



**ENTE DI SVILUPPO AGRICOLO
SERVIZI ALLO SVILUPPO**

DELIBERAZIONE DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

REPERTORIO N° 23 DEL 17.02.2020

Oggetto: Esame ed approvazione della "Disciplina per la gestione delle sponsorizzazioni" -

L'anno duemilaventi, il giorno 17 del mese di Febbraio in Palermo,

**PROPOSTA
IL RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO**

- VISTA** la L.R. n. 21 del 10/08/1965 e successive modifiche ed integrazioni;
- VISTO** lo statuto dell'Ente approvato con D.P.R.S. del 21/01/66 n. 108/A registrato alla Corte dei Conti il 13/08/1966, reg. 1, foglio 75 e ss.mm.ii.;
- VISTA** la L.R. n. 212 del 14.09.1979;
- VISTA** la L.R. n. 53 del 27.12.1985, art. 5;
- VISTA** la L.R. n. 22 del 28.03.1995;
- VISTA** la L.R. n. 19 del 20.06.1997;
- VISTA** la L.R. n. 17 del 28.12.2004 art. 44;
- VISTA** la L.R. n. 19 del 23.12.2005;
- VISTA** la L.R. n. 15 maggio 2000 n. 10;
- VISTO** l'art. 17 della L.R. 11/2010;
- VISTO** il Regolamento di Organizzazione dell'Ente approvato con Deliberazione n. 170/C.A. del 19/06/2012, condiviso dalla Giunta Regionale di Governo con deliberazione n. 400 del 12 ottobre 2012;
- VISTO** il Decreto Assessoriale n. 126/Gab del 3 Dicembre 2019 di nomina a Commissario ad Acta dell'E.S.A. con funzione di Direttore Generale del dirigente dell'Amministrazione regionale Dr. Nicolò Caldarone;

PREMESSO che:

- il ricorso alle sponsorizzazioni costituisce un'opportunità innovativa di finanziamento delle attività dell'Ente ed è finalizzato a promuovere ed incentivare la collaborazione tra pubblico e privato e a favorire il miglioramento organizzativo realizzando una valorizzazione delle competenze, delle professionalità, della disponibilità di persone, enti, associazioni e aziende attivi sul territorio, una migliore qualità nei servizi/prestazioni erogati, economie di spesa;
- l'Ente per i propri fini istituzionali è promotore di una serie di attività finalizzate allo sviluppo del settore agroalimentare, alla promozione dei territori rurali e delle produzioni siciliane di qualità, etc.;

DATO ATTO che sempre di più vengono ridotti i trasferimenti destinati a finanziare le attività istituzionali dell'Ente;

CONSIDERATO che:

- in applicazione dell'art. 43 della Legge 27/12/1997 n. 449, le Pubbliche Amministrazioni, per il reperimento di risorse, hanno piena facoltà di stipulare contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione, nonché convenzioni con soggetti pubblici o privati diretti a fornire consulenze o servizi aggiuntivi al fine di favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa e di realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi prestati;
- i contratti di sponsorizzazione e gli accordi di collaborazione si configurano quali strumenti negoziali sempre più diffusi nelle pubbliche amministrazioni per reperire risorse e consentire la realizzazione di risparmi di spesa in relazione a progetti, iniziative ed attività già programmate;
- la precitata legge 27 dicembre 1997 n. 449, all'art. 43, si limita a prevedere la possibilità per le pubbliche amministrazioni, di stipulare i predetti atti contrattuali, ma non indica alcuna disciplina al riguardo;

RILEVATO che l'Ente, in applicazione della vigente normativa, intende sviluppare idonee iniziative per il reperimento di sponsor attraverso la definizione di contratti di sponsorizzazione con soggetti pubblici e privati in occasione di specifici eventi, manifestazioni ed iniziative dirette dell'Ente stesso;

DATO ATTO che per dare concreta attuazione ai suddetti intendimenti è necessario adottare ed approvare una specifica Disciplina per regolamentare le attività di sponsorizzazione da parte di terzi, al fine di individuare gli atti e le condizioni necessarie per assicurare all'Ente una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione, nel rispetto delle norme vigenti e dei criteri di efficienza, efficacia ed economicità;

CONSIDERATO che l'Ente, nella sua complessa e capillare strutturazione sul territorio della Regione Siciliana, si configura come "soggetto ideale" per la diffusione di elementi di pubblicizzazione di nomi aziendali o marchi, tenendo conto delle molteplici possibilità di forme di veicolazione del messaggio e del bacino di diffusione del messaggio pubblicitario;

ATTESO che l'art. 43 della Legge 27/12/1997 n. 449 consente alle pubbliche amministrazioni di stipulare contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione finalizzati al perseguimento di interessi pubblici e al conseguimento di un risparmio di spesa, purché caratterizzati dall'esclusione di conflitti di interesse tra attività pubblica e privata;

RITENUTO che per l'atipicità del contratto in questione, occorre comunque ricorrere a procedure che garantiscano il sostanziale rispetto dei principi di efficacia, efficienza e trasparenza dell'azione amministrativa;

RICHIAMATO l'art. 19 del D.Lgs. 18 aprile 2016, n. 50 - recepito dalla Regione Siciliana con l'art. 24 della L.R. 17.5.2016 n. 8 – con il quale il legislatore nazionale ha disciplinato i contratti di sponsorizzazione di importo superiore a 40.000 euro.

CONSIDERATO che, nell'elaborazione della proposta di Disciplina, si è tenuto conto in particolare delle seguenti esigenze:

- sviluppare una disciplina di carattere generale rinviando al bando od all'avviso pubblico di volta in volta interessati la determinazione degli aspetti applicativi e di dettaglio;
- rendere flessibili ed ampie le possibilità di recepire proposte di collaborazione da parte di privati;
- collegare l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione e/o accordi di collaborazione agli obiettivi della programmazione dell'Ente;

DATO ATTO che, dal presente provvedimento, non deriveranno effetti contabili diretti né indiretti consistenti in impegni di spesa o diminuzioni d'entrata;

PROPONE

di approvare la "Disciplina per la gestione delle sponsorizzazioni" allegata alla presente proposta.

IL RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO

(Dott. Giuseppe Di Grazia)



Allegato alla Proposta del Responsabile del Procedimento di Deliberazione del Consiglio di Amministrazione N°
23 del 12.02.2020

Oggetto: Esame ed approvazione della "Disciplina per la gestione delle sponsorizzazioni"

PARERE DI REGOLARITA' TECNICA

- POSITIVO
 NEGATIVO

IL DIRIGENTE
(Dott. Michele Assenza)



Ai sensi art. 20 co. 3 L.R. 19/05
si rende il favorevole visto di legittimità
il Commissario ad Acta con funzioni di Direttore Generale
Dr. Nicolò Caldarone



Deliberazione n° 23
Consiglio di Amministrazione

OGGETTO: Esame ed approvazione della "Disciplina per la gestione delle sponsorizzazioni.

L'anno duemilaventi il giorno 17 del mese di febbraio in Palermo presso la Sede centrale dell'E.S.A..

IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Con l'intervento del Commissario ad Acta nella qualità di Presidente Dr. Antonino Cosimo D'Amico e dei Consiglieri Sig. Calogero Sardo e Sig. Giosuè Catania.

Per il Collegio dei Revisori dei Conti è presente il Componente Dr. Vincenzo Marinello. Assiste il Commissario ad Acta f.f. di Direttore Generale Dr. Nicolò Caldarone.

VISTA la L.R. n.21 del 10/08/1965 e successive modifiche ed integrazioni;

VISTO lo Statuto dell'Ente, approvato con D.P.R.S. del 21/01/1966 n.108/A, registrato alla Corte dei Conti il 13/08/1966, reg.1, fg.75; VISTA la L.R. n. 212 del 14/09/1979;

VISTA la L.R. n. 22 del 28/03/1995; VISTA la L.R. n. 19 del 20/06/1997;

VISTA la L.R. n. 17 del 28/12/2004 art. 44;

VISTA la L.R. n. 19 del 23/12/2005; VISTO l'art. 17 della L.R. 11/2010;

VISTO l'art. 10 del Regolamento di Organizzazione dell'Ente approvato con Deliberazione n. 170 /C.ad Acta del 19/06/2012 e reso esecutivo con nota prot. 38979 del 10/12/2012;

VISTO il D.A. n. 126/Gab. del 3 dicembre 2019 con il quale viene conferito l'incarico di Commissario ad Acta f.f. di Direttore Generale al Dr. Nicolò Caldarone trasmesso con nota n. 72115 del 04/12/2019 dal Dipartimento Regionale dello Sviluppo Rurale e Territoriale Servizio 4 Enti Vigilati;

VISTO il D. P. n. 160/ Serv. 1°/S.G. del 2 maggio 2017, con il quale viene costituito il Collegio dei Revisori dei Conti dell'Ente di Sviluppo Agricolo;

VISTO il D.P. n. 115/Serv. 1°/S.G. del 05 aprile 2017, con il quale è stato nominato il Consiglio di Amministrazione dell'Ente di Sviluppo Agricolo;

VISTO il D.A. n. 12/Gab. del 3 febbraio 2020 e successivi, con il quale il Dr. Antonino Cosimo D'Amico è stato nominato Commissario ad Acta nella qualità di Presidente del Consiglio di Amministrazione dell'Ente di Sviluppo Agricolo;

VISTA la nota di convocazione del C. di A. Prot. n. 1447 del 13/02/2020 per il giorno 17/02/2020 con la quale si invita il Collegio dei Revisori dei Conti a partecipare alla seduta del C. di A.

VISTA e condivisa la proposta del Responsabile del Procedimento;
VISTO il parere di Regolarità Tecnica;
VISTO che il parere di Regolarità contabile non deve essere reso;
ATTESO che il Direttore Generale ha apposto il favorevole visto di legittimità ai sensi dell'art. 20 c. 3 della
L.R. 19/2005;
RITENUTA la propria competenza;

DELIBERA

per quanto precedentemente indicato e che qui si intende integralmente riportato:

di approvare la "Disciplina per la gestione delle sponsorizzazioni" che allegata alla proposta di deliberazione ne costituisce parte integrante.

La presente deliberazione sarà trasmessa, ai sensi delle vigenti disposizioni, all'Assessorato Regionale dell'Agricoltura, dello Sviluppo Rurale e della Pesca mediterranea.



IL COMMISSARIO AD ACTA

~~IL~~ COMMISSARIO AD ACTA

n.q. di PRESIDENTE

Dr. Antonino Cosimo D'Amico



REGIONE SICILIANA
ENTE SVILUPPO AGRICOLO

Disciplina per la gestione delle sponsorizzazioni

Art. 1 – Oggetto, finalità e principi generali

1. Il presente atto, reso in armonia con le vigenti disposizioni di legge (art. 43 della legge 449/1997 - Decreto Legislativo N. 50/2016, artt. 19 e 151), disciplina le condizioni e le modalità operative finalizzate a favorire il ricorso da parte dell'Ente di Sviluppo Agricolo (di seguito ESA) alla sponsorizzazione come opportunità innovativa di finanziamento di alcune delle proprie attività istituzionali.
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire la realizzazione dei compiti istituzionali dell'ESA e a migliorarne la qualità dei servizi, a facilitare l'organizzazione delle iniziative e a realizzare economie di spesa. Tali sponsorizzazioni devono essere utilizzate unicamente in conformità ai fini istituzionali dell'ESA.
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 in bilancio, sia attraverso la realizzazione di progetti, interventi o opere che non trovano copertura finanziaria ordinaria.
4. Allo scopo di agevolare l'intervento degli sponsor, le disposizioni della presente disciplina vanno interpretate ed applicate nel senso meno restrittivo al fine di conseguire l'obiettivo del finanziamento delle attività dell'Ente e nell'interesse pubblico.

Art. 2 – Definizioni ed ambito di applicazione

1. Ai fini della presente disciplina si intende:
 - a) per "contratto di sponsorizzazione": un contratto atipico, a prestazioni corrispettive, mediante il quale l'ESA, nell'ambito di proprie iniziative ed attività, offre ad un terzo (sponsor) la possibilità di pubblicizzare in appositi e predeterminati spazi pubblicitari, il nome, il marchio, l'immagine, l'attività, i prodotti, i servizi e simili, ovvero di distribuire prodotti o servizi a titolo promozionale, nei modi previsti dal contratto. Lo sponsor si obbliga, a titolo di controprestazione e quale contributo alla realizzazione dell'iniziativa, a pagare un corrispettivo in denaro, ad eseguire lavori, a fornire beni o a prestare servizi;
 - b) per "sponsorizzazione": ogni contributo in termini economici e/o di beni, servizi, prestazioni, interventi o ogni altra utilità, proveniente da terzi allo scopo di promuovere la propria ragione sociale, marchio, attività, prodotto, etc. ovvero di conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio di immagine;
 - c) per "sponsor": il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o pubblico che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con l'ESA;
 - d) per "spazio pubblicitario": lo spazio fisico o digitale e ogni altro supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dall'ESA per la pubblicità dello sponsor;
 - e) per "veicolazione dell'immagine dello sponsor": qualsiasi modalità convenuta con la quale l'ESA si impegna a veicolare l'immagine dello sponsor come corrispettivo del contratto.
2. Le Strutture territoriali dell'ESA hanno la facoltà di reperire sponsor, secondo quanto previsto dalle norme di legge e dalla presente Disciplina, in relazione ad eventi di carattere locale.

Art. 3 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti pubblici o privati, imprese individuali, associazioni, fondazioni, per realizzare o acquisire a titolo gratuito interventi, servizi, prestazioni, anche economiche, beni o attività.

Il ricorso alla sponsorizzazione, pertanto, si conforma ai principi generali del perseguimento di interessi pubblici e all'ottimizzazione della spesa, sia attraverso la realizzazione di economie sulle poste iscritte nel bilancio dell'Ente, sia attraverso la realizzazione di progetti, interventi o opere che non trovano copertura finanziaria ordinaria.

Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione soggetti privati o pubblici che abbiano in atto controversie di natura giuridica con l'ESA e che non rispondano ai requisiti di cui alla presente disciplina.

Art. 4 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Al fine di ampliare le potenzialità promozionali della sponsorizzazione, l'ESA individua le iniziative da offrire ai potenziali sponsor ovvero accoglie le proposte formulate dai soggetti interessati.
2. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi fissati in sede di programma di previsione. In alternativa, nel corso dell'anno, l'ESA può formulare indirizzi specifici per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione, anche in adesione a proposte spontanee provenienti da soggetti terzi e giudicate di interesse pubblico.
3. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni a carico del bilancio dell'ESA nei relativi capitoli di spesa ed eventuali altre iniziative giudicate di interesse pubblico non previste in bilancio.
4. Le iniziative o gli eventi, oggetto di sponsorizzazione devono ottenere la preventiva autorizzazione dell'ESA; devono essere dirette al perseguimento di interessi pubblici; devono escludere forme di conflitto d'interesse tra attività pubblica e privata.
5. Nel caso di iniziative o eventi il cui corrispettivo a carico di uno o più sponsor sia nel complesso inferiore o uguale a 100.000 Euro, l'autorizzazione è concessa dal Direttore Generale dell'ESA attraverso apposita determinazione; negli altri casi sarà di competenza del Consiglio di Amministrazione dell'ESA.
6. È illegittimo utilizzare l'istituto della sponsorizzazione per l'affidamento di una fornitura.

Art. 5 - Corrispettivo della sponsorizzazione

1. 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'ESA secondo le ordinarie procedure;
 - 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 previsti dalla legge per la prestazione dei lavori del servizio e/o fornitura oggetto della sponsorizzazione e dei requisiti specifici necessari per contrattare con le amministrazioni pubbliche.

Art. 6 - Procedura di sponsorizzazione - Selezione dello/degli sponsor, avviso, offerta

1. La selezione dello/degli sponsor avviene nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento e trasparenza, di tempestività, di libera concorrenza, di correttezza e di proporzionalità.
2. L'ESA si avvale di tutti gli strumenti comunicativi e relazionali, anche di quelli in questa sede non espressamente previsti, che, in relazione all'oggetto della sponsorizzazione e alle specificità dell'ambito in cui è proposta, appaiano più idonei a stimolare l'interesse e l'eventuale confronto tra i potenziali sponsor.
3. Gs. art. 19 del d.lgs. n. 50/2016, si prevede che l'affidamento di contratti di sponsorizzazione ordinaria di lavori, servizi o forniture per importi superiori a 40.000 euro sia oggetto esclusivamente alla previa pubblicazione sul sito internet della stazione appaltante, per almeno 30 giorni, di apposito avviso, con il quale si renda nota la ricerca di sponsor per specifici interventi, ovvero si comunichi l'avvenuto ricevimento di una proposta di sponsorizzazione, indicando sinteticamente il contenuto del contratto proposto. Trascorso il periodo di pubblicazione dell'avviso il contratto potrà essere liberamente negoziato purché nel rispetto dei principi di

imparzialità e di parità di trattamento fra gli operatori che abbiano manifestato interesse, fermo restando l'inesistenza dei motivi di esclusione di cui all'art. 80 d.lgs. n. 50/2016.

Per sponsorizzazioni inferiori a 40.000 euro, è possibile applicare una procedura ancor più snella ed informale mediante negoziazioni individuali da parte del R.U.P. incaricato con i singoli operatori economici interessati, sebbene sia sempre preferibile uniformarsi alle prescrizioni degli affidamenti sopra soglia di cui al presente comma.

4. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:

- a) le principali caratteristiche dell'attività, progetto o iniziativa;
- b) l'individuazione dello spazio pubblicitario nonché la durata del periodo di suo utilizzo da parte dello sponsor;
- c) l'eventuale diritto di esclusiva;
- d) l'importo minimo eventualmente richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
- e) le modalità di pagamento del corrispettivo di sponsorizzazione;
- f) i criteri per la valutazione delle proposte;
- g) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.

5. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica:

- a) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
- b) l'accettazione delle condizioni previste nel relativo avviso.

6. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

a) per le persone fisiche:

- l'inesistenza delle condizioni a contrattare con la pubblica amministrazione, di cui agli artt. 120 e seguenti della legge 24.11.1981, n. 689, 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 imprese);
- il possesso della capacità tecnica e professionale;

b) per le persone giuridiche:

- oltre alle autocertificazioni sopra elencate riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza, deve essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.

7. L'offerta deve, inoltre, contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.

8. L'offerta di sponsorizzazione, previa istruttoria dell'ufficio competente, è valutata dall'ESA nel rispetto dei criteri definiti ed approvata con determinazione del Direttore Generale.

9. Ove pervengano più offerte, esaurita la fase di selezione secondo i criteri previsti nell'avviso o nell'invito, viene approvata con apposito atto dirigenziale la graduatoria per ognuna delle iniziative per le quali è prevista la sponsorizzazione.

10. La graduatoria è formata in ragione della maggiore utilità economica per l'ESA o sulla base dei punteggi attribuiti in ragione dei criteri qualitativo-economici fissati nell'avviso o dall'invito (valore economico, convenienza dell'ESA ad acquisire lo sponsor nella propria disponibilità, eventuali servizi aggiuntivi e simili).

11. Definita la graduatoria, viene effettuata assegnazione fino alla copertura totale prevista dall'avviso, cominciando dal primo soggetto della graduatoria. Nel caso sia stato individuato un solo spazio pubblicitario, lo stesso è assegnato al primo della graduatoria.

12. Nel caso di proposte concorrenti, l'ESA ove possibile valuta l'opportunità di favorire co-sponsorizzazioni.

Art. 7 - Contratto (o convenzione) di sponsorizzazione

1. Il rapporto di sponsorizzazione viene regolato mediante sottoscrizione di un apposito contratto o convenzione. Il contratto/convenzione è sottoscritto dallo sponsor e dal Direttore Generale ovvero da R.U.P. appositamente incaricato.

2. Il contratto deve stabilire in particolare:

- a. il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario ed alla veicolazione della sua immagine;
 - b. il contenuto, la durata temporale e le modalità di esercizio del diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario e le specifiche condizioni relative all'eventuale organizzazione di ulteriori attività promozionali;
 - c. la definizione degli aspetti economici della sponsorizzazione, con particolare riguardo alla forma del corrispettivo;
 - d. la disciplina dettagliata dell'uso del logo, marchio o segni distintivi da parte dello sponsor nonché dell'attività promozionale dei prodotti, servizi e simili;
 - e. le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze;
 - f. il diritto dello sponsor alla utilizzazione "esclusiva" ovvero "non esclusiva" dello spazio pubblicitario;
 - g. la durata del contratto di sponsorizzazione (se il contratto si riferisce ad un'attività del soggetto sponsorizzato, continuata nel tempo, il contratto deve essere qualificato "di durata" ed in particolare come contratto ad esecuzione continuata);
 - h. gli obblighi assunti rispettivamente dallo sponsor e dall'ESA e le relative sanzioni in caso di inadempimento;
 - i. la specifica degli elementi caratteristici veicolati dall'ESA nonché l'impegno dello sponsor ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti all'esposizione e alla veicolazione del messaggio pubblicitario;
 - j. l'impegno dello sponsor a svolgere le attività previste senza che il medesimo abbia nulla a pretendere dall'ESA in caso di beneficio pubblicitario inferiore alle attese;
 - k. la cauzione prestata dallo sponsor mediante polizza fideiussoria assicurativa per il corretto adempimento e ogni altra eventuale garanzia, qualora previsti;
 - l. le prescrizioni in materia di controversie, di spese contrattuali e la disciplina della facoltà di recesso.
3. Il contratto non dovrà prevedere clausole che possano essere pregiudizievoli o condizionanti l'attività dell'ESA.
4. In ogni contratto deve essere prevista la facoltà per l'ESA di recedere dal contratto prima della scadenza, subordinata alla tempestiva comunicazione.
5. Nel contratto di sponsorizzazione deve essere prevista, inoltre, la clausola risolutiva espressa nel caso in cui il soggetto privato rechi danni all'immagine dell'ESA o non siano perseguiti i fini sociali e di pubblica utilità cui l'ESA deve attenersi, fermo restando l'eventuale risarcimento del danno.

Art. 8 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni – Clausole di salvaguardia

1. L'ESA, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione proposta o di recedere dal contratto sottoscritto qualora:
 - a) ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
 - b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
 - c) la reputi inaccettabile per motivi di inopportunità generale.
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:
 - pubblicità, anche in forma indiretta, di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa e da parte di partiti o altre forze istituzionalmente rappresentate;
 - diffusione di messaggi offensivi, incluse espressioni di discriminazione, fanatismo, razzismo, odio o minaccia.
 Sono esclusi i soggetti che nelle proprie attività non rispettino i seguenti principi:
 - rispetto del diritto di pari opportunità e al trattamento non discriminatorio;
 - rispetto del diritto alla sicurezza e alla salute delle persone;
 - rispetto dei diritti dei lavoratori;
 - rispetto degli assetti istituzionali; delle norme giuridiche e delle prassi amministrative, anche consuetudinarie; degli interessi pubblici; delle politiche sociali, economiche e culturali, della trasparenza e correttezza, dei comportamenti imprenditoriali e pubblici, con particolare riferimento al divieto di pratiche corruttive; delle autorità pubbliche degli Stati in cui i predetti soggetti operano;

- rispetto degli obblighi riguardanti la tutela dei consumatori;
- rispetto degli obblighi riguardanti la protezione dell'ambiente.

Art. 9 - Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'ESA secondo la presente disciplina.
2. E' tuttavia facoltà dell'ESA, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare in convenzione l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario.

Art. 10 - Verifiche e controlli

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a verifica da parte dell'ESA, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi.
2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor; la notifica e l'eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

Art. 11 - Responsabilità

L'ESA è sollevato da qualsiasi responsabilità civile e penale conseguente all'allestimento e allo svolgimento delle attività dello sponsor.

Art. 12 - Controversie

Ogni controversia relativa all'interpretazione, esecuzione della presente disciplina o relativa all'interpretazione, esecuzione o risoluzione del contratto è sottoposta al competente Foro di Palermo.

Art. 13 - Protezione dei dati personali

1. L'esecuzione dei contratti di sponsorizzazione avviene nell'osservanza della disciplina in materia di protezione dei dati personali.
2. Fatta salva la facoltà, in conformità alle disposizioni vigenti, anche in materia di protezione dei dati personali, di inserire il nome, la ditta, il logo o il marchio dello sponsor all'interno di documenti recanti comunicazioni istituzionali, l'ESA si astiene:
 - a) dal comunicare allo sponsor dati personali dei destinatari delle informazioni o comunicazioni istituzionali dell'Ente;
 - b) dall'inserire messaggi pubblicitari all'interno di documenti recanti comunicazioni istituzionali;
 - c) dall'utilizzare dati personali per differenziare i messaggi pubblicitari in relazione a caratteristiche dei destinatari delle comunicazioni istituzionali.
2. I dati personali raccolti in applicazione della presente disciplina saranno trattati esclusivamente per le finalità dalla stessa previste.
3. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti gs. D.lgs. n. 196/2003 e successive modificazioni.
3. Titolare del trattamento dei dati è l'ESA per tramite del suo Rappresentante legale pro tempore che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge citata.
4. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici tenuti alla applicazione della presente disciplina.
5. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità della disciplina.

Art. 14 - Norme di rinvio

Per quanto non previsto dalla presente disciplina, si fa riferimento alle norme nazionali e regionali vigenti in materia.