

DISCIPLINARE DELLE PROCEDURE DI SPONSORIZZAZIONE

INDICE

- Art. 1- Oggetto e finalità
- Art. 2- Definizioni
- Art. 3- Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari
- Art. 4 - Sponsorizzazione: esclusione e rifiuto
- Art. 5- Metodi di selezione dello sponsor
- Art. 6 - Contratto di sponsorizzazione
- Art. 7 - Aspetti fiscali
- Art. 8 - Verifiche e controlli
- Art. 9 - Trattamento dei dati personali
- Art. 10 - Norme finali

Art.1 - Oggetto e finalità

1. Il presente Disciplinare è relativo alle attività di sponsorizzazione di iniziative organizzate e gestite dall'Ente Parco dei Castelli Romani, in attuazione delle disposizioni contenute nella vigente normativa in materia.
2. Le disposizioni del presente Disciplinare sono finalizzate a definire procedura organica da seguire nelle iniziative di sponsorizzazione allo scopo di assicurare il rispetto della normativa vigente che regolano l'attività dell'Ente Parco dei Castelli Romani (successivamente indicato con il termine Ente Parco).
3. Il ricorso alle sponsorizzazioni costituisce un'opportunità sotto il profilo economico e finanziario per promuovere la conservazione e la valorizzazione delle aree protette nonché il recupero e il restauro ambientale dei siti degradati.
4. I contratti di sponsorizzazione sono ammissibili se provengono da soggetti privati, associazioni senza scopo di lucro o figure giuridiche riconosciute dalla legge, conformi ai seguenti principi generali:
 - a) compimento di un'economia di spesa o di una maggiore entrata;
 - b) esclusione di un qualsiasi forma di conflitto d'interesse tra l'attività pubblica e l'attività privata;
 - c) finalità di interessi pubblici di pertinenza dell'Ente Parco

Art 2. – Definizioni

1. Nel presente disciplinare si intende:
 - a) per “contratto di sponsorizzazione” un contratto mediante il quale l'Ente Parco offre ad un terzo, denominato sponsor, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale in determinati spazi nell'ambito delle attività dell'Ente Parco, obbligandosi questi, a titolo di controprestazione, a pagare un corrispettivo in denaro ovvero a fornire beni, prestare servizi oppure ad eseguire lavori;
 - b) per “sponsorizzazione” ogni attività proveniente da terzi che abbia lo scopo di promuovere la propria ragione sociale con un contributo in beni, servizi, denaro o prestazioni;
 - c) per “sponsor” il soggetto privato (persona fisica e/o giuridica e/o senza finalità di lucro) o soggetto pubblico che voglia stipulare un contratto di sponsorizzazione con l'Ente Parco;
 - d) per “sponsee”: il soggetto sponsorizzato, cioè l'Ente Parco;
 - e) per “spazio pubblicitario” lo spazio digitale o fisico ed ogni supporto per pubblicizzare la ragione sociale dello sponsor.
2. In base al presente disciplinare, non è da considerarsi “sponsorizzazione” l'offerta di somme di denaro, beni e/o servizi accessori a titolo di semplice liberalità all'Ente Parco senza alcun obbligo corrispettivo.

Art. 3 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

1. Le attività e le iniziative oggetto di sponsorizzazione sono individuate annualmente con atto del Consiglio Direttivo dell'Ente Parco e/o, in assenza di tale organo, direttamente dal Presidente dell'Ente Parco. Nel corso dell'anno il Consiglio Direttivo potrà approvare ulteriori progetti sia su iniziativa dell'Ente che da terzi promotori.
2. Le proposte di sponsorizzazione, nei limiti e nelle modalità previste dalla vigente normativa e da questo disciplinare, possono riguardare tutte le iniziative, servizi, prestazioni, beni ed attività a favore dell'Ente Parco.
3. Dopo l'approvazione degli atti di cui al precedente comma 1 e compatibilmente con le disposizioni normative nazionali e regionali in materia di contabilità e di contenimento di spesa pubblica, al fine di procedere alla destinazione delle maggiori entrate derivanti dalle sponsorizzazioni, il Consiglio Direttivo e/o il Presidente autorizza il Direttore dell'Ente Parco all'esecuzione di tutti gli atti conseguenti, ivi compresi quelli per la definizione della destinazione dei risparmi di spesa e delle entrate provenienti dalle sponsorizzazioni.

Art. 4 Sponsorizzazione: esclusione e rifiuto

1. Non sono ammesse le offerte o proposte di sponsorizzazione presentate da soggetti che:
 - a) si trovino in una situazione di conflitto d'interesse o in una controversia legale con l'Ente Parco;
 - b) non possiedano i requisiti generali per contrattare e non siano legittimati, in base alla normativa vigente in materia, a sponsorizzare attività ed iniziative della Pubblica Amministrazione;
 - c) svolgano attività che possano arrecare danno o preclusione all'ambiente;
 - d) siano stati condannati, con sentenza passata in giudicato, per reati inerenti al diritto dei lavoratori, diritto alla salute e sicurezza delle persone, la tutela e protezione dell'ambiente.
2. Sono escluse le sponsorizzazioni riguardanti:
 - a) divulgazione di natura sindacale, politica, filosofica o religiosa;
 - b) promozione collegata o diretta al tabacco, prodotti alcolici e farmaceutici, armi, materiale a sfondo sessuale o pornografico;

- c) messaggi offensivi di discriminazione, odio, razzismo o minaccia.
- 3 L'Ente Parco, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione se:
- a) sia in contrasto con le finalità ed il programma dell'Ente Parco;
 - b) nel messaggio pubblicitario sia presente un possibile pregiudizio o danno alle proprie iniziative o immagine;
 - c) ritenga che possa nascere una situazione di conflitto tra l'attività pubblica e l'attività privata.

Art. 5 Metodi di selezione dello sponsor

1. L'affidamento dei contratti di sponsorizzazione viene eseguito in base alle procedure previste dall'articolo 19 del Decreto Legislativo 18 aprile 2016, n.50, e successive modifiche e/o integrazioni, mediante Avviso da pubblicarsi sull'Albo dell'Ente.
2. Gli elementi essenziali per la formulazione delle proposte di sponsorizzazione devono contenere i seguenti elementi:
 - a) l'oggetto della sponsorizzazione e gli obblighi dello sponsor;
 - b) la durata della sponsorizzazione e la determinazione dello spazio pubblicitario utilizzabile;
 - c) l'importo minimo richiesto dall'Ente Parco quale corrispettivo per la sponsorizzazione;
 - d) i criteri della valutazione.
3. Lo sponsor deve presentare la propria offerta in forma scritta e dovrà contenere:
 - a) gli elementi identificativi del soggetto presentatore e dell'attività;
 - b) il progetto, l'attività, l'iniziativa o il bene che si intende sponsorizzare;
 - c) il valore della sponsorizzazione;
 - d) l'accettazione delle condizioni previste dall'avviso o invito;
 - e) l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti conseguenti al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni;

- f) la documentazione attestante, anche in autocertificazione, di non trovarsi nelle cause di esclusione di cui agli artt. 94-98 Codice Appalti (Decreto Legge 36/2023);
 - g) la dichiarazione in autocertificazione di non appartenere ad organizzazione di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - h) tutti gli elementi richiesti nell'avviso o nell'invito.
4. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate da una Commissione nominata dal Direttore dell'Ente Parco nel rispetto dei criteri definiti nell'avviso o nell'invito.
 5. L'offerta di sponsorizzazione è approvata con determinazione del Direttore dell'Ente Parco.
 6. L'Ente Parco, qualora lo ritenga necessario sotto il profilo organizzativo, funzionale ed economico, può affidare l'incarico a soggetti terzi specializzati per il reperimento di sponsorizzazioni, purché rispettino le disposizioni presenti nell'attuale disciplinare.
 7. Ai fini del presente articolo e del successivo articolo 6, si applicano, ove compatibili, le disposizioni del D. Lg. 63/2023 (Codice dei Contratti pubblici) e successive modifiche ed integrazioni.
 8. Per le sponsorizzazioni inferiori agli euro 40.000,00 (quarantamila\00), potranno essere seguite procedure semplificate, purché sempre nel rispetto della normativa vigente.

Art. 6 Contratto di sponsorizzazione

1. Tutte le sponsorizzazioni devono essere regolate tramite un contratto che stabilisca:
 - a) l'attività oggetto della sponsorizzazione;
 - b) la durata temporale, il contenuto e le modalità di sponsorizzazione;
 - c) il corrispettivo pattuito;
 - d) l'onere delle spese pattuite;
 - e) le responsabilità a carico tra le parti.
2. Nel contratto deve essere indicato che l'Ente Parco è sollevato da qualsiasi responsabilità civile e penale, anche verso terzi, derivante dalla sponsorizzazione e che lo sponsor dovrà attenersi alle prescrizioni impartite dall'Ente Parco in ordine di progettazione, direzione ed esecuzione del contratto stesso.

3. Il contratto prevede la facoltà da parte dell'Ente Parco di interrompere prima della naturale scadenza il rapporto di sponsorizzazione, qualora, si accerti a posteriori che l'offerta di sponsorizzazione non poteva essere ammessa e/o essere esclusa, anche successivamente, ai sensi del precedente art. 4 del presente disciplinare e/o che lo sponsor o la sponsorizzazione arrechino danno all'immagine dell'Ente Parco stesso e/o che possa derivarne un conflitto d'interesse tra l'attività pubblica e privata.
4. In ogni caso il contratto deve prevedere la possibilità per l'Ente Parco di interrompere prima della scadenza, senza oneri per l'Ente, il rapporto di sponsorizzazione per motivi di opportunità, tramite pronta comunicazione, da inoltrarsi a mezzo PEC e/o raccomandata a/r, allo sponsor, indicando le modalità con cui dovrà avvenire l'interruzione.

Art. 7 Aspetti fiscali

1. L'Ente Parco, a seguito della sottoscrizione del contratto di sponsorizzazione, è tenuto ad emettere regolare fattura, indicando il valore della fatturazione e ad assolvere a tutti gli adempimenti fiscali previsti dalla normativa in materia.
2. Il valore della sponsorizzazione corrisponde all'importo versato dallo sponsor e/o al valore in denaro della prestazione dello stesso eseguita o fornita.
3. In caso di attività di natura permutativa, l'obbligo della fatturazione ricade su entrambe le parti.
4. Le sponsorizzazioni sono soggette, ove previsto, alla normativa fiscale, alla quale il presente disciplinare fa riferimento.

Art. 8 Verifiche e controlli

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a controlli periodici da parte degli uffici dell'Ente Parco competenti per materia in qualsiasi momento, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti, sia per i contenuti tecnici sia per gli aspetti qualitativi, quantitativi e finanziari.
2. Le difformità presentate durante i controlli devono essere notificate, a mezzo PEC e/o raccomandata a/r, immediatamente agli sponsor, con diffida a provvedere all'immediata rimozione delle stesse.
3. La diffida produce un intervento immediato da parte dello sponsor per il ripristino su livelli ottimali della prestazione convenuta.
4. L'Ente Parco, qualora verifichi che le difformità notificate con diffida non siano state rimosse, può interrompere il rapporto di sponsorizzazione con le modalità previste dal

contratto, dopo aver ricevuto il risarcimento di ogni danno subito dallo sponsor e fatta salva ogni ulteriore azione e/o diritto.

5. Il perdurante mancato o parziale pagamento stabilito, oltre alla diffida di cui al precedente comma 2, determina in ogni caso l'interruzione del rapporto con le modalità previste dal contratto, fatto salvo il risarcimento di ogni maggior danno subito dall'Ente Parco.

Art.9 Trattamento dei dati personali

1. I dati personali raccolti in applicazione del seguente disciplinare saranno trattati esclusivamente per le finalità previste dallo stesso.
2. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti a loro riconosciuti dal D. Lgs 30/06/2003 n. 196 e successive modifiche ed integrazioni.

Art. 10 Norme finali

1. Il presente disciplinare entrerà in vigore ad avvenuta esecutività dell' Atto di approvazione.
2. Il Direttore dell'Ente ne dispone la pubblicazione all'Albo dell'Ente e sul sito ufficiale dell'Ente Parco dei Castelli Romani.