



COMUNE DI PERUGIA

**SEGRETERIA GENERALE
VICE SEGRETARIO GENERALE VICARIO**

**REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DELLE SPONSORIZZAZIONI DI
LAVORI, SERVIZI E FORNITURE**

APPROVATO CON DELIBERA DEL C.C. N. 209 DEL 20.12.2010

SI ATTESTA CHE IL PRESENTE REGOLAMENTO È CONFORME AL REGOLAMENTO CARTACEO
DEPOSITATO PRESSO LA SEGRETERIA DEL CONSIGLIO COMUNALE.

INDICE

Art. 1 - Oggetto, finalità e principi generali	<i>pag. 1</i>
Art. 2 - Definizioni ed ambito di applicazione	<i>pag. 1</i>
Art. 3 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione	<i>pag. 2</i>
Art. 4 - Modalità di promozione e informazione	<i>pag. 2</i>
Art. 5 - Corrispettivo	<i>pag. 2</i>
Art. 6 - Lavori, servizi e forniture realizzati a cura e spese dello sponsor	<i>pag. 3</i>
Art. 7 - Procedura per la scelta dello sponsor	<i>pag. 3</i>
Art. 8 - Criteri di aggiudicazione	<i>pag. 4</i>
Art. 9 - Offerta di sponsorizzazione	<i>pag. 4</i>
Art. 10 - Sponsor accreditati	<i>pag. 5</i>
Art. 11 - Proposte spontanee	<i>pag. 5</i>
Art. 12 - Contratto di sponsorizzazione	<i>pag. 6</i>
Art. 13 - Versamento corrispettivo sponsorizzazioni	<i>pag. 7</i>
Art. 14 - Utilizzo delle sponsorizzazioni in relazione a procedure di appalto e concessione	<i>pag. 7</i>
Art. 15 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni	<i>pag. 7</i>
Art. 16 - Adempimenti contabili e fiscali	<i>pag. 8</i>
Art. 17 - Rifiuto ed esclusione di sponsorizzazioni	<i>pag. 8</i>
Art. 18 - Trattamento dei dati personali	<i>pag. 8</i>
Art. 19 - Verifiche e controlli	<i>pag. 9</i>
Art. 20 - Riserva organizzativa e agenzie specializzate	<i>pag. 9</i>
Art. 21 - Norma di rinvio	<i>pag. 9</i>
Art. 22 - Entrata in vigore	<i>pag. 9</i>

Art. 1

Oggetto, finalità e principi generali

1. Il presente regolamento, adottato in attuazione dell'art. 43 della legge 27 dicembre 1997, n. 449, dell'art. 119 del Dlgs. 18.08.2000 n. 267 e s.m.i, dell'art. 120 del Dlgs. 22 gennaio 2004, n. 42 e dell'art. 26 del Dlgs. 163 del 12 aprile 2006 e s.m.i, disciplina le condizioni e le modalità operative per la sponsorizzazione di lavori, servizi e forniture in favore dell'Amministrazione comunale.

2. L'Amministrazione comunale ricorre ai contratti di sponsorizzazione al fine di ottenere miglioramenti della qualità dei servizi erogati, supportare la realizzazione di opere e servizi, favorire iniziative di innovazione ed ottimizzare la spesa.

3. Il ricorso alla sponsorizzazione si conforma ai seguenti principi generali:

- a) il perseguimento di interessi pubblici;
- b) l'esclusione di qualsiasi conflitto di interesse tra attività pubblica e attività privata;
- c) l'ottimizzazione della spesa, sia attraverso la realizzazione di economie sulle poste iscritte nel bilancio comunale, sia attraverso il finanziamento di lavori, servizi e forniture che non trovano copertura finanziaria ordinaria.

Art. 2

Definizioni ed ambito di applicazione

1. Ai fini del presente regolamento si intende:

- a) per *contratto di sponsorizzazione*: il contratto mediante il quale l'Amministrazione comunale (denominata *sponsee*) nell'ambito di proprie attività, offre ad un terzo (denominato *sponsor*), la possibilità di veicolare il nome, il marchio, l'immagine, l'attività, i prodotti, i servizi e simili nei modi previsti dal contratto. Lo sponsor si obbliga, a titolo di controprestazione, a pagare un corrispettivo in denaro, ad eseguire lavori, a fornire beni o a prestare servizi all'Amministrazione comunale;
- b) per *sponsorizzazione*: ogni prestazione di lavori, servizi, forniture o denaro proveniente da terzi allo scopo di promuovere il loro nome, ragione sociale, marchio, attività, prodotto o altro messaggio concordato, al fine di conseguire un beneficio di immagine;
- c) per *sponsor*: il soggetto privato (persona fisica o giuridica) che intenda stipulare un contratto di sponsorizzazione con l'Amministrazione comunale;
- d) per *sponsee*: l'Amministrazione comunale beneficiaria della sponsorizzazione, che rende una prestazione di mezzi consistente nella divulgazione dei segni distintivi dello sponsor nei modi previsti dal contratto;
- e) per *spazio pubblicitario*: lo spazio fisico o digitale e ogni altro supporto messo a disposizione dall'Amministrazione comunale e utilizzato per promuovere l'immagine dello sponsor.

2. Le sponsorizzazioni, nel rispetto dei principi di cui all'art.1, possono finanziare in tutto o in parte i lavori, i servizi e le forniture che rientrano nelle attività dell'Ente.

3. Ai fini del presente regolamento, non costituisce sponsorizzazione l'offerta a favore dell'Amministrazione comunale di somme di denaro, di forniture, servizi o lavori quando tali erogazioni sono effettuate dal privato a titolo di liberalità, di contributo o di mero "mecenatismo". L'accettazione di tali erogazioni da parte dell'Amministrazione comunale è subordinata ad una verifica anche ai sensi dell'art. 17, comma1.

Art. 3

Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione sono definite dalla Giunta nell'ambito del Piano esecutivo di gestione. La Giunta può comunque approvare nel corso dell'anno, con propria deliberazione, ulteriori iniziative o formulare indirizzi specifici ai dirigenti competenti.
2. La Giunta, tenuto conto di quanto previsto dall'art. 20 comma 2, demanda le fasi attuative e gestionali alla competenza del dirigente del servizio interessato, che vi provvede in base alla presente regolamentazione.
3. Il procedimento per la conclusione del contratto di sponsorizzazione è avviato con una determinazione del dirigente responsabile del servizio che definisce:
 - a) l'oggetto della sponsorizzazione;
 - b) la previsione dell'entrata monetaria attesa o il valore del lavoro, servizio, fornitura da sponsorizzare;
 - c) le modalità e forme di promozione dello sponsor;
 - d) le modalità di scelta dello sponsor, lo schema dell'avviso e della modulistica per presentare l'offerta;
 - e) l'eventuale capitolato.

Art. 4

Modalità di promozione e informazione

1. Per promuovere e veicolare il nome, il logo, il marchio, il messaggio pubblicitario e più in generale l'immagine dello sponsor, l'Amministrazione comunale può mettere a disposizione dello stesso "spazi fisici o digitali" - anche nei periodici comunali e nel proprio sito Internet - di volta in volta individuati in relazione all'iniziativa.
2. Qualora siano previsti impianti pubblicitari, targhe o altri supporti, gli stessi sono realizzati a cura e spese dello sponsor nel rispetto della normativa vigente e delle prescrizioni indicate dagli uffici comunali competenti.
3. Nell'informazione giornalistica dell'Amministrazione comunale riguardante attività istituzionali oggetto di sponsorizzazione viene esclusa qualsiasi forma di comunicazione commerciale del privato. L'Amministrazione si riserva in ogni caso la facoltà di citare, per completezza della notizia, il nome dello sponsor.
4. Ove necessario in relazione alle modalità di sponsorizzazione, prima di attivare la procedura o, in caso di offerte spontanee avanzate dallo sponsor prima di accettare la proposta del privato, il dirigente del servizio precedente valuta le modalità di promozione dello sponsor con gli uffici competenti in materia di comunicazione e pubblicità nonché con gli altri servizi interessati all'iniziativa, acquisendone i relativi pareri.

Art. 5

Corrispettivo

1. Il corrispettivo offerto dallo sponsor può consistere:
 - a) in una somma di denaro: in questo caso la realizzazione del servizio, lavoro e fornitura sarà effettuata dall'Amministrazione nel rispetto delle procedure previste dal D.lgs. 163/2006 e s.m.i.

- b) in servizi, lavori e forniture acquisiti o realizzati a cura e spese dello sponsor: in tal caso la prestazione è effettuata dallo sponsor, anche tramite soggetti da lui individuati in possesso dei requisiti richiesti dalla normativa vigente.

Art. 6

Lavori, servizi e forniture realizzati a cura e spese dello sponsor

1. Lo sponsor che effettua direttamente la progettazione ed esecuzione di lavori, servizi e forniture quale corrispettivo delle sponsorizzazioni, o i soggetti eventualmente individuati dallo stesso quali progettisti o esecutori, devono possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.
2. L'Amministrazione comunale impartisce le prescrizioni opportune in ordine alla progettazione, nonché alla direzione ed esecuzione del contratto ed esercita i poteri di sorveglianza al fine di garantire il rispetto del contratto e della normativa vigente.
3. Compete all'Amministrazione comunale l'approvazione del progetto preliminare, definitivo ed esecutivo, i collaudi (ivi compresi quelli in corso d'opera) e la vigilanza sull'esecuzione.
4. I progetti di sponsorizzazione inerenti beni culturali, qualora necessario, sono preventivamente sottoposti alla Soprintendenza e agli altri uffici competenti, al fine di ottenere i nulla osta o gli atti di assenso normativamente richiesti.

Art. 7

Procedura per la scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor è effettuata nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, trasparenza, parità trattamento e proporzionalità.
2. L'Amministrazione comunale si avvale di tutti gli strumenti comunicativi e relazionali che, in base all'oggetto della sponsorizzazione, appaiano più idonei a stimolare l'interesse e il confronto tra i potenziali concorrenti.
3. Ferme restando eventuali specifiche discipline di settore, lo sponsor è individuato, di norma, all'esito di una procedura comparativa aperta o negoziata con invito ad almeno cinque operatori, se compatibile con l'oggetto del contratto. Al fine di individuare i concorrenti e aumentare le potenzialità attrattive dell'iniziativa, il dirigente del servizio competente può procedere alternativamente:
 - a) mediante avviso pubblicato per almeno 10 gg. all'Albo Pretorio e nel sito internet dell'Ente. E' facoltà dell'Amministrazione comunale effettuare ulteriori forme di pubblicità anche in relazione al valore e alla tipologia della sponsorizzazione.
 - b) Mediante utilizzo dell'elenco degli sponsor accreditati di cui all'art. 10.
4. Al fine di consentire una razionale programmazione delle risorse finanziarie disponibili, gli uffici competenti possono predisporre un avviso annuale, da pubblicare all'Albo Pretorio e nel sito Internet dell'Ente per almeno 15 gg., per acquisire sponsorizzazioni in relazione a servizi, lavori e forniture che siano programmabili all'inizio dell'anno.
5. L'avviso di cui ai commi precedenti contiene l'indicazione degli interventi in relazione ai quali l'Amministrazione comunale intende pervenire alla stipula del contratto di sponsorizzazione, con l'indicazione degli elementi essenziali per la formulazione delle proposte, tra i quali:
 - a) l'indicazione dei lavori, servizi e forniture e del loro valore;
 - b) gli obblighi dello sponsor;

- c) le modalità di promozione dello sponsor, l'individuazione dell'eventuale spazio per la veicolazione dell'immagine del privato e la durata del periodo di suo utilizzo;
- d) i requisiti dei partecipanti e degli eventuali esecutori del contratto individuati dallo sponsor;
- e) l'eventuale diritto di esclusiva;
- f) l'importo minimo eventualmente richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
- g) i criteri per la valutazione delle proposte e l'eventualità di co-sponsorizzazioni;
- h) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta;
- i) eventuali indicazioni e prescrizioni in ordine alla progettazione, nonché alla direzione ed esecuzione del contratto;
- j) il diritto di rifiutare o escludere l'offerta nei casi previsti dall'art. 17.

6. Sono ammesse sponsorizzazioni plurime di uno o più lavori, servizi o forniture. Nell'ipotesi di offerte concorrenti e non confliggenti, l'Amministrazione favorisce le co-sponsorizzazioni.

Art. 8 Criteri di aggiudicazione

1. Qualora non sia possibile la sponsorizzazione plurima dell'iniziativa, il contratto è aggiudicato, di norma, in base ai seguenti criteri:

- a) maggiore valore economico offerto dal privato in termini di denaro o di prestazione;
- b) offerta economicamente più vantaggiosa, valutabile in base ad elementi economici e qualitativi individuati dal dirigente nell'avviso o nella lettera di invito, quali, a titolo meramente esemplificativo, i profili tecnici della proposta, le caratteristiche estetiche, la qualità dello sponsor in termini di fiducia e immagine, il termine di consegna o di esecuzione, il valore economico della sponsorizzazione, la durata.

2. I partecipanti alla procedura per l'affidamento di sponsorizzazioni non hanno diritto ad alcun rimborso spese.

3. Qualora a seguito dell'indagine di mercato di cui agli articoli 7 e 10 non sia stata presentata nessuna offerta o nessuna offerta valida o ritenuta appropriata, il dirigente può procedere all'affidamento diretto della sponsorizzazione, previa verifica dei requisiti richiesti e previa valutazione della congruità e convenienza della proposta.

Art. 9 Offerta di sponsorizzazione

1. Possono assumere la veste di sponsor le persone fisiche, le persone giuridiche, le associazioni senza fini di lucro formalmente costituite.

2. L'offerta, redatta secondo le modalità e i termini richiesti dall'Amministrazione comunale nell'avviso o nella lettera di invito, deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indicare:

- a) l'oggetto della sponsorizzazione;
- b) il corrispettivo e la sua quantificazione;
- c) il nome, logo, marchio, prodotto che si intende pubblicizzare e le modalità di promozione dello sponsor;
- d) l'accettazione delle condizioni richieste dall'Amministrazione nonché l'assunzione degli obblighi e responsabilità connesse alla sponsorizzazione (compresi l'eventuale acquisizione di autorizzazioni e la rimozione del messaggio).

3. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni, previste dall'avviso o dalla lettera di invito, attestanti:

- a) per le persone fisiche:

- l'inesistenza della condizione di incapacità a contrarre con la pubblica amministrazione 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 se imprenditore);
- la non rappresentanza di organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;

b) per le persone giuridiche e gli altri soggetti:

- il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti per ciascuno dei quali devono essere prodotte le autocertificazioni sopra elencate.

4. In caso di lavori, servizi e forniture acquisiti o realizzati a cura e spese dello sponsor, l'offerta deve essere accompagnata anche dalla dichiarazione del possesso dei requisiti di qualificazione richiesti dalla normativa vigente in capo allo sponsor o all'esecutore del contratto.

5. Le offerte sono valutate dal dirigente del servizio competente o da apposita commissione presieduta dal dirigente suddetto, nel rispetto dei criteri e delle modalità definiti dall'Amministrazione comunale nell'avviso o nella lettera di invito.

6. La procedura di scelta dello sponsor è aggiudicata dal dirigente competente previa verifica dei requisiti.

Art. 10 Sponsor accreditati

1. E' facoltà della Giunta istituire elenchi di sponsor accreditati. Per la formazione di detti elenchi, il dirigente individua con procedura aperta, previo avviso da pubblicare nel sito internet e nell'albo pretorio per almeno 10 gg., i candidati a cui proporre, per un arco temporale non superiore ad un triennio, le iniziative di sponsorizzazione che presentino le caratteristiche di massima prefissate.

2. La procedura di cui al precedente comma 1 è attivabile congiuntamente o singolarmente da parte dei vari servizi comunali.

3. Gli elenchi degli sponsor accreditati sono aperti ed aggiornati a cura del dirigente del servizio competente con i nominativi dei soggetti che intendono iscriversi.

4. Le singole sponsorizzazioni vengono proposte dal dirigente, a rotazione, ad almeno cinque iscritti all'elenco di riferimento e vengono assegnate a seguito di confronto comparativo fra le offerte, qualora non sia possibile la sponsorizzazione plurima.

5. Nel caso in cui nessuno degli iscritti agli elenchi tenuti dai servizi competenti sia interessato alla sponsorizzazione, la stessa potrà essere affidata ai sensi dell'art. 7.

Art. 11 Proposte spontanee

1. Fermo restando quanto previsto dagli articoli precedenti, l'Amministrazione comunale può recepire, nei modi di seguito indicati, proposte d'interesse pubblico e convenienti per l'Ente, da parte di soggetti privati che intendano assumere la veste di sponsor per la realizzazione di lavori, servizi e forniture.

2. Le proposte devono evidenziare il servizio, il lavoro o la fornitura che si intende sponsorizzare, il valore del corrispettivo, le forme di veicolazione pubblicitaria e l'eventuale richiesta di diritto di esclusiva.

3. L'Amministrazione valuta la proposta e se la ritiene d'interesse pubblico garantisce adeguate forme di pubblicità ai sensi degli articoli 7 e 10, per acquisire eventuali ulteriori offerte. Qualora non sia possibile la sponsorizzazione plurima, il contratto è aggiudicato in base ai criteri di cui all'art. 8.

4. Tenuto conto della normativa vigente e dei principi di ragionevolezza, proporzionalità e semplificazione, il dirigente competente ha facoltà di procedere motivatamente all'affidamento diretto del contratto, previa verifica dei requisiti necessari e della congruità dell'offerta spontanea sotto il profilo tecnico ed economico, nei seguenti casi:

- a) urgenza di provvedere, qualora la tempistica della proposta o dell'attività sponsorizzata non consentano l'esperimento delle procedure comparative e l'offerta appaia comunque conveniente per l'Amministrazione comunale;
- b) qualora trattasi di lavori, servizi o forniture che, per le loro caratteristiche, possono essere offerte solamente da un soggetto determinato;
- c) qualora la sponsorizzazione sia di modico valore e, comunque, non superiore ad € 20.000,00 per servizi e forniture o somme di denaro a ciò destinate, e non superiore ad € 40.000,00 per lavori o somme di denaro a ciò destinate.

5. In caso di offerta di denaro l'affidamento del servizio, lavoro o fornitura sponsorizzato dovrà essere effettuata secondo le procedure previste dalla normativa vigente.

Art. 12

Contratto di sponsorizzazione

1. La sponsorizzazione viene regolata mediante un apposito contratto in forma scritta nel quale sono stabiliti:

- a) l'oggetto della sponsorizzazione;
- b) la descrizione della modalità di attuazione della sponsorizzazione;
- c) le forme di veicolazione previste e il diritto dello sponsor alla utilizzazione, anche non esclusiva, dello spazio pubblicitario;
- d) la durata del contratto;
- e) il valore o corrispettivo;
- f) gli impegni reciproci, le responsabilità, le eventuali garanzie richieste;
- g) le possibili cause di risoluzione del contratto ed i loro effetti. In particolare dovrà essere inserita una clausola risolutiva espressa per l'ipotesi in cui cause eccezionali non consentano al Comune la realizzazione dell'iniziativa e dovranno essere definiti i reciproci rapporti per tale evenienza;
- h) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze;
- i) il termine della rimozione del messaggio pubblicitario con oneri a carico del privato;
- j) eventuali prescrizioni in ordine alla progettazione, nonché alla direzione ed esecuzione del contratto;
- k) eventuale divieto di cessione del contratto e dello spazio pubblicitario;
- l) specifiche clausole inerenti l'uso dei segni distintivi dello sponsor (marchio, logo ecc) secondo la normativa vigente;
- m) l'indicazione del foro competente per la risoluzione delle controversie;
- n) eventuali oneri relativi a imposte e canoni, spese di bollo, di registrazione e di contratto, che dovranno essere posti a carico dello sponsor.

2. Il contratto di sponsorizzazione deve prevedere clausole inerenti la 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.

3. L'Amministrazione può definire nel contratto di sponsorizzazione specifiche clausole relative all'utilizzo dei propri segni distintivi e della propria immagine.

4. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal dirigente competente. Con detto contratto viene concessa anche l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario", fermi restando a carico del privato gli obblighi tributari e l'acquisizione di eventuali autorizzazioni previste dalla normativa vigente.

Art. 13

Versamento corrispettivo sponsorizzazioni

1. Il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione in denaro deve essere eseguito, previa fattura dell'Amministrazione comunale, di norma entro 15 gg. dalla sottoscrizione del contratto, con versamento del relativo importo presso la Tesoreria Comunale. Il contratto può prevedere diverse modalità di pagamento del corrispettivo.

2. A garanzia di detto importo, quale condizione per procedere alla formalizzazione dei rapporti di sponsorizzazione, lo sponsor deve costituire, se richiesta, apposita garanzia a favore dell'Amministrazione comunale, prima della sottoscrizione del contratto.

3. Nell'ipotesi di sponsorizzazione a cura e spese dello sponsor, quest'ultimo deve provvedere a pagare direttamente l'eventuale fornitore o esecutore dell'opera, previo nulla osta dell'Amministrazione comunale di attestazione dell'avvenuta regolare esecuzione delle prestazioni.

4. Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo in favore dell'Amministrazione comunale sarà causa di risoluzione, di diritto, del contratto, fatto salvo il diritto di rivalsa da parte dell'Ente sulle somme versate dallo sponsor a titolo di garanzia.

Art. 14

Utilizzo delle sponsorizzazioni in relazione a procedure di appalto e concessione

1. L'Amministrazione comunale può prevedere, nell'ambito di bandi o avvisi di gara per l'affidamento di appalti o concessioni di lavori, servizi o forniture, specifiche clausole inerenti la valutazione di proposte di sponsorizzazione, a parziale scomputo dell'onere previsto a carico dell'ente.

2. Gli elementi valutativi inerenti la sponsorizzazione non devono comunque costituire un criterio con peso preponderante in relazione a quello complessivo previsto per l'affidamento del contratto.

Art. 15

Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

1. Sono considerati risparmi di spesa le risorse finanziarie di spesa corrente, assegnate con il Piano esecutivo di gestione, riconducibili agli interventi 02 (acquisizione beni di consumo), 03 (prestazione servizi), 04 (utilizzo di beni di terzi), che dovessero risultare non utilizzate a seguito della stipula di un contratto di sponsorizzazione.

2. La Giunta definisce annualmente la destinazione dei risparmi di spesa di cui al comma 1, assicurando, compatibilmente con le disposizioni al momento vigenti in materia di contenimento della spesa pubblica ed in particolare della spesa del personale, la destinazione di una quota per l'implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività del personale del comparto di cui all'art. 15 comma 1 lett.d) del CCNL dell'1.04.1999 e del fondo di retribuzione di posizione e risultato della dirigenza di cui all'art. 26 del CCNL del 23.12.1999.

3. Non si applica il comma 2 del presente articolo quando la Giunta procede ai sensi dell'articolo 20, comma 3.

Art. 16
Adempimenti contabili e fiscali

1. Le iniziative di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale sulle imposte dirette, per quanto applicabile, sulle imposte indirette e sui tributi locali, alla cui disciplina si rinvia.
2. Ai fini dell'IVA, il valore della fatturazione per la sponsorizzazione equivale al corrispettivo indicato nel contratto tra *sponsor* e *sponsee*.
3. Qualora la sponsorizzazione preveda, quale corrispettivo della stessa, la fornitura di beni o servizi o lavori da parte dello sponsor, si configura come operazione permutativa ai sensi dell'art. 11 del D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633.
4. Allo sponsor compete il pagamento delle somme dovute a titolo di imposta comunale sulla pubblicità, tassa per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche ed altri tributi di competenza comunale. Non compete invece il canone di concessione per gli impianti pubblicitari privati installati su spazi o aree comunali.

Art. 17
Rifiuto ed esclusione di sponsorizzazioni

1. L'Amministrazione comunale si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione offerta o di recedere dal contratto sottoscritto qualora:
 - a) ritenga che possa derivarne una situazione di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
 - b) ravvisi nel messaggio o nell'attività da promuovere un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
 - c) la reputi inaccettabile perché contraria alla normativa vigente, all'ordine pubblico, al buon costume, ovvero la ritenga ingannevole, pregiudizievole per la salute, la sicurezza, l'ambiente e la tutela dei minori ovvero non accoglibile per motivi di inopportunità.
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:
 - a) qualsivoglia tipo di propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - b) la pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di armi, tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
 - c) i messaggi offensivi, incluse le espressioni di discriminazione, fanatismo, razzismo, odio o minaccia;
 - d) la veicolazione pubblicitaria di un marchio, un logo o un messaggio con contenuti non conformi a quanto previsto dalle norme in materia di pubblicità.

Art. 18
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 e s.m.i.
3. 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 l'Amministrazione

comunale di Perugia in persona del Sindaco pro tempore, che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla normativa citata.

4. 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 incluse nei contratti di sponsorizzazione.

Art. 19 **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.

2. Le difformità o gli inadempimenti emersi in sede di verifica devono essere tempestivamente comunicati e contestati allo sponsor. La comunicazione e la eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto.

Art. 20 **Riserva organizzativa e agenzie specializzate**

1. La gestione delle sponsorizzazioni è di norma effettuata direttamente dall'Amministrazione comunale secondo la disciplina del presente regolamento.

2. E' facoltà dell'Amministrazione comunale prevedere forme di coordinamento organizzativo che assicurino uniformità gestionale delle procedure di sponsorizzazione.

3. È facoltà dell'Amministrazione comunale formulare indirizzi per l'individuazione di soggetti esterni specializzati nel campo pubblicitario o nella raccolta di fondi, qualora ritenga tale modalità più opportuna e conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale per il reperimento delle sponsorizzazioni.

4. In tale eventualità, il soggetto esterno è scelto nel rispetto della normativa vigente.

Art. 21 **Norma di rinvio**

1. Per quanto non espressamente previsto nel presente regolamento, le procedure in materia di sponsorizzazioni si espletano nel rispetto delle disposizioni sul procedimento amministrativo di cui alla legge 7 agosto 1990, n. 241 e s.m.i. e delle disposizioni stabilite dal codice civile.

2. Restano ferme specifiche discipline di settore ed eventuali divieti di sponsorizzazione ivi contenuti.

Art. 22 **Entrata in vigore**

1. Il presente Regolamento entra in vigore ad intervenuta esecutività della deliberazione di approvazione.