Comune di Palù

Provincia di Verona

Regolamento Comunale

per la disciplina delle sponsorizzazioni

Approvato con deliberazione della Consiglio Comunale n. 21 del 29.04.2021

INDICE DEL REGOLAMENTO

Art. 1 - Oggetto e finalità.
Art. 2 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari.
Art. 3 - Definizioni.
Art. 4 - Contenuto del contratto di sponsorizzazione e diritti di tutela dell'immagine dell'amministrazione.
Art. 5 - Altra forma della sponsorizzazione: gli accordi di collaborazione.
Art. 6 - Regola generale per l'utilizzo del nome e del marchio dello *sponsor* e del simbolo dello *sponsee* e per la definizione della forma contrattuale.
Art. 7 - Ambito di applicazione del contratto di sponsorizzazione.
Art. 8 - Adozione di aree verdi.
Art. 9 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello *sponsor*.
Art. 10 - Diritto di rifiuto, esclusioni oggettive e soggettive.
Art. 11 - Recepimento di proposte spontanee di potenziali *sponsor*.
Art. 12 - Le figure dello *sponsor* e del collaboratore istituzionale.
Art. 13 - Sponsorizzazioni plurime.
Art. 14 - Esclusiva generale dello *sponsor.*
Art. 15 - Pagamento del corrispettivo in denaro della sponsorizzazione.
Art. 16 - Affidamento diretto.
Art. 17 - Beni e servizi di modesta entità (di importo inferior ai 40.000 euro).
Art. 18 - Affidamenti di valore superiore ai 40.000 euro.
Art.19 - Criteri di pubblicità della proposta di sponsorizzazione- contenuti minimi del contratto.
Art. 20 - Contratto di sponsorizzazione.
Art. 21 - Obblighi a carico del Comune.
Art. 22 - Sponsorizzazione di lavori, servizi e forniture aventi ad oggetto beni culturali.
Art. 23 - Affidamento del servizio di ricerca dello *sponsor*.
Art. 24 - Atto di mecenatismo.
Art. 25 - La valutazione delle proposte.
Art. 26 - Aspetti contabili e fiscali.
Art. 27 - Controlli e verifiche.
Art. 28 - Trattamento dati personali.
Art. 29 - Rinvio dinamico.
Art. 30 - Entrata in vigore.

Art. 1 - Oggetto e finalità.

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione di iniziative organizzate e gestite dal Comune di Palù, in attuazione delle disposizioni contenute nelle seguenti disposizioni:
   a) negli articoli 1174, 1322 del codice civile;
   b) nell'articolo 13, comma 2, lett. d) del DPR 633/1972;
   c) nell'art. 1, comma1-bis, della Legge 241/1990;
   d) negli articoli 16, 17, 38 del D.Lgs. 507/1993;
   e) nell'art. 43 della legge 449/1997;
   f) negli articoli 119, 162, 192 del D.Lgs. 267/2000;
   g) determinazione n. 24 dell'Autorità per la vigilanza sui lavori pubblici del 5 dicembre 2001;
   h) nell'art. 74 comma 1 del TUIR n. 917/1986 nella nuova formulazione del D.Lgs. 344 del 12/12/2003;
   i) nell'art. 120 del D. Lgs. 22 gennaio 2004, n. 42 - Codice dei beni culturali e del paesaggio, ai sensi dell'articolo 10 della legge 6 luglio 2002, n. 137;
   j) nell'art. 19 del D. Lgs 18 aprile 2016 n. 50.

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 attraverso la valorizzazione delle competenze, delle professionalità, della disponibilità di persone, di enti, di associazioni e aziende attivi sul territorio, per raggiungere una migliore qualità nei servizi/prestazioni erogati alla collettività oltre che a permettere la realizzazione di 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 sul procedimento amministrativo di cui alla Legge 241/1990 e s.m.i. e, per quanto in esso non espressamente previsto, nel rispetto delle disposizioni previste dalle normative vigenti.

Art. 2 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari.

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi dall'Amministrazione comunale sia con soggetti privati, singoli cittadini e/o figure giuridiche riconosciute dalla legge, sia con associazioni senza fini di lucro, per realizzare ovvero beneficiare, a titolo gratuito, di contributi, di interventi, lavori, servizi, prestazioni, beni o attività di nuova realizzazione inseriti, oppure da inserire nei programmi di spesa, ordinari o straordinari, per i quali è previsto o prevedibile il finanziamento a carico del bilancio dell'Ente.

2. Il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di una entrata o in una economia di bilancio totale, parziale, o programmatica, rispetto alla previsione di spesa, in relazione al totale o parziale raggiungimento del previsto risultato da parte dello sponsor e/o dello sponsee, senza oneri per l'Ente, ovvero con oneri ridotti.

Art. 3 - Definizioni.

1. Ai fini del presente regolamento si intende:

   a) per **"contratto di sponsorizzazione":** un contratto mediante il quale il Comune (*sponsee*) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo soggetto (*sponsor*) che si obbliga a fornire a titolo gratuito una predeterminata prestazione, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale e la propria "immagine" in appositi e predefiniti spazi pubblicitari secondo le modalità ed i tempi pattuiti;

   b) per **"sponsorizzazione"**: ogni contributo in beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale e la propria "immagine";

   c) per **"*sponsor*"**: ai sensi dell'art. 119 del T.U. approvato con D.Lgs. 18.8.2000, n. 267, il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;

d) per **"*sponsee*"**: il soggetto che assume dietro corrispettivo (nelle forme meglio specificate di seguito), l'obbligo di associare alle proprie attività il nome o il segno distintivo dello *sponsor*;

e) per **"spazio pubblicitario"**: lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune per la pubblicità dello *sponsor*;

f) per **"veicolo pubblicitario"**: l'opera o la prestazione attraverso cui lo "*sponsor*" produce il beneficio conseguente alla sponsorizzazione; esso non necessariamente include l'individuazione di uno "spazio pubblicitario".

g) per **sponsorizzazione tecnica**: quella in cui lo *sponsor*, per lo sfruttamento di spazi per scopi pubblicitari svolge direttamente l'attività oggetto di sponsorizzazione – come ad esempio l'esecuzione di lavori o prestazioni di servizi;

h) per **sponsorizzazione finanziaria o pura**: quella in cui lo *sponsor*, per lo sfruttamento di spazi per scopi pubblicitari, si limita a conferire un finanziamento, mentre lo svolgimento dell'attività oggetto di sponsorizzazione, come ad esempio l'esecuzione di lavori o prestazioni di servizi o forniture viene posta a carico di soggetti diversi;

i) per **sponsorizzazione mista**: una sponsorizzazione che presenta contestualmente i caratteri della sponsorizzazione tecnica e finanziaria o pura.

2. Non costituisce sponsorizzazione l'offerta al Comune, a titolo di liberalità, cioè senza alcun corrispettivo né alcuna forma di pubblicità a favore del donatore, somme di denaro o di altre utilità di qualsiasi natura, effettuata in occasione di iniziative organizzate dal Comune ovvero per altri fini pubblici.

Art. 4 - Contenuto del contratto di sponsorizzazione e diritti di tutela dell'immagine dell'amministrazione.

1. Il contratto di sponsorizzazione determina, a fronte di un corrispettivo costituito da una somma di denaro ovvero dalla prestazione materiale in lavori, forniture di beni e/o servizi prestati dallo sponsor a vantaggio del Comune di Palù, le modalità con cui l'Amministrazione Comunale si obbliga a divulgare il nome o il marchio del soggetto sponsorizzante nelle varie estrinsecazioni della propria attività, promuovendone l'immagine.

2. All'atto della presentazione della proposta presso l'Ufficio Protocollo, il Comune di Palù acquisisce oltre all'obbligo, anche il diritto alla divulgazione dell'iniziativa e il diritto alla tutela dell'immagine dell'Amministrazione, condizionata dall'effettiva e conclusiva realizzazione dell'iniziativa sponsorizzata.

Art. 5 - Altra forma della sponsorizzazione: gli accordi di collaborazione.

1. Gli accordi di collaborazione potranno determinare, indipendentemente dall'importo della sponsorizzazione o della collaborazione, a fronte degli investimenti privati di peculiare rilevanza a vantaggio del Comune di Palù, oltre che il ritorno pubblicitario rimarcato al precedente art. 4, anche la possibilità economica per lo "sponsor" di ricavare direttamente una redditività specifica dalla collaborazione con il Comune, da concretizzarsi nella forniture di servizi e di beni caratterizzati dalla componente programmatica preminente del bene o del servizio fornito ad origine dal Comune.
   A titolo esemplificativo si segnalano: la gestione di aree o strutture pubbliche quali spazi espositivi, fieristici, eventi, manifestazioni ecc., che non abbiano una rilevanza economica autonoma, per l'utilizzo dei quali è comunemente previsto il pagamento di un prezzo, di un contributo economico o altro beneficio da parte del Comune di Palù.
   Stante la loro natura di più spiccata valenza economica e/o di interesse imprenditoriale del contraente privato, sono più puntualmente sottoposti al rispetto delle regole dell'evidenza pubblica e previo regime di raffronto fra più possibili concorrenti.

2. Ai fini di cui al comma precedente, la "collaborazione" è sottoposta, in relazione alla diversa natura delle prestazioni, alla preventiva approvazione da parte della Giunta Comunale e, successivamente, ad una specifica indagine di mercato a seguito di determina a contrattare del dirigente competente per materia.
3. Qualora uno o più soggetti risultassero interessati, a seguito dell'apposito avviso, alla realizzazione dell'iniziativa, l'Amministrazione provvede ad espletare apposita gara, da realizzarsi nel rispetto delle disposizioni normative vigenti in materia di appalti pubblici di servizi (vigenti al momento dell'avvio della procedura di evidenza pubblica).

Art. 6 - Regola generale per l'utilizzo del nome e del marchio dello *sponsor* e del simbolo dello *sponsee* e per la definizione della forma contrattuale.

1. I contratti di sponsorizzazione stipulati dal Comune di Palù devono includere obbligatoriamente le clausole inerenti le garanzie e le forme di tutela dei marchi (dello *sponsor* e dello *sponsee*) con specificazione dell'utilizzo dei loghi e dei segni distintivi dello sponsor, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.

2. Le modalità di associazione del nome e del marchio o simbolo del soggetto "*sponsorizzante* o *sponsee*" ovvero di quello "collaborante o sponsor" devono presentare caratteri consoni e compatibili alla natura istituzionale ed alla immagine di pubblica autorità proprie del Comune di Palù.

3. L'utilizzazione sia dello strumento della sponsorizzazione che di quello degli accordi di collaborazione, avviene sempre attraverso la stipula di apposito contratto/convenzione da redigersi in forma scritta.

4. L'Amministrazione comunale può definire di volta in volta, in relazione ai contratti di sponsorizzazione, specifiche clausole relative ai propri segni distintivi qualificando, con appositi atti, lo stemma ufficiale come segno distintivo con tutela pari al marchio.

Art. 7 - Ambito di applicazione del contratto di sponsorizzazione.

1. La sponsorizzazione a favore dell'Ente, di carattere tecnico o finanziario, può avere ad oggetto (a titolo esemplificativo e non esaustivo): la fornitura di materiale, attrezzature, beni; la realizzazione di un'opera o di un lavoro; la fornitura di una prestazione di servizio; la gestione di un'opera o di un'area; la gestione di un servizio ecc.;

2. La sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni in favore del Comune di Palù, fra le quali si indicano a titolo esemplificativo e non esaustivo:
   a) attività od eventi a rilevanza artistica, culturale, turistica o spettacolare di differente tipologia come mostre, concerti, spettacoli promossi gestiti od organizzati dal Comune, sia direttamente che indirettamente;
   b) eventi sportivi e/o di rilevanza sociale;
   c) attività di programmazione turistica;
   d) servizi di manutenzione e gestione di aree verdi pubbliche, rotatorie, parchi, giardini, aree diverse e immobili comunali, arredo urbano;
   e) fornitura di beni quali, ad esempio, attrezzature informatiche di varia natura, pannelli informativi e similari;
   f) attività riguardanti contratti di lavori, servizi o forniture relativi a beni culturali, nonché ai contratti di sponsorizzazione finalizzati al sostegno degli istituti e dei luoghi della cultura, di cui all'articolo 101 del D.Lgs. n. 22/01/2004 n. 42, e successive modificazioni, in applicazione dell'articolo 151 del D.Lgs. n. 50/2016 e s.m.i. Sono esclusi dal contratto di sponsorizzazione i servizi di ingegneria e architettura per i quali la stazione appaltante non può prevedere, quale corrispettivo, forme di sponsorizzazione o rimborso (articolo 24 – comma 8 ter – del D.Lgs. n. 50/2016).
   g) gestione di sportelli informa-giovani;
   h) marketing e promozione territoriale, attività di comunicazione, realizzazione di periodici.

Art. 8 - Adozione di aree pubbliche, giardini, rotatorie.

1. Il Comune, con deliberazione della Giunta Comunale, procederà all'individuazione delle aree comunali destinate a spazi pubblici, giardini, rotatorie e beni simili che potranno essere assegnate in "adozione" a società, associazioni pubbliche o privati in genere.

2. L'adozione consiste nell'obbligo dello *sponsor* di provvedere alla realizzazione fisica del manufatto o del primo impianto dell'area e/o alla manutenzione della stessa.

3. Lo *sponsor* dovrà presentare, sia per la realizzazione dell'opera e/o dell'impianto che per la manutenzione, un progetto tecnico che, approvato dalla Giunta Comunale con propria deliberazione, costituirà allegato al contratto di sponsorizzazione.

4. Il progetto potrà anche essere fornito dall'Amministrazione comunale. In ogni caso, esso dovrà contenere l'indicazione delle spese necessarie per le relative operazioni.

5. Il progetto dovrà rispettare tutte le normative vigenti relative all'intervento sponsorizzato, incluse le norme sulla qualificazione dei soggetti esecutori, la normativa antimafia e la normativa sulla sicurezza sui cantieri e/o sui luoghi di lavoro.

6. La pubblicità avverrà tramite l'inserimento nell'area verde di appositi cartelli o targhe.

7. L'area 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.

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

9. Il Comune nominerà un responsabile del procedimento e/o un supervisore dei lavori e/o della manutenzione che vigilerà sul rispetto del contratto di sponsorizzazione e sulla fedele realizzazione dell'opera e/o della manutenzione rispetto al progetto presentato.

10. 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.

Art. 9 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor.

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

2. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati al Responsabile di Area/Settore. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta comunale può formulare indirizzi specifici al Responsabile di Area/Settore interessato per la attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione. E' fatto salvo quanto previsto negli art. 8 e 11 in merito alle proposte spontanee di sponsorizzazione.

3. Il procedimento di scelta dello sponsor è effettuato mediante procedura selettiva concorrenziale, con pubblicazione di apposito avviso.

4. L'avviso pubblico, unitamente ad un eventuale disciplinare, è approvato con determinazione del Responsabile di Area/Settore competente che sarà individuato nella delibera di Giunta Comunale, adottata per l'avvio della procedura.

5. L'avviso, pubblicato all'albo pretorio online, è inserito nel sito internet del Comune e/o altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione deve indicare i seguenti elementi minimi:
   a) l'oggetto della sponsorizzazione;
   b) indicazione dello spazio pubblicitario messo a disposizione;
   c) le modalità e il termine per la presentazione delle offerte;
   d) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare, oppure la somma richiesta quale sponsorizzazione;
   e) l'inesistenza di cause ostative a contrattare con la Pubblica Amministrazione;
   f) i criteri e modalità di valutazione delle offerte;
   g) l'eventuale importo minimo posto a base della procedura, richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
   h) l'eventuale diritto di prelazione, a partita di condizioni offerte, a norma dell'art. 11;
   i) la compresenza di altri sponsor nell'ambito dello stesso oggetto sponsorizzato;
   m) l'ufficio procedente ed il responsabile del procedimento.

6. Scaduto il termine fissato nell'avviso, si procede alla valutazione delle offerte pervenute nel rispetto dei criteri stabiliti nell'avviso medesimo. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal Responsabile di Area/Settore competente nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato. Per la suddetta valutazione, nel caso di offerta economicamente più vantaggiosa, ci si potrà avvalere di apposita Commissione Giudicatrice presieduta dal Responsabile di Area/Settore competente.

7. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve contenere i seguenti elementi:
   • le dichiarazioni richieste dall'avviso;

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

Art. 10 - Diritto di rifiuto, esclusioni oggettive e soggettive.

1. Il Comune ha la facoltà di rifiutare qualsiasi proposta di sponsorizzazione e recedere dal contratto eventualmente sottoscritto qualora:
   a) ritenga possa derivare un conflitto di interessi tra l'attività pubblica e quella dello *sponsor*;
   b) ravvisi nel messaggio pubblicitario o nei mezzi utilizzati dallo *sponsor* un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative/attività;
   c) 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 e s.m.i., per quanto applicabile;
   b) non dichiarano di rispettare o, comunque, non rispettano i seguenti principi definiti dalla Risoluzione 2003116 del 13 Agosto 2003 della Sottocommissione delle Nazioni Unite sulla Promozione e Protezione dei Diritti Umani:
      1) diritto di pari opportunità e al trattamento non discriminatorio;
      2) diritto alla sicurezza e alla salute delle persone: diritti dei lavoratori; rispetto degli assetti istituzionali, delle norme giuridiche e delle prassi degli interessi pubblici, delle politiche sociali, economiche e culturali, della correttezza dei comportamenti imprenditoriali e pubblici;
   c) non dichiarano di rispettare o, comunque, non rispettano obblighi riguardanti la tutela dei consumatori;
   d) obblighi riguardanti la protezione dell'ambiente.
   e) abbiano 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.

Art. 11 - Recepimento di proposte spontanee di potenziali *sponsor*.

1. Nel caso in cui pervenga al Comune una proposta spontanea di sponsorizzazione da parte di un potenziale *sponsor*, il Responsabile di Area/Settore competente valuta la rispondenza alle prescrizioni del presente Regolamento e, deliberata l'opportunità della proposta da parte della Giunta, procede, a seconda dell'importo a norma dei successivi artt. 17 o 18 (a seconda che l'entità della sponsorizzazione sia superiore od inferiore a 40.000 euro).

2. Qualora il Responsabile di Area/Settore competente non proceda alla valutazione della proposta presentata nel termine di 90 gg, ovvero la Giunta Comunale non deliberi l'opportunità della stessa entro 150 gg, la proposta medesima si intende respinta.

3. Nel caso in cui venga attivata una procedura concorrenziale, all'originario promotore è riservato, entro un termine prestabilito, il diritto di adeguare, ove necessario, la propria proposta a quella giudicata più conveniente dal Comune. In questo caso, il promotore originario è dichiarato aggiudicatario.

Art. 12 - Le figure dello *sponsor* e del collaboratore istituzionale.

1. Possono assumere la veste di *sponsor* ovvero di collaboratore istituzionale 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 statuarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali del Comune di Palù;
d) Enti ed Istituzioni Pubbliche;

Art. 13 - Sponsorizzazioni plurime.

1. Fatto salvo quanto specificato al successivo art. 14, 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. 14 - Esclusiva generale dello *sponsor*.

1. Il Comune può definire contratti di sponsorizzazione in esclusiva generale o commerciale 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 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.
2. Ove il Comune intenda concludere contratti di sponsorizzazione in esclusiva generale o commerciale delibera la previsione ed evidenzia la sussistenza di dette clausole in tutti gli atti propedeutici alla scelta dello *sponsor* ed alla conclusione del contratto di sponsorizzazione. Le clausole di esclusiva devono essere espressamente previste ed evincibili.

Art. 15 - Pagamento del corrispettivo in denaro della sponsorizzazione.

1. Ove il corrispettivo della sponsorizzazione sia costituito da una somma di denaro (c.d. sponsorizzazioni a carattere finanziario o pura), il pagamento avviene, di norma, almeno nella misura del 40% al momento della sottoscrizione del contratto e il restante secondo un piano predisposto dal il Responsabile di Area/Settore competente a cui spetterà la valutazione delle modalità.

2. Se richiesto dal Comune, lo *sponsor* deve prestare apposita garanzia fideiussoria per il pagamento del corrispettivo, almeno di entità pari alla entità della quota residua, costituita mediante fideiussione bancaria o polizza assicurativa, nel rispetto delle prescrizioni di cui all'art.103 del D.Lgs n. 50/2016 e s.m.i.

Art. 16 - Affidamento diretto.

1. Si può procedere all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazioni nei seguenti casi:
   a) in caso sia stata esperita infruttuosamente la procedura selettiva di cui all'art. 9;
   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) nelle altre ipotesi previste e disciplinate all'art. 17 del presente regolamento.

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

3. Nel caso di lavori l'affidamento diretto è subordinato all'approvazione dell'opera da parte della Giunta Comunale, ed al rispetto della normativa di settore (codice della strada, normative tecniche, sulla sicurezza ecc.).

Art. 17 - Lavori, beni e servizi di modesta entità (di importo inferiore ai 40.000 euro).

1. L'Amministrazione Comunale si riserva la facoltà a procedere con affidamento diretto alle proposte di sponsorizzazioni quando l'importo stimato dei lavori ovvero il valore dei beni o servizi offerti non sia superiore ad euro 40.000,00.

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

- la realizzazione di lavori od opere;
- la realizzazione od il finanziamento di opera d'arte, monumentali o artistiche;
- l'allestimento di locali e spazi pubblici in occasione di ricorrenze o manifestazioni pubbliche;
- la fornitura di cancelleria, piccoli attrezzi di lavoro, materiale di consumo, divise di lavoro;
- la fornitura di materiale "usa e getta";
- la fornitura di materiale di arredo urbano;
- contributi monetari dello *sponsor*;
- servizi di somministrazione di bevande e alimenti in occasione di ricorrenze e manifestazioni.

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 cui al presente articolo saranno pubblicate in apposito elenco disponibile sul sito internet comunale.

4. Nel caso di lavori resta vincolante quanto stabilito al precedente art. 16, comma 3.

Art. 18 - Affidamenti di valore superiore ai 40.000 euro.

1. In attuazione di quanto disposto all'art. 19 del vigente "Codice dei contratti pubblici" (Decreto Legislativo 18 Aprile 2016, n. 50) si stabilisce che 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 40.000.00 euro (quarantamila euro), mediante dazione di danaro o accollo del debito o altre modalità di assunzione del pagamento dei corrispettivi dovuti, è soggetto esclusivamente alla previa pubblicazione sul sito internet della stazione appaltante, per almeno trenta giorni, di apposito avviso con cui 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 eventualmente manifestato interesse, fermo restando il rispetto dell'articolo 80 del medesimo Codice dei Contratti Pubblici.

2. Nel caso di ricevimento di più candidature si procederà, ove possibile, nel rispetto di quanto specificato al precedente art. 9.

3. Nel caso in cui lo *sponsor* intenda realizzare i lavori, prestare i servizi e/o le 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 procedente impartisce opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere e/o forniture e alla direzione dei lavori e collaudo degli stessi.

Art.19 - Criteri di pubblicità della proposta di sponsorizzazione.

1. La scelta dello *sponsor* è effettuata secondo i criteri stabiliti dal presente regolamento preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso.

2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio on line, inserimento sul sito internet del Comune di Palù e, se ritenuto utile dal Responsabile del Procedimento in relazione alla natura specifica della proposta, con l'invio alle associazioni di categoria, gruppi ed associazioni e/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.

Art. 20 - Contratto di sponsorizzazione.

1. La sponsorizzazione viene regolata da apposito contratto scritto, firmato dalle parti (*sponsor* e *sponsee*) e costituisce, unitamente alla deliberazione di Giunta Comunale e/o la determinazione del Dirigente del settore competente la documentazione che regola la sponsorizzazione.

2. Il contratto deve riportare i seguenti elementi essenziali:
   - l'oggetto del contratto e i conseguenti obblighi dello *sponsor,* secondo i contenuti dello specifico eventuale "disciplinare (o progetto) di sponsorizzazione";
   - gli obblighi delle parti e le modalità di attuazione della sponsorizzazione;
   - il valore del corrispettivo della sponsorizzazione;
   - la durata del contratto che, di norma, non può essere superiore ad anni cinque, salvo i casi in cui l'entità o la natura della sponsorizzazione rendano necessario un termine motivatamente maggiore;
   - l'eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale;
   - il diritto dello *sponsor* all'utilizzazione dello spazio pubblicitario;
   - i controlli sull'attività dello *sponsor* e le penali in caso d'inadempimento;
   - la clausola di tutela rispetto alle eventuali inadempienza;
   - la risoluzione del contratto per inadempimento;
   - la competenza del Tribunale di Verona in caso di controversie;
   - la disciplina delle spese contrattuali;
   - le eventuali garanzie a supporto del rispetto degli obblighi dello *sponsor*;
   - l'obbligo al pagamento dell'imposta sulla pubblicità, se dovuta, nella misura di legge;
   - altro ritenuto necessario in rapporto alla tipologia della sponsorizzazione.

3. Nel contratto deve essere prevista la facoltà del Comune di Palù 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.

4. Mediante il contratto di sponsorizzazione, sottoscritto dallo sponsor e dal il Responsabile di Area/Settore competente, si autorizza altresì l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nei documenti di sponsorizzazione.

Art. 21 - Obblighi a carico del Comune.

1. Il Comune, quale contro-prestazione ai beni e/o ai servizi forniti dallo sponsor, potrà realizzare alcune delle forme pubblicitarie che si indicano di seguito a titolo esemplificativo ma non esaustivo:
   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 sul sito WEB del Comune, all'interno dello spazio informativo dell'attività interessata;
   b) posizionamento di targhe o cartelli indicanti il marchio o logo o le generalità dello sponsor sui beni durevoli o sulle aiuole 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, biglietti d'ingresso alla manifestazione interessata, inviti alla manifestazione, ecc.);

   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.

2. L'imposta sulla pubblicità, ove dovuta, dovrà essere corrisposta dallo sponsor direttamente al Comune (o al suo eventuale concessionario), nella misura di legge.

Art. 22 - Sponsorizzazione di lavori, servizi e forniture aventi ad oggetto beni culturali.

1. Il contratto di sponsorizzazione può avere ad oggetto beni architettonici e monumentali, recupero di opere d'arte e/o archivi storici.

2. I contratti di sponsorizzazione inerenti beni culturali sono preventivamente sottoposti alla Soprintendenza competente in relazione alle tipologia dell'intervento, al fine di ottenere i nulla osta o gli atti di assenso normativamente richiesti.

3. Alle sponsorizzazioni di lavori, servizi e forniture eventi per oggetto beni culturali, si applicano le disposizioni previste dal D.Lgs. 50/2016 e s.m.i. e, per quanto con esse compatibili, le norme del presente regolamento.

4. Qualora richiesta, l'apposizione di targhette o messaggi sui beni vincolati dovrà essere confacente alla natura dell'immobile e, comunque, dovrà ottenere il nulla osta della Soprintendenza competente per materia.

Art. 23 - 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 affidare il servizio di ricerca degli sponsor a soggetti da individuare tramite procedure sugli appalti di servizi previste dal “Codice dei contratti” (D.Lgs.50/2016 e s.m.i.).

Art. 24 - Atto di mecenatismo.

1. Le sponsorizzazioni offerte da privati o da enti e soggetti giuridici privi di finalità di lucro, specie ove il ritorno di natura pubblicitaria appaia del tutto marginale e prevalga l'aspetto di un sostanziale contratto a prestazioni economicamente unilaterali con la prevalenza di profili c.d. di "*mecenatismo*" da parte dello *sponsor*, sono formalizzate come procedure di trattativa privata diretta, qualunque sia il valore della prestazione resa.

Art. 25 - La valutazione delle proposte.

1. In tutti i casi in cui i rapporti di sponsorizzazione e gli accordi di collaborazione, compreso il caso in cui si sia pervenuti alla proposta in seguito a procedure ad evidenza pubblica, le offerte verranno valutate dal Responsabile di Area/Settore competente in base ai criteri indicati nell'avviso di evidenza pubblica o nella lettera di invito ovvero nella proposta dello *sponsor*, in relazione a chi è promotore dell'iniziativa.

2. Nel caso in cui non sia evidente la competenza dirigenziale di riferimento sarà il sindaco che decidere l’assegnazione della responsabilità della valutazione della sponsorizzazione su iniziativa pubblica o dello *sponsor*.

3. Tali proposte saranno sottoposte al parere della Giunta che potrà deliberare il reperimento della eventuale disponibilità finanziaria residuale necessaria alla sponsorizzazione, nella fattispecie dell'attività di "collaborazione".

Art. 26 - Aspetti contabili e fiscali.

1. 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. Il valore della fatturazione per la sponsorizzazione, corrisponde all'importo della somma stanziata o da stanziare in bilancio per la specifica iniziativa; la fatturazione può coincidere con l'intero stanziamento o con una quota dello stesso, in relazione alla totale o parziale copertura, mediante sponsorizzazione dell'intervento.

2. 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.

3. 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 pari importo, sempre soggetto ad Iva, per il valore della promozione di immagine fornita allo *sponsor*.

4. 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) **realizzazione lavori e/o 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.

5. 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.

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

7. Nell'applicazione delle disposizioni del suddetto articolo 26 del presente regolamento sono fatte salve eventuali esenzioni e agevolazioni previste dalle disposizioni normative.

Art. 27 - Controlli e verifiche.

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del Responsabile dell'Area/Settore competente per materia, o suoi delegati, 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 notificate allo *sponsor* a mezzo raccomandata a/r o PEC.

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

Art. 28 - Trattamento dati personali.

1. 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. n. 196/2003 e s.m.i. 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.
   Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Palù in persona del Sindaco pro-tempore che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge citata.
   Lo *sponsor* autorizza, senza alcuna riserva, la pubblicazione del proprio logo, della denominazione societaria in targhette e pubblicazioni o simili. La proposta di sponsorizzazione implica altresì una implicita autorizzazione, salvo che il contratto di sponsorizzazione non disponga diversamente, alla divulgazione su tutti i media dell'avvenuta sponsorizzazione e/o atto di mecenatismo.

Art. 29 - Rinvio dinamico.

1. Per quanto non previsto dal presente regolamento, si applicano le disposizioni di legge in materia.

2 Le disposizioni del presente regolamento si intendono modificate per effetto di sopravvenute norme vincolanti statali e regionali.

3. In tali casi, in attesa della formale modificazione del presente regolamento, si applica la normativa sovraordinata.

Art. 30 - Entrata in vigore.

1. Il presente regolamento entra in vigore il giorno in cui diventa esecutiva la deliberazione che lo approva e sarà affisso permanentemente sul sito web del comune nella sezione "Amministrazione Trasparente".

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