



COMUNE DI COLOGNO AL SERIO

Provincia di Bergamo

Approvato con deliberazione di Consiglio Comunale n. 24 del 04.04.2017

<p>REGOLAMENTO COMUNALE PER LA DISCIPLINA DELLE SPONSORIZZAZIONI</p>

Indice

Art. 1	Oggetto
Art. 2	Finalità
Art. 3	Definizioni
Art. 4	Finalità delle iniziative di sponsorizzazione
Art. 5	Vincoli
Art. 6	Ambito di applicazione
Art. 7	Individuazione e approvazione iniziative
Art. 8	Oggetto e contenuto
Art. 9	Contratti assimilabili – esclusioni
Art. 10	Presupposto per la stipula dei contratti di sponsorizzazione
Art. 11	Sponsorizzazione tecnica
Art. 12	Sponsorizzazione finanziaria
Art. 13	Sponsorizzazione su beni culturali
Art. 14	Diritto di rifiuto
Art. 15	Esclusiva generale e commerciale
Art. 16	Aspetti fiscali
Art. 17	Contratto di sponsorizzazione
Art. 18	Affidamento del servizio di ricerca dello <i>sponsor</i>
Art. 19	Incentivazione della produttività
Art. 20	Trattamento dati personali
Art. 21	Verifiche e controlli
Art. 22	Norma di rinvio
Art. 23	Entrata in vigore

TITOLO I – CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE

Articolo 1 – Oggetto

Il presente titolo disciplina le condizioni normative interne all'Ente necessarie per la gestione delle attività di sponsorizzazione ed è approvato in ottemperanza ai principi delle seguenti norme di carattere generale:

- art. 43 della Legge 449/ 1997 e s.m.i.;
- art. 119 D.Lgs. 267/2000 e s.m.i.;
- art. 120 D.Lgs. 42/2004;
- art. 19 e 151 D.Lgs 50/2016.

Le procedure di affidamento e le altre attività amministrative nella materia disciplinata dal presente titolo si svolgono, oltre che in ottemperanza a quanto previsto dalla normativa sopra richiamata, nel rispetto delle disposizioni sul procedimento amministrativo di cui alla Legge 7 agosto 1990, n. 241 e ss.mm.ii. e, per quanto in essa non espressamente previsto, nel rispetto delle disposizioni stabilite dal codice civile.

Articolo 2 – Finalità

Le disposizioni del presente titolo 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.

Articolo 3 – Definizioni

Ai fini del presente titolo, si intende:

- a) per “contratto di sponsorizzazione” o “contratto di sponsorizzazione ordinaria o permutativa”: un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale un soggetto (*sponsor*) offre un contributo in denaro o una determinata prestazione al Comune di Cologno al Serio (*sponsee*) il quale si obbliga verso il primo a pubblicizzare o a consentire la pubblicizzazione del suo nome/logo/marchio/immagine/segno distintivo nei modi previsti dal contratto stesso;
- b) per “contratto di sponsorizzazione non ordinaria o non permutativa”: un contratto mediante il quale un soggetto (*sponsor*) offre un contributo in denaro o una determinata prestazione al Comune di Cologno al Serio (*sponsee*), il quale autorizza l'installazione di cartelli pubblicitari su beni demaniali o patrimoniali indisponibili;
- c) per “sponsorizzazione”: ogni contributo che può consistere in una somma di denaro, nella fornitura di beni o nella prestazione di servizi, nella realizzazione di lavori, opere pubbliche e/o di pubblica utilità o in altre utilità provenienti da terzi, allo scopo di promuovere il nome, il logo, il marchio, l'immagine, il segno distintivo di un soggetto (*sponsor*);
- d) per “sponsorizzazione tecnica”: la sponsorizzazione dove il contributo di un soggetto (*sponsor*) a favore del Comune di Cologno al Serio (*sponsee*) è costituito dalla realizzazione di lavori o dalla prestazione di servizi o forniture;
- e) per “sponsorizzazione pura o finanziaria”: la sponsorizzazione dove il contributo di un soggetto (*sponsor*) a favore del Comune di Cologno al Serio (*sponsee*) è costituito esclusivamente da una somma di denaro;
- f) per “sponsorizzazione mista”: la sponsorizzazione risultante dalla combinazione della sponsorizzazione tecnica e della sponsorizzazione finanziaria;
- g) per “sponsorizzazione su beni culturali”: la sponsorizzazione relativa ai lavori sui beni culturali e alle prestazioni di servizi e di forniture in essi inglobati e ad essi strumentali;
- h) per “sponsorizzatore” o “*sponsor*”: il soggetto, parte del contratto di sponsorizzazione, che si assume l'obbligo di corrispondere una determinata somma di denaro o una determinata prestazione a favore del

Comune di Cologno al Serio (*sponsee*) in cambio della veicolazione del proprio nome/logo/marchio/immagine/segno distintivo attuata o consentita dal Comune di Cologno al Serio nell'ambito della propria attività;

i) per "sponsorizzato" o "*sponsee*": il soggetto, Comune di Cologno al Serio, che si obbliga, verso un determinato corrispettivo (somma di denaro o prestazione) ad associare alla propria attività il nome/logo/marchio/immagine/segno distintivo dello *sponsor*;

j) per "spazio pubblicitario": lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni messe a disposizione dal Comune di Cologno al Serio (*sponsee*) per la pubblicità dello *sponsor*.

Ai fini del presente Titolo sono individuati:

a) come 'Amministrazione', il Comune di Cologno al Serio parte di un contratto di sponsorizzazione;

b) come nome, logo, marchio, immagine o segno distintivo, le rappresentazioni grafiche, le immagini o le rappresentazioni testuali utilizzate dallo *sponsor* come elemento illustrativo della propria attività o del proprio ruolo commerciale da veicolare a fini pubblicitari.

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 4 – Finalità delle iniziative di sponsorizzazione

Le iniziative di sponsorizzazione devono promuovere e incentivare la collaborazione tra pubblico e privato e l'innovazione nell'organizzazione tecnica e amministrativa dell'Ente realizzando:

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

Articolo 5 – Vincoli

Le iniziative di sponsorizzazione sono soggette ai seguenti vincoli di buona amministrazione:

- a) devono essere dirette al perseguimento di interessi pubblici;
- b) devono escludere conflitti di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
- c) devono essere compatibili con la natura istituzionale del Comune;
- d) devono preferibilmente produrre risparmi di spesa.

Articolo 6 – Ambito di applicazione

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

Articolo 7 – Individuazione e approvazione iniziative

I contratti di sponsorizzazione possono essere attivati:

- a) su iniziativa dell'Amministrazione;
- b) su iniziativa di soggetti terzi.

Le iniziative di sponsorizzazione di cui alle precedenti lettere a) e b) devono, a prescindere dall'importo, essere approvate dalla Giunta Comunale nelle linee generali a livello di studio di fattibilità.

Il valore economico di ogni sponsorizzazione, tecnica o finanziaria, deve risultare a bilancio dell'Ente secondo quanto stabilito dalla normativa vigente in materia contabile e fiscale, dai relativi provvedimenti attuativi e interpretativi, nonché dai principi contabili.

Le iniziative che attengono l'ambito dei lavori pubblici dovranno inoltre risultare, secondo i presupposti di legge e, quindi, per interventi di valore superiore ad Euro 100.000,00, anche in apposito allegato al programma triennale dei lavori di cui all'articolo 21 del D.Lgs. 50/2016.

Possono essere individuate spese ed attività la cui realizzazione è vincolata alla conclusione di contratti di sponsorizzazione.

Articolo 8 – Oggetto e contenuto

La sponsorizzazione a favore dell'Ente, a carattere tecnico o finanziario, può avere ad oggetto e finalità:

- 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.

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

- a) eventi sportivi e/o di rilevanza sociale;
- b) utilizzo a fini pubblicitari di spazi all'interno del Comune (es: bacheche, sale riunioni, impianti sportivi, coperture con teli di opere e/o lavori);
- c) servizi di manutenzione e gestione di aree verdi pubbliche, aree diverse e immobili comunali, arredo urbano;
- d) fornitura di beni con riferimento, a titolo esemplificativo, ad attrezzature informatiche di vario genere ed alla fornitura di arredo urbano;
- e) attività di progettazione, direzione lavori, esecuzione di opere pubbliche o di pubblica utilità;
- f) realizzazione di mostre, concerti, spettacoli e, in genere, attività culturali;
- g) gestione di sportelli informa-giovani, marketing e promozione territoriale;
- h) attività di comunicazione, realizzazione di periodici.

Articolo 9 – Contratti assimilabili – esclusioni

Il presente titolo disciplina i contratti di sponsorizzazione in cui il Comune riveste il ruolo di *sponsee* e i contratti a questi assimilabili secondo prassi vigente.

Sono esclusi dalla disciplina del presente titolo le prestazioni prive di significativo ritorno di natura pubblicitaria, nelle quali prevalgano gli elementi del contratto a prestazioni unilaterali, con profili di mero mecenatismo.

Articolo 10 – Presupposto per la stipula dei contratti di sponsorizzazione

Presupposto necessario per la stipula dei contratti di sponsorizzazione di qualsiasi tipologia - tecnica, finanziaria e relativa ai beni culturali - è il possesso in capo allo *sponsor* e al soggetto esecutore della prestazione qualora diverso dallo *sponsor*, dei requisiti di carattere generale necessari per poter contrarre con una Pubblica Amministrazione, di cui all'art. 80 del D. Lgs, 50/2016, per quanto applicabile.

Articolo 11 – Sponsorizzazione tecnica

Nei contratti di sponsorizzazione aventi ad oggetto lavori, servizi o forniture, quando questi sono acquisiti o realizzati a cura e a spese dello *sponsor*, la scelta dello *sponsor* è effettuata in base al valore economico della sponsorizzazione, secondo le seguenti modalità.

A) I contratti di importo inferiore o pari a euro 40.000,00 (o comunque alla soglia prevista dall'attuale articolo 36 del codice dei contratti pubblici) possono essere affidati direttamente dall'Amministrazione, senza alcuna procedura comparativa, a soggetto in possesso, oltre che dei necessari requisiti di carattere generale, di adeguata capacità tecnica secondo valutazione dell'Ente e nel rispetto delle normative tecniche di settore (es: possesso di particolari certificazioni – abilitazioni – autorizzazioni), operante nel rispetto delle norme in materia di sicurezza sul lavoro e dotato di copertura assicurativa per l'attività oggetto della prestazione e/o il personale impiegato a svolgere la prestazione, se occorrente. Qualora il soggetto esecutore sia soggetto diverso dallo *sponsor*, detti requisiti dovranno essere posseduti dal soggetto esecutore.

L'Amministrazione ha sempre la facoltà, tenuto conto del valore e della tipologia contrattuale:

- in caso di iniziativa di soggetto terzo, di non accettare la proposta di sponsorizzazione o di avviare sulla stessa una procedura comparativa con eventuale diritto di prelazione del soggetto proponente;
- in caso di iniziativa propria, di avviare una procedura comparativa.

L'Amministrazione dovrà impartire le prescrizioni opportune in ordine alla progettazione nonché all'esecuzione del contratto. L'Amministrazione ha il controllo sull'esecuzione del contratto.

B) I contratti di importo superiore ad Euro 40.000,00 (o comunque alla soglia prevista dall'attuale articolo 36 del codice dei contratti pubblici) e inferiore ad euro 209.000,00 (o comunque alla soglia prevista per servizi e forniture di rilevanza comunitaria) per forniture e servizi e ad euro 1.000.000,00 per lavori sono affidati tramite procedura negoziata, ristretta o aperta, tenuto conto della specificità dell'oggetto del contratto.

C) I contratti di importo pari o superiore ad euro 209.000,00 (o comunque alla soglia prevista per servizi e forniture di rilevanza comunitaria) per servizi e forniture e ad euro 1.000.000,00 per lavori devono essere affidati mediante procedura aperta o ristretta secondo la motivazione del responsabile del settore competente. Il bando, sia nel caso di procedura aperta sia nel caso di procedura ristretta, deve essere pubblicato per almeno 30 giorni all'albo pretorio on-line dell'Ente e con altre eventuali modalità ritenute di volta in volta le più adeguate in relazione alla specifica procedura, al corrispettivo atteso ed ai potenziali partecipanti.

Norme comuni alle sponsorizzazioni di cui alle lettere B) e C)

Gli *sponsor* che effettuano direttamente i lavori/servizi/forniture o i soggetti esecutori, qualora diversi dallo *sponsor* nonché i soggetti progettisti eventualmente utilizzati, devono essere in possesso, oltre che dei requisiti di carattere generale, dei requisiti di qualificazione tecnica previsti dal codice dei contratti pubblici e dal relativo regolamento di attuazione. Il bando e la lettera d'invito devono contenere:

- a) la volontà del Comune e i riferimenti di legge;
- b) gli obiettivi della sponsorizzazione;
- c) le opportunità per lo *sponsor*;
- d) la tipologia, la durata e il valore contrattuale;
- e) la modalità per la veicolazione dei segni distintivi dello *sponsor*;
- f) le modalità e i termini di presentazione delle offerte;
- g) i requisiti di partecipazione/qualificazione/obblighi in materia di sicurezza/obblighi assicurativi;
- h) le modalità e i criteri di valutazione delle offerte;
- i) le prescrizioni tecniche progettuali ed esecutive.

Il Comune procede alla stipula del contratto di sponsorizzazione con il soggetto che ha proposto l'offerta realizzativa giudicata migliore.

In caso di iniziativa di soggetto terzo, l'Amministrazione ha sempre facoltà, in relazione a qualsiasi procedura di affidamento scelta, di prevedere il diritto di prelazione - a parità di condizioni offerte dal

soggetto miglior offerente - a favore del soggetto proponente o anche a condizioni migliorative qualora il soggetto proponente dia formale assenso a riceverle.

Nel caso in cui la procedura negoziata o la procedura aperta o ristretta siano andate deserte o non sia stata presentata alcuna offerta appropriata, ovvero tutte le offerte presentate siano risultate irregolari ovvero inammissibili rispetto al disposto del codice dei contratti pubblici o non siano rispondenti ai requisiti formali della procedura, il Comune può ricercare di propria iniziativa lo *sponsor* con cui negoziare il contratto di sponsorizzazione, ferme restando la natura e le condizioni essenziali delle prestazioni richieste nella sollecitazione pubblica.

L'Amministrazione ha il controllo sull'esecuzione del contratto.

In caso di operazioni permutative, si assume quale controvalore monetario del contratto il valore di mercato della fornitura dei beni, dei servizi o dei lavori, effettuati dallo *sponsor*.

Articolo 12 – Sponsorizzazione finanziaria

Nei contratti di sponsorizzazione pura o finanziaria, la scelta dello *sponsor* è effettuata secondo le seguenti modalità.

A) I contratti di importo inferiore o pari a Euro 40.000,00, (o comunque, per analogia, alla soglia prevista dall'attuale articolo 36 del codice dei contratti pubblici) possono essere affidati direttamente dall'Amministrazione, con facoltà dell'Ente di avviare procedure comparative tramite pubblicazione di avviso esplorativo.

B) L'affidamento di contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi o forniture per importi superiori a euro 40.000,00, mediante dazione di danaro o accollo del debito, o altre modalità di assunzione del pagamento dei corrispettivi dovuti, è soggetto esclusivamente alla previa pubblicazione sul sito internet della stazione appaltante, per almeno trenta giorni, di apposito avviso, con il quale si rende nota la ricerca di sponsor per specifici interventi, ovvero si comunica l'avvenuto ricevimento di una proposta di sponsorizzazione, indicando sinteticamente il contenuto del contratto proposto. Trascorso il periodo di pubblicazione dell'avviso, il contratto può essere liberamente negoziato, purché nel rispetto dei principi di imparzialità e di parità di trattamento fra gli operatori che abbiano manifestato interesse, fermo restando il rispetto dell'articolo 80 del codice dei contratti.

Il bando deve contenere:

- a) la volontà del Comune e i riferimenti di legge;
- b) gli obiettivi della sponsorizzazione;
- c) le opportunità per lo *sponsor*;
- d) il valore contrattuale;
- e) la modalità per la veicolazione dei segni distintivi dello *sponsor*;
- f) le modalità e i termini di presentazione delle offerte;
- g) i requisiti di partecipazione.

Il Comune procede alla stipula del contratto di sponsorizzazione con il soggetto che ha offerto il finanziamento maggiore. Nel caso di contributo economico superiore al valore della prestazione, l'eccedenza rimarrà vincolata al finanziamento di prestazioni analoghe/simili.

Nel caso in cui non sia stata presentata alcuna offerta o alcuna offerta appropriata, ovvero tutte le offerte presentate siano risultate irregolari ovvero inammissibili o non siano rispondenti ai requisiti formali della procedura, il Comune può ricercare di propria iniziativa lo *sponsor* con cui negoziare il contratto di sponsorizzazione, ferme restando la natura e le condizioni essenziali delle prestazioni richieste nella sollecitazione pubblica.

Articolo 13 – Sponsorizzazione su beni culturali

I contratti di sponsorizzazione di beni culturali comprendono ogni contributo, anche in beni o servizi, erogato per la progettazione o l'attuazione di iniziative in ordine alla tutela ovvero alla valorizzazione del patrimonio culturale.

I contratti di sponsorizzazione su beni culturali, come sopra definiti, richiedono necessariamente che la promozione del nome, del marchio, del logo o dell'immagine avvenga in forme compatibili con il carattere artistico o storico, l'aspetto e il decoro del bene culturale da tutelare o valorizzare.

La sponsorizzazione può essere tecnica, finanziaria o mista. Nel caso di sponsorizzazione mista, questa è valutata secondo il criterio dell'“offerta economicamente più vantaggiosa”.

Per gli interventi sui beni culturali di qualsiasi importo i soggetti esecutori devono essere in possesso dei requisiti di qualificazione tecnica previsti dall'articolo 146 del codice dei contratti pubblici approvato con D.Lgs. 50/2016 e ss.mm.ii. e dalle normative specifiche di settore per i beni e le attività culturali.

A) Nel caso di interventi su beni culturali di importo inferiore o pari ad Euro 40.000,00 (o comunque, per analogia, alla soglia prevista dall'attuale articolo 36 del codice dei contratti pubblici), sia la sponsorizzazione tecnica sia la sponsorizzazione finanziaria possono essere affidate direttamente.

L'Amministrazione ha sempre la facoltà, tenuto conto del valore e della tipologia contrattuale:

- in caso di iniziativa di soggetto terzo, di non accettare la proposta di sponsorizzazione o di avviare sulla stessa una procedura comparativa con eventuale diritto di prelazione del soggetto proponente;
- in caso di iniziativa propria, di avviare una procedura comparativa.

B) Nel caso di interventi su beni culturali di importo superiore ad Euro 40.000,00, (o comunque, per analogia, alla soglia prevista dagli attuali articoli 35 e 36 del codice dei contratti pubblici) la ricerca dello *sponsor* avviene mediante bando pubblicato all'albo pretorio on - line del Comune per almeno 30 giorni e con altre eventuali modalità ritenute di volta in volta le più adeguate in relazione alla specifica procedura, al corrispettivo atteso ed ai potenziali partecipanti.

Il bando contiene:

- a) una sommaria descrizione dell'intervento;
- b) l'indicazione del valore di massima;
- c) l'indicazione dei tempi di realizzazione;
- d) se si intende acquisire una sponsorizzazione di puro finanziamento anche mediante accollo da parte dello *sponsor* delle obbligazioni di pagamento dei corrispettivi dell'appalto dovuti dal Comune, ovvero una sponsorizzazione tecnica consistente in una forma di partenariato estesa alla progettazione e alla realizzazione di parte o di tutto l'intervento a cura e a spese dello *sponsor*;
- e) i requisiti di partecipazione;
- f) nel caso di sponsorizzazione finanziaria, la richiesta di offerte in aumento sull'importo di finanziamento minimo indicato;
- g) nel caso di sponsorizzazione tecnica, gli elementi e i criteri di valutazione delle offerte;
- h) il termine, non inferiore a 60 giorni, entro il quale i soggetti interessati possono far pervenire offerte impegnative di sponsorizzazione.

Per interventi di valore pari o superiore ad euro 100.000,00, la pubblicazione del bando deve essere preceduta, secondo legge, dall'integrazione del Programma Triennale dei lavori di cui all'articolo 21 del codice dei contratti pubblici con un apposito allegato, che indica i lavori, i servizi e le forniture in relazione ai quali si intende ricercare *sponsor* per il finanziamento o la realizzazione di questi interventi. Al fine dell'inserimento di questo elenco, il Comune provvede a predisporre i relativi studi di fattibilità, anche semplificati, o i progetti di fattibilità.

Il Comune procede alla stipula del contratto di sponsorizzazione con il soggetto che ha offerto:

- il finanziamento maggiore, in caso di sponsorizzazione pura;

- l'offerta giudicata migliore, in caso di sponsorizzazione tecnica;
- l'offerta economicamente più vantaggiosa, nel caso di sponsorizzazione mista.

Nel caso in cui non sia stata presentata alcuna offerta o alcuna offerta appropriata, ovvero tutte le offerte presentate siano risultate irregolari ovvero inammissibili rispetto al disposto del codice dei contratti pubblici o non siano rispondenti ai requisiti formali della procedura, il Comune può, nei successivi sei mesi, ricercare di propria iniziativa lo *sponsor* con cui negoziare il contratto di sponsorizzazione, ferme restando la natura e le condizioni essenziali delle prestazioni richieste nella sollecitazione pubblica.

I progetti per i quali non sono pervenute offerte utili possono essere nuovamente pubblicati nell'allegato al programma triennale dei lavori dell'anno successivo.

Articolo 14 – Diritto di rifiuto

Il Comune di Cologno al Serio, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:

- a) ritenga possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
- b) ravvisi nei mezzi utilizzati dall'azienda "*sponsor*" un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine/iniziativa/attività;
- c) reputi inaccettabile la proposta per motivi di opportunità generale.

Sono inoltre escluse le sponsorizzazioni riguardanti:

- a) la propaganda di natura politica, sindacale o religiosa;
- b) la pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco;
- c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia;
- d) messaggi contrari al decoro o alla morale pubblica (rientrano, a titolo esemplificativo ma non esaustivo: pornografia, gioco d'azzardo, ecc.).

Articolo 15 – Esclusiva generale e commerciale

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.

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.

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 – Aspetti fiscali

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 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.

Le singole fattispecie di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale applicabile.

Il contratto di sponsorizzazione non esonera lo *sponsor* dall'obbligo di pagamento degli eventuali tributi e/o canoni inerenti le fattispecie poste in essere né è sostitutivo di tale obbligo.

Quando il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione è costituito da forniture di beni o servizi o da lavori da effettuare dallo *sponsor* (operazioni permutative), è fatto obbligo di doppia fatturazione, ovvero di fatturazione dello *sponsor* al Comune del valore del bene, del servizio o del lavoro, soggetto ad IVA, e di fatturazione del Comune allo *sponsor* di un pari importo, soggetto ad IVA, per l'attività di sponsorizzazione.

Articolo 17 – Contratto di sponsorizzazione

Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo *sponsor* e dal responsabile del settore competente.

Il contratto, in particolare, deve contenere i seguenti elementi:

- a) l'indicazione analitica degli impegni assunti dallo *sponsor* secondo i contenuti dello specifico progetto di sponsorizzazione;
- b) le obbligazioni che il Comune garantisce allo *sponsor* in termini di pubblicità dell'iniziativa supportata dallo stesso (modalità di utilizzazione del marchio e di presenza del logo dello *sponsor* sul materiale di propaganda, etc.);
- c) le modalità di controllo del Comune, a cura del Responsabile del Procedimento, sull'esatta esecuzione del contratto;
- d) le clausole inerenti le garanzie e le forme di tutela dei marchi con specificazione dell'utilizzo dei loghi e dei segni distintivi dello *sponsor*;
- e) la definizione degli aspetti fiscali;
- f) le modalità di pagamento del corrispettivo, oppure le modalità di erogazione dei servizi, esecuzione dei lavori o consegna delle forniture;
- g) le eventuali garanzie richieste allo *sponsor* in favore del Comune;
- h) le eventuali sanzioni in caso di inadempienza;
- i) la disciplina di eventuali contenziosi;
- l) le cause e le modalità di recesso del contratto da parte dell'Amministrazione.

I rapporti contrattuali sono tenuti dal settore interessato.

Articolo 18 - Affidamento del servizio di ricerca dello *sponsor*

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

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 le procedure sugli appalti di servizi previste dal codice dei contratti pubblici.

Articolo 19 - Incentivazione della produttività

Al fine di incentivare la produttività ed il miglioramento organizzativo, nel rispetto dei contratti collettivi nazionali di lavoro vigenti, 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 reperiti grazie all'attività dei dipendenti stessi. La percentuale da destinare a tale finalità è decisa con delibera di Giunta Comunale.

Articolo 20 - Trattamento dati personali

I dati personali raccolti in applicazione del presente Regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste; i soggetti interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti ai sensi del D.Lgs. 196/2003.

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 stesso.

Articolo 21 – Verifiche e controlli

Le “sponsorizzazioni” sono soggette a periodiche verifiche da parte del settore interessato al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti.

Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo *sponsor*.

La notifica e l'eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

Articolo 22 – Norma di rinvio

Per quanto non disciplinato nel presente titolo, si applicano le disposizioni di legge e regolamentari vigenti nel settore oggetto del contratto di sponsorizzazione. Tutti i richiami alle norme contenuti nel presente titolo devono intendersi effettuati alle disposizioni vigenti al momento dell'attuazione concreta del titolo stesso, senza necessità di adeguamento espresso del presente regolamento (c.d. rinvio dinamico).

TITOLO II – NORME FINALI

Articolo 23 – Entrata in vigore

Il presente Regolamento diventa esecutivo con l'entrata in vigore della deliberazione che lo approva.

Sono abrogate le norme dei Regolamenti comunali e degli atti aventi natura regolamentare che risultino in contrasto con quanto disposto dal presente Regolamento.

Approvato dal Consiglio comunale con deliberazione n. 24 del 04.04.2017, pubblicata all'Albo comunale il 11.04.2017 sino al 26.04.2017, divenuta esecutiva, ai sensi dell'art. 134 – comma 3 – del decreto legislativo 18.08.2000, n. 267, il 22.04.2017.

IL SINDACO
f.to dott.ssa Chiara Drago

(LS)

IL SEGRETARIO COMUNALE
f.to dott. Giuseppe Brando