

REGOLAMENTO SULLA DISCIPLINA DELLE SPONSORIZZAZIONI

Approvato con Deliberazione del Consiglio Comunale n. 4 del 03/03/2026

CAPO I

PRINCIPI GENERALI

Articolo 1 - Oggetto e finalità

1. Il presente Regolamento disciplina le procedure relative alla stipula dei contratti di sponsorizzazione ai quali l'Amministrazione comunale può ricorrere per la realizzazione di iniziative, in attuazione delle disposizioni contenute nelle seguenti norme:

- a) Legge n. 241/1990 e ss.mm.ii;
- b) art. 43 della Legge n. 449/1997;
- c) art. 119 del d.lgs. n. 267/2000;
- d) art. 120 del d.lgs. n. 42/2004;
- e) artt. 8 e 134 del d.lgs. n. 36/2023;
- f) Codice civile,

nel rispetto dei principi di autonomia contrattuale, efficienza, trasparenza, buon andamento e imparzialità.

2. Il ricorso alle sponsorizzazioni, nel perseguimento dell'interesse pubblico, costituisce un'opportunità di finanziamento delle attività del Comune ed è finalizzato a promuovere e incentivare la collaborazione tra pubblico e privato, escludendo forme di conflitto di interessi, e a favorire il miglioramento organizzativo realizzando:

- a) una valorizzazione delle competenze, delle professionalità, della disponibilità di persone, Enti, Associazioni ed Operatori economici attivi sul territorio;
- b) una migliore qualità nei servizi/prestazioni erogati alla collettività;
- c) maggiori economie di bilancio.

Articolo 2 – Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende per:

- a) contratto di sponsorizzazione : un contratto a titolo oneroso e a prestazioni corrispettive mediante il quale il Comune (Sponsee) offre, nell'ambito di proprie iniziative, ad un terzo (Sponsor), che si obbliga a sua volta a fornire un determinato corrispettivo - in denaro, beni, servizi, opere – o ogni altra utilità comunque economicamente valutabile, la possibilità di pubblicizzare, in appositi e predeterminati spazi, il proprio nome, il logo, il marchio, i prodotti, i servizi e simili, oppure di distribuire prodotti o servizi a titolo promozionale, nei modi previsti dallo stesso 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'iniziativa dedotta nel contratto, indipendentemente dall'effettivo ritorno di immagine;
- b) sponsorizzazione: ogni corrispettivo in denaro, fornitura di beni, prestazione di servizi, realizzazione di opere pubbliche e/o di pubblica utilità o in altre utilità, proveniente al Comune da parte di terzi, nell'ambito applicativo dei contratti di sponsorizzazione;

- c) Sponsor o Sponsorizzatore: il soggetto privato (persona fisica o giuridica), o il soggetto pubblico che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;
- d) Sponsee o Sponsorizzato: si intende il Comune, titolare dei benefici economici apportati dalla stipula dei contratti di sponsorizzazione e che rende la prestazione di mezzi consistente nel mettere a disposizione la possibilità di pubblicizzare i segni distintivi dello Sponsor nell'ambito di proprie iniziative;
- e) spazio pubblicitario: lo spazio fisico e digitale o qualsiasi altro supporto atto alla veicolazione di informazioni, messo a disposizione dal Comune per la pubblicità dello Sponsor;
- f) sponsorizzazione "pura": l'impegno dello Sponsor di riconoscere esclusivamente un contributo economico (in cambio del diritto di sfruttare spazi per fini pubblicitari);
- g) sponsorizzazione "tecnica": l'impegno dello Sponsor di fornire beni e servizi o progettare e realizzare lavori in cambio della possibilità di sfruttare spazi.

Articolo 3 - Individuazione, programmazione e gestione delle sponsorizzazioni

1. Le iniziative di sponsorizzazione da offrire ai potenziali Sponsor sono, di norma, individuate e programmate nell'ambito del Piano integrato di attività e organizzazione (PIAO) e possono riguardare tutti i beni ed i servizi a carico del bilancio dell'Ente. Nel corso dell'anno i Responsabili possono, altresì, attivare ulteriori iniziative di sponsorizzazione.

2. Nei documenti di programmazione dell'Ente, possono essere individuate spese ed attività la cui realizzazione è vincolata alla conclusione di contratti di sponsorizzazione.

Articolo 4 - La figura dello Sponsor

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi sia con soggetti privati, che pubblici, singoli o associati.

2. Qualora i lavori, i servizi e le forniture siano acquisiti o realizzati a cura dello Sponsor, lo stesso deve essere in possesso dei requisiti di qualificazione per gli esecutori dei contratti pubblici.

3. Per i lavori pubblici, le imprese esecutrici devono possedere i requisiti di qualificazione previsti dalla normativa vigente al momento dell'affidamento.

Articolo 5 – Corrispettivo delle sponsorizzazioni

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

- a) la dazione di somme di denaro;
- b) le forniture di beni, servizi o lavori, acquisiti o realizzati a cura e spese dello Sponsor;
- c) accollo del pagamento delle obbligazioni verso i terzi che svolgono le attività sponsorizzate.

2. Nel caso di cui al punto 1.b), si assume quale controvalore monetario del contratto il valore di mercato della fornitura dei beni, dei servizi o dei lavori, effettuati dallo Sponsor.

Articolo 6 - Pagamento del corrispettivo in denaro della sponsorizzazione

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 stipulazione del contratto e il restante secondo un piano predisposto dal Responsabile di Area/Settore a cui spetterà la valutazione delle modalità.

2. Lo Sponsor deve prestare apposita garanzia fideiussoria per il pagamento del corrispettivo, costituita mediante fideiussione bancaria o polizza assicurativa, contenente le clausole previste nella determinazione a contrattare, di cui agli artt. 53, comma 4, e 117, comma 1, del Codice dei Contratti pubblici secondo i seguenti importi:

a) dazione di somme di denaro e forniture di beni e servizi:

1. per importi superiori a € 40.000,00 e inferiori a € 215.000,00, pari al 5% dell'importo;
2. da € 215.000,00, pari al 10% dell'importo;

b) per lavori:

1. per importi superiori a € 150.000,00 e inferiori a € 5.382.000,00, pari al 5% dell'importo;
2. da € 5.382.000,00, pari al 10% dell'importo.

3. Trova applicazione il comma 14 dell'art. 117 del d.lgs. 36/2023 relativamente all'esonero dalla garanzia.

CAPO II

AMBITO DI APPLICAZIONE DEL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

Articolo 7 – Ambito di applicazione

1. Le sponsorizzazioni possono interessare tutte le iniziative, i progetti, le attività, i beni, i servizi, i lavori previsti nella programmazione del Comune ed a carico del bilancio comunale, fra le quali si indicano a mero titolo esemplificativo e non esaustivo:

- a) attività od eventi a rilevanza artistico, culturale o di spettacolo di differente tipologia promossi, gestiti od organizzati dal Comune, sia direttamente che indirettamente;
- b) eventi sportivi e/o di rilevanza sociale;
- c) attività di promozione turistica, di marketing e promozione territoriale;
- d) attività di comunicazione, realizzazione di periodici;
- e) servizi di manutenzione e gestione di aree verdi pubbliche, del patrimonio arboreo, di aree diverse e immobili comunali, di arredo urbano;
- f) fornitura di beni con riferimento, a titolo esemplificativo, ad attrezzature informatiche di vario genere ed alla fornitura di arredi;
- g) attività di progettazione, direzione lavori, esecuzione di opere pubbliche o di pubblica utilità;
- h) realizzazione di corsi di formazione.

2. Il Responsabile di Area/Settore competente predispone i progetti operativi e gli avvisi delle iniziative di sponsorizzazione e adotta gli atti di gestione necessari al raggiungimento dei correlati obiettivi amministrativi. Nel caso in cui la sponsorizzazione non corrisponda a programmi dell'Ente, il Responsabile opera previo indirizzo formale della Giunta comunale.

Articolo 8 – Adozione di aree verde e/o rotatorie

1. Il Comune, con deliberazione della Giunta comunale, può procedere all'individuazione delle aree comunali destinate a verde pubblico che possono essere assegnate in "adozione" a Società, Associazioni o privati in genere, affidandone l'allestimento, la gestione e la manutenzione in cambio dell'autorizzazione alla posa di mezzi finalizzati alla sponsorizzazione.

2. L'adozione consiste nell'obbligo dello Sponsor di provvedere alla realizzazione del primo impianto-allestimento dell'area e/o della rotonda e/o alla manutenzione della stessa.

3. Lo Sponsor deve presentare, sia per la realizzazione dell'impianto/allestimento che per la manutenzione, un progetto tecnico che, approvato dalla Giunta comunale con propria deliberazione, costituisce allegato al contratto di sponsorizzazione. Il progetto può anche essere fornito dal Comune. In ogni caso, esso deve contenere l'indicazione delle spese necessarie per le relative operazioni.

4. I soggetti affidatari, se non appartenenti o operanti nel settore del verde, dovranno far eseguire l'allestimento e la manutenzione a ditte specializzate ed in possesso dei requisiti in materia di sicurezza, contributiva e di ordine generale.

5. L'Impresa che esegue i lavori, in proprio o per conto dell'affidatario, avrà l'obbligo di adottare, durante l'esecuzione dei lavori, tutti i provvedimenti e le cautele necessarie per garantire l'incolumità degli operai e di terzi e per non produrre danni ai beni pubblici e privati, rimanendo espressamente inteso e convenuto che essa si assumerà ogni responsabilità sia civile che penale, nel caso di infortuni o danni.

6. L'installazione di mezzi pubblicitari avverrà a titolo gratuito nell'area verde o per le rotatorie in spazi indicati dal Comune, nei due sensi di marcia principali seguendo le vigenti regole del Codice della strada. Le dimensioni e caratteristiche dei mezzi pubblicitari ed i criteri per il loro posizionamento verranno definiti nelle Norme tecniche.

7. Nella scelta e nell'abbinamento dei colori si dovranno evitare combinazioni tali da generare confusione con i cartelli della segnaletica stradale. Si dovrà evitare in particolare l'uso della gradazione di rosso prevista per i segnali stradali e l'uso della gradazione di azzurro impiegata per i segnali di direzione.

8. Non è ammessa un'illuminazione specifica per i cartelli in quanto potrebbe provocare disturbo con conseguente pericolo per la sicurezza della circolazione stradale.

9. Dovrà essere presentata idonea dichiarazione tecnica relativa ai cartelli attestante che la struttura, compresi gli ancoraggi al terreno, è realizzata e posta in opera tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento in modo da garantirne la stabilità.

10. I requisiti fondamentali che la vegetazione deve possedere sono i seguenti:

- a) rusticità, ossia capacità di adattarsi ad una svariata tipologia di situazioni non ideali per lo sviluppo dei vegetali (stress idrici e termici, inquinamento dell'aria, ecc.);
- b) basso livello di manutenzione: le piante devono necessitare di un ridotto numero di interventi di potatura.

11. Nel caso in cui sussista il concorso di più richieste al medesimo intervento, la scelta sarà effettuata in base ai sottoelencati titoli di precedenza:

- a) valutazione del concorso del richiedente alla realizzazione dell'intervento;
- b) precedenti esperienze nel medesimo intervento o in interventi simili condotte con efficienza e regolarità.

12. L'area verde non dovrà in nessun modo essere sottratta all'uso pubblico al quale è destinata, se non per il tempo strettamente necessario alle operazioni d'impianto ed a quelle relative alla manutenzione.

13. Il contratto di sponsorizzazione dovrà avere una durata pari a quella indicata nel progetto.

14. Il contratto è rinnovabile con lo stesso Sponsor, sulla base della bontà dei risultati raggiunti nel periodo pregresso, per la stessa durata di quello originario, nei limiti previsti dalle disposizioni normative vigenti.

15. Trattandosi di affidamento delle aree al fine di ottenere la valorizzazione ed il mantenimento delle stesse il contratto in oggetto non costituisce atto di concessione.

Articolo 9 - Sponsorizzazioni accessorie a contratti d'appalto

1. Il Comune può prevedere, nell'ambito di procedure per l'aggiudicazione di 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.

Articolo 10 - Sponsorizzazione di lavori, servizi e forniture aventi ad oggetto beni culturali sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale

1. Ai contratti di sponsorizzazione aventi ad oggetto interventi di restauro e manutenzione di beni immobili, mobili e delle superfici decorate di beni architettonici sottoposti a tutela ai sensi del d.lgs. n. 42/2004, si applicano, oltre alle norme previste nel presente regolamento, le disposizioni in materia di requisiti di qualificazione dei progettisti nel caso in cui la realizzazione dell'intervento sia a cura dello Sponsor.

2. Nel caso in cui l'individuazione dell'esecutore dei lavori sia rimessa allo Sponsor, il soggetto indicato dovrà essere un soggetto qualificato relativamente alla tipologia dell'intervento.

3. Qualora le imprese esecutrici rivestano la qualità 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.

4. In caso di sponsorizzazione tecnica la Soprintendenza competente impartisce le prescrizioni opportune in ordine alla progettazione alla direzione ed all'esecuzione dei lavori. Il Comune eserciterà un'attività di sorveglianza al fine di garantire il rispetto della normativa di settore.

5. I contratti di sponsorizzazione inerenti i beni culturali sono preventivamente sottoposti alla Soprintendenza competente in relazione alla tipologia di 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 ed il decoro del bene.

Articolo 11 - Partenariato pubblico privato per i beni culturali

1. Ai sensi dell'articolo 134, comma 2, del d.lgs. n. 36/2023, a fini della fruizione del patrimonio culturale e della ricerca scientifica applicata alla sua tutela o alla sua valorizzazione, sono consentite forme speciali di partenariato con enti e organismi pubblici e con soggetti privati dirette a consentire il recupero, il restauro, la manutenzione programmata, la gestione, l'apertura alla pubblica fruizione e la valorizzazione di beni culturali immobili.

2. Sono ammesse forme speciali di partenariato anche per le attività di conservazione, studio, divulgazione, catalogazione.

3. La scelta del soggetto partner può avvenire mediante procedure semplificate analoghe a quelle previste per la sponsorizzazione.

4. La forma contrattuale che regola il partenariato è la convenzione. Esso viene elaborata sentita la Soprintendenza competente.

CAPO III

SCELTA DELLO SPONSOR

Articolo 12 - Affidamento diretto

1. Si può procedere all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazione esclusivamente:

- a) nel caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore o pari ad € 150.000,00 (IVA esclusa)¹;
- b) nel caso sia stata esperita, per due volte, infruttuosamente la procedura selettiva di cui all'art. 13;
- c) in casi eccezionali, adeguatamente motivati, in cui la particolare natura e caratteristiche dell'iniziativa oggetto di sponsorizzazione limitino la trattativa ad un unico determinato soggetto.

2. In ogni caso, l'affidamento diretto avviene previa valutazione di congruità da parte del Responsabile di Area/Settore procedente.

3. Restano fermi i principi secondo cui in caso di sponsorizzazione tecnica le proposte del Comune contengano opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere o delle forniture ed alla direzione dei lavori e collaudo degli stessi.

4. Per sponsorizzazioni riguardanti beni sottoposti a tutela ai sensi del d.lgs. n. 42/2004 si applicano comunque le disposizioni di cui all'art. 10 del presente regolamento.

¹ intervento normativo operato dal D.lgs. 36/2023 ha inciso in modo rilevante sull'ambito applicativo dell'affidamento diretto, ridefinendo le soglie economiche entro cui le amministrazioni possono legittimamente ricorrere a tale modalità di aggiudicazione. L'attuale quadro normativo prevede che:

- Per i lavori, l'affidamento diretto sia consentito fino alla soglia di 150.000 euro;
- Per i servizi e le forniture, l'affidamento diretto sia ammesso sino all'importo di 140.000 euro.

Articolo 13 – Scelta dello Sponsor per importi superiori a € 40.000,00

1. Ai sensi dell'art. 134 del d.lgs. n. 36/2023, la scelta dello sponsor per contratti di sponsorizzazione il cui valore è superiore ad € 40.000,00, IVA esclusa, è effettuata, al fine di assicurare il rispetto dei principi di trasparenza, imparzialità e parità di trattamento, mediante selezione ad evidenza pubblica, preceduta dalla pubblicazione, sul sito internet del Comune e all'Albo on line, per almeno trenta giorni, di apposito avviso, con il quale si rende nota la ricerca di Sponsor per specifiche iniziative.

2. L'avviso pubblico, unitamente all'eventuale capitolato/progetto di sponsorizzazione, è approvato con determinazione del Responsabile di Area/Settore competente che può anche stabilire, di volta in volta, forme di pubblicità ulteriori per favorire una maggiore conoscenza e partecipazione all'iniziativa.

3. L'avviso deve indicare almeno:

- a) l'oggetto della sponsorizzazione ed i conseguenti obblighi dello Sponsor, secondo i contenuti dell'eventuale capitolato/progetto di sponsorizzazione;
- b) l'esatta determinazione dello spazio pubblicitario messo a disposizione del Comune per la pubblicità dello Sponsor;
- c) i requisiti di partecipazione;
- d) le modalità ed i termini per la presentazione delle offerte;
- e) i criteri di ammissibilità delle offerte;
- f) l'eventuale importo minimo richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
- g) l'Area/Settore procedente ed il responsabile del procedimento.

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

- a) i dati del proponente e del legale rappresentante;
- b) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
- c) le dichiarazioni richieste dall'avviso, anche con riferimento al possesso dei requisiti di ordine generale;
- d) l'accettazione incondizionata di quanto previsto nell'avviso e nel presente regolamento;
- e) 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.

5. Scaduto il termine fissato nell'avviso, il contratto può essere liberamente negoziato, purché nel rispetto dei principi di imparzialità e di parità di trattamento tra gli operatori che abbiano manifestato interesse.

Articolo 14 - Recepimento di proposte spontanee di potenziali Sponsor

1. Nel caso in cui pervenga una proposta spontanea di sponsorizzazione, il Responsabile competente, valuta preventivamente l'ammissibilità della stessa e la convenienza per l'interesse pubblico.

2. L'acquisizione di una proposta di sponsorizzazione non è vincolante per il Comune e nel caso in cui non sarà ritenuta ammissibile verrà comunicato per iscritto al proponente.

3. Nel caso in cui la proposta di sponsorizzazione ritenuta d'interesse risulta lacunosa, il Responsabile può chiedere chiarimenti o integrazioni.

4. In caso di analisi positiva della proposta di sponsorizzazione il Responsabile attiverà le procedure di scelta dello Sponsor inserendo nell'avviso il c.d. diritto di prelazione consistente nella possibilità data al promotore dell'iniziativa dello Sponsor, nel caso in cui aderiscano all'avviso altri soggetti, di adeguare la propria offerta, entro il termine di quindici giorni, a quella che il Comune abbia ritenuto più conveniente tra quelle pervenute. In questo caso, il promotore originario è dichiarato aggiudicatario.

5. Il Comune si riserva la facoltà di aderire direttamente alle proposte di sponsorizzazioni quando il valore dei beni o servizi offerti non sia superiore ad € 40.000,00.

6. Se oggetto della proposta spontanea di sponsorizzazione riguarda beni mobili o immobili di interesse storico, artistico, archeologico, culturale è necessario il rispetto delle specifiche di cui all'art. 10.

Articolo 15 - Sponsorizzazioni plurime ed esclusiva generale dello Sponsor

1. Il Comune può ricevere più sponsorizzazioni per una stessa iniziativa od oggetto, ad eccezione dei seguenti casi per i quali è previsto un diritto di esclusiva:

- a) esclusiva generale: comportante la conclusione del contratto di sponsorizzazione con un soggetto in veste di Sponsor unico del Comune per un determinato periodo di tempo;
- b) esclusiva commerciale: con conclusione di più contratti di sponsorizzazione con diversi Sponsor, ciascuno individuato come controparte unica per una specifica iniziativa, evento, progetto, o di attività, al fine di reperire maggiori risorse o per conseguire sponsorizzazioni di miglior profilo qualitativo.

2. 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.

Articolo 16 - Diritto di rifiuto, esclusioni oggettive e soggettive

1. Il Comune rifiuta qualsiasi proposta di sponsorizzazione e recede 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 propria immagine od alle proprie iniziative;
- c) reputi la sponsorizzazione inaccettabile per 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. Non si potranno sottoscrivere contratti di sponsorizzazione con Sponsor che, a seguito di controlli, verseranno in almeno uno dei casi previsti dagli artt. 94, 95, 97 e 98 del d.lgs. n. 36/2023.

4. L'interessato attesta il possesso dei requisiti di cui al precedente punto 3 mediante dichiarazione sostitutiva ai sensi del DPR n. 445/2000.

Articolo 17 - Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione

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

- a) l'oggetto del contratto;
- b) gli obblighi delle parti;
- c) i corrispettivi della sponsorizzazione;
- d) la durata del contratto;
- e) l'eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale;
- f) i controlli sull'attività dello Sponsor e le penali in caso d'inadempimento;
- g) la facoltà di recesso da parte del Comune, previa tempestiva e formale comunicazione allo Sponsor;
- h) la risoluzione del contratto per inadempimento;
- i) l'eventuale cauzione;
- j) la competenza del foro in caso di controversie;
- k) la disciplina delle spese contrattuali.

Articolo 18 – Obblighi a carico del Comune

1. Il Comune, quale controprestazione ai beni e/o ai servizi e/o ai lavori forniti dallo Sponsor, potrà realizzare, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, alcune delle forme pubblicitarie indicate di seguito:

- 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 istituzionale 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 aree verdi oggetto della sponsorizzazione;
- c) utilizzo a fini pubblicitari di spazi all'interno del Comune (es. bacheche, ascensori, sale riunioni, impianti sportivi, androni, coperture con teli di opere e/o lavori, ecc.);
- d) utilizzo a fini pubblicitari di spazi su documentazione del Comune (buoni mensa, bollette, carta intestata, biglietti d'ingresso all'iniziativa coinvolta dalla sponsorizzazione, inviti all'iniziativa, etc.).

Articolo 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, previa valutazione di convenienza sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, può tuttavia affidare il servizio di ricerca degli Sponsor a soggetti da individuare tramite procedure sugli appalti di servizi previste dal Codice dei Contratti pubblici.

CAPO IV

DISPOSIZIONI FINALI

Articolo 20 - 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) implementare il fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività, nel rispetto dei limiti stabiliti dalle vigenti norme in materia;
 - b) finanziare altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio.

Articolo 21 - Aspetti contabili e fiscali

1. I corrispettivi dei contratti di sponsorizzazione sono previsti in bilancio e nel PIAO 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 di spesa sono comunque contabilizzati a bilancio in entrata ed in spesa per pari importo, al fine di assicurare il rispetto del principio di integrità del bilancio e la normativa fiscale.
2. Le iniziative derivanti da contratto di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale sulle imposte dirette, per quanto applicabili, nonché sulle imposte indirette e sui tributi locali, per quanto compatibili, per la cui applicazione il presente regolamento fa rinvio.
3. 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.
4. 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, soggetto 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.
5. La regolamentazione contabile del rapporto di sponsorizzazione, a seconda delle forme di realizzazione dello stesso, si effettuerà pertanto come di seguito indicato:
 - a) corrispettivo monetario: il Comune emetterà fattura allo Sponsor per un importo pari al contributo pattuito nel contratto e provvederà a riversare l'IVA dovuta all'Erario;

b) operazioni permutative di beni e/o servizi e/o lavori: 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 emetterà fattura allo Sponsor di uguale importo, a titolo di sponsorizzazione, con compensazione contabile delle due fatture con IVA a esigibilità immediata;

c) operazioni permutative quali “adozione” di aree verdi e/o rotonde: lo Sponsor fatturerà al Comune gli importi indicati nel preventivo e recepiti nel contratto al termine della realizzazione del primo impianto 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. Le due fatture avranno IVA a esigibilità immediata.

6. Non rientra nell'applicazione del presente Regolamento la disciplina inerente alla materia delle donazioni e delle erogazioni liberali, in merito alle quali si rinvia espressamente alle disposizioni contenute negli artt. 769 e seguenti del Codice civile.

7. Ogni spesa contrattuale inerente e conseguente alla stipulazione ed alla registrazione del contratto di sponsorizzazione nei casi previsti dalla legge è a carico dello Sponsor.

8. Nell'applicazione delle disposizioni del suddetto articolo sono fatte salve eventuali esenzioni e agevolazioni previste dalle disposizioni normative.

Articolo 22 - Controlli e verifiche

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte dell'Area/Settore comunale competente per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, qualitativi e quantitativi.

2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente e formalmente notificate allo Sponsor a mezzo raccomandata a/r o PEC.

3. Il mancato rispetto delle norme contrattuali comporta la risoluzione del contratto; è fatto salvo il risarcimento del danno.

Articolo 23 - Trattamento dati personali

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente Regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste, nonché per adempiere ad eventuali obblighi di legge ai sensi dell'art. 6 par. 1 del Regolamento UE 2016/679; i soggetti interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti ai sensi del medesimo Regolamento.

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.

Articolo 24 – Norme di rinvio – Codice di Comportamento – Piano anticorruzione- Entrata in vigore

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'applicazione concreta del Regolamento stesso, senza necessità di suo adeguamento espresso.
3. Si ritengono totalmente richiamati gli obblighi di attuazione ed adesione al Codice di Comportamento dei dipendenti pubblici recato dal DPR n. 62/2013 e dal vigente Codice di comportamento del Comune e al vigente Piano triennale di prevenzione della corruzione e della trasparenza.
4. Il Regolamento sulle sponsorizzazioni entrerà in vigore il giorno successivo alla pubblicazione all'albo on line della deliberazione di approvazione.
5. Con l'entrata in vigore del presente Regolamento si considerano decadute precedenti disposizioni regolamentari in materia ed eventuali relative disposizioni attuative, se ed in quanto contrastanti, e non più applicabili.