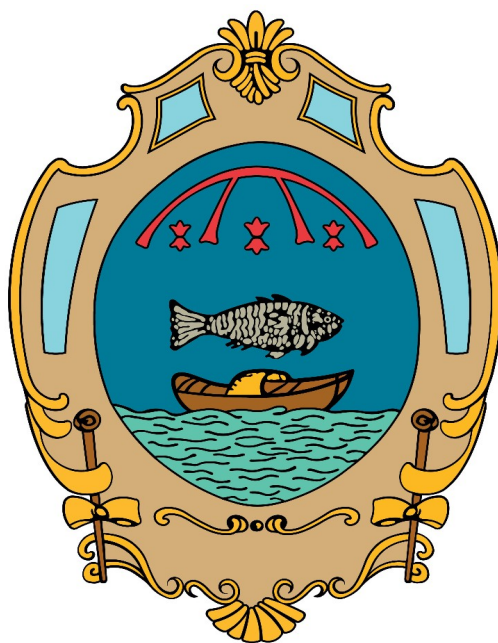




Comune di Baricella

Città Metropolitana di Bologna

REGOLAMENTO SULLE SPONSORIZZAZIONI

Approvato dal Consiglio comunale con deliberazione n. 14 del 31/07/2025

INDICE

REGOLAMENTO SULLE SPONSORIZZAZIONI

Indice generale

CAPO I PRINCIPI GENERALI.....	3
Articolo 1 – Oggetto e finalità.....	3
Articolo 2 – Definizioni.....	3
Articolo 3 – Individuazione, programmazione e gestione delle sponsorizzazioni.....	4
Articolo 4 – Sponsor.....	5
Articolo 5 – Ambito di applicazione.....	5
CAPO II SCELTA DELLO SPONSOR.....	6
Articolo 6 – Affidamento diretto contratti di sponsorizzazione.....	6
Articolo 7 – Scelta dello Sponsor per importi superiori a € 40.000,00.....	6
Articolo 8 – Recepimento di proposte spontanee di potenziali Sponsor.....	7
Articolo 9 – Sponsorizzazioni plurime ed esclusiva generale dello Sponsor.....	7
Articolo 10 – Diritto di rifiuto, esclusioni oggettive e soggettive.....	8
CAPO III DISCIPLINA DEL CONTRATTO.....	9
Articolo 11 – Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione.....	9
Articolo 12 – Obblighi dello sponsor.....	9
Articolo 13 – Obblighi a carico del Comune.....	10
Articolo 14 – Corrispettivo delle sponsorizzazioni.....	10
Articolo 15 – Articolo per disciplina speciale ambiti speciali.....	10
Articolo 16 – Affidamento del servizio di ricerca dello Sponsor.....	13
Articolo 17 – Controlli e verifiche.....	14
CAPO IV DISPOSIZIONI FINALI.....	14
Articolo 18 – Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni.....	14
Articolo 19 – Trattamento dati personali.....	14
Articolo 20 – Norme di rinvio.....	14

CAPO I PRINCIPI GENERALI

Articolo 1 – Oggetto e finalità

1. Il presente Regolamento disciplina le modalità e le procedure per la stipula dei contratti di sponsorizzazione cui codesto Ente può fare ricorso negli ambiti, modi e tempi di cui al presente documento, in ossequio alla normativa vigente e ai principi che guidano il buon " *agere*" della pubblica amministrazione.
2. Il ricorso alle sponsorizzazioni costituisce uno strumento atto a perseguire l'interesse pubblico grazie a forme di collaborazione tra settore pubblico e soggetti terzi, in assenza di conflitti di interessi .

Tale strumento contribuisce a:

- a) valorizzare competenze, professionalità e disponibilità di persone, Enti, Associazioni e Operatori economici attivi sul territorio;
 - b) migliorare la qualità nei servizi/prestazioni erogati alla collettività;
 - c) generare maggiori economie di bilancio.
3. Il presente documento mira a garantire la conformità dell'azione amministrativa alle disposizioni di cui:
 - a) Legge n. 241/1990 e ss.mm.ii;
 - b) art. 43 della Legge n. 449/1997;
 - c) art. 119 del D.Lgs. n. 267/2000;
 - d) art. 120 del D.Lgs. n. 42/2004;
 - e) artt. 8 e 134 del D.Lgs. n. 36/2023;
 - f) Codice civile,
 - g) ogni altro dettato normativo afferente in materia e fatto salvo quanto previsto all'art. 20 del presente documento.

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

Articolo 2 – Definizioni

Oggetto	Definizione
Contratto di sponsorizzazione	Contratto a titolo oneroso e a prestazioni corrispettive mediante il quale il Comune (Sponsee) concede, nell'ambito di proprie iniziative, ad un terzo (Sponsor) la possibilità di pubblicizzare, in appositi e individuati spazi, il proprio nome, il logo, il marchio, i prodotti, i servizi e simili, oppure di distribuire prodotti o servizi a titolo promozionale, nei modi previsti dallo stesso contratto. In cambio lo sponsor si obbliga a fornire un determinato corrispettivo in denaro, beni, servizi, opere o ogni altra utilità comunque economicamente valutabile,

	L'obbligazione dello Sponsee costituisce obbligazione di mezzi e non di risultato, pertanto essa deve intendersi adempiuta quando vi sia stata la realizzazione dell'iniziativa dedotta nel contratto, indipendentemente dall'effettivo ritorno di immagine
Sponsorizzazione	ogni corrispettivo da parte di terzi in denaro, fornitura di beni, prestazione di servizi, realizzazione di opere pubbliche e/o di pubblica utilità o in altre utilità, o forme miste delle suddette, destinato al Comune, nell'ambito applicativo dei contratti di sponsorizzazione
Sponsor o Sponsorizzatore	il soggetto privato (persona fisica o giuridica), o il soggetto pubblico che stipula un contratto di sponsorizzazione con il Comune
Sponsee o Sponsorizzato	il Comune di Baricella, titolare dei benefici economici apportati dalla stipula dei contratti di sponsorizzazione e che si impegna a mettere a disposizione la possibilità di pubblicizzare i segni distintivi dello Sponsor nell'ambito di proprie iniziative
Spazio pubblicitario	lo spazio fisico e/o digitale o qualsiasi altro supporto atto alla veicolazione di informazioni, messo a disposizione dal Comune per la pubblicità dello Sponsor
Veicolazione dell'immagine dello sponsor	qualsiasi modalità convenuta con la quale il Comune si impegna a veicolare l'immagine dello sponsor come corrispettivo del contratto.
Sponsorizzazione "pura"	l'impegno dello Sponsor di riconoscere esclusivamente un contributo economico (in cambio del diritto di sfruttare spazi per fini pubblicitari)
Sponsorizzazione "tecnica"	l'impegno dello Sponsor di fornire beni e servizi o progettare e realizzare lavori in cambio della possibilità di sfruttare spazi.

Articolo 3 – Individuazione, programmazione e gestione delle sponsorizzazioni

1. Il Responsabile di Settore, a fronte dei documenti di programmazione approvati formalmente dagli organi competenti, predispone i conseguenti progetti operativi e bandi/avvisi finalizzati alla sponsorizzazione, anche adottando gli atti gestionali necessari conseguenti.

2. Se l'iniziativa di sponsorizzazione non risulta inserita all'interno degli strumenti di programmazione dell'ente , il Responsabile procede previo formale indirizzo specifico deliberato dalla Giunta .
3. Nei documenti di programmazione dell'Ente, possono essere altresì individuati spese e attività la cui realizzazione dipende dalla stipula di contratti di sponsorizzazione.

Articolo 4 – Sponsor

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi sia con soggetti privati, che pubblici, singoli o associati.
2. Lo Sponsor deve essere in possesso dei requisiti di ordine generale per poter contrarre con la Pubblica Amministrazione. In caso di sponsorizzazione tecnica, è necessario anche il possesso dei prescritti requisiti di ordine speciale di cui alla normativa vigente in capo allo sponsor o al soggetto, incaricato dallo sponsor, che si occuperà dell'erogazione di servizi/fornitura o dell'esecuzione dei lavori.

Articolo 5 – Ambito di applicazione

1. Le sponsorizzazioni possono riguardare iniziative, progetti, attività, beni, servizi e lavori previsti negli strumenti di programmazione o in via residuale ritenuti necessari dalla Giunta e finanziati, direttamente o indirettamente, dal bilancio comunale.

A titolo esemplificativo e non esaustivo, queste sponsorizzazioni possono riguardare:

- a) attività o eventi di carattere artistico, culturale o di spettacolo di differente tipologia promossi, gestiti od organizzati dal Comune, sia direttamente che indirettamente;
- b) eventi sportivi e/o ricreativi e/o ludici e comunque di rilevanza per la coesione sociale;
- c) attività di promozione turistica, di marketing e/o promozione territoriale;
- d) attività di comunicazione, realizzazione di periodici;
- e) arredo urbano, manutenzione e gestione di aree verdi pubbliche e del patrimonio arboreo (vedasi successivo art. 15);
- f) fornitura di beni (es attrezzature informatiche di vario genere, fornitura di arredi);
- g) realizzazione di corsi di formazione
- h) fiere
- i) ogni altra attività che abbia un riverbero di pubblico interesse, assoggettabile legittimamente e per opportunità al presente istituto.

CAPO II SCELTA DELLO SPONSOR

Articolo 6 – Affidamento diretto contratti di sponsorizzazione

1. L'affidamento diretto del contratto di sponsorizzazione può essere utilizzato esclusivamente nei seguenti casi:
 - a) per sponsorizzazioni con valore pari o inferiore a € 40.000,00 (IVA esclusa);
 - b) nel caso in cui la procedura selettiva di cui all'art. 7 sia stata esperita e prorogata nei termini infruttuosamente;
 - c) in via eccezionale, e con motivazione adeguata, qualora la natura specifica dell'iniziativa da sponsorizzare limiti la trattativa ad un unico soggetto.
2. In ogni situazione, il valore contrattuale dell'affidamento dovrà essere preceduto dalla valutazione tecnica ed economica del Responsabile del Settore competente.
3. In caso di sponsorizzazione tecnica, le proposte dell'Ente dovranno includere adeguate indicazioni relative alla progettazione, all'esecuzione delle opere o forniture.

Articolo 7 – Scelta dello Sponsor per importi superiori a € 40.000,00

1. Per garantire il rispetto dei principi di trasparenza, imparzialità e parità di trattamento, in conformità con l'art. 134 del D.Lgs. n. 36/2023, la selezione dello sponsor per contratti di sponsorizzazione di valore superiore a € 40.000,00 (IVA esclusa) avviene, tramite una procedura di selezione ad evidenza pubblica. Tale selezione è preceduta dalla pubblicazione di un avviso apposito sul sito internet istituzionale e sull'Albo online, per un periodo minimo di trenta giorni, che annuncia la ricerca di sponsor per iniziative specifiche.
2. L'avviso pubblico, insieme all'eventuale capitolato o progetto di sponsorizzazione, deve essere approvato con una determinazione del Responsabile del Settore competente. Il Responsabile può decidere di adottare, di volta in volta, ulteriori forme di pubblicità per garantire una maggiore visibilità e partecipazione all'iniziativa.
3. Il valore contrattuale dell'affidamento dovrà essere preceduto dalla valutazione tecnica ed economica del Responsabile del Settore competente
4. L'avviso deve contenere i seguenti elementi minimi:
 - a) una descrizione dell'oggetto della sponsorizzazione e degli obblighi dello Sponsor, secondo quanto previsto dal capitolato o progetto eventuale di sponsorizzazione;
 - b) la precisa determinazione dello spazio pubblicitario, fisico o online, messo a disposizione dal Comune per la pubblicità dello Sponsor;
 - c) i requisiti necessari per la partecipazione;
 - d) le modalità e i termini per la presentazione delle offerte;
 - e) i criteri di ammissibilità delle offerte;

- f) l'eventuale importo minimo richiesto come corrispettivo della sponsorizzazione.
5. L'offerta, che deve essere presentata in forma scritta, deve includere almeno i seguenti elementi:
- a) i dati identificativi del proponente e del legale rappresentante;
 - b) una descrizione del bene, servizio, attività o prestazione che si intende sponsorizzare;
 - c) le dichiarazioni richieste dall'avviso, comprese quelle relative al possesso dei requisiti di ordine generale ed eventuali requisiti professionali richiesti;
 - d) l'accettazione incondizionata delle condizioni indicate nell'avviso e nel presente regolamento;
 - e) l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e a farsi carico di tutti gli adempimenti legati al messaggio pubblicitario, comprese le relative autorizzazioni, il pagamento di tributi o canoni.
6. Una volta scaduto il termine per la presentazione delle offerte, il contratto può essere negoziato liberamente, sempre nel rispetto dei principi di imparzialità e parità di trattamento tra gli operatori che abbiano manifestato interesse.

Articolo 8 – Recepimento di proposte spontanee di potenziali Sponsor

1. Nel caso in cui giunga una proposta spontanea di sponsorizzazione, il Responsabile competente provvederà a valutare preliminarmente l'ammissibilità della proposta, verificandone l'adequazione rispetto al presente Regolamento. Successivamente, la proposta verrà sottoposta alla Giunta per una valutazione della sua convenienza in termini di interesse pubblico e/o coerenza con le linee di mandato.
2. L'acquisizione di una proposta di sponsorizzazione non obbliga il Comune, e qualora la proposta non venga considerata ammissibile, il proponente sarà informato per iscritto.
3. Se la proposta di sponsorizzazione, pur ritenuta di interesse, risulta incompleta o necessita di chiarimenti, il Responsabile potrà richiedere integrazioni o spiegazioni aggiuntive.
4. In caso di analisi positiva della proposta di sponsorizzazione, il Responsabile attiverà le procedure di scelta dello Sponsor inserendo nell'avviso il c.d. *diritto di prelazione*, consistente nella possibilità data al promotore dell'iniziativa dello Sponsor, nel caso in cui aderiscano all'avviso altri soggetti, di adeguare la propria offerta, entro il termine di quindici giorni, a quella che il Comune di Baricella abbia ritenuto più conveniente tra quelle pervenute. In questo caso, il promotore originario è dichiarato aggiudicatario.
5. È fatta salva la facoltà di aderire direttamente alle proposte di sponsorizzazioni qualora il valore dei beni o servizi offerti non sia superiore a € 40.000,00.

Articolo 9 – Sponsorizzazioni plurime ed esclusiva generale dello Sponsor

1. Il Comune, per ottenere risorse aggiuntive o per acquisire sponsorizzazioni di elevato profilo qualitativo, ha la possibilità di ricevere più sponsorizzazioni per

una stessa iniziativa o oggetto, salvo nei seguenti casi, nei quali è previsto un diritto di esclusiva:

a) **esclusiva generale**: prevede la conclusione di un contratto di sponsorizzazione con un singolo Sponsor, che avrà il ruolo di Sponsor unico del Comune di Baricella per un determinato periodo;

b) **esclusiva commerciale**: implica la stipula di più contratti di sponsorizzazione con diversi Sponsor, ciascuno designato come controparte unica per una specifica iniziativa, evento, progetto o attività.

2. Quando il Comune di Baricella intenda stipulare contratti di sponsorizzazione con clausola di esclusiva, sia essa generale o commerciale, ciò dovrà essere esplicitamente evidenziato in tutti gli atti preliminari alla conclusione dei contratti. Le clausole di esclusiva dovranno essere chiaramente previste e indicate.

Articolo 10 – Diritto di rifiuto, esclusioni oggettive e soggettive

1. L'ente ha facoltà di rifiutare una proposta di sponsorizzazione o di recedere dal contratto eventualmente sottoscritto nel caso in cui:
 - a) se ritiene che possa sorgere un conflitto di interessi tra l'attività pubblica e quella dello Sponsor;
 - b) se riscontra che il messaggio pubblicitario o i mezzi utilizzati dallo Sponsor possano danneggiare l'immagine o le iniziative dell'ente;
 - c) se considera la sponsorizzazione inaccettabile per motivi di pubblico interesse.
2. Sono comunque escluse, in ogni caso, le sponsorizzazioni aventi per oggetto:
 - a) propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, materiale pornografico o a sfondo sessuale, gioco d'azzardo;
 - c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, discriminazione, odio o minaccia ovvero messaggi contrari al decoro o alla morale pubblica;
 - d) si ritenga opportuno a salvaguardia dell'interesse pubblico dandone congrua motivazione.
3. Non è consentito stipulare contratti di sponsorizzazione con Sponsor che, a seguito di controlli, risultino in una delle condizioni previste dagli articoli 94, 95, 97 e 98 del D.Lgs. n. 36/2023 e/o dalla normativa vigente afferente per materia. Nel caso di sponsorizzazione tecnica è previsto, a pena di esclusione, il possesso, da parte del soggetto fornitore/esecutore, dei prescritti requisiti di ordine speciale prevista dalla normativa vigente. Il soggetto interessato è obbligato a dichiarare, mediante dichiarazione sostitutiva ai sensi del DPR n. 445/2000, il possesso dei requisiti previsti di ordine generale ed, eventualmente, dei requisiti di ordine speciale.

CAPO III DISCIPLINA DEL CONTRATTO

Articolo 11 – Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione

1. La sponsorizzazione è regolata da un contratto specifico, che deve contenere come elementi essenziali i seguenti:
 - a) l'oggetto del contratto, ovvero la descrizione dettagliata dell'iniziativa sponsorizzata;
 - b) gli obblighi delle parti, cioè le responsabilità e le prestazioni che ciascun contraente è tenuto a rispettare;
 - c) i corrispettivi della sponsorizzazione, ossia l'importo o i benefici che lo Sponsor dovrà fornire al Comune;
 - d) la durata del contratto, con indicazione del periodo di validità dell'accordo;
 - e) l'eventuale clausola di esclusiva, sia essa generale o commerciale, qualora applicabile;
 - f) i controlli sull'attività dello Sponsor e le penali previste in caso di inadempimento o violazione degli impegni contrattuali;
 - g) la facoltà di recesso da parte del Comune di Baricella, con l'obbligo di comunicare tempestivamente e formalmente la decisione allo Sponsor;
 - h) la risoluzione del contratto per inadempimento, con specificazione delle condizioni in cui il contratto può essere annullato o risolto;
 - i) l'eventuale cauzione, se richiesta, come garanzia per l'adempimento degli obblighi contrattuali;
 - j) la competenza del foro competente in caso di controversie legali relative al contratto;
 - k) la disciplina delle spese contrattuali, ovvero chi è responsabile per il pagamento delle spese legate alla stipula e all'esecuzione del contratto, che di norma saranno a carico dello sponsor.

Articolo 12 – Obblighi dello sponsor

1. Lo sponsor è tenuto a rendere all'Ente il corrispettivo per il ritorno di immagine del proprio nome/marchio/logo in una delle seguenti forme:
 - a) mediante erogazione diretta all'Ente dell'importo indicato nella proposta di sponsorizzazione e successivamente contrattualizzato;
 - b) con la realizzazione, a propria cura e spese, degli interventi, direttamente o avvalendosi di operatori economici qualificati e nel rispetto delle normative di settore.
2. Sono di norma a carico dello sponsor tutti i costi relativi all'installazione e manutenzione di eventuali cartellonistiche connesse alla sponsorizzazione che riportino il marchio/logo dello stesso.

3. Nel caso di sponsorizzazione pura, lo sponsor si obbliga al pagamento della somma di denaro, di norma, per una quota pari al 50% al momento della sottoscrizione del contratto e per la restante parte secondo un piano predisposto dal responsabile competente.
4. Nel caso di sponsorizzazione tecnica, lo sponsor si obbliga ad eseguire l'intervento secondo il cronoprogramma approvato dal responsabile competente.
5. A garanzia della liquidazione del saldo o delle prestazioni assunte, il Responsabile potrà richiedere allo sponsor di presentare all'atto della sottoscrizione del contratto apposita garanzia fideiussoria.

Articolo 13 – Obblighi a carico del Comune

1. Il Comune può realizzare diverse modalità di pubblicizzazione, che saranno oggetto di specifica disciplina negli atti di ogni singola procedura, a titolo esemplificativo ma non esaustivo:
 - a) la riproduzione del marchio o del logo, o delle generalità dello Sponsor, su tutto il materiale pubblicitario relativo alle iniziative oggetto della sponsorizzazione (come manifesti, volantini, ecc.) e/o sul sito web istituzionale del Comune e/o su altri canali social istituzionali;
 - b) l'eventuale posizionamento di targhe o cartelli indicanti il marchio, logo o le generalità dello Sponsor sui beni durevoli o nelle aree verdi interessate dalla sponsorizzazione;
 - c) l'utilizzo a fini pubblicitari di spazi all'interno del Comune, come bacheche, ascensori, sale riunioni, impianti sportivi, androni, coperture con teli di opere e/o lavori, ecc.;
 - d) l'utilizzo a fini pubblicitari di spazi su documentazione del Comune, come biglietti d'ingresso per le iniziative sponsorizzate, inviti, e altri materiali relativi all'iniziativa.

Articolo 14 – Corrispettivo delle sponsorizzazioni

1. I contratti di sponsorizzazione stipulati con il Comune possono prevedere, a titolo di corrispettivo dovuto dallo Sponsor:
 - a) l'erogazione di somme di denaro;
 - b) le forniture di beni e/o servizi e/o lavori, acquisiti o realizzati dallo Sponsor a propria spesa. In tal caso si assume quale controvalore monetario del contratto il valore di mercato della fornitura dei beni, dei servizi o dei lavori, effettuati dallo Sponsor.
 - c) l'assunzione del pagamento delle obbligazioni verso i terzi che svolgono le attività sponsorizzate.

Articolo 15 – Articolo per disciplina speciale ambiti speciali

1. Sponsorizzazioni accessorie a contratti d'appalto

- a) I contratti di sponsorizzazione possono essere previsti anche nell'ambito delle procedure di affidamento di contratti pubblici di lavori, servizi e forniture, qualora abbiano ad oggetto esclusivamente prestazioni accessorie rispetto al contratto

principale (c.d. clausola sponsor) e correlate al comune interesse della stazione appaltante e del contraente.

b) Il punteggio attribuito alla sponsorizzazione deve avere un peso marginale rispetto alla valutazione complessiva dell'offerta e non può costituire l'elemento discriminante principale e risolutivo dell'iter concorsuale.

2. Sponsorizzazioni di aree verdi e/o arredo urbano

In riferimento ai contratti di sponsorizzazione aventi ad oggetto servizi di manutenzione, gestione di aree verdi e/o arredo urbano (articolo 5, comma 1, lettera e):

a) Il Comune, se previsto negli strumenti di programmazione dell'ente o con deliberazione della Giunta comunale, può procedere all'individuazione delle aree comunali destinate a verde pubblico che possono essere assegnate, previo espletamento della procedura di cui all'art. 6 o 7 del presente documento, in "adozione" a Società, Associazioni o privati in genere, affidandone l'allestimento, la gestione e la manutenzione in cambio dell'autorizzazione alla posa di "strumenti" finalizzati alla sponsorizzazione di dimensioni da concordare con l'Amministrazione.

Per l'individuazione di aree collocate all'interno delle rotatorie o lungo i percorsi stradali, dovranno essere rispettate le condizioni previste dal D.lgs 285/1992 (Codice della Strada) e dalle normative attuative e integrative dello stesso. Qualora si tratti di strade di competenza di altro ente occorrerà acquisire anche i relativi nulla/osta o autorizzazioni.

b) Lo Sponsor ha l'obbligo di svolgere attività di cura di una o più aree verdi pubbliche rientranti nel patrimonio verde in gestione, affinché venga eseguito uno specifico intervento di manutenzione e/o riqualificazione, mediante sponsorizzazione tecnica diretta o finanziaria o mista. A titolo esemplificativo e non esaustivo potranno essere oggetto di sponsorizzazioni le seguenti attività:

- i Manutenzione e/o nuova sistemazione di aree verdi (rotatorie stradali, aiuole, spazi aperti urbani etc);
- ii Manutenzione e/o nuova sistemazione di aree a verde urbano attrezzato (parchi/giardini/aree gioco/aree cani);
- iii Fornitura e posa in opera di arredi urbani (panchine, cestini, rastrelliere per bici, attrezzature ludiche, ecc.) per parchi, giardini e aree verdi cittadini;
- iv Allestimento, montaggio/smontaggio, manutenzione/assistenza tecnica (incluse le sostituzioni in caso di non/mal funzionamento) luminarie e decorazioni in aree verdi o alberature presenti nel territorio comunale.

c) Le prestazioni per le quali gli Sponsor si impegneranno potranno consistere in:

- 1) sponsorizzazione finanziaria, attraverso il versamento al Comune di un importo specifico su C/C dedicato, a sostegno delle iniziative prescelte, con visibilità concessa tramite cartello di sponsorizzazione;
- 2) sponsorizzazione tecnica indiretta, attraverso l'esecuzione di lavori, la fornitura di beni e servizi mediante il ricorso ad altri soggetti dal medesimo scelti e remunerati, mediante presentazione di un adeguato progetto degli interventi da realizzare, con installazione del cartello di sponsorizzazione;

3) sponsorizzazione tecnica diretta, attraverso l'esecuzione di lavori, la fornitura di beni e servizi in natura o relativi alla propria attività d'impresa mediante presentazione di un adeguato progetto degli interventi da realizzare, con installazione del cartello di sponsorizzazione;

4) in forma mista, composta da erogazione economica e tecnica, con installazione del cartello di sponsorizzazione.

- d) In caso di sponsorizzazione finanziaria, il soggetto selezionato come Sponsor ha quale obbligo principale l'erogazione della somma offerta entro il termine assegnato a mezzo di comunicazione scritta da parte dello Sponsee. - In caso di sponsorizzazione tecnica, per la fornitura di servizi o l'esecuzione di lavori, con riferimento alla specificità di ogni singola attività, lo Sponsor dovrà essere dotato di idonea copertura assicurativa ordinaria per la propria attività e predisporre, ove richiesto, la progettazione, da sottoporre alla preventiva approvazione da parte dell'Amministrazione, nonché procedere all'acquisizione di eventuali nulla osta, permessi, autorizzazioni, oltre che realizzare il lavoro/servizio/fornitura con maestranze qualificate secondo la vigente normativa e fornire le certificazioni di avvenuta realizzazione a regola d'arte. Lo Sponsor sarà tenuto all'eventuale pagamento del canone relativo alle pubbliche affissioni o di quello relativo all'installazione di mezzi pubblicitari, nelle quote previste, qualora ne ricorrano i presupposti. Rimangono, più in generale, a carico dello Sponsor le spese relative al pagamento di imposte, tasse, canoni e corrispettivi previsti da leggi e/o regolamenti derivanti dall'esecuzione del contratto e dalla realizzazione delle attività sponsorizzate.
- e) Il professionista incaricato della progettazione e i soggetti affidatari dell'esecuzione (sia nel caso di sponsorizzazione tecnica diretta che indiretta) dovranno essere in possesso dei requisiti di legge per contrattare con la Pubblica Amministrazione (art. 94 e segg. del D.Lgs 36/2023) oltre ai prescritti requisiti professionali connessi al tipo di prestazione, fornitura, intervento.
- f) L'Impresa che esegue i lavori, in proprio o per conto dell'affidatario, avrà l'obbligo di adottare, durante l'esecuzione dei lavori, tutti i provvedimenti e le cautele necessarie per garantire l'incolumità degli operai e di terzi e per non produrre danni ai beni pubblici e privati, rimanendo espressamente inteso e convenuto che essa si assumerà ogni responsabilità sia civile che penale, nel caso di infortuni o danni.
- g) È vietato collocare sui cartelli pubblicità di altre aziende, imprese, ditte, ecc. pena la decadenza immediata del contratto senza che l'affidatario possa avanzare pretese risarcitorie. La collocazione dei cartelli di sponsorizzazione deve garantire la visibilità della segnaletica stradale e non creare confusione o interferenze all'utente della strada. Il loro posizionamento verrà concordato di volta in volta con l'Amministrazione previa acquisizione del parere da parte del competente responsabile della Polizia Locale.
- h) Dovrà essere presentata idonea dichiarazione tecnica relativa ai cartelli pubblicitari attestante che la struttura, compresi gli ancoraggi al terreno, è realizzata e posta in opera tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento in modo da garantirne la stabilità.
- i) L'assegnazione dell'area verde non modifica la natura intrinseca di superficie pubblica, accessibile a tutti e soggetta alle disposizioni delle vigenti norme urbanistiche e/o edilizie comunali. Lo Sponsor non potrà pertanto reclamare alcun uso esclusivo dell'area stessa.

- j) Il contratto di sponsorizzazione dovrà avere una durata minima di 1 anno.
- k) 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.
- l) Trattandosi di affidamento delle aree al fine di ottenere la valorizzazione ed il mantenimento delle stesse, il contratto in oggetto non costituisce atto di concessione.

3. Sponsorizzazioni di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale

a) Ai contratti di sponsorizzazione aventi ad oggetto interventi di restauro e manutenzione di beni immobili, mobili e delle superfici decorate di beni architettonici sottoposti a tutela ai sensi del D.Lgs. 42/2004, si applicano, oltre alle norme previste nel presente regolamento, l'art. 134 del D.Lgs., Titolo III, del D.lgs. n. 36/2023 e la restante vigente normativa in materia.

b) deve essere verificato, ai sensi del comma 4 del succitato art. 134 del D.Lgs. n. 36/2023, il rispetto degli articoli 66, 94, 95, 97 e 100 in ordine al possesso dei requisiti degli esecutori e della qualificazione degli operatori economici .

c) Qualora le imprese esecutrici rivestano la qualità di sponsor del Comune attraverso la realizzazione diretta di interventi di restauro e manutenzione, non potranno in nessun caso cedere ad altri soggetti il diritto di utilizzare lo spazio pubblicitario oggetto del contratto.

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

e) 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 e 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 16 – Affidamento del servizio di ricerca dello Sponsor

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Ente secondo la disciplina del presente Regolamento.
2. Il Comune, previa valutazione della convenienza sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, ha la facoltà di affidare il servizio di ricerca degli Sponsor a soggetti esterni in conformità con le disposizioni normative previste.

Articolo 17 – Controlli e verifiche

1. Il Settore comunale competente per materia provvede periodicamente alla verifica delle sponsorizzazioni al fine di accertare il corretto adempimento degli obblighi convenuti .
2. Eventuali difformità riscontrate in sede di verifica devono essere formalmente comunicate allo sponsor con tempestività a mezzo raccomandata a/r o PEC.
3. Il mancato rispetto delle disposizioni contrattuali puo' comportare la risoluzione del contratto, fatto salvo il risarcimento del danno.

CAPO IV DISPOSIZIONI FINALI

Articolo 18 – Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

1. Costituiscono risparmi di spesa le somme regolarmente stanziare in bilancio e non utilizzate in conseguenza dell'intervento dello sponsor, nei limiti del valore economico della sponsorizzazione formalmente accertato.
2. I risparmi di spesa di cui al comma 1 possono essere destinati, nel rispetto dei vincoli previsti dalla normativa vigente in materia di finanza pubblica e contrattazione integrativa, all'incremento della componente variabile del fondo per le risorse decentrate, secondo quanto disposto dagli indirizzi formulati dalla Giunta comunale alla delegazione trattante di parte pubblica. In alternativa, tali risorse possono essere utilizzate per il finanziamento di ulteriori iniziative istituzionali, coerenti con le finalità dell'Ente e nei limiti e secondo le modalità previste dal bilancio.

Articolo 19 – Trattamento dati personali

1. I dati personali raccolti in attuazione del presente Regolamento saranno trattati, da parte degli uffici competenti, esclusivamente per le finalità previste dal Regolamento stesso e per adempiere a eventuali obblighi di legge, ai sensi dell'art. 6, par. 1, del Regolamento (UE) 2016/679 (GDPR). Tali dati saranno trattati in conformità alla normativa vigente e potranno essere comunicati e/o diffusi a soggetti pubblici o privati, ove necessario, in relazione alle finalità connesse all'applicazione del presente Regolamento. I soggetti interessati possono esercitare i diritti loro riconosciuti dal GDPR, nei limiti e secondo le modalità previste dalla normativa in materia di protezione dei dati personali.

Articolo 20 – Norme di rinvio

1. Per quanto non espressamente disciplinato dal presente Regolamento, si rinvia alle disposizioni normative vigenti in materia.
2. I riferimenti normativi contenuti nel presente Regolamento si intendono effettuati alle disposizioni in vigore al momento della sua concreta applicazione, anche in caso di successive modifiche o aggiornamenti, senza necessità di revisione espressa del Regolamento stesso.
3. Restano integralmente richiamati gli obblighi di osservanza e adesione al Codice di comportamento dei dipendenti pubblici, di cui al D.P.R. n. 62/2013, nonché al

Codice di comportamento dell'Unione Terre di Pianura e al PIAO in vigore. Restano altresì integralmente richiamati gli obblighi di osservanza e adesione ai piani di prevenzione della corruzione e della trasparenza nazionale e quello dell'ente .

4. Il regolamento entrerà in vigore nei tempi e nei modi prescritti dalla vigente normativa in materia.