

**REGOLAMENTO COMUNALE
PER LA DISCIPLINA DELLE SPONSORIZZAZIONI
E DEGLI ACCORDI DI COLLABORAZIONE**

Approvato con deliberazione Consiglio Comunale n. 35 del 19 luglio 2016

INDICE

- Art. 1 (Oggetto del Regolamento)
- Art. 2 (Definizioni)
- Art. 3 (Finalità)
- Art. 4 (Modalità di promozione e informazione)
- Art. 5 (Ambito di applicazione)
- Art. 6 (Applicabilità del contratto di sponsorizzazione nei lavori, servizi e forniture)
- Art. 7 (Obblighi a carico del Comune)
- Art. 8 (Vincoli di carattere generale)
- Art. 9 (Le figure dello sponsor e del collaboratore istituzionale)
- Art. 10 (Sponsorizzazioni in esclusiva generale o commerciale e plurime)
- Art. 11 (Iniziativa diretta o per azione di terzi)
- Art. 12 (Regole per il caso di iniziativa di terzi)
- Art. 13 (Regole per il caso di iniziativa spontanea dell'Amministrazione comunale)
- Art. 14 (Contenuti dell'offerta)
- Art. 15 (Esame e valutazione delle offerte)
- Art. 16 (Affidamento dell'incarico e stipulazione del contratto)
- Art. 17 (Riserva organizzativa)
- Art. 18 (Il Comune quale patrocinatore)
- Art. 19 (L'offerta di sostanziale mecenatismo)
- Art. 20 (Aspetti economici, contabili e fiscali)
- Art. 21 (Responsabilità)
- Art. 22 (Verifiche e controlli)
- Art. 23 (Trattamento dei dati personali)
- Art. 24 (Normativa di rinvio)
- Art. 25 (Disposizioni finali)

Art. 1
(Oggetto del Regolamento)

1. Le norme del presente Regolamento costituiscono la disciplina generale per la realizzazione di rapporti afferenti la «sponsorizzazione» e la conclusione di speciali «accordi di collaborazione» relativi allo svolgimento di attività e di iniziative d'interesse del Comune di Radicofani per le finalità indicate al successivo art. 3 e nei settori e campi di intervento di cui al successivo art. 5.
2. Il presente Regolamento è adottato in sostanziale attuazione delle previsioni recate dall'art. 43 della Legge 27/12/1997, n. 449, che si pone, in tema, come normativa di principio, rispettando altresì le linee fondanti delle disposizioni contenute nel Testo Unico sull'Ordinamento degli Enti Locali approvato con il Decreto legislativo 18/08/2000, n. 267 (e, in particolare, dell'art. 119), nonché in attuazione dell'art. 120 del D. Lgs. 42/2004 e dell'art. 19 del D. Lgs. 18 aprile 2016, n.50.
3. 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.
4. L'Amministrazione comunale ricorre ai contratti di «sponsorizzazione» e agli «accordi di collaborazione» 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.
5. Le sponsorizzazioni possono finanziare in tutto o in parte i lavori, i servizi e le forniture che rientrano nelle attività dell'Ente.
6. Il ricorso alla «sponsorizzazione» e agli «accordi di collaborazione» costituisce un'opportunità innovativa di finanziamento delle attività del Comune ed è finalizzato a promuovere e ad incentivare la collaborazione tra pubblico e privato, a favorire il miglioramento organizzativo e 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)

- I. Ai fini del presente regolamento s'intende per:
 - **contratto di sponsorizzazione**: il contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale una parte (sponsor), ai fini di un incremento della propria notorietà e della propria immagine presso il pubblico, si obbliga a fornire una determinata prestazione in beni e/o servizi propri o acquisiti da terzi, attività, denaro od ogni altra utilità, a vantaggio del Comune (sponsee), che s'impegna contestualmente a diffondere e pubblicizzare, tramite prestazioni di veicolazione, il nome od altro segno distintivo (es: logo, marchio), i prodotti, le attività od altri messaggi dello sponsor associandoli alla propria attività amministrativa ovvero alle iniziative destinate al pubblico;
 - **sponsorizzazione**: ogni contributo che può consistere tanto in una somma di denaro quanto nella fornitura di beni o nella prestazione di servizi od interventi od altre utilità provenienti da terzi (sponsor) allo scopo di promuovere il loro nome, ragione sociale, marchio, attività, prodotto o altro messaggio concordato al fine di conseguire la promozione della propria immagine sociale;
 - **sponsor**: il soggetto privato (persona fisica o giuridica) che intenda stipulare un contratto di sponsorizzazione con l'Amministrazione comunale;
 - **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;

- **spazio pubblicitario**: lo spazio fisico o digitale od ogni altro supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messo a disposizione dal Comune e utilizzato per promuovere l'immagine dello sponsor;
- **veicolazione dell'immagine dello sponsor**: qualsiasi modalità convenuta con la quale il Comune s'impegna a divulgare l'immagine dello sponsor come corrispettivo del contratto;
- **accordo di collaborazione**: lo strumento negoziale bilaterale o plurilaterale mediante il quale vengono regolate le forme e modalità di coinvolgimento delle parti nell'ideazione e/o realizzazione di iniziative concertate o d'interesse comune che abbiano una positiva ricaduta sul territorio comunale in quanto finalizzate allo sviluppo economico, sociale e culturale della collettività di Radicofani – es: valorizzazione, recupero, restauro ed incremento del patrimonio comunale, in particolare di quello artistico, culturale, archeologico – prevedendo che una parte (c.d. collaborante) si obbliga ad effettuare interventi di peculiare rilevanza a vantaggio del Comune in cambio della possibilità di sfruttarne il potenziale comunicativo generato dall'operazione.

Art. 3 (Finalità)

1. Il Comune di Radicofani intende avvalersi degli istituti della sponsorizzazione e degli accordi di collaborazione essenzialmente con le seguenti finalità:
 - incentivare e promuovere una più spiccata innovazione nell'organizzazione tecnica ed amministrativa dell'Ente;
 - recuperare maggiori risorse e realizzare maggiori economie di spesa: il risultato della sponsorizzazione si concretizza, infatti, nella realizzazione di un'economia di bilancio totale o parziale rispetto alla previsione di spesa, in relazione alla totale o parziale acquisizione, senza oneri per l'ente, del previsto risultato da parte dello sponsor;
 - migliorare la qualità dei servizi prestati;
 - realizzare sinergie con il settore privato.
2. Nell'ambito di appalti di servizi, la sponsorizzazione potrà essere utilizzata anche come ulteriore elemento di valutazione di un offerta economicamente più vantaggiosa.
3. Le iniziative di sponsorizzazione sono finalizzate in particolare al miglioramento della qualità del vivere urbano, alla valorizzazione e alla tutela del patrimonio artistico e culturale, nonché alla realizzazione di progetti e all'erogazione di servizi a carattere innovativo/sperimentale.
4. Allo scopo di agevolare l'intervento degli sponsor nel finanziamento delle attività dell'Ente, le disposizioni del presente regolamento devono essere interpretate ed applicate nel significato più favorevole alla possibilità di addivenire alla sponsorizzazione.

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" 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 responsabile 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

(Ambito di applicazione)

1. Attraverso i contratti di sponsorizzazione e gli accordi di collaborazione, il Comune acquisisce da soggetti terzi risorse finanziarie o strumentali (beni, forniture, servizi, opere e lavori pubblici); il ricorso al contratto di sponsorizzazione e/o di collaborazione può riguardare tutte le iniziative, le attività, i beni, i servizi e le opere pubbliche inserite nella programmazione dell'Ente.
2. Il contratto può avere ad oggetto, a titolo esemplificativo:
 - attività di carattere culturale ed artistico (sostegno a manifestazioni in qualsiasi forma prevista, donazione di opere artistiche quali quadri, sculture, disegni, realizzazione di mostre, concerti e spettacoli, ecc.);
 - attività di restauro e di recupero conservativo di beni artistici, architettonici, culturali ed ambientali ed attività di valorizzazione del patrimonio comunale in generale;
 - valorizzazione e miglioramento dell'assetto urbano, sistemazione e manutenzione di aree di verde pubblico, fornitura di arredo urbano;
 - iniziative a sostegno dei servizi sociali (collaborazione per servizi a sostegno di alunni svantaggiati, trasporti disabili, ecc.);
 - interventi a favore della scuola, quali attività di animazione, laboratori, fornitura di materiale, attrezzature didattiche, tecnico-scientifiche, vigilanza dei bambini durante l'entrata e l'uscita dalla scuola;
 - interventi a favore del servizio bibliotecario (fornitura di attrezzature, libri, volumi, ecc.);
 - attività ed eventi sportivi (gare, manifestazioni, fornitura di attrezzature o impianti sportivi);
 - attività di comunicazione istituzionale;
 - qualunque altra attività di rilevante interesse pubblico (residuale)
3. La sponsorizzazione potrà essere realizzata, tra l'altro, in una delle seguenti forme:
 - contributi in danaro; a tal fine sarà individuato un apposito capitolo di bilancio in entrata sul quale riversare le relative somme utilizzate esclusivamente ai fini prefissati nei progetti e/o nei contratti di sponsorizzazione;
 - cessione gratuita di beni mobili e/o immobili (es. mezzi di trasporto pubblico);
 - prestazioni di servizi (es: gestione di sportelli informativi, marketing e promozione territoriale,);
 - realizzazione di mostre, concerti e spettacoli, convegni;
 - restauro di beni architettonici e monumentali, recupero di opere d'arte e/o archivi storici;
 - realizzazione di periodici e programmi televisivi;
 - realizzazione di siti internet e applicazioni per smartphone e tablet;
 - compartecipazione economica alle spese di realizzazione delle varie attività organizzate dal Comune od assunzione diretta delle spese medesime;
 - fornitura di materiale/attrezzature, anche di carattere informatico;
 - realizzazione di un'opera o lavoro (es.: attività di progettazione, direzione lavori, esecuzione e collaudo di opere pubbliche);
 - fornitura di arredo urbano compreso l'acquisto di mezzi per la gestione dello stesso; -

"adozione" di aree verdi

Art. 6

(Applicabilità del contratto di sponsorizzazione nei lavori, servizi e forniture)

1. Possono formare oggetto di contratti di sponsorizzazione le attività di progettazione ed esecuzione di lavori pubblici, servizi e forniture. I soggetti eventualmente individuati devono possedere i requisiti e le attestazioni necessarie 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

(Obblighi a carico del Comune)

1. Il Comune, quale controprestazione ai beni e/o ai servizi forniti dallo sponsor, potrà realizzare, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, alcune delle forme pubblicitarie indicate di seguito:
 - 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;
 - posizionamento di targhe o cartelli indicanti il marchio-logo o le generalità dello sponsor sui beni durevoli o sulle aiuole oggetto della sponsorizzazione;
 - utilizzo a fini pubblicitari di spazi all'interno del Comune (es. bacheche, sale riunioni, impianti sportivi, ecc);
 - utilizzo a fini pubblicitari di spazi su documentazione del Comune (buoni mensa, bollette, carta intestata, biglietti d'ingresso alla manifestazione interessata, inviti alla manifestazione, ecc.).
2. Le forme di pubblicità possono riguardare tutte o solo alcune delle modalità previste dal presente articolo. Le stesse sono determinate in sede di stipulazione del contratto.
3. L'imposta sulla pubblicità, ove dovuta, dovrà essere corrisposta dallo sponsor direttamente al Comune od al concessionario, nella misura di legge; peraltro, la Giunta comunale potrà, in sede di approvazione del progetto o della proposta di sponsorizzazione o di collaborazione, prevedere agevolazioni tributarie sull'imposta sulla pubblicità e il canone di occupazione del suolo pubblico, in quanto compatibili con le disposizioni normative e regolamentari vigenti.

Art. 8

(Vincoli di carattere generale)

1. Tutte le iniziative di sponsorship sottostanno ai seguenti vincoli di buona amministrazione:
 - devono essere dirette al perseguimento di interessi pubblici;
 - devono escludere forme di conflitto d'interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
 - devono essere consone e compatibili con l'immagine del Comune di Radicofani e con il programma politico-amministrativo di mandato;
 - devono produrre risparmi di spesa od acquisizione di entrate.
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:

- propaganda di natura politica, sindacale o religiosa;
- pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacchi, prodotti alcolici, armi e materiale pornografico od a sfondo sessuale;
- messaggi contenenti informazioni contrarie all'ordine pubblico, al buon costume, ingannevoli, pregiudizievole per la salute, la sicurezza, l'ambiente, la tutela dei minori e/o dei consumatori e/o utenti pubblici;
- messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia e quelle ritenute in qualsiasi altro modo in contrasto con la legge o con i regolamenti comunali, oppure inaccettabili per motivi di opportunità generale.

Art. 9

(Le figure dello sponsor e del collaboratore istituzionale)

1. Possono assumere la veste di sponsor ovvero di collaboratore istituzionale i seguenti soggetti in possesso dei requisiti di ordine generale necessari per poter contrarre con una Pubblica Amministrazione, di cui all'art. 50 del D.Lgs. 18 aprile 2016 n. 50, per quanto applicabile:
 - qualsiasi persona fisica;
 - qualsiasi persona giuridica, di natura pubblica o privata, avente o meno scopo o finalità commerciali (es.: società di capitali, società cooperative ex art. 2511 cod. civ., le mutue di assicurazioni ed i consorzi imprenditoriali ex art. 2602 cod. civ., società od aziende con partecipazione in tutto od in parte di capitale pubblico, Enti pubblici non economici;
 - le società di persone;
 - le imprese individuali;
 - le Associazioni senza fini di lucro, generalmente costituite con atto notarile, le cui finalità statuarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali di questo Comune.

Art. 10

(Sponsorizzazioni in esclusiva generale o commerciale e plurime)

1. 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.
2. 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;
 - b) esclusiva commerciale: con conclusione di più contratti di sponsorizzazione con diversi sponsor, ciascuno individuato come controparte unica per una specifica iniziativa, evento, progetto, categoria merceologica o di attività.
3. 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.
4. In generale le sponsorizzazioni non sono effettuate con diritto di esclusiva da parte dello sponsor, e pertanto il Comune può ricevere più sponsorizzazioni per uno stesso evento od oggetto.

Art. 11

(Iniziativa diretta o per azione di terzi)

1. La sponsorizzazione e gli accordi di collaborazione possono avere origine per:
 - a) iniziativa spontanea dell'Amministrazione comunale;
 - b) recepimento di iniziative provenienti da parte di uno qualsiasi dei soggetti indicati nel precedente art. 10.

Art. 12

(Regole per il caso di iniziativa di terzi)

1. Qualora l'iniziativa si correli alla proposta di soggetti terzi, essa deve essere riconosciuta e valutata come utile agli interessi e confacente agli scopi istituzionali di questo Ente con riferimento alle sue componenti economiche, qualitative ed organizzative. Il riconoscimento dell'utilità della proposta avviene mediante approvazione della stessa con deliberazione della Giunta comunale.
2. Le proposte di sponsorizzazione provenienti da soggetti terzi rispetto all'Amministrazione devono specificare il valore presumibile del corrispettivo delle attività di veicolazione pubblicitaria e le forme con le quali il medesimo corrispettivo viene ad essere reso.
3. Il Comune - salve le ipotesi in cui sia da escludersi qualsiasi forma di concorrenzialità o di trattativa privata plurima - potrà comunque decidere di garantire adeguate forme di pubblicità e concorrenza al fine di comparare l'offerta ricevuta con possibili ulteriori offerte migliorative; in questo caso, una volta valutate l'opportunità e la rispondenza dell'offerta pervenuta alle prescrizioni del presente regolamento, potrà essere predisposto apposito avviso pubblico che preveda, come importo minimo richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione, quello fissato dal soggetto proponente, e che manifesti l'intento dell'Amministrazione di procedere al reperimento di sponsorizzazioni finalizzate al finanziamento dell'evento. Alla scadenza dei termini fissati nell'avviso, l'Amministrazione procederà, tramite selezione delle proposte pervenute, all'individuazione dell'aggiudicatario, sulla base di criteri che tengano conto di elementi qualitativi, oltre che del prezzo. L'originario soggetto promotore potrà adeguare la propria proposta a quella giudicata dall'Amministrazione più conveniente. In questo caso, il promotore risulterà aggiudicatario.
4. Dopo l'approvazione della proposta proveniente dal terzo con la deliberazione della Giunta comunale di cui al precedente comma 1, si procede alla sottoscrizione di un contratto od accordo in forma scritta, avente il contenuto di cui all'art. 17 del presente regolamento.

Art. 13

(Regole per il caso di iniziativa spontanea dell'Amministrazione comunale)

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del Piano Esecutivo di Gestione assegnati al Responsabile dell'Area titolare di P.O.. La Giunta comunale può altresì formulare, in corso d'anno, proposte ulteriori per l'attivazione d'iniziativa di sponsorizzazione e/o accordi di collaborazione da attuare secondo gli indirizzi dell'Amministrazione.
2. La Giunta comunale approva un progetto od una bozza di contratto stabilendo altresì come saranno utilizzati i proventi derivanti dalla sponsorizzazione o dall'accordo di collaborazione; la Giunta potrà anche fissare il corrispettivo minimo che dovrà essere versato al Comune per la sponsorizzazione dell'iniziativa di volta in volta interessata, rispetto al quale coloro che manifesteranno interesse a partecipare alla gara dovranno effettuare un'offerta in aumento.
3. Tutte le conseguenti fasi attuative e gestionali inerenti alle iniziative oggetto di sponsorizzazione e/o di collaborazione sono demandate alla competenza del responsabile del servizio interessato, che vi provvede secondo le norme del presente regolamento e attraverso appositi atti di determina.
4. La scelta dello sponsor avviene nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento trasparenza e proporzionalità, mediante procedura selettiva concorrenziale, con pubblicazione di apposito avviso, approvato con determinazione dirigenziale dell'area competente, pubblicato all'Albo Pretorio e/o mediante altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione (es.: sito internet del Comune) e contenente l'invito alla stipula di contratti di

- sponsorizzazione e/o collaborazione.
5. L'avviso o bando di cui al comma precedente dovrà contenere, in particolare, i seguenti elementi:
 - a) l'oggetto del contratto ed i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico progetto di sponsorizzazione e del capitolato;
 - b) i requisiti di partecipazione;
 - c) le modalità per la veicolazione dei segni distintivi dello sponsor;
 - d) le modalità ed i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione;
 - e) le modalità ed i criteri di valutazione delle offerte di sponsorizzazione, nel caso siano presentate più offerte;
 - f) l'eventuale importo minimo, a base della procedura selettiva, richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
 - g) l'ufficio procedente ed il responsabile del procedimento.
 6. E' possibile l'affidamento del contratto di sponsorizzazione a trattativa privata diretta con un solo contraente quando:
 - a) sia stata esperita infruttuosamente la procedura selettiva;
 - b) in casi eccezionali, adeguatamente motivati, in cui la particolare natura e caratteristiche dell'evento o iniziativa oggetto di sponsorizzazione limitino la trattativa ad un unico determinato soggetto;
 - c) nel caso di sponsorizzazioni il cui valore complessivo della sponsorizzazione (corrispondente all'importo della somma versata dallo sponsor od al valore in denaro del servizio, fornitura od intervento prestati gratuitamente) non superi € 5.000,00 (Iva esclusa). In ogni caso, l'affidamento diretto avviene previa valutazione di congruità da parte del dirigente procedente e con atto adeguatamente motivato.
 7. L'affidamento di contratti di sponsorizzazioni superiori alla soglia di cui al precedente comma avviene nel rispetto di quanto previsto nei precedenti commi e dell'art. 19 del d.lgs 18 aprile 2016, n. 50.

Art. 14

(Contenuti dell'offerta)

1. L'offerta è presentata in forma scritta secondo le modalità dettagliate nell'avviso di sponsorizzazione.
2. Nell'offerta devono essere indicati, di regola:
 - le dichiarazioni richieste nell'avviso;
 - la somma di denaro, il bene, l'attività, il servizio o la prestazione che s'intende offrire a titolo di sponsorizzazione, ovvero la somma corrispondente;
 - l'accettazione delle condizioni previste nel bando od avviso pubblico e nel progetto di sponsorizzazione;
 - il contenuto del messaggio che costituirà oggetto del contratto o l'impegno, da parte dello sponsor, ad informare preventivamente il Comune sul contenuto del messaggio pubblicitario che egli intenderà utilizzare ai fini della sponsorizzazione;
 - la dichiarazione espressa di assunzione diretta di responsabilità in merito agli adempimenti contrattuali.
3. L'offerta dovrà essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
 - a) per i soggetti privati:
 - l'assenza delle cause di esclusione di cui all'art. 80 del d.lgs. 50/2016;
 - l'inesistenza della condizione d'incapacità 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 d'impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari

- antimafia;
 - l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese) se persone giuridiche;
 - il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti;
 - le autocertificazioni di cui al punto precedente riferite al legale rappresentante e, in generale, a tutti i soggetti muniti di potere di rappresentanza;
- b) per i soggetti pubblici:
- il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.

Art. 15

(Esame e valutazione delle offerte)

1. Le offerte sono valutate dall'ufficio competente nel rispetto dei criteri definiti dal progetto di sponsorizzazione e di quelli fissati nell'eventuale avviso o bando pubblico.
2. I criteri di selezione delle offerte dovranno rispondere, di norma, ai seguenti principi generali:
 - ove pervengano più offerte, è approvata apposita graduatoria per ognuna delle iniziative per le quali è prevista la sponsorizzazione. La graduatoria è formata in base al maggior vantaggio economico per il Comune o sulla base dei punteggi attribuiti in ragione dei criteri qualitativo-economici eventualmente fissati nell'avviso (valore economico, convenienza dell'Amministrazione ad acquisire lo sponsor nelle propria disponibilità, fiducia ed immagine dello sponsor per gli effetti di ritorno della pubblicizzazione dell'evento, eventuali servizi aggiuntivi e simili). Definita la graduatoria, viene effettuata assegnazione fino alla copertura totale prevista dall'avviso, cominciando dal primo soggetto della graduatoria; in caso sia stato individuato un solo spazio pubblicitario, lo stesso è assegnato al primo della graduatoria;
 - nel caso che più ditte offrano il totale di quanto richiesto, si potrà procedere ad assegnazione tramite sorteggio, oppure il contratto potrà riguardare le stesse ditte in maniera paritetica, previo assenso delle stesse, e, in tal caso, l'importo totale sarà suddiviso in parti uguali poste a carico delle ditte che accetteranno; in alternativa, potrà essere effettuata una trattativa diretta con le ditte interessate;
 - in linea generale, può essere anche consentito un criterio secondo il quale più ditte possono essere coinvolte proporzionalmente al contributo richiesto; in tal caso, l'invito specificherà il numero massimo di ditte che possono essere coinvolte;
 - è facoltà della parte pubblica, in relazione a singoli progetti, fissare criteri particolari di selezione.
3. Si applicano, per quanto compatibili, le norme in materia contrattuale.

Art. 16

(Affidamento dell'incarico e stipulazione del contratto)

1. Le modalità di scelta del contraente e tutti i contenuti contrattuali, come più in generale l'intera gestione della pratica e del rapporto, si radicano nelle competenze dei responsabili di area titolari di P.O..
2. L'individuazione del/dei soggetto/i con cui sarà stipulato il contratto di sponsorizzazione e/o l'accordo di collaborazione è formalizzata mediante determinazione adottata dal competente responsabile.
3. Il ricorso, da parte dell'Amministrazione, a forme di sponsorizzazione e/o ad accordi di collaborazione, anche laddove l'iniziativa provenga da terzi, va sempre formalizzato con apposito atto scritto di natura contrattuale, sottoscritto da parte dello sponsor e del Responsabile del Servizio competente e nel quale sono, in particolare, stabiliti:
 - l'individuazione dell'oggetto del contratto ed il contenuto della sponsorizzazione;
 - il diritto dello Sponsor all'utilizzazione "esclusiva" ovvero "non esclusiva" dello spazio

- pubblicitario nel corso degli eventi culturali, sociali, ricreativi, sportivi ed altro per i quali sia prevista la sponsorizzazione;
- gli impegni e/o gli obblighi dello sponsee e le modalità di veicolazione pubblicitaria della ragione sociale e/o marchio dello sponsor da parte dello sponsee,
 - gli impegni e/o gli obblighi dello sponsor;
 - la durata del contratto di sponsorizzazione;
 - le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze;
 - l'eventuale cauzione da richiedere nelle ipotesi di prestazioni continuative, - spese e disposizioni contrattuali finali.
4. In ogni contratto deve essere prevista la clausola risolutiva espressa per i seguenti casi, e fermo restando l'eventuale risarcimento del danno:
 - a) mancata attuazione dell'iniziativa oggetto della sponsorizzazione o rinvio della stessa. La risoluzione del contratto non comporta, in tal caso, alcun diritto, da parte dello sponsor, a pretese o danni di qualsiasi natura;
 - b) mancata ottemperanza ad una qualsiasi delle obbligazioni poste a carico dello sponsor;
 - c) laddove il soggetto privato rechi danno all'immagine del Comune.
 5. Al termine del rapporto derivante dalla stipulazione del contratto, lo sponsor è tenuto, con oneri a proprio carico, alla rimozione del messaggio pubblicitario.
 6. Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo o la scorretta erogazione, da parte dello sponsor, di quanto pattuito sono causa di decadenza dall'affidamento, e lo sponsor è tenuto alla rimozione del messaggio pubblicitario con oneri a proprio carico.
 7. Lo sponsor è tenuto al corrispettivo pattuito od alla corretta erogazione di quanto pattuito anche se non realizza il ritorno pubblicitario sperato.

Art. 17

(Riserva organizzativa)

1. La gestione delle sponsorizzazioni è di norma effettuata direttamente dall'Amministrazione comunale secondo la disciplina del presente regolamento.
2. È facoltà dell'Amministrazione comunale prevedere forme di coordinamento organizzativo che assicurino uniformità gestionale delle procedure di sponsorizzazione.
3. E' tuttavia facoltà della Giunta comunale, previa comunicazione al Consiglio comunale, qualora lo ritenga più opportuno o conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, formulare indirizzi per l'individuazione di soggetti esterni specializzati cui affidare in convenzione l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni a soggetti terzi.
4. In tale eventualità, il soggetto esterno è scelto nel rispetto della normativa vigente.

Art. 18

(L'offerta di sostanziale mecenatismo)

1. Le sponsorizzazioni offerte o proposte da privati o da enti e soggetti giuridici privi di finalità di lucro, specie ove il ritorno di natura pubblicitaria appaia del tutto tenue e prevalga l'aspetto di un sostanziale contratto a prestazioni economicamente unilaterali con la prevalenza di profili c.d. di «mero mecenatismo» o spirito di liberalità da parte dello sponsor, non sono soggette a procedure selettive di sorta, bensì vengono formalizzate con provvedimento di affidamento diretto del Dirigente, qualunque sia il valore della prestazione resa.

Art. 19

(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, 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.

Articolo 20

(Aspetti economici, contabili e fiscali)

1. Ove il corrispettivo della sponsorizzazione sia costituito da una somma di denaro, 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, ai sensi dell'art. 103 del d.lgs. 18 aprile 2016, n. 50.
3. Le iniziative derivanti da contratto di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale sulle imposte dirette, per quanto applicabili, sulle imposte indirette e sui tributi locali, per la cui applicazione il presente regolamento fa rinvio.
4. Il contratto di sponsorizzazione costituisce attività rilevante ai fini IVA e soggetta ad aliquota di legge vigente. Il contributo specificato dal contratto dovrà essere sempre espresso con la dicitura "oltre ad IVA di legge", e l'importo erogato dovrà pertanto essere sempre comprensivo d'IVA. Gli importi utilizzabili ai fini dell'evento o dell'iniziativa finanziata saranno pertanto rappresentati dai contributi stessi al netto di quanto di competenza erariale per IVA.
5. Qualora il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione consista in lavori, nella prestazione di servizi o nella fornitura di beni a carico dello sponsor, è fatto obbligo di operare la doppia fatturazione, ovvero la fatturazione dello sponsor al Comune del valore dei lavori, servizi o beni, soggetta all'IVA, e la fatturazione del Comune allo sponsor di un pari importo, sempre soggetto ad IVA, per il valore della promozione di immagine fornita allo sponsor.
6. La regolamentazione contabile del rapporto di sponsorizzazione, a seconda delle forme di realizzazione dello stesso, si effettuerà pertanto come di seguito indicato:
 - contributi economici: il Comune emetterà fattura al soggetto finanziatore per un importo pari al contributo pattuito nel contratto;
 - 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;
 - compartecipazione economica alle spese di realizzazione delle varie attività organizzate dal Comune o assunzione diretta delle spese medesime: lo sponsor prenderà in carico il pagamento della fattura che dovrà essere emessa dal/i fornitore/i;
 - 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.
7. Ogni spesa contrattuale inerente e conseguente alla stipulazione ed alla registrazione del contratto di sponsorizzazione e/o dell'accordo di collaborazione nei casi previsti dalla legge è a carico dello sponsor.

8. L'emissione di fattura da parte del Comune nei confronti dello sponsor avverrà subito dopo la sottoscrizione del contratto di sponsorizzazione e/o dell'accordo di collaborazione.
9. Nel caso in cui il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione sia previsto in denaro, per i contratti aventi durata non superiore ad un anno esso dovrà essere effettuato dopo la firma del contratto, mentre, per i contratti di durata pluriennale, andrà effettuato annualmente in forma anticipata.

Art. 21

(Responsabilità)

1. Il Comune è sollevato da qualsiasi responsabilità di natura civile o penale conseguente all'allestimento ed allo svolgimento delle attività di promozione e pubblicità da parte dello sponsor.
2. Lo sponsor è responsabile a tutti gli effetti del personale eventualmente incaricato dell'esecuzione degli interventi, sia per quanto riguarda la capacità operativa che per gli eventuali infortuni e responsabilità civili verso terzi. A tal fine, tutti i prestatori d'opera dovranno essere assicurati.

Art. 22

(Verifiche e controlli)

1. Le "sponsorizzazioni" potranno essere assoggettate a periodiche verifiche da parte del servizio comunale competente per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti per i contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi.
2. Le eventuali difformità emerse in sede di verifica dovranno essere tempestivamente notificate allo sponsor; la notifica e l'eventuale diffida produrranno gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

Art. 23

(Trattamento dei dati personali)

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste.
2. I singoli interessati hanno la facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dall'art. 7 del D. Lgs. 196/2003.
3. I dati sono trattati, in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali tenuti all'applicazione del presente regolamento.
4. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento.

Art. 24

(Normativa di rinvio)

1. Per quanto non esplicitamente previsto e stabilito nel presente regolamento, si fa formale rinvio alle leggi e normative vigenti in materia di disciplina dei rapporti con la pubblica Amministrazione. ed in particolare:
 - Codice dei contratti approvato con il decreto L.gvo n. 50 del 2016 e successive modifiche ed integrazioni;
 - al D. Lgs. n. 267 del 2000;
 - all'art. 43 della legge 27 dicembre 1997, n. 449;
 - alla normativa del Codice civile e dalle altre leggi vigenti riguardanti la peculiare materia dei contratti e, più genericamente, delle obbligazioni;
 - alla normativa contenuta nello Statuto e nei Regolamenti adottati dal Comune.
2. Restano ferme specifiche discipline di settore ed eventuali divieti di sponsorizzazioni ivi contenuti.

Art. 25
(Disposizioni finali)

1. Sono abrogate le norme dei regolamenti comunali e degli atti aventi natura regolamentare che risultino in contrasto con quanto disposto dal presente regolamento.
2. Il presente regolamento entra in vigore dopo la conseguita esecutività della deliberazione che lo approva.