il/la Sig. Sig.ra _____, legale rappresentante di _____, di seguito indicato sponsor,

VISTO

il vigente regolamento comunale per le sponsorizzazioni, approvato con deliberazione di C.C. n. ___ del _____ e la deliberazione/determina n. ___ del _____, con la quale è stata accettata la proposta avanzata da _____

SI STIPULA

il seguente contratto:

ARTICOLO 1 – OGGETTO

Il Comune conferisce allo sponsor incarico per la sponsorizzazione della seguente attività (o iniziativa):

ARTICOLO 2 – OBBLIGHI DELLO SPONSOR

Lo sponsor pagherà al Comune la somma di _____, mediante versamento in unica soluzione anticipata, (oppure) fornirà al Comune il seguente servizio (_____)

ARTICOLO 3 – OBBLIGHI DEL COMUNE

Il Comune consentirà allo sponsor apposizione di striscioni, banner sul sito internet, logo su carta intestata, ecc.

ARTICOLO 4 – DURATA

Il presente contratto avrà durata da _____ a _____



Oppure

per tutto il periodo della manifestazione _____

ARTICOLO 5 – RESPONSABILITA'

Lo sponsor è direttamente responsabile per le eventuali conseguenze derivanti dal messaggio pubblicitario espresso, liberando a tal fine il Comune per ciò che ne concerne la veridicità o altre modalità connesse.

ARTICOLO 6 – CONTROVERSIE

Tutte le controversie derivanti dalla attuazione del presente contratto saranno devolute alla competenza del Foro di _____.

ARTICOLO 7 – DISPOSIZIONI FINALI

Il presente contratto viene redatto in bollo, è soggetto ad IVA e verrà registrato in caso d'uso.

Sono a carico dello sponsor tutte le spese relative alla redazione.

MERGOZZO, _____

Il Responsabile del Servizio



COMUNE DI MERGOZZO

Provincia del Verbano Cusio Ossola

Via Pallanza 2 - 28802 Mergozzo (VB) telefono 0323/80101 telefax 0323/80738 e-mail mergozzo@ruparpiemonte.it

Deliberazione di Consiglio Comunale n. 62/2010

Del che si è redatto il presente verbale

IL PRESIDENTE

F.TO (Tognetti Paolo)

IL SEGRETARIO COMUNALE

F.TO (Di Pietro dr. Nicola)

Referto di Pubblicazione (art. 124 D.Lgs. 267/2000)

La presente deliberazione è stata pubblicata il giorno - 6 DIC. 2010
all'Albo pretorio del Comune per rimanervi 15 giorni consecutivi ai sensi dell'art.
124 comma 1 del D.LGS. 267/2000 e s.m.i..

Mergozzo, li - 6 DIC. 2010

IL SEGRETARIO COMUNALE

F.TO (Di Pietro dr. Nicola)

CERTIFICATO DI ESECUTIVITA' (art.134 comma 3 D.Lgs 267/00)

DIVENUTA ESECUTIVA IN DATA _____

- ☐ Perché dichiarata immediatamente eseguibile (at. 134 - 4° comma, D.lgs 18 agosto 2000 n. 267)
- ☐ Perché trascorso il decimo giorno di pubblicazione (art. 134 - 3° comma D.lgs 18 agosto 2000 n. 267)

Mergozzo, li _____

IL SEGRETARIO COMUNALE

(Di Pietro dr. Nicola)

Per copia conforme ad uso amministrativo.

Mergozzo, li - 6 DIC. 2010



IL SEGRETARIO COMUNALE

(Di Pietro dr. Nicola)