



REGOLAMENTO COMUNALE

PER LA DISCIPLINA DELLE SPONSORIZZAZIONI

Approvato con Deliberazione Consiliare n. 12 del 26/04/2019

INDICE

ARTICOLO 1 - OGGETTO E FINALITÀ

ARTICOLO 2 - DEFINIZIONI

ARTICOLO 3 - INDIVIDUAZIONE, PROGRAMMAZIONE E GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

ARTICOLO 4 - AMBITO DI APPLICAZIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI: CLAUSOLA SPONSOR E CONTENUTO

ARTICOLO 5 - DIRITTO DI RIFIUTO, ESCLUSIONI OGGETTIVE E SOGGETTIVE

ARTICOLO 6 - CORRISPETTIVO DELLE SPONSORIZZAZIONI

ARTICOLO 7 - LA FIGURA DELLO SPONSOR

ARTICOLO 8 - PAGAMENTO DEL CORRISPETTIVO IN DENARO DELLA SPONSORIZZAZIONE

ARTICOLO 9 - ESCLUSIVA GENERALE E COMMERCIALE

ARTICOLO 10 - PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE E SCELTA DELLO SPONSOR

ARTICOLO 11 - RECEPIMENTO DI PROPOSTE SPONTANEE DI POTENZIALI SPONSOR

ARTICOLO 12 - AFFIDAMENTO DIRETTO

ARTICOLO 13 - BENI E SERVIZI DI MODESTA ENTITÀ

ARTICOLO 14 - AFFIDAMENTI DI VALORE SUPERIORE AI 40.000 EURO

ARTICOLO 15 - CONTENUTI MINIMI DEL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

ARTICOLO 16 - SPONSORIZZAZIONI ACCESSORIE A CONTRATTI DI APPALTO

ARTICOLO 17 - OBBLIGHI A CARICO DEL COMUNE

ARTICOLO 18 - SPONSORIZZAZIONE DI INTERVENTI DI RESTAURO R MANUTENZIONE SU BENI

SOTTOPOSTI ATUTELA ARTISTICA, ARCHITETTONICA E CULTURALE

ARTICOLO 19 - AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI RICERCA DELLO SPONSOR

ARTICOLO 20 - UTILIZZO DEI RISPARMI DI SPESA DERIVANTI DALLE SPONSORIZZAZIONI

ARTICOLO 21 - ASPETTI CONTABILI E FISCALI

ARTICOLO 22 - CONTROLLI E VERIFICHE

ARTICOLO 23 - INCENTIVAZIONE ALLA PRODUTTIVITÀ

ARTICOLO 24 - TRATTAMENTO DATI PERSONALI

ARTICOLO 25 - RINVIO

ARTICOLO 26 - ENTRATA IN VIGORE

ARTICOLO 1 – OGGETTO E FINALITÀ

1. Il presente Regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione di iniziative organizzate e gestite dal Comune, 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, nell'art. 19 del D.Lgs. 50/2016, e con riferimento all'art. 1, comma 1-bis, della legge 241/1990.
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.

ARTICOLO 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 “**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.

ARTICOLO 3 – INDIVIDUAZIONE, PROGRAMMAZIONE E GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. Le iniziative di sponsorizzazione da offrire ai potenziali sponsor sono, di norma, individuate e programmate dalla Giunta Comunale.

2. Il Comune può stipulare contratti di sponsorizzazione con soggetti privati e pubblici. Possono essere individuate spese e attività la cui realizzazione è vincolata alla conclusione di contratti di sponsorizzazione.

3. I contratti di sponsorizzazione possono essere attivati sia su iniziativa dell'Amministrazione che su iniziativa di 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 responsabili dei settori, nell'ambito della loro competenza, predispongono i progetti operativi delle iniziative di sponsorizzazione e adottano gli atti di gestione necessari al raggiungimento degli obiettivi amministrativi.

ARTICOLO 4 – AMBITO DI APPLICAZIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI: CLAUSOLA SPONSOR E CONTENUTO

1. La sponsorizzazione a favore dell'Ente, a carattere tecnico o finanziario, può avere ad oggetto, a titolo esemplificativo:

- 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.

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

- a) attività od eventi a rilevanza artistico, culturale o spettacolare di differente tipologia promossi, gestiti od 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 ed alla fornitura di arredo urbano;
- g) attività di progettazione, direzione lavori, esecuzione di opere pubbliche o di pubblica utilità;
- 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.

ARTICOLO 5 – 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 sua immagine o alle proprie iniziative/attività;
- 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. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione i soggetti che:
- a) 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. 18 aprile 2016, n. 50, per quanto applicabili;
 - b) lo sponsor abbia in atto controversie di natura legale o giudiziaria con l'Amministrazione comunale.
4. L'interessato attesta il possesso dei requisiti di cui al precedente punto 3 mediante dichiarazione sostitutiva ai sensi del d.p.r. 445/2000.

ARTICOLO 6 – 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 permutative 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.

ARTICOLO 7 – LA FIGURA DELLO SPONSOR

1. Possono assumere la veste di “**sponsor**” i seguenti soggetti:
- a) qualsiasi persona fisica, purché in possesso dei requisiti di legge per contrattare ordinariamente con la Pubblica Amministrazione;
 - b) qualsiasi persona giuridica, avente o meno scopo o finalità commerciali, quali le società di persone e di capitali, le imprese individuali, quelle cooperative (ex art. 2511 cod. civ.), le mutue di assicurazioni e i consorzi imprenditoriali (ex art. 2602 cod. civ.);
 - c) le Associazioni senza fini di lucro, generalmente costituite con atto notarile, le cui finalità statutarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali del Comune.

ARTICOLO 8 – PAGAMENTO DEL CORRISPETTIVO DELLA SPONSORIZZAZIONE IN DENARO

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.

ARTICOLO 9 – ESCLUSIVA GENERALE E COMMERCIALE

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 contatti 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.

ARTICOLO 10 – PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE: 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. 11. L'avviso pubblico è approvato con determinazione dirigenziale unitamente al capitolato relativo alla sponsorizzazione.
3. L'avviso è pubblicato all'Albo pretorio online e con altre eventuali modalità ritenute di volta in volta più adeguate in relazione alla specifica procedura, al corrispettivo atteso ed ai potenziali partecipanti.
4. L'avviso deve indicare almeno:
 - l'oggetto della sponsorizzazione;
 - 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;
 - l'eventuale importo minimo, a base della procedura selettiva, richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
 - l'eventuale diritto di prelazione a norma del successivo art. 11;
 - l'ufficio procedente ed il responsabile del procedimento.
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. Per la suddetta valutazione ci si potrà avvalere di apposita commissione presieduta dal dirigente innanzi indicato.
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 ed a farsi carico degli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario, alle relative autorizzazioni, al pagamento di eventuali tributi o canoni.

ARTICOLO 11 – 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, 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 la propria proposta, ove necessario, a quella giudicata più conveniente dal Comune. In questo caso, il promotore originario è dichiarato aggiudicatario.

ARTICOLO 12 – AFFIDAMENTO DIRETTO

1. Si può procedere all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazione, in deroga a quanto previsto dagli articoli 10 e 11, 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 caratteristiche dell'evento o iniziativa oggetto di sponsorizzazione limitino la trattativa ad un unico determinato soggetto;
 - c) nel caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore ad € 40.000,00 (IVA esclusa).
2. In ogni caso, l'affidamento diretto avviene previa valutazione di congruità da parte del Responsabile di Settore precedente.

ARTICOLO 13 – BENI E SERVIZI DI MODESTA ENTITÀ

1. L'Amministrazione Comunale si riserva la facoltà di aderire alle proposte di sponsorizzazioni quando il contenuto dei beni o servizi offerti non è superiore a € 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 da 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 sul sito internet comunale.

ARTICOLO 14 – AFFIDAMENTI DI VALORE SUPERIORE AI 40.000 EURO

In attuazione di quanto disposto dall'art. 19 del vigente codice dei contratti (Decreto legislativo 18 aprile 2016, n. 50) 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 del Comune, 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, purché nel rispetto dei principi di imparzialità e di parità di trattamento fra gli operatori che abbiano manifestato interesse.
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 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.

ARTICOLO 15 – CONTENUTI MINIMI DEL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

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

- 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 del Foro di Lecce in caso di controversie;
- j) la disciplina delle spese contrattuali.

2. Nel contratto deve essere prevista la facoltà del Comune di recedere prima della scadenza, previa tempestiva e formale 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.

ARTICOLO 16 – SPONSORIZZAZIONI ACCESSORIE A CONTRATTI D'APPALTO

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.

ARTICOLO 17 – 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:

- 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 oggetto della sponsorizzazione;
- c) utilizzo ai 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 ai fini pubblicitari di spazi su documentazione del Comune (buoni mensa, bollette, carta intestata, biglietti di 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.

ARTICOLO 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.

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 rivestono 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.

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

5. I contratti di sponsorizzazione inerenti beni culturali sono preventivamente sottoposti alla Soprintendenza competente 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.

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 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.

ARTICOLO 20 – UTILIZZO DEI RISPARMI DI SPESA DERIVANTI DALLE SPONSORIZZAZIONI

1. Sono considerati risparmi di spesa:
 - a) le somme previste in bilancio e non utilizzate a motivo dell'intervento dello sponsor, nei limiti del valore economico della sponsorizzazione;
 - b) le sponsorizzazioni in denaro a fronte della concessione di spazi pubblicitari all'interno di proprie iniziative o manifestazioni.
2. I risparmi di spesa di cui al comma 1 possono essere utilizzati per le seguenti finalità:
 - a) ad implementare il fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività compatibilmente con la normativa vigente, regolamentare e contrattuale vigente;
 - b) al finanziamento di 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 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 le fattispecie poste in essere.
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, soggetti all'Iva, e la fatturazione del Comune allo sponsor di 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) 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 ed 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.

ARTICOLO 22 – 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.

ARTICOLO 23 – INCENTIVAZIONE DELLA PRODUTTIVITÀ

Al fine di incentivare la produttività ed il miglioramento organizzativo, nel rispetto della disciplina normativa, regolamentare e contrattuale vigente, il fondo per il trattamento economico accessorio dei dipendenti può essere incrementato di una quota percentuale dei corrispettivi (IVA esclusa) effettivamente introitati nell'anno dal Comune per contratti di sponsorizzazione, con esclusione delle sponsorizzazioni reperite ai sensi del precedente art. 19.

ARTICOLO 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 D.Lgs. n. 196/2003, integrato con le modifiche introdotte dal D. Lgs. 10/8/2018, n. 101.

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 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 contenute nel presente Regolamento devono intendersi effettuati alle disposizioni vigenti al momento dell'attuazione concreta del Regolamento stesso, senza necessità di suo adeguamento espresso.

ARTICOLO 26 – ENTRATA IN VIGORE

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