



## **CITTÀ DI MATERA**

# **REGOLAMENTO COMUNALE PER LA DISCIPLINA DELLE SPONSORIZZAZIONI**

(Approvato con Deliberazione di Consiglio Comunale n. \_\_ del \_\_/\_\_/\_\_\_\_)

## Indice

Art. 1 – Oggetto e finalità.....	5
Art. 2 - Definizioni .....	5
Art. 3 – Individuazione, programmazione e gestione delle sponsorizzazioni .....	6
Art. 4 – Oggetto e ambito di applicazione delle sponsorizzazioni .....	6
Art. 5 – Modalità di sponsorizzazione.....	7
Art. 6 – Inammissibilità ed esclusioni oggettive e soggettive .....	7
Art. 7 – Corrispettivo delle sponsorizzazioni .....	8
Art. 8 – La figura dello sponsor.....	8
Art. 9 – Pagamento del corrispettivo in denaro della sponsorizzazione.....	8
Art. 10 – Sponsorizzazioni singole, plurime e sponsorizzazioni in esclusiva generale o commerciale .....	8
Art. 11 – Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor .....	9
Art. 12 – Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor .....	10
Art. 13 – Affidamento diretto .....	10
Art. 14 – Beni e servizi di modesta entità.....	11
Art. 15 - Affidamenti di valore superiore ai 40.000 euro .....	11
Art. 16 – Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione .....	11
Art. 17 – Sponsorizzazioni accessorie a contratti d'appalto (clausola sponsor).....	12
Art. 18 – Sponsorizzazione di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale .....	12
Art. 19 – Affidamento del servizio di ricerca dello sponsor.....	12
Art. 20 – Il Comune quale sponsor.....	13
Art. 21 – Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni .....	13
Art. 22 – Aspetti contabili e fiscali .....	13
Art. 23 – Controlli e verifiche .....	14
Art. 24 – Trattamento dati personali .....	14
Art. 25 – Rinvio .....	14
Art. 26 – Entrata in vigore .....	14

## **Art. 1 – Oggetto e finalità**

1. Il presente Regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione, in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997 e nell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000, nell'art. 120 del D. Lgs. 42/2004, negli artt. 19 e 151 del D. Lgs. 50/2016, con riferimento all'art. 1, comma 1-bis, della legge 241/1990, e con riferimento all'art. 15 comma 1 lett. d) del CCNL 01/04/1999 come sostituito dall'art. 4 comma 4) del CCNL 05/10/2001

2. Le disposizioni del presente Regolamento sono finalizzate a definire una disciplina organica delle iniziative di sponsorizzazione allo scopo di assicurare il rispetto della normativa vigente e i principi di efficienza, trasparenza, buon andamento e imparzialità che regolano l'attività della Pubblica Amministrazione

3. Il ricorso alle sponsorizzazioni costituisce un'opportunità innovativa di finanziamento delle attività del Comune ed è finalizzato a promuovere e incentivare la collaborazione tra pubblico e privato e a favorire il miglioramento organizzativo realizzando:

- a) una valorizzazione delle competenze, delle professionalità, della disponibilità di persone, enti, associazioni e aziende attivi sul territorio;
- b) una migliore qualità nei servizi/prestazioni erogati alla collettività;
- c) economie di spesa

4. Le procedure di affidamento e le altre attività amministrative nella materia disciplinata dal presente Regolamento, si svolgono, oltre che in ottemperanza a quanto previsto dalla normativa sopra richiamata, nel rispetto delle disposizioni stabilite dal Codice Civile

## **Art. 2 - Definizioni**

1. Ai fini del presente Regolamento, si intende:

a) per “contratto di sponsorizzazione”: un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale una parte (*sponsor*) si obbliga a versare una somma di denaro, a fornire beni o servizi o ad effettuare lavori a favore dell'altra parte (*sponsee*) la quale garantisce, nell'ambito di propri eventi, iniziative o progetti, la possibilità di pubblicizzare, in appositi spazi, il nome, il marchio, l'immagine, l'attività, prodotto o servizi o simili, ovvero di distribuire prodotti o servizi a titolo promozionale, nei modi previsti dal contratto; l'obbligazione dello *sponsee* costituisce obbligazione di mezzi e non di risultato, pertanto essa deve intendersi adempiuta quando vi sia stata la realizzazione dell'evento, iniziativa o progetto dedotto nel contratto, indipendentemente dall'effettivo ritorno di immagine;

b) per “sponsorizzatore” o “*sponsor*”: il soggetto che, al fine di incrementare la notorietà dei propri segni distintivi, stipula il contratto di sponsorizzazione;

c) per “sponsorizzato” o “*sponsee*”: il soggetto che rende la prestazione di mezzi consistente nel mettere a disposizione la possibilità di pubblicizzare i segni distintivi dello *sponsor* nell'ambito di propri eventi, iniziative o progetti;

d) per “spazio pubblicitario”: lo spazio fisico o digitale o qualsiasi altro supporto atto alla veicolazione di informazioni, messo a disposizione dello *sponsor*;

e) per “sponsorizzazione di puro finanziamento”: il contratto mediante il quale lo sponsor si obbliga a versare esclusivamente una somma di denaro;

f) per “sponsorizzazione tecnica”: il contratto mediante il quale lo sponsor si obbliga a fornire beni o servizi o ad effettuare lavori.

2. Ai fini del presente Regolamento, non costituisce sponsorizzazione l’offerta al Comune, a titolo di liberalità, di somme di denaro o di altre utilità, effettuata in occasione di iniziative organizzate dal Comune stesso.

### **Art. 3 – Individuazione, programmazione e gestione delle sponsorizzazioni**

1. La Giunta o il Consiglio comunale, nell’ambito degli obiettivi strategici individuati nei documenti di programmazione, possono formulare con appositi provvedimenti indirizzi specifici per l’attivazione di iniziative di sponsorizzazione e definire modalità e risorse per il ricorso alla sponsorizzazione nel proprio settore di competenza, in conformità al presente Regolamento;

2. Il Comune può stipulare contratti di sponsorizzazione con soggetti privati e pubblici;

3. I contratti di sponsorizzazione possono essere proposti dall’Amministrazione o da soggetti terzi e il ricorso alle sponsorizzazioni può comunque riguardare tutti i beni, i servizi e le iniziative a carico del bilancio comunale;

4. I dirigenti nell’ambito della loro competenza, predispongono i progetti operativi relativi alla sponsorizzazione e adottano gli atti di gestione necessari al raggiungimento degli obiettivi amministrativi;

5. Al fine di raccordare le iniziative in materia di sponsorizzazione, ciascun dirigente competente dovrà informare e trasmettere i relativi atti al Segretario Generale.

### **Art. 4 – Oggetto e ambito di applicazione delle sponsorizzazioni**

1. La Sponsorizzazione a favore dell’Ente, a carattere tecnico o finanziario, può avere ad oggetto, a titolo esemplificativo e non esaustivo:

- a) la fornitura di materiale/attrezzature/beni;
- b) la realizzazione di un’opera o di un lavoro;
- c) la fornitura di una prestazione di servizio;
- d) la gestione di un’opera o di un’area;
- e) la gestione di un servizio;
- f) dazione di somme in danaro

2. La sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni a favore del Comune di Matera, fra le quali si indicano a titolo esemplificativo e non esaustivo:

- a) attività o eventi a rilevanza artistico-culturale o di spettacolo, di differente tipologia, promossi, gestiti o organizzati dal Comune, sia direttamente che indirettamente;
- b) eventi sportivi e/o di rilevanza sociale;
- c) attività di programmazione turistica;
- d) utilizzo a fini pubblicitari di spazi all’interno del Comune (es: bacheche, sale riunioni, impianti sportivi, coperture con teli di opere e/o lavori);
- e) servizi di manutenzione e gestione di aree verdi pubbliche, aree diverse e immobili comunali, arredo urbano;

- f) fornitura di beni con riferimento, a titolo esemplificativo, ad attrezzature informatiche di vario genere e alla fornitura di arredo urbano;
- g) esecuzione di opere pubbliche o di pubblica utilità, eventualmente inclusa attività di progettazione, direzione lavori;
- h) realizzazione di mostre, concerti, spettacoli e, in genere, attività culturali;
- i) gestione di sportelli informa-giovani, marketing e promozione territoriale;
- j) attività di comunicazione, realizzazione di periodici.

## **Art. 5 – Modalità di sponsorizzazione**

1. Le modalità di sponsorizzazione possono assumere, a solo titolo esemplificativo e non esaustivo, le seguenti forme:

- a) riproduzione del marchio-logo o delle generalità dello sponsor su tutto il materiale pubblicitario delle iniziative oggetto della sponsorizzazione (manifesti, volantini, ecc.) e/o nel sito web del Comune, all'interno dello spazio informativo dell'attività interessata;
- b) posizionamento di targhe o cartelli indicanti il marchio-logo o le generalità dello *sponsor* sui beni durevoli o sulle aiuole o spazi verdi oggetto della sponsorizzazione;
- c) partecipazione ai momenti salienti di presentazione dell'evento: conferenza stampa, evento inaugurale, ecc.;
- d) associazione dell'immagine dello *sponsor* a quella dell'evento sponsorizzato per proprie attività pubblicitarie;
- e) utilizzo ai fini pubblicitari di spazi su documentazione del Comune (buoni mensa, bollette, carta intestata, biglietti di ingresso alla manifestazione interessata, inviti alla manifestazione, corrispondenza ecc.);
- f) spazi in occasione di eventi, convegni, seminari, ecc.;
- g) spazi presso punti specificatamente individuati all'interno di edifici di proprietà dell'Amministrazione (es. bacheche, ascensori, sale riunioni, impianti sportivi, androni, coperture con teli di opere e/o lavori, ecc.);
- h) spazi a copertura di edifici in ristrutturazione.

2. Le forme di pubblicità sono determinate in sede di stipulazione del contratto.

3. L'imposta sulla pubblicità, ove dovuta, dovrà essere corrisposta dallo *sponsor* direttamente al Comune o al concessionario, nella misura di legge.

## **Art. 6 – Inammissibilità ed esclusioni oggettive e soggettive**

1. Il Comune riterrà inammissibile qualsiasi proposta di sponsorizzazione e ha facoltà di recedere dal contratto eventualmente sottoscritto qualora:

- a) ritenga possa derivare un conflitto di interessi tra l'attività pubblica e quella dello *sponsor*;
- b) ravvisi nel messaggio pubblicitario o nei mezzi utilizzati dallo *sponsor* un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative/attività;
- c) ritenga la sponsorizzazione contraria a motivi di pubblico interesse.

2. Sono escluse, in ogni caso, le sponsorizzazioni aventi per oggetto:

- a) la propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- b) la pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti superalcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, medicinali o cure mediche, gioco d'azzardo;
- c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, discriminazione, odio o minaccia;
- d) messaggi contrari al decoro o alla morale pubblica.

3. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione:

- a) i soggetti che non sono in possesso dei requisiti di ordine generale necessari per poter contrarre con una Pubblica Amministrazione, di cui all'art. 80 del D.Lgs. n. 50/2016, per quanto applicabili;
- b) i soggetti che abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria con l'Amministrazione comunale.

5. L'interessato attesta il possesso dei requisiti di cui al precedente punto 3 mediante dichiarazione sostitutiva ai sensi del D.P.R. 445/2000.

### **Art. 7 – Corrispettivo delle sponsorizzazioni**

1. I contratti di sponsorizzazione nei quali il Comune è parte possono prevedere a titolo di corrispettivo dovuto dallo *sponsor*:

- a) somme di denaro;
- b) forniture di beni, servizi o lavori, acquisiti o realizzati a cura e spese dello *sponsor*.

2. In caso di operazioni di cui alla lettera b) del comma 1, si assume quale controvalore monetario del contratto il valore di mercato della fornitura dei beni, dei servizi o dei lavori, effettuati dallo *sponsor*.

### **Art. 8 – La figura dello *sponsor***

1. Possono assumere la veste di "*sponsor*" i seguenti soggetti:

- a) persone fisiche, purché in possesso dei requisiti di legge per contrattare con la Pubblica Amministrazione;
- b) società di persone e di capitali, aventi o meno scopo o finalità commerciali, imprese individuali, cooperative, mutue assicurazioni e consorzi imprenditoriali;
- c) Associazioni senza fini di lucro, generalmente costituite con atto notarile, le cui finalità statutarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali del Comune.

### **Art. 9 – Pagamento del corrispettivo in denaro della sponsorizzazione**

1. Nel caso di sponsorizzazione finanziaria, il pagamento avviene, di norma, almeno nella misura del 50% al momento della conclusione del contratto e nella misura restante entro i 15 giorni successivi alla conclusione dell'iniziativa correlata.

2. Se richiesto dal Comune, lo *sponsor* deve prestare apposita garanzia fideiussoria per il pagamento del corrispettivo, costituita mediante fideiussione bancaria o polizza assicurativa.

### **Art. 10 – Sponsorizzazioni singole, plurime e sponsorizzazioni in esclusiva generale o commerciale**

1. Sono ammesse le sponsorizzazioni singole o plurime di manifestazioni, iniziative o interventi. Sono altresì ammesse le sponsorizzazioni per lotti di interventi o fasi di manifestazioni o iniziative;

2. Il Comune può definire contratti di sponsorizzazione in esclusiva generale o commerciale ove lo ritenga opportuno per reperire maggiori risorse o per conseguire sponsorizzazioni di miglior profilo qualitativo.

3. Le ipotesi di esclusiva sono le seguenti:

- a) esclusiva generale: comportante la conclusione del contratto di sponsorizzazione con un soggetto in veste di *sponsor* unico del Comune per un determinato periodo, tema, manifestazione o evento;
- b) esclusiva commerciale: con conclusione di più contatti di sponsorizzazione con diversi *sponsor*, ciascuno individuato come controparte unica per una specifica iniziativa, evento, progetto, categoria merceologica o di attività.
- c) Ove il Comune intenda concludere contratti di sponsorizzazione in esclusiva generale o commerciale, evidenzia la sussistenza di dette clausole in tutti gli atti preliminari alla conclusione dei contratti. Le clausole di esclusiva devono essere espressamente previste e disciplinate nel contratto.

### **Art. 11 – Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor**

1. Nell'ipotesi di iniziativa dell'Amministrazione Comunale, l'affidamento dei contratti di sponsorizzazione avviene nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità.

2. Il procedimento di scelta dello sponsor è effettuato mediante procedura selettiva concorrenziale, con pubblicazione di apposito avviso, salvo quanto previsto dal successivo art. 12. L'avviso pubblico è approvato con determinazione dirigenziale unitamente al capitolato relativo alla sponsorizzazione.

3. L'avviso è pubblicato sull'albo pretorio on line, mediante inserimento nel sito internet e con altre forme di comunicazione che l'amministrazione riterrà di seguire nell'ambito della normativa vigente.

4. L'avviso deve indicare almeno:

- l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello *sponsor*;
- i requisiti di partecipazione;
- le modalità e il termine per la presentazione delle offerte, che non può essere inferiore a 15 giorni;
- l'eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale;
- i criteri di valutazione delle offerte;
- nel caso di sponsorizzazione finanziaria, l'eventuale importo minimo, a base della procedura selettiva, richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
- la durata del rapporto di sponsorizzazione;
- l'esatta determinazione delle modalità di sponsorizzazione;
- l'eventuale diritto di prelazione a norma del successivo art. 12;
- l'ufficio procedente ed il responsabile del procedimento.

Nell'avviso può essere previsto che più soggetti siano ammessi a concorrere congiuntamente per l'affidamento del contratto: in tale caso l'avviso indica il numero massimo di soggetti che potranno essere coinvolti e i criteri di suddivisione dell'importo/prestazione oggetto della sponsorizzazione.

5. Scaduto il termine fissato dall'avviso, si procede alla valutazione delle offerte pervenute nel rispetto dei criteri stabiliti nell'avviso medesimo.

Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal dirigente dell'ufficio competente nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato, con la redazione di un apposito verbale e di una graduatoria qualora siano pervenute più offerte valide. Per la suddetta valutazione ci si potrà avvalere di apposita commissione presieduta dal dirigente innanzi indicato.

L'Amministrazione può procedere all'aggiudicazione anche nel caso in cui pervenga una sola offerta valida, o non procedere alla aggiudicazione, qualora lo ritenga opportuno e conveniente.

Nel caso in cui vengano individuate più ipotesi di sponsorizzazione per la stessa attività/fornitura, sulla base della graduatoria approvata, gli spazi di cui all'art. 5 potranno essere assegnati, sino alla copertura totale degli stessi, in misura di uno per ciascuno *sponsor*, in ordine di graduatoria.

6. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve contenere, fra l'altro:

- le dichiarazioni richieste dall'avviso;
- l'accettazione incondizionata di quanto previsto nell'avviso e nel presente Regolamento;
- l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e a farsi carico degli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario, alle relative autorizzazioni, al pagamento di eventuali tributi o canoni.

### **Art. 12 – Recepimento di proposte spontanee di potenziali *sponsor***

1. Nel caso in cui, da parte di un potenziale *sponsor*, pervenga al Comune una proposta spontanea di sponsorizzazione, il Dirigente dell'ufficio competente, valutata la rispondenza alle prescrizioni del presente Regolamento e deliberata l'opportunità della proposta da parte della Giunta previa acquisizione del parere della commissione di competenza, predispone apposito avviso da pubblicare con le modalità di cui al precedente art. 10, che preveda come importo minimo a base di selezione quello offerto dal soggetto promotore, nonché il diritto di prelazione a parità di condizioni a favore dell'originario promotore ai sensi del comma 2 del presente articolo. Alla pubblicazione dell'avviso segue l'espletamento della selezione.

2. Terminata la procedura di selezione, all'originario promotore è riservato, entro un termine prestabilito, il diritto di adeguare, ove necessario, la propria proposta a quella giudicata più conveniente dal Comune. In questo caso, il promotore originario è dichiarato aggiudicatario.

### **Art. 13 – Affidamento diretto**

1. Si può procedere all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazione, in deroga a quanto previsto dagli articoli 11 e 12, nei seguenti casi:

- a) in caso sia stata esperita, per due volte, infruttuosamente la procedura selettiva di cui all'articolo 10;
- b) in casi eccezionali, adeguatamente motivati, in cui la particolare natura e le caratteristiche dell'evento o iniziativa oggetto di sponsorizzazione limitino la trattativa ad un unico determinato soggetto, come ad esempio in caso di fornitura o prestazione eseguibili da un solo soggetto con i requisiti tecnici e il grado di perfezione richiesti, oppure in caso di fornitura riguardante beni la cui produzione è garantita da privativa industriale;
- c) completamento di beni o servizi acquisiti da un determinato fornitore, purché con riferimento a esigenze dell'amministrazione sopravvenute e non previste all'atto dell'affidamento;
- d) urgenza comprovata;
- e) nel caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore ad euro 40.000,00 (IVA esclusa).

2. In ogni caso, l'affidamento diretto avviene previa valutazione di congruità da parte del Dirigente di Settore precedente.

3. In deroga a quanto previsto dagli articoli 11 e 12 del presente Regolamento, si può procedere, altresì, all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazione, nei casi previsti dall'art. 19, c. 2) del D. Lgs. 50/2016, ovvero nel caso in cui lo *sponsor* intenda realizzare i lavori, prestare i servizi o le forniture direttamente a sua cura e spese. In tali casi, resta ferma la necessità di verificare il possesso dei requisiti degli esecutori, nel rispetto dei principi e dei limiti europei in materia, e nel rispetto delle disposizioni nazionali e regionali sulla qualificazione dei progettisti e degli esecutori. La stazione appaltante impartisce opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere o forniture e alla direzione dei lavori e collaudo degli stessi.

### **Art. 14 – Beni e servizi di modesta entità**

1. L'Amministrazione Comunale si riserva, altresì, la facoltà di aderire alle proposte di sponsorizzazioni quando il contenuto dei beni o servizi offerti non è superiore a euro 10.000,00.



Si riportano a titolo esemplificativo e non esaustivo, i seguenti casi:

- a) l'allestimento di locali e spazi pubblici in occasione di ricorrenze o manifestazioni pubbliche;
- b) la fornitura di cancelleria, piccoli attrezzi di lavoro, materiale di consumo, divise di lavoro;
- c) la fornitura di materiale "usa e getta" se ecocompatibile;
- d) la fornitura di materiale di arredo urbano.

2. Nei casi di cui al precedente comma il contratto si perfeziona con l'accettazione della proposta senza altre formalità che la forma scritta.

3. Tutte le sponsorizzazioni di modesta entità saranno pubblicate in apposito elenco disponibile sull'albo pretorio comunale.

### **Art. 15 - Affidamenti di valore superiore ai 40.000 euro**

In attuazione di quanto disposto dall'art. 19 del D. Lgs. n. 50/2016 si stabilisce che

1. Al fine di assicurare il rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza, proporzionalità, l'affidamento di contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi o forniture per importi superiori a quarantamila euro, mediante dazione di danaro o accollo del debito, o altre modalità di assunzione del pagamento dei corrispettivi dovuti, è soggetto esclusivamente alla previa pubblicazione sul sito internet della stazione appaltante, per almeno trenta giorni, di apposito avviso, con il quale si rende nota la ricerca di *sponsor* per specifici interventi, ovvero si comunica l'avvenuto ricevimento di una proposta di sponsorizzazione, indicando sinteticamente il contenuto del contratto proposto. Trascorso il periodo di pubblicazione dell'avviso, il contratto può essere liberamente negoziato.

2. Nel caso in cui lo *sponsor* intenda realizzare i lavori, prestare i servizi e/o forniture direttamente a sua cura e spese, resta ferma la necessità di verificare il possesso dei requisiti degli esecutori, nel rispetto dei principi e dei limiti europei in materia e non trovano applicazione le disposizioni nazionali e regionali in materia di contratti di pubblici di lavori, servizi e forniture, ad eccezione di quelle sulla qualificazione dei progettisti e degli esecutori. L'ufficio precedente impartisce opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere e/o forniture e alla direzione dei lavori e collaudo degli stessi.

### **Art. 16 – Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione**

1. La sponsorizzazione viene regolata da apposito contratto nel quale, in particolare, sono almeno stabiliti:

- a) l'oggetto del contratto;
- b) gli obblighi delle parti e delle modalità di attuazione della sponsorizzazione;
- c) il valore del corrispettivo della sponsorizzazione;
- d) la durata del contratto;
- e) l'eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale;
- f) i controlli sull'attività dello *sponsor*;
- g) la facoltà di recesso da parte del Comune;
- h) la risoluzione del contratto per inadempimento;
- i) la competenza esclusiva del Foro di Matera in caso di controversie;
- j) la disciplina delle spese contrattuali.

2. Quando l'Amministrazione abbia individuato come corrispettivo della sponsorizzazione l'esecuzione di lavori, servizi o forniture, i contratti a tal fine stipulati contengono anche l'esatta individuazione dei lavori, servizi o forniture da effettuare e le modalità di svolgimento degli stessi, nonché i profili utili alla loro correlazione con le attività di veicolazione dei segni distintivi dello *sponsor* e l'impegno ad attenersi alle prescrizioni impartite dall'ufficio precedente.

3. Nel contratto deve essere prevista la facoltà del Comune di recedere prima della scadenza, previa comunicazione allo *sponsor*; deve inoltre essere prevista la clausola risolutiva espressa nel caso in cui lo *sponsor* rechi danno all'immagine del Comune, fermo restando il diritto al risarcimento del danno.

#### **Art. 17 – Sponsorizzazioni accessorie a contratti d'appalto (clausola *sponsor*)**

1. Il Comune può prevedere, nell'ambito di procedure per l'aggiudicazione degli appalti di lavori, servizi o forniture, clausole inerenti sponsorizzazioni come prestazioni accessorie al contratto principale.

2. In tal caso la valutazione della sponsorizzazione deve costituire elemento con peso meramente marginale rispetto alla valutazione complessiva dell'offerta.

#### **Art. 18 – Sponsorizzazione di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale**

1. Ai contratti di sponsorizzazione aventi ad oggetto interventi di restauro e manutenzione di beni immobili e delle superfici decorate di beni architettonici sottoposti a tutela ai sensi del D.Lgs. 42/2004, si applicano, oltre alle norme previste nel presente Regolamento, le disposizioni in materia di requisiti di qualificazione dei progettisti e degli esecutori del contratto, nel caso in cui la realizzazione dell'intervento sia a cura dello *sponsor*, o del soggetto esecutore dei lavori, qualora sia rimessa allo *sponsor* la sua individuazione.

2. Qualora le imprese esecutrici rivestano la qualifica di *sponsor* del Comune attraverso la realizzazione diretta di interventi di restauro e manutenzione, non potranno in nessun caso cedere ad altri soggetti il diritto di utilizzare lo spazio pubblicitario oggetto del contratto.

3. L'ufficio competente impartisce le prescrizioni opportune in ordine alla progettazione, alla direzione e all'esecuzione dei lavori ed esercita i poteri di alta sorveglianza procedurale al fine di garantire il rispetto della normativa di settore.

4. I contratti di sponsorizzazione inerenti beni culturali sono preventivamente sottoposti alla Soprintendenza e agli altri Enti competenti, in relazione alla tipologia dell'intervento, al fine di ottenere i nulla osta o gli atti di assenso normativamente richiesti, per assicurare che l'esposizione pubblicitaria sia effettuata in forme compatibili con il carattere artistico o storico, l'aspetto e il decoro del bene.

#### **Art. 19 – Affidamento del servizio di ricerca dello *sponsor***

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Amministrazione Comunale secondo la disciplina del presente Regolamento.

2. Il Comune può, 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, a soggetti pubblici, privati, istituzioni e associazioni senza fini di lucro.

#### **Art. 20 – Il Comune quale *sponsor***

1. Il Comune può assumere, nelle iniziative di sponsorizzazione, anche la veste di *sponsor* veicolando il proprio nome e la propria immagine presso il pubblico attraverso il sostegno, finanziario, o di altra natura, di particolari

iniziative di carattere socio-culturale o sportivo o di interventi di riqualificazione della Città e del suo territorio e/o di valorizzazione del patrimonio comunale, ideati, organizzati e realizzati da soggetti privati o da associazioni senza fini di lucro, ritenuti di volta in volta apprezzabili in relazione all'interesse dell'Ente e della collettività e rilevanti ai fini del raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sociale, civile e culturale dei cittadini e del territorio.

### **Art. 21 – Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni**

1. Sono considerati risparmi di spesa le somme previste in bilancio e non utilizzate a motivo dell'intervento dello *sponsor*, nei limiti del valore economico della sponsorizzazione
2. I risparmi di spesa di cui al comma 1 possono essere utilizzati per le seguenti finalità:
  - a) miglioramento dell'arredo urbano;
  - b) supporto alle attività culturali provenienti da istituti di istruzione e associazioni;
  - c) manutenzione delle aree gioco;
  - d) finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio.

### **Art. 22 – Aspetti contabili e fiscali**

1. I corrispettivi dei contratti di sponsorizzazione sono previsti in bilancio e nel P.E.G. ad inizio anno, o durante l'anno con variazione, nel rispetto dell'ordinamento finanziario e contabile. I corrispettivi costituiti da proventi di entrata sono contabilizzati tra le entrate; i corrispettivi costituiti da risparmi sono comunque contabilizzati a bilancio in entrata e in spesa per pari importo, al fine di assicurare il rispetto del principio di integrità del bilancio e la normativa fiscale.
2. Le prestazioni rese ai sensi del presente Regolamento generano emissione di fattura e le singole fattispecie di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale applicabile.
3. Il contratto di sponsorizzazione non esonera lo *sponsor* dall'obbligo di pagamento degli eventuali tributi e/o canoni inerenti alle fattispecie poste in essere né è sostituito di tale obbligo.
4. Qualora il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione consista in lavori, nella prestazione di servizi o nella fornitura di beni a carico dello *sponsor*, lo *sponsor* dovrà emettere regolare fattura al Comune, corrispondente al valore contrattuale dei lavori realizzati o dei beni o servizi ceduti. Il Comune, a sua volta, dovrà emettere fattura allo *sponsor*, a titolo di sponsorizzazione, di importo pari al valore della promozione di immagine fornita allo *sponsor* stesso. Resta fermo l'obbligo dello *sponsor* di adempiere alle eventuali e ulteriori obbligazioni tributarie o fiscali inerenti all'attività posta in essere
5. La regolamentazione contabile del rapporto di sponsorizzazione, a seconda delle forme di realizzazione dello stesso, si effettuerà pertanto come di seguito indicato:
  - a) contributi economici: il Comune emetterà fattura al soggetto finanziatore per un importo pari al contributo pattuito nel contratto;
  - b) cessione gratuita di beni e/o servizi: lo *sponsor* fatturerà al Comune un importo pari al valore stimato, stabilito nel contratto di sponsorizzazione, del bene, dei lavori o dei servizi ceduti. In conseguenza, il Comune provvederà ad emettere fattura allo *sponsor* di uguale importo, a titolo di sponsorizzazione, con compensazione contabile delle due fatture;
  - c) adozione di aree verdi: lo *sponsor* provvederà a fatturare al Comune gli importi indicati nel preventivo e recepiti nel contratto, al termine della sistemazione e, qualora sia previsto che nel corrispettivo cui è tenuto lo *sponsor* rientri anche la manutenzione delle aree, dopo ogni anno di manutenzione; a sua volta, il Comune provvederà ad emettere fattura per uguale importo, a titolo di sponsorizzazione.

6. Le spese relative alla stipula del contratto e alla sua eventuale registrazione, solo in caso d'uso, saranno interamente a carico dello *sponsor*.

7. L'emissione di fattura da parte del Comune nei confronti dello *sponsor* avverrà ad avvenuto pagamento.

### **Art. 23 – Controlli e verifiche**

1. L'Ufficio procedente impartisce le prescrizioni opportune in ordine all'esecuzione del contratto di sponsorizzazione e vigila sul suo adempimento.

2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo *sponsor*. Se costituiscono inadempimento, troveranno applicazione le norme previste dal Codice Civile in materia.

### **Art. 24 – Trattamento dati personali**

1. I dati raccolti in applicazione del presente Regolamento saranno trattati esclusivamente per finalità dallo stesso previste; i soggetti interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti ai sensi del Reg. (UE) 2016/679.

2. I dati, trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti degli uffici comunali tenuti all'applicazione del presente Regolamento, possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici o privati in relazione alle finalità del Regolamento.

### **Art. 25 – Rinvio**

1. Per ogni aspetto che non trovi esplicita disciplina nel presente Regolamento si fa rinvio alle norme di legge applicabili.

2. Tutti i richiami alle norme contenuti nel presente Regolamento devono intendersi effettuati alle disposizioni vigenti al momento dell'attuazione concreta del Regolamento stesso, senza necessità di suo adeguamento espresso.

### **Art. 26 – Entrata in vigore**

1. Il presente Regolamento entra in vigore dopo la conseguita esecutività della deliberazione che lo approva.