



**COMUNE DI PULSANO**  
Provincia di Taranto

**DELIBERAZIONE DEL CONSIGLIO COMUNALE**  
**N. 65 DEL 18/07/2024**

**OGGETTO: Approvazione Regolamento per la disciplina dei contratti di sponsorizzazione**

L'anno duemilaventiquattro addì diciotto del mese di Luglio alle ore 17:31, presso il Castello "De Falconibus", dietro regolare avviso di convocazione, notificato ai consiglieri comunali in carica e pubblicato all'Albo Pretorio del Comune nei termini di legge, si è riunito in sessione straordinaria pubblica di prima convocazione, il Consiglio Comunale sotto la presidenza del sig. OLIVA GENNARO e con l'assistenza del Segretario Generale DOTT. ROSARIO CUZZOLINI .

A seguito di appello nominale, effettuato all'inizio della seduta, sono risultati presenti n° 14 consiglieri comunali ed assenti n° 3, in conseguenza il Presidente dichiara aperta la seduta.

Alla trattazione del presente argomento risultano presenti:

<b>COGNOME E NOME</b>	<b>PRESENTE</b>	<b>COGNOME E NOME</b>	<b>PRESENTE</b>
D'ALFONSO AVV. PIETRO	SI	SALAMIDA ANNA GIOVANNA	SI
ANNESE SERGIO	SI	TARANTINO ANTONIO SIMONE	SI
LIPPOLIS ANTONELLA	SI	TOMASELLI FRANCESCA	SI
LUONGO PIERO FRANCESCO	SI	DEMARCO ANTONELLA	--
OLIVA GENNARO	SI	DI LENA ANGELO	--
NUNZELLA EMILIA	SI	VERGALLO FRANCO	SI
BOLOGNINO COSIMA	SI	MARRA FRANCESCO	SI
D'AMATO EMILIANO	--	GUZZONE CATALDO ETTORE	SI
SCIALPI ELENA	SI		

Presenti n° 14 Assenti n° 3

## IL CONSIGLIO COMUNALE

VISTO l'art. 119 del D.Lgs. 18 agosto 2000, n. 267, il cui unico primo comma recita testualmente: *“In applicazione dell'articolo 43 della legge 27 dicembre 1997, n. 449, al fine di favorire una migliore qualità dei servizi prestati, i comuni, le province e gli altri enti locali indicati nel presente testo unico, possono stipulare contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione, nonché convenzioni con soggetti pubblici o privati diretti a fornire consulenze o servizi aggiuntivi.”*

VISTI i commi 1, 2 e 3 dell'art. 43 della legge 27 dicembre 1997, n. 449, il cui testo è di seguito riportato:

*“1. Al fine di favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa e di realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi prestati, le pubbliche amministrazioni possono stipulare contratti di sponsorizzazione con soggetti privati ed associazioni, senza fini di lucro, costituite con atto notarile.*

*2. Le iniziative di cui al comma 1 devono essere dirette al perseguimento di interessi pubblici, devono escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata e devono comportare risparmi di spesa rispetto agli stanziamenti disposti. Si considerano iniziative di cui al comma 1, nel rispetto dei requisiti di cui al primo periodo del presente comma, anche quelle finalizzate a favorire l'assorbimento delle emissioni di anidride carbonica (CO<sub>2</sub>) dall'atmosfera tramite l'incremento e la valorizzazione del patrimonio arboreo delle aree urbane, nonché eventualmente anche quelle dei comuni finalizzate alla creazione e alla manutenzione di una rete di aree naturali ricadenti nel loro territorio, anche nel rispetto delle disposizioni del regolamento di cui al decreto del Presidente della Repubblica 8 settembre 1997, n. 357. Nei casi di cui al secondo periodo, il comune può inserire il nome, la ditta, il logo o il marchio dello sponsor all'interno dei documenti recanti comunicazioni istituzionali. La tipologia e le caratteristiche di tali documenti sono definite, entro sessanta giorni dalla data di entrata in vigore della presente disposizione, con decreto del Ministro dell'ambiente e della tutela del territorio e del mare, di concerto con il Ministro dell'interno, sentita la Conferenza unificata di cui all'articolo 8 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281, e successive modificazioni. Fermi restando quanto previsto dalla normativa generale in materia di sponsorizzazioni nonché i vincoli per la tutela dei parchi e giardini storici e le altre misure di tutela delle aree verdi urbane, lo sfruttamento di aree verdi pubbliche da parte dello sponsor ai fini pubblicitari o commerciali, anche se concesso in esclusiva, deve aver luogo con modalità tali da non compromettere, in ogni caso, la possibilità di ordinaria fruizione delle stesse da parte del pubblico. .... [Le disposizioni di cui agli omessi periodi di applicano esclusivamente alle amministrazioni dello Stato e, quindi, non interessano gli enti locali]*

*3. Ai fini di cui al comma 1 le amministrazioni pubbliche possono stipulare convenzioni con soggetti pubblici o privati dirette a fornire, a titolo oneroso, consulenze o servizi aggiuntivi rispetto a quelli ordinari. Il 50 per cento dei ricavi netti, dedotti tutti i costi, ivi comprese le spese di personale, costituisce economia di bilancio. Le disposizioni attuative del presente comma, che non si applica alle amministrazioni dei beni culturali ed ambientali e dello spettacolo, sono definite ai sensi dell'articolo 17, comma 1, della legge 23 agosto 1988, n.400.*

VISTO il seguente testo dell'unico comma dell'art. 120 del D.Lgs 22 gennaio 2004, n. 42:

*“1. È sponsorizzazione di beni culturali 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, con lo scopo di promuovere il nome, il marchio, l'immagine, l'attività o il prodotto dell'attività del soggetto erogante. Possono essere oggetto di sponsorizzazione iniziative del Ministero, delle regioni, degli altri enti pubblici territoriali nonché di altri soggetti pubblici o di persone giuridiche private senza fine di lucro, ovvero iniziative di soggetti privati su beni culturali di loro proprietà. La verifica della compatibilità di dette iniziative con le esigenze della tutela è effettuata dal Ministero in conformità alle disposizioni del presente codice.”*

VISTE le disposizioni di cui agli articoli 8 e 134 del D.Lgs. 31 marzo 2023 n. 36, di seguito riportati:

*Art. 8 - Principio di autonomia contrattuale. Divieto di prestazioni d'opera intellettuale a titolo gratuito.*

*1. Nel perseguire le proprie finalità istituzionali le pubbliche amministrazioni sono dotate di autonomia contrattuale e possono concludere qualsiasi contratto, anche gratuito, salvi i divieti espressamente previsti dal codice e da altre disposizioni di legge.*

2. Le prestazioni d'opera intellettuale non possono essere rese dai professionisti gratuitamente, salvo che in casi eccezionali e previa adeguata motivazione. Salvo i predetti casi eccezionali, la pubblica amministrazione garantisce comunque l'applicazione del principio dell'equo compenso.

3. Le pubbliche amministrazioni possono ricevere per donazione beni o prestazioni rispondenti all'interesse pubblico senza obbligo di gara. Restano ferme le disposizioni del codice civile in materia di forma, revocazione e azione di riduzione delle donazioni.”

“Art. 134 - Contratti gratuiti e forme speciali di partenariato.

1. Per tutte le attività finalizzate alla tutela e alla valorizzazione dei beni culturali, l'amministrazione può stipulare contratti gratuiti, ai sensi dell'articolo 8, comma 1, del codice, ferme restando le prescrizioni dell'amministrazione preposta alla loro tutela in ordine alla progettazione e all'esecuzione delle opere e delle forniture e alla direzione dei lavori e al loro collaudo.

2. Per assicurare la fruizione del patrimonio culturale della nazione e favorire altresì la ricerca scientifica applicata alla sua tutela o alla sua valorizzazione, lo Stato, le regioni e gli enti territoriali possono, con le risorse umane, finanziarie e strumentali disponibili a legislazione vigente, attivare forme speciali di partenariato con enti e organismi pubblici e con soggetti privati, dirette a consentire il recupero, il restauro, la manutenzione programmata, la gestione, l'apertura alla pubblica fruizione e la valorizzazione di beni culturali, attraverso procedure semplificate di individuazione del partner privato analoghe o ulteriori rispetto a quelle previste dall'articolo 8.

3. Resta fermo quanto previsto ai sensi dell'articolo 106, comma 2-bis, del codice dei beni culturali e del paesaggio, di cui al decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42.

4. L'affidamento di contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi o forniture per importi superiori a 40.000 euro, mediante dazione di danaro o accollo del debito, o altre modalità di assunzione del pagamento dei corrispettivi dovuti, ivi compresi quelli 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 codice dei beni culturali e del paesaggio, di cui al decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42, delle fondazioni lirico-sinfoniche e dei teatri di tradizione, 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 degli articoli 66, 94, 95, 97 e 100 in ordine alla verifica dei requisiti degli esecutori e della qualificazione degli operatori economici. Nel caso in cui lo sponsor intenda realizzare i lavori, prestare i servizi 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. La stazione appaltante e l'amministrazione preposta alla tutela dei beni culturali impartiscono opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere o forniture e alla direzione dei lavori e collaudo degli stessi.”

FATTO PRESENTE che il ricorso ai contratti di sponsorizzazione, nel perseguimento dell'interesse pubblico, costituisce una opportunità innovativa di finanziamento delle attività di questo Comune ed è, inoltre, finalizzato a promuovere e incentivare la collaborazione tra pubblico e privato; può favorire il miglioramento organizzativo realizzando una valorizzazione delle competenze, delle professionalità, della disponibilità di persone, enti, associazioni e aziende attivi sul territorio; può determinare una migliore qualità nei servizi e nelle prestazioni erogati alla collettività nonché possibili economie di spesa;

FATTO PRESENTE che attraverso l'utilizzo dei contratti di sponsorizzazione si può anche promuovere e favorire l'autonoma iniziativa dei cittadini, singoli e associati, per lo svolgimento di attività di interesse generale, sulla base del principio di sussidiarietà di cui all'art. 118 della Costituzione e dell'art. 3 del D.Lgs. n. 267/2000;

CONSIDERATO, pertanto, necessario che il Comune di Pulsano si doti di un apposito regolamento con cui disciplinare la materia dei contratti di sponsorizzazione;

VISTO il “Regolamento per la disciplina dei contratti di sponsorizzazione” da sottoporre all'esame e all'approvazione di questo Consiglio, il cui testo è stato allegato alla presente proposta di deliberazione;

DATO ATTO che l'approvando Regolamento è stato sottoposto al preventivo esame della Commissione consiliare, tenutasi in data 17.07.2024;

VISTI il favorevole parere di regolarità tecnica espresso ai sensi dell'articolo 49 del d.lgs. n. 267/2000 sulla proposta della presente deliberazione, sulla quale è riportato;

VISTO lo Statuto di questo Comune;

VISTO l'art. 42, comma 2, lettera a), del D.Lgs. 18 agosto 2000, n. 267;

UDITI gli interventi dei componenti di questo consesso partecipanti alla discussione dell'argomento in esame, come registrati e riportati nell'apposito allegato stenotipato;

RITENUTO opportuno e doveroso approvare il predetto "Regolamento per la disciplina dei contratti di sponsorizzazione";

Con il seguente esito della votazione, espressa per alzata di mano, esito accertato e proclamato dal Presidente:

consiglieri presenti n. 14 - assenti n. 3 (D'Amato – Dermanco e Di Lena)

voti favorevoli n. 13 - astenuti n. 1 (Marra) – contrari n. 0

### **DELIBERA**

di approvare il "Regolamento per la disciplina dei contratti di sponsorizzazione" costituito da n. 24 articoli, allegato alla presente deliberazione per costituirne parte integrante e sostanziale.

Successivamente

### **IL CONSIGLIO COMUNALE**

RILEVATA l'urgenza di poter fruire con la massima tempestività dei contratti di sponsorizzazione previsti nell'approvato Regolamento;

VISTO l'art. 134, comma 4, del D.Lgs. 18 agosto 2000, n. 267;

Con il seguente esito della votazione, espressa per alzata di mano, esito accertato e proclamato dal Presidente:

consiglieri presenti n. 14 - assenti n. 3 (D'Amato – Dermanco e Di Lena)

voti favorevoli n. 13 - astenuti n. 1 (Marra) – contrari n. 0

### **DELIBERA**

di dichiarare immediatamente eseguibile la su riportata deliberazione.

I lavori del Consiglio Comunale terminano alle ore 19:10.





---

**PARERE DI REGOLARITA' TECNICA**

Ai sensi dell'art. 49 c.1 del T.U.E.L. il Responsabile del Settore **DOTT. ROSARIO CUZZOLINI** in data **15/07/2024** ha espresso parere **FAVOREVOLE**

**DOTT. ROSARIO CUZZOLINI**

---

**PARERE DI REGOLARITA' CONTABILE**

Ai sensi dell'art. 49 c.1 del T.U.E.L. il Responsabile del Settore **LUDOVICO PASQUALE** in data **16/07/2024** ha espresso parere **FAVOREVOLE**

**LUDOVICO PASQUALE**

---

**LETTO APPROVATO E SOTTOSCRITTO**

**Il Presidente**  
**OLIVA GENNARO**

**Il Segretario Generale**  
**DOTT. ROSARIO CUZZOLINI**

---

**NOTA DI PUBBLICAZIONE N. 1428**

Ai sensi dell'art. 124 del T.U. 267/2000 il Responsabile della Pubblicazione **LIBERA ARCANGELO** attesta che in data **25/07/2024** si è proceduto alla pubblicazione sull'Albo Pretorio.

La Delibera è esecutiva ai sensi ex art. 134, comma 4 del T.U.E.L..

Pulsano, lì 25/07/2024

Il Firmatario della pubblicazione  
**LIBERA ARCANGELO**



# **COMUNE DI PULSANO**

Provincia di Taranto

## **REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE**

approvato dal Consiglio Comunale  
con deliberazione n. .... del .....

entrato in vigore in data .....

## **INDICE**

<b>articolo</b>	<b>rubrica</b>
	Titolo I NORME GENERALI
1	Oggetto, finalità e principi
2	Definizioni
3	Oggetto delle sponsorizzazioni
4	Ambito di applicazione delle sponsorizzazioni
5	Obblighi dello sponsor
6	Obblighi dello sponsee
7	Sponsorizzazione di interventi di restauro e manutenzione di beni di interesse storico, archeologico, architettonico, storico, culturale
8	Mecenatismo e "ART BONUS"
	Titolo II PROCEDURA
9	Iniziativa di sponsorizzazione da parte del Comune
10	Riserva organizzativa e agenzie specializzate
11	Elenco sponsor accreditati
12	Iniziativa della sponsorizzazione da parte di soggetti terzi
13	Norme generali per procedure di affidamento
14	Valutazione delle proposte e delle offerte di sponsorizzazione
15	Esclusione di offerte e rifiuto di proposte di sponsorizzazione
16	Contenuto del contratto di sponsorizzazione
17	Verifiche e monitoraggio
18	Protezione dei dati personali
	Titolo III NORME TRIBUTARIE, CONTABILI E FISCALI
19	Agevolazioni tributarie
20	Aspetti contabili e fiscali
21	Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni
22	Tracciabilità dei finanziamenti
	Titolo III NORME FINALI
23	Norme di rinvio
24	Pubblicità e entrata in vigore del regolamento

## **Titolo I**

### **NORME GENERALI**

#### **Articolo 1**

##### **OGGETTO - FINALITÀ E PRINCIPI**

1. Il presente regolamento disciplina, in conformità alle disposizioni di cui all'art. 43 della legge 27 dicembre 1997, n. 449 (1), all'art. 119 del d.lgs. 18 agosto 2000, n. 267 (2), all'art. 120 del d.lgs. 22 gennaio 2004, n. 42 (3), agli artt. 8 e 134 del d.lgs. 31 marzo 2023, n. 36 (4), i presupposti, le condizioni, i limiti e la procedura dei procedimenti amministrativi afferenti i contratti di sponsorizzazione con soggetti pubblici e privati, di cui il Comune di Pulsano, nello svolgimento delle proprie funzioni istituzionali, intende avvalersi, anche in attuazione del principio di sussidiarietà orizzontale di cui all'art. 118 della Costituzione e all'art. 3 del d.lgs. n. 267/2000, al fine di favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa, di realizzare maggiori economie di spesa per supportare la realizzazione di lavori e la fornitura di beni e servizi e di migliorare la qualità dei servizi da erogare.
2. Il ricorso ai contratti di sponsorizzazione, diretto anche a promuovere l'autonoma iniziativa dei cittadini e delle loro formazioni sociali, è finalizzato in particolare a:
  - a) favorire il miglioramento e lo sviluppo dell'innovazione nell'organizzazione tecnica e amministrativa del Comune, valorizzando competenze e professionalità interne;
  - b) recuperare proventi in entrata o maggiori economie di spesa rispetto ai fabbisogni programmati, nel rispetto dell'ordinamento finanziario degli enti locali;
  - c) migliorare la qualità e sostenibilità degli interventi e dei servizi istituzionali erogati alla collettività;
  - d) promuovere attività, iniziative, eventi e progetti di pubblico interesse.
3. I predetti contratti devono essere stipulati nel rispetto dei seguenti principi generali:
  - l'esclusivo perseguimento dell'interesse pubblico;
  - l'esclusione di qualsiasi situazione, anche potenziale, di conflitto di interessi tra il Comune e il soggetto privato contraente ovvero tra le rispettive attività;
  - il rispetto dei principi di economicità, efficacia, efficienza, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità;
  - non contrastare con specifiche disposizioni legislative e regolamentari inerenti all'oggetto della prestazione.

#### **Articolo 2**

##### **DEFINIZIONI**

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
  - a) "Comune" o "Amministrazione comunale", il Comune di Pulsano;
  - b) "sponsorizzazione", ogni corrispettivo offerto in denaro, ovvero ogni prestazione consistente in forniture di lavori, beni o servizi, diretta o indiretta, proveniente da soggetti terzi, pubblici e privati, finalizzata a promuovere il proprio nome, marchio, attività o i prodotti, i servizi e simili ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e, quindi, un beneficio di immagine;
  - c) per "sponsor" o "sponsorizzatore": persona fisica o giuridica, avente o meno scopo o finalità commerciali, che stipula un contratto di sponsorizzazione o un accordo al fine di corrispondere al Comune (sponsee o sponsorizzato) un finanziamento in denaro ovvero una fornitura di lavori e/o di beni o di servizi, ricevendone quale controprestazione la divulgazione presso il pubblico di propri segni distintivi; (quali: le società di persone e di capitali, le imprese individuali, le cooperative, le mutue assicurazioni e i consorzi imprenditoriali, le associazioni senza scopo di lucro, generalmente riconosciute con atto notarile e le fondazioni, le cui finalità statutarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali del Comune, nonché gli enti e le istituzioni pubblici, che stipulano un contratto di sponsorizzazione);

- l) per “sponsee” o “sponsorizzato”: il Comune beneficiario della prestazione oggetto della sponsorizzazione che rende la contro prestazione consistente nell’assumere l’obbligo di associare alle proprie attività o beni la divulgazione presso il pubblico dei segni distintivi - quali: immagine, marchio, etc. - dello sponsor nei modi previsti dal contratto o dall’accordo;
- d) per “sponsorizzazione attiva”: allorché il Comune assume la veste di sponsor o sponsorizzatore finanziando e pubblicizzando l’attività di un soggetto terzo;
- e) per “sponsorizzazione passiva”: allorché il Comune assume la veste di sponsee o soggetto sponsorizzato da un soggetto terzo;
- f) per “contratto di sponsorizzazione”: un contratto atipico, a titolo oneroso o comunque economico e a prestazioni corrispettive, mediante il quale un soggetto (denominato sponsor o sponsorizzato) si obbliga a versare denaro ovvero ad eseguire lavori, servizi e/o forniture in favore di altro soggetto (denominato sponsee o “sponsorizzato”) che a sua volta si obbliga, nell’ambito delle proprie iniziative, eventi, progetti e contratti, a diffondere il nome dello sponsor tramite veicolazione del nome, del marchio, dell’immagine, dell’attività, dei prodotti, dei servizi e simili nei modi previsti dal contratto di sponsorizzazione;
- g) per “sponsorizzazione pura o finanziaria”: la sponsorizzazione in cui la prestazione resa da un soggetto (sponsor) in favore del Comune (sponsee) è costituita esclusivamente mediante dazione di danaro o accollo del debito, o altre modalità di assunzione del pagamento dei corrispettivi dovuti;
- h) per “sponsorizzazione tecnica”: la sponsorizzazione in cui la prestazione resa da un soggetto (sponsor) in favore del Comune (sponsee) è costituita dalla realizzazione di lavori e/o dalla fornitura di beni e/o di servizi;
- i) per “sponsorizzazione mista”: la sponsorizzazione risultante dalla combinazione della sponsorizzazione tecnica e della sponsorizzazione finanziaria;
- m) per “spazio pubblicitario”: lo spazio fisico o digitale o telematico o qualsiasi altro supporto messo a disposizione dal Comune e utilizzato per promuovere l’immagine dello sponsor.;
- l) “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 verso terzi.
- m) “interventi”: le iniziative, le attività, i beni, i mezzi, le prestazioni, i servizi, i lavori e le opere pubbliche che sono oggetto della sponsorizzazione;
- n) “Settore competente”, il Settore del Comune competente in relazione all’ambito oggetto di sponsorizzazione;
- o) “Settore Contratti”, il Settore del Comune competente in materia di contratti pubblici;
- p) “TUEL”, il “Testo unico delle leggi sull’ordinamento degli Enti locali”, approvato con D.Lgs. 8 agosto 2000, n. 267;
- q) “Codice”, il “Codice dei contratti pubblici”, approvato con D.Lgs. 31 marzo 2023, n. 36.

**2. Ai fini del presente regolamento, non costituisce ipotesi di sponsorizzazione:**

- l’erogazione a favore del Comune di somme di denaro, forniture di lavori e/o beni o servizi, allorché tali erogazioni siano effettuate dal privato a titolo di liberalità o di mero “mecenatismo”. L’accettazione di tali erogazioni da parte del Comune è subordinata alla sussistenza dell’interesse pubblico.
- i contratti a titolo gratuito di cui all’art. 8 comma 1 del D. Lgs. 36/03.
- gli interventi a carattere occasionale o continuativo, di cura o di gestione condivisa degli spazi pubblici e degli edifici, periodicamente individuati dall’Amministrazione o proposti dai cittadini attivi disciplinati mediante accordi di collaborazione per la cura e rigenerazione dei beni comunali non comportanti sponsorizzazioni;
- altre forme speciali di partenariato, disciplinate da specifiche normative regolamentari di settore, anche al fine della fruizione, tutela e valorizzazione del patrimonio comunale con riferimento a eventi culturali, sociali, ricreativi, sportivi.

**Articolo 3**

## **OGGETTO DELLA SPONSORIZZAZIONE**

1. Negli atti di programmazione dell'azione dell'Amministrazione o in apposite deliberazioni del Consiglio o della Giunta comunali, secondo le rispettive competenze di cui al successivo articolo 9, il ricorso al contratto di sponsorizzazione e/o di collaborazione può essere utilizzato per tutte le iniziative, le attività, i beni, i servizi e le opere pubbliche del Comune .
2. Il contratto di sponsorizzazione può avere ad oggetto:
  - a) la fornitura di materiali o attrezzature;
  - b) la gestione di un'opera o di un'area;
  - c) la realizzazione di un'opera o lavoro;
  - d) la fornitura di una prestazione di servizio o di un bene;
  - e) l'erogazione di una somma in denaro finalizzata alla realizzazione di un'attività o opera o servizio; a tal fine sarà individuato un apposito capitolo di bilancio in entrata sul quale riversare le relative somme utilizzate esclusivamente ai fini prefissati nei contratti di sponsorizzazione.
3. La sponsorizzazione può realizzarsi, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, attraverso le seguenti iniziative:
  - a) concessione a terzi dell'utilizzo del logo e dei marchi del Comune allo scopo di sfruttare il valore commerciale che gli stessi possono assumere;
  - b) sponsorizzazione di eventi sportivi, culturali, sociali;
  - 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 ai fini pubblicitari di spazi su documentazione del Comune (buoni mensa, cedolini stipendi, bollette, carta intestata, buste, sito internet, ecc...);
  - e) servizi di manutenzione e gestione di aree verdi o servizi diversi;
  - f) fornitura di beni con particolare riferimento ad attrezzature informatiche di vario genere, sia hardware che software con/senza prestazioni di servizio, alla fornitura di arredo urbano compreso l'acquisto di mezzi per la gestione dello stesso, ecc...;
  - g) attività di progettazione, direzione lavori, esecuzione e collaudo di opere pubbliche;
  - h) bollettazione;
  - i) la realizzazione di mostre, concerti e spettacoli;
  - j) la realizzazione di siti internet;
  - k) la gestione di sportelli informagiovani, marketing e promozione territoriale;
  - l) l'esecuzione di lavori in concessione, l'acquisto di mezzi di trasporto pubblico, la realizzazione di impianti sportivi;
  - m) il restauro di beni architettonici e monumentali, il recupero di opere d'arte e/o archivi storici;
  - n) attività di comunicazione istituzionale attraverso i mezzi di comunicazione di massa, l'assistenza agli uffici di staff e l'ufficio stampa, la realizzazione di periodici e programma televisivi.

## **Articolo 4**

### **AMBITO DI APPLICAZIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI**

1. Le iniziative di sponsorizzazione, realizzate previa stipula di appositi contratti con soggetti pubblici e privati, possono riguardare i seguenti interventi da attuare dal Comune nell'espletamento delle proprie funzioni istituzionali riguardanti la popolazione e il territorio comunali precipuamente nei settori organici dei servizi alla persona e alla comunità per: svolgere iniziative e attività; acquisire e gestire beni e mezzi; fornire prestazioni e servizi; conseguire forniture di lavori, beni e servizi.
2. Il Comune può assumere nelle fattispecie di sponsorizzazione passiva la posizione di sponsee o sponsorizzato allo scopo di realizzare benefici in termini di acquisizione di entrate o di minori costi connessi alle iniziative attivate, ovvero in fattispecie di sponsorizzazione attiva la posizione di sponsor o sponsorizzatore, qualora ritenga fondamentale la divulgazione della propria immagine in relazione all'organizzazione e alla gestione, da parte di un soggetto privato, di un evento significativo e rilevante in termini di interesse pubblico.

3. Rimane distinto e separato il mero patrocinio del Comune, inteso come una forma di adesione ed una manifestazione di apprezzamento dell'Ente ad iniziative ritenute meritevoli per le loro finalità sociali, culturali, artistiche, turistiche, sportive e religiose, disciplinato da apposito regolamento approvato con deliberazione del Consiglio Comunale n. 61 del 29.05.2019.
4. Le sponsorizzazioni possono essere concluse al fine di realizzare o acquisire interventi, servizi, prestazioni, beni o attività inseriti in atti di programmazione o pianificazione delle attività istituzionali con finanziamento a carico del bilancio del Comune. I risultati delle sponsorizzazioni si possono concretizzare nella realizzazione di una economia di bilancio totale o parziale rispetto alla previsione di spesa in relazione all'acquisizione, senza oneri per l'ente, del previsto risultato da parte dello sponsor.

#### **Articolo 5 OBBLIGHI DELLO SPONSOR**

1. Lo sponsor è tenuto a rendere al Comune il corrispettivo per il ritorno di immagine del proprio nome/marchio/logo/prodotti in una delle seguenti forme:
  - a) mediante erogazione diretta al Comune 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 a carico dello sponsor i costi relativi all'installazione e manutenzione di eventuali impianti per la segnalazione della sponsorizzazione che riportino marchio/logo/prodotti 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 di rateizzazione concordata nel contratto.
4. Nel caso di sponsorizzazione tecnica, lo sponsor si obbliga ad eseguire l'intervento secondo il cronoprogramma previsto nel contratto.
5. In ogni caso, a garanzia della liquidazione del saldo e/o delle prestazioni assunte, nel contratto può essere previsto a carico dello sponsor di presentare all'atto della sottoscrizione dello stesso contratto, un'apposita polizza fideiussoria bancaria o assicurativa.

#### **Articolo 6 OBBLIGHI DELLO SPONSEE**

1. Lo sponsee, quale controprestazione del finanziamento ovvero dei lavori, beni e servizi forniti dallo sponsor, potrà realizzare, a titolo esemplificativo e non esaustivo, alcune delle seguenti forme pubblicitarie:
  - a) riproduzione del marchio/logo e delle generalità dello sponsor sul materiale pubblicitario dell'intervento e/o sul sito web del Comune, all'interno dello spazio informativo inerente l'attività interessata;
  - b) posizionamento di targhe o cartelli o similari indicanti marchio/logo/prodotti o generalità dello sponsor su beni durevoli o mezzi o spazi oggetto della sponsorizzazione;
  - c) utilizzo, a fini pubblicitari, di spazi all'interno delle sedi degli uffici comunali (es. bacheche, sale riunioni, sale d'attesa, punti di ristoro, androni, teli a coperture di lavori/opere);
  - d) utilizzo, a fini pubblicitari, di spazi sulla documentazione del Comune (es. carta intestata, brochure, volantini, inviti).
2. Le forme pubblicitarie potranno riguardare tutte o alcune delle modalità previste dal presente articolo, determinate, di volta in volta, nel contratto.

#### **Articolo 7 SPONSORIZZAZIONE DI INTERVENTI DI RESTAURO E MANUTENZIONE DI BENI**

## **DI INTERESSE STORICO, ARCHEOLOGICO, ARCHITETTONICO, STORICO E CULTURALE**

1. I contratti di sponsorizzazione possono avere ad oggetto interventi di restauro, di recupero, di manutenzione, di tutela e valorizzazione di beni ed edifici di interesse storico, archeologico, architettonico, artistico e culturale, ivi compresi archivi storici e opere d'arte.
2. Ai contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi e forniture relativi ai predetti beni culturali si applicano le disposizioni di cui al D.Lgs. 22 gennaio 2004, n. 42 ("Codice dei beni culturali e del paesaggio").
3. La verifica della compatibilità delle iniziative di cui al comma 1 del presente articolo con le esigenze della tutela dei beni è effettuata dal Ministero in conformità alle disposizioni del D.Lgs. n. 42/2004, recante «*Codice dei beni culturali e del paesaggio*».

### **Articolo 8**

#### **MECENATISMO E "ART BONUS"**

1. L'Amministrazione comunale, al fine di poter essere destinataria di erogazioni liberali a favore di proprie opere o attività di arte, cultura e spettacolo da parte di privati, intende registrarsi al portale "Art Bonus" del Ministero della Cultura ai sensi e per gli effetti delle disposizioni di cui al decreto legge 31 maggio 2014, n. 83 "Disposizioni urgenti per la tutela del patrimonio culturale, lo sviluppo della cultura e il rilancio del turismo", convertito con modificazioni nella Legge 29 luglio 2014, n. 106, inerente il cosiddetto "ART BONUS".
2. 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 prevalenza di profili del cosiddetto "mecenatismo" da parte dello sponsor, sono formalizzate a seguito di una procedura a trattativa privata diretta, qualunque sia il valore della prestazione resa.
3. La raccolta di "finanziamento collettivo" (il cosiddetto "Crowdfunding") per il sostegno degli interventi di cui al presente articolo, avviene mediante apposite piattaforme online, anche allo scopo di assicurare la tracciabilità e il monitoraggio dei flussi finanziari.
4. Le predette erogazioni devono essere preventivamente accettate con deliberazione del Consiglio comunale se ineriscono beni culturali di cui al D.Lgs. n. 42/2004, ovvero dalla Giunta Comunale per erogazioni inerenti altri beni o servizi.

## **Titolo II**

### **PROCEDURA**

#### **Articolo 9**

##### **INIZIATIVA DI SPONSORIZZAZIONE DA PARTE DEL COMUNE**

1. Il procedimento amministrativo finalizzato ad una sponsorizzazione attiva o passiva comunque necessaria per contribuire al soddisfacimento di bisogni della collettività, da realizzare anche parzialmente, può essere avviato dall'Amministrazione comunale su iniziativa propria o su sollecitazione di cittadini o associazioni locali o su proposta di soggetti interessati all'attuazione di attività meritevoli di sponsorizzazione finalizzate al perseguimento di un interesse pubblico.
2. Il Consiglio e la Giunta comunali possono, nell'ambito delle rispettive competenze di cui ai successivi commi, approvare forme di "sponsorizzazione" attive o passive per realizzare direttamente o attraverso iniziative di soggetti terzi attività di promozione culturale, sportiva, turistica, sociale, di protezione civile, di tutela dell'ambiente, di tutela e valorizzazione del verde pubblico e dell'arredo urbano, di ogni altra attività di rilevante interesse pubblico.
3. 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 e correlate al comune interesse del Comune e del contraente. In tal caso, 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.

4. Sono consentite sponsorizzazioni plurime da attuare anche da distinti soggetti sponsorizzatori per distinti oggetti e/o attività previste nell'ambito di uno stesso progetto.
5. La decisione di avvalersi dello strumento della sponsorizzazione su iniziativa dell'Amministrazione comunale, salvo che non sia già previsto nel documento unico di programmazione (DUP) o in altri obbligatori documenti di programmazione o pianificazione, compete:
  - a) al Consiglio Comunale, se attiene alla costruzione, ristrutturazione e manutenzione di beni immobili comunali soggetti a vincolo storico, archeologico o paesaggistico;
  - b) alla Giunta Comunale, se attiene ai beni immobili demaniali diversi da quelli di cui alla precedente lettera a) o patrimoniali ovvero alla gestione di servizi pubblici o di singole attività istituzionali.I predetti organi di governo possono assumere tali decisioni anche nel corso dell'anno finanziario con apposite deliberazioni anche a integrazione o modifica dei predetti atti di programmazione o pianificazione.
6. Compete, inoltre al Consiglio Comunale, accogliere le proposte di sponsorizzazioni formulate da terzi comportanti per il Comune dazione di denaro o accollo di un debito o altre modalità di assunzione del pagamento di corrispettivi ovvero l'obbligo o l'onere di far utilizzare per scopo remunerativo un bene immobile di proprietà comunale, il cui predetto onere finanziario o valore economico superi 40.000 euro;
7. Compete, inoltre, alla Giunta Comunale provvedere:
  - a) ad approvare il progetto di sponsorizzazione e l'eventuale capitolato d'oneri;
  - b) a determinare gli elementi essenziali - durata, modalità, condizioni, corrispettivo o prestazione dovuti dallo sponsor, ecc. - caratterizzanti ciascun intervento di sponsorizzazione attiva o passiva ovvero fornire specifici indirizzi per l'ordinaria gestione da parte dei Responsabili di Settore competenti per materia;
  - c) a programmare le fasi attuative e gestionali delle sponsorizzazioni da attuare dai Responsabili di Settore, i quali vi provvedono, in qualità di Responsabile Unico del procedimento (RUP) relativamente alle fasi della programmazione, della progettazione, dell'affidamento, dell'esecuzione, in base alle disposizioni del presente regolamento;
  - d) accogliere le proposte di sponsorizzazioni formulate da terzi, demandando al Responsabile del Settore competente il relativo affidamento:
    - d.1. comportanti per il Comune dazione di denaro o accollo di un debito o altre modalità di assunzione del pagamento di corrispettivi ovvero l'obbligo o l'onere di far utilizzare per scopo remunerativo un bene immobile di proprietà comunale, il cui predetto onere finanziario o valore economico non superi 40.000 euro;
    - d.2. le proposte formulate da terzi non comportanti per il Comune alcun onere diretto o indiretto di natura finanziaria o comunque economica, quali: l'utilizzo dello stemma e del nome del Comune, le richieste di sponsorizzazioni da parte di associazioni o operatori economici svolte per eventi di natura culturale, sociale, sportiva, turistica svolte a titolo gratuito per gli spettatori o i fruitori delle manifestazioni.
8. La Giunta Comunale può autorizzare con un'unica deliberazione manifestazioni di cui al punto d.2. del precedente comma 7 che si ripetono periodicamente nell'arco di un anno ovvero ogni anno da parte dello stesso soggetto proponente, demandando al Responsabile del Settore competente l'affidamento per ciascuna manifestazione da concordare con l'organizzatore.
9. Il Sindaco e la Giunta Comunale forniscono direttive in merito all'attuazione delle fasi esecutive e gestionali predette.
10. Il Responsabile del Settore competente ai fini dell'affidamento di qualsiasi sponsorizzazione che concerne l'utilizzo di immobili ovvero di strade o aree pubbliche comunali deve chiedere il preventivo parere ai rispettivi Responsabili di Settore e, quindi, comunicare loro copia dei provvedimenti di affidamento e dei contratti di sponsorizzazione.

11. I Responsabili di Settori competenti per materia provvedono all'adozione degli atti di gestione inerenti le fasi di programmazione, progettazione, affidamento, esecuzione, verifica e monitoraggio dei contratti di sponsorizzazione nel rispetto delle norme del presente regolamento.

#### **Articolo 10**

##### **RISERVA ORGANIZZATIVA E AGENZIE SPECIALIZZATE**

1. La gestione delle sponsorizzazioni è di norma effettuata direttamente dall'Amministrazione comunale secondo la disciplina del presente regolamento.
2. E' facoltà dell'Amministrazione comunale prevedere forme di coordinamento organizzativo che assicurino uniformità gestionale delle procedure di sponsorizzazione.
3. Il Consiglio e la Giunta, per progetti di sponsorizzazioni particolarmente complessi e/o comportanti una articolata organizzazione e/o un rilevante aspetto finanziario, qualora lo ritengano più conveniente sotto il profilo organizzativo economico e funzionale, hanno facoltà di formulare indirizzi per l'individuazione di soggetti esterni specializzati nel campo pubblicitario o nella raccolta di fondi per il reperimento di sponsorizzazioni.
4. In tale eventualità, il soggetto esterno è scelto nel rispetto della normativa vigente sugli affidamenti di servizi

#### **Articolo 11**

##### **ELENCO SPONSOR ACCREDITATI**

1. La Giunta comunale può istituire elenchi di sponsor accreditati, classificandoli in un unico elenco o in diversi elenchi per materia.
2. Gli elenchi sono costituiti con procedura aperta, previo avviso da pubblicare nell'Albo pretorio per almeno 30 giorni, con l'indicazione in linea di massima delle iniziative di sponsorizzazione.
3. Possono essere iscritti nell'elenco i soggetti in regola con le disposizioni di cui al successivo articolo 15.
4. Gli elenchi sono aperti e devono essere aggiornati con i nominativi dei soggetti che ne chiedono l'iscrizione entro trenta giorni dalla data di pervenimento della relativa richiesta.
5. I soggetti iscritti nei predetti elenchi sono invitati sia per gli affidamenti diretti, osservando il principio di rotazione, per importi non superiore a 40.000 euro e sia per le procedure concorrenziali superiori a 40.000 euro.

#### **Articolo 12**

##### **INIZIATIVA DELLA SPONSORIZZAZIONE DA PARTE DI SOGGETTI TERZI**

1. Il procedimento di sponsorizzazione può essere attivato dall'iniziativa di soggetti privati, persone fisiche o soggetti giuridici, quali, a titolo esemplificativo: enti pubblici, società, imprese individuali, associazioni, fondazioni, cittadini, con cui è possibile attivare i contratti di sponsorizzazione e/o collaborazione.
2. I predetti soggetti devono formulare per iscritto una proposta, nella quale devono indicare, oltre i dati identificativi del soggetto proponente, gli elementi essenziali relativi all'oggetto della sponsorizzazione.
3. L'Amministrazione Comunale può chiedere integrazioni o modifiche o chiarimenti concernenti la proposta, riservandosi di accettarla o meno.
4. Ai fini della sua eventuale approvazione, la proposta, dopo essere stata oggetto di istruzione da parte del Responsabile del Settore competente, deve essere oggetto di valutazione da parte del Consiglio Comunale o della Giunta Comunale, secondo le rispettive competenze di cui al precedente articolo 9 per quanto concerne la corrispondenza della stessa proposta con l'interesse pubblico perseguito.
5. Il procedimento deve concludersi con un provvedimento espresso e motivato, anche nell'ipotesi di non accoglimento della proposta.

6. Qualora, a seguito di una proposta di sponsorizzazione presentata da un soggetto terzo, l'Amministrazione comunale non intenda accoglierla e attivi una procedura concorrenziale sulla base della stessa proposta, all'originario promotore della sponsorizzazione è riconosciuto, entro un termine prestabilito, il diritto di adeguare, ove necessario, la propria proposta a quella giudicata più conveniente per il Comune e di essere quindi dichiarato affidatario del contratto.

### **Articolo 13**

#### **NORME GENERALI PER PROCEDURE DI AFFIDAMENTO**

1. Il Responsabile del Settore competente per materia provvede, sulla base di quanto deliberato dal Consiglio o dalla Giunta, ad avviare la procedura di affidamento del contratto di sponsorizzazione con l'adozione di una determinazione a contrarre ai sensi dell'articolo 192 del TUEL, con la quale approva anche gli schemi dell'avviso pubblico, dell'istanza di partecipazione alla selezione e del relativo contratto.
2. L'affidamento di contratti di sponsorizzazione comportanti per il Comune dazione di denaro o accollo di un debito o altre modalità di assunzione del pagamento di corrispettivi ovvero l'obbligo o l'onere di far utilizzare per scopo remunerativo un bene immobile di proprietà comunale può avvenire:
  - a) se il predetto onere finanziario o valore economico dell'utilizzo non superi 40.000 euro, previa indagine di mercato a livello locale ovvero anche mediante affidamento diretto ad un soggetto esterno, senza previa consultazione di altri operatori economici;
  - b) se il predetto onere finanziario o valore economico di utilizzo di un bene immobile è superiore a 40.000 euro, esclusivamente previa pubblicazione di apposito avviso pubblico, con il quale si rende nota la ricerca di uno sponsor per specifici interventi ovvero si dà comunicazione ad eventuali interessati dell'avvenuto ricevimento di una proposta di sponsorizzazione, indicandone sinteticamente il contenuto del contratto proposto.
3. La pubblicazione del predetto avviso è effettuata, per trenta giorni consecutivi, sul sito web istituzionale del Comune nella sezione "Albo pretorio" e/o nell'apposita sezione degli avvisi pubblici o, in mancanza di quest'ultima sezione, nella prima pagina dello stesso sito; e, qualora se ne ravvisi la necessità, di detto avviso può essere data pubblicizzazione anche tramite altri strumenti di diffusione.
4. L'affidamento diretto può essere utilizzato per le sponsorizzazioni di cui alla lettera b) del precedente comma 2 qualora la procedura concorrenziale sia risultata deserta.
5. Le proposte di sponsorizzazione possono pervenire su iniziativa spontanea di terzi ovvero a seguito della pubblicazione di un avviso pubblico da parte dell'Ente.
6. L'avviso pubblico deve contenere, in particolare, le seguenti informazioni:
  - a) l'oggetto della sponsorizzazione secondo i contenuti del capitolato o progetto di sponsorizzazione;
  - b) gli obblighi dello sponsor e dello sponsee;
  - c) le modalità e il termine perentorio per la presentazione delle offerte;
  - d) i requisiti soggettivi e oggettivi necessari per la partecipazione;
  - e) le modalità e i criteri di valutazione delle offerte;
  - f) le modalità di stipula del contratto;
  - g) la durata del contratto;
  - h) l'eventuale importo minimo, a base della procedura selettiva, richiesto quale controprestazione della sponsorizzazione;
  - i) l'eventuale diritto di prelazione riconosciuto a favore dello sponsor promotore;
  - l) l'eventuale compresenza di diversi sponsor nell'ambito del medesimo contratto;
  - m) le garanzie per l'assolvimento degli obblighi contrattuali da parte dello sponsor;
  - n) l'indicazione del Settore competente e del responsabile del procedimento;All'avviso pubblico è allegato il capitolato e/o il progetto di sponsorizzazione, lo schema dell'istanza di partecipazione e lo schema di contratto di sponsorizzazione.
7. Nel caso in cui sia attivata una procedura concorrenziale, all'originario promotore della

sponsorizzazione è riconosciuto il diritto di adeguare, entro un termine di almeno dieci giorni, la propria proposta a quella ritenuta più conveniente per il Comune, e ciò al fine di essere dichiarato affidatario del contratto.

8. L'offerta deve essere presentata in forma scritta, in lingua italiana e, tra l'altro, deve indicare almeno:
  - a) l'intervento che si intende sponsorizzare;
  - b) l'espressa e incondizionata accettazione delle condizioni previste negli atti del procedimento selettivo ivi compreso il capitolato e/o il progetto di sponsorizzazione;
  - c) le dichiarazioni sostitutive rese ai sensi degli articoli 46 e 47 del d.P.R. n. 445/2000, in merito al possesso dei requisiti e delle condizioni di partecipazione;
  - d) l'eventuale ulteriore documentazione richiesta nell'avviso;
  - e) l'impegno ad attuare tutti gli adempimenti e ad assumere tutte le responsabilità inerenti e/o conseguenti all'avviso pubblico ivi comprese le relative eventuali autorizzazioni.
9. Il procedimento amministrativo si conclude con un provvedimento espresso e motivato con il quale il Responsabile del Settore competente provvede all'affidamento del contratto ovvero prende atto dell'esito infruttuoso della procedura.
10. In ogni caso l'affidamento del contratto è subordinato alla verifica della sussistenza delle condizioni e del possesso dei requisiti in capo allo sponsor necessari per la partecipazione.

#### **Articolo 14**

##### **VALUTAZIONE DELLE PROPOSTE E DELLE OFFERTE DI SPONSORIZZAZIONE**

1. Le proposte di sponsorizzazione attiva e passiva prodotte di propria iniziativa da soggetti terzi devono essere valutate, dal Consiglio Comunale o dalla Giunta comunale secondo le rispettive competenze di cui al precedente articolo 9, sulla base di apposita istruttoria predisposta dal Responsabile del Settore competente, ai fini di individuarne la compatibilità con l'interesse pubblico, l'eventuale vantaggio economico o la sostenibilità finanziaria, un positivo ritorno di immagine per l'Amministrazione comunale.
2. Per l'affidamento della sponsorizzazione di importo superiore a 40.000 euro devono essere predeterminati dal Responsabile del Settore competente criteri selettivi oggettivi di valutazione di ciascuno degli elementi essenziali offerti nelle proposte da riportare nell'avviso pubblico, quali:
  - a) il valore economico offerto in termini di denaro o equivalente della prestazione;
  - b) elementi qualificanti la sponsorizzazione a seconda della natura del suo oggetto, quali: i profili tecnici della proposta, le caratteristiche estetiche, la qualità dello sponsor in termini di fiducia e di immagine, i termini di consegna e/o di esecuzione, la durata.
3. Qualora sia previsto quale criterio selettivo, quello dell'offerta economicamente più vantaggiosa, la valutazione è demandata ad un'apposita Commissione presieduta di diritto dal Segretario Comunale e da altri due componenti nominati con determinazione dal Segretario Comunale, di cui uno è il Responsabile del Settore competente e l'altro componente scelto sulla base della competenza in materia nell'organico di questo Comune o, in mancanza di adeguate professionalità nell'organico del Comune, tra funzionari di altre amministrazioni pubbliche e, in caso di documentata indisponibilità, tra professionisti esterni. Le nomine di cui al presente comma sono compiute secondo criteri di trasparenza, competenza e rotazione. Le funzioni di segretario verbalizzante sono, di norma, svolte da un dipendente comunale inquadrato almeno nell'area degli istruttori direttivi. La Commissione è nominata una volta scaduto il termine per la presentazione delle offerte di sponsorizzazione.
4. Nel caso di procedure di affidamento di contratti pubblici per la fornitura di lavori o beni o servizi in cui siano previste proposte di sponsorizzazione, la valutazione delle stesse proposte di sponsorizzazione eventualmente previste negli atti di gara è effettuata dalla Commissione giudicatrice della fornitura.
5. Non possono essere nominati commissari:
  - a) coloro che nel biennio precedente all'indizione della procedura di aggiudicazione sono stati componenti di organi di indirizzo politico della stazione appaltante;

- b) coloro che sono stati condannati, anche con sentenza non passata in giudicato, per i reati previsti nel Capo I del Titolo II del Libro II del codice penale;
  - c) coloro che si trovano in una situazione, anche potenziali, di conflitto di interessi con uno degli operatori economici partecipanti alla procedura; costituiscono situazioni di conflitto di interessi quelle che determinano l'obbligo di astensione previste dall'articolo 7 del regolamento recante il codice di comportamento dei dipendenti pubblici, di cui al decreto del Presidente della Repubblica 16 aprile 2013, n. 62.
6. Prima di procedere a qualsiasi atto attinente alla procedura selettiva ciascun componente le predette Commissioni, avuta conoscenza dei soggetti partecipanti alla procedura, deve dichiarare l'insussistenza di qualsiasi situazione, anche potenziale, di conflitto di interessi tra lo stesso componente e ciascun soggetto partecipante.
7. I soggetti proponenti una sponsorizzazione ovvero concorrenti ad una procedura selettiva non hanno diritto ad alcun compenso o rimborso per le relative spese sostenute.

### **Articolo 15**

#### **ESCLUSIONE DI OFFERTE E RIFIUTO DI PROPOSTE DI SPONSORIZZAZIONE**

1. Non possono essere affidati contratti di sponsorizzazione a operatori economici che versano nelle cause di esclusione di cui rispettivamente agli articoli 94 e 95 del d.lgs. n. 36/2023.
2. Sono altresì esclusi coloro che abbiano in atto con il Comune di Pulsano controversie giudiziarie di qualsiasi natura ovvero debiti tributari.
3. L'assenza di motivi di esclusione di cui ai commi precedenti deve essere accertata comunque prima della sottoscrizione del relativo contratto dal Responsabile del procedimento sulla base di apposita dichiarazione sostitutiva resa dall'affidatario ai sensi degli articoli 46 e 47 del d.P.R. n. 445/2000 e allegata all'offerta nelle procedure
4. L'Amministrazione comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva la facoltà di rifiutare qualsiasi proposta ovvero di revocare l'avviso pubblico di indizione della procedura concorrenziale o il provvedimento relativo all'affidamento o rescindere o risolvere unilateralmente il contratto qualora, anche a seguito di successive verifiche, si ravvisi la sussistenza anche di una delle seguenti condizioni:
  - a) la mancanza di interesse pubblico dell'attività o dell'iniziativa di sponsorizzazione;
  - b) una situazione, anche potenziale, di conflitto di interesse tra l'attività pubblica del Comune e quella dello sponsor;
  - c) un potenziale pregiudizio o danno all'immagine del Comune ovvero alle proprie iniziative o attività.
5. Sono altresì escluse, oltre le sponsorizzazioni aventi ad oggetto pubblicità, anche in forma indiretta, vietate in tutto o in parte secondo la normativa vigente, quelle aventi ad oggetto le finalità di seguito riportate a titolo indicativo e non esaustivo:
  - a) di propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
  - b) di diffusione di messaggi offensivi o di espressioni di fanatismo, di omofobia, di odio, di violenza, di minaccia;
  - c) di promozione, di commercializzazione e/o uso delle armi;
  - d) di messaggi inerenti il gioco d'azzardo o la produzione, la distribuzione e il consumo di tabacchi o di sostanze stupefacenti, materiale pornografico o comunque a sfondo sessuale, i medicinali o le cure mediche;
  - e) di messaggi lesivi del diritto di riservatezza e della salute, della dignità umana, dei diritti fondamentali delle persone fisiche o dei lavoratori, della tutela dei consumatori, della tutela dell'ambiente.
6. La motivazione in base a cui è decisa l'esclusione delle sponsorizzazioni può essere fondata anche sulla base di accertamenti recati da sentenze, decisioni, risoluzioni, inchieste, rapporti o altri atti ufficiali di pubbliche autorità nazionali, eurounitarie o internazionali a cui aderisce lo Stato italiano.

## Articolo 16

### CONTENUTO DEL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

1. Il contratto deve contenere, in particolare, i reciproci obblighi e le responsabilità in capo allo sponsor per quanto riguarda la propria prestazione ed allo sponsee quanto alla pubblicizzazione dello sponsor ed in particolare:
  - a) il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario e alla veicolazione della sua immagine;
  - b) il contenuto, la durata temporale e le modalità di esercizio del diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario e le specifiche condizioni relative all'eventuale organizzazione di ulteriori attività promozionali;
  - c) la definizione degli aspetti economici della sponsorizzazione, con particolare riguardo alla forma del corrispettivo;
  - d) la determinazione del corrispettivo nel caso di sponsorizzazione pura;
  - e) la disciplina dettagliata dell'uso del logo, marchio o segni distintivi da parte dello sponsor nonché dell'attività promozionale dei prodotti, servizi e simili dallo stesso esercitata;
  - f) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze;
  - g) il diritto dello Sponsor allo spazio pubblicitario;
  - h) la durata del contratto di sponsorizzazione non può essere, di norma, superiore a cinque anni;
  - i) qualora si rendesse necessario prevedere una durata superiore a 5 anni, lo schema del contratto deve obbligatoriamente essere sottoposto alla preventiva approvazione del Consiglio Comunale;
  - l) gli obblighi assunti rispettivamente dallo Sponsor e dall'Amministrazione e le relative sanzioni in caso di inadempimento;
  - m) le cause determinanti la revoca dell'affidamento, la rescissione e la risoluzione del contratto;
  - n) la specifica degli elementi caratteristici veicolati dall'Amministrazione nonché l'impegno dello sponsor ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti all'esposizione e alla veicolazione del messaggio pubblicitario;
  - o) l'impegno dello sponsor a svolgere le attività previste senza obbligo per l'Amministrazione di garantire il ritorno pubblicitario dello sponsor;
  - p) la eventuale cauzione prestata dallo Sponsor mediante polizza fideiussoria bancaria o assicurativa per il corretto adempimento e ogni altra eventuale garanzia, nel caso di contratti di lungo periodo;
  - q) l'esenzione di responsabilità civile conseguente all'allestimento e allo svolgimento diretto da parte dello sponsor delle attività oggetto della sponsorizzazione;
  - r) il foro competente in caso di controversie, il soggetto a cui carico sono le spese contrattuali.
2. Il contratto dovrà prevedere clausole che in nessun caso pregiudichino o condizionino l'attività dell'Amministrazione.
3. Il contratto, sottoscritto dal legale rappresentante dello sponsor e dal Responsabile del settore competente dell'Ente, è stipulato: nella forma pubblico-amministrativa tramite rogito del Segretario comunale o di un notaio in tutti i casi in cui la forma scritta è richiesta *ad substantiam* dalle norme del codice civile; nella forma della scrittura privata negli altri casi, le cui sottoscrizioni sono autenticate dal Segretario comunale. Le spese inerenti l'assolvimento dell'imposta di bollo restano a carico dello sponsor. La registrazione del contratto presso l'Agenzia delle Entrate è richiesta in caso d'uso e le relative spese sono a carico del richiedente.
4. Ogni contratto di sponsorizzazione, al pari dei contratti di appalto stipulati per scrittura privata, è soggetto a registrazione nel "Repertorio" del Comune.
5. Il Responsabile del settore competente, non appena il contratto è stato sottoscritto, provvede ad inviarne una copia allo sponsor, all'Ufficio contratti, al Responsabile del Settore finanziario e al Responsabile del Settore patrimonio e, ove necessario, al Responsabile del servizio personale.

## Articolo 17

### VERIFICHE E MONITORAGGIO

1. Per tutta la durata del contratto, le sponsorizzazioni devono essere soggette a periodiche verifiche da parte dei Responsabili di Settore competenti per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti in sede contrattuale nonché dei contenuti tecnici, aggiuntivi e qualitativi.
2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor e comunicate al Sindaco, all'Assessore competente per materia, ai Responsabili di Settore competenti per gli eventuali conseguenti effetti negativi rivenienti sull'organizzazione del servizio e/o sulle finanze o sul patrimonio comunali. La notifica allo sponsor e la eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

#### **Articolo 18**

##### **PROTEZIONE DEI DATI PERSONALI**

1. Il soggetto sponsorizzatore nella qualità di titolare del trattamento dei dati personali dallo stesso acquisiti con i propri strumenti e per le finalità proprie delle iniziative, attività, eventi e progetti di sponsorizzazione da svolgere è tenuto a trattare i predetti dati nel rispetto delle norme di cui al Regolamento UE n. 679 del 27/04/2016 e del decreto legislativo 30/06/2003, n. 196.

#### **Titolo III NORME FINALI**

#### **Articolo 19**

##### **AGEVOLAZIONI TRIBUTARIE**

1. In relazione al particolare interesse pubblico perseguito con le iniziative, le attività e gli interventi delle sponsorizzazioni la Giunta comunale può esentare motivatamente lo sponsorizzatore dal pagamento del canone di occupazione del suolo pubblico e del canone di concessione per gli impianti pubblicitari privati installati su spazi o aree comunali. Per le sponsorizzazioni non esentate gli importi i tributi e i canoni comunali eventualmente dovuti sono ridotti nella misura del 50 per cento, e ciò a modifica delle rispettive norme regolamentari comunali vigenti.
2. L'importo massimo complessivo dei benefici tributari concessi ai sensi del precedente comma 1 del presente articolo non deve essere comunque superiore al 50 per cento dell'eventuale corrispettivo offerto per la sponsorizzazione.
3. Restano salvi gli ulteriori eventuali benefici previsti dai vigenti Regolamenti comunali in materia di tributi purché rientrino nel limite complessivo dei benefici di cui al precedente comma.

#### **Articolo 20**

##### **ASPETTI CONTABILI E FISCALI**

1. Le prestazioni rese ai sensi del presente regolamento generano emissione di fattura e sono soggette alla vigente normativa fiscale, cui si rinvia, pertanto:
  - a) nel caso di sponsorizzazione pura, lo sponsee emette a favore dello sponsor una fattura di importo pari al contributo ricevuto, soggetto a IVA;
  - b) nel caso di sponsorizzazione tecnica ovvero qualora siano stati ceduti gratuitamente beni o servizi, è fatto obbligo della "doppia fatturazione", ovvero la fatturazione dello sponsor allo sponsee del valore del servizio o dei beni ceduti, soggetto a IVA e la fatturazione dello sponsee allo sponsor di pari importo, soggetto a IVA, con compensazione contabile delle due fatture, per le attività di promozione dell'immagine e/o del marchio e/o dei prodotti e servizi dello sponsor;
  - c) nel caso di compartecipazione economica diretta da parte dello sponsor alle spese di realizzazione di interventi/iniziativa/attività previste dal Comune è dato obbligo della "doppia fatturazione" quindi lo sponsor emetterà una fattura dell'importo pari alle spese sostenute, soggetto a IVA, e lo sponsee emetterà una fattura di uguale importo, soggetto a IVA, a titolo di

- sponsorizzazione;
- d) nel caso di sponsorizzazione mista, lo sponsee emette a favore dello sponsor una fattura pari al valore complessivo della sponsorizzazione, soggetto a IVA mentre lo sponsor emette allo sponsee una fattura dell'importo del valore dei lavori/beni/servizi realizzati, soggetto a IVA.
2. Rimangono a carico dello sponsor le spese relative al pagamento delle imposte, tasse, canoni e corrispettivi previsti dalla legge e/o da regolamenti derivanti dall'esecuzione del contratto di sponsorizzazione e dalla realizzazione delle attività sponsorizzate.
  3. I corrispettivi dei contratti di sponsorizzazione sono previsti in bilancio e nel Piano esecutivo di gestione e nel Piano delle performance ad inizio anno, o durante l'anno mediante variazioni, in osservanza dell'ordinamento finanziario e contabile degli Enti locali. I corrispettivi costituiti da proventi di entrata sono contabilizzati tra le entrate; i corrispettivi costituiti da risparmi sono comunque contabilizzati a bilancio in entrata e in spesa per pari importo al fine di assicurare il rispetto del principio di integrità del bilancio e della normativa fiscale.

### **Articolo 21**

#### **UTILIZZO DEI RISPARMI DI SPESA DERIVANTI DALLE SPONSORIZZAZIONI**

1. Sono considerati risparmi di spesa:
  - a) le somme previste in bilancio ovvero nel quadro economico d'appalto e non utilizzate alla luce dell'intervento dello sponsor, nei limiti del valore della sponsorizzazione;
  - b) le sponsorizzazioni pure a fronte della concessione di spazi pubblicitari nell'ambito di proprie iniziative/attività/interventi.
2. I risparmi di spesa, nel rispetto delle disposizioni di legge in materia di contenimento della spesa pubblica e disposizioni contrattuali vigenti, possono essere utilizzati per le seguenti finalità:
  - a) nella misura del 10%, per incrementare il fondo per la retribuzione di posizione e di risultato della dirigenza;
  - b) nella misura del 40%, per incrementare il fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per il miglioramento della produttività, dell'efficienza e dell'efficacia dei servizi;
  - c) nella misura restante del 50%, per finanziare altri interventi programmati ovvero per costituire economie di bilancio.

### **Articolo 22**

#### **TRACCIABILITÀ DEI FINANZIAMENTI**

1. La sponsorizzazione tecnica è soggetta alla disciplina sulla tracciabilità, in quanto l'apporto correlato alla realizzazione di lavori, servizi e forniture pubblici integra la fattispecie di cui all'articolo 3, comma 1 della Legge 13 agosto 2010, n. 136 ed è pertanto soggetto all'applicazione degli obblighi di tracciabilità.
2. La sponsorizzazione pura, traducendosi in un finanziamento a favore del pubblico, effettuato dal privato e non immediatamente legato al settore degli appalti in cambio del diritto di sfruttare spazi per fini pubblicitari, è esclusa dall'assolvimento degli obblighi sulla tracciabilità dei pagamenti.

### **Titolo IV**

#### **NORME FINALI**

### **Articolo 23**

#### **NORME DI RINVIO**

3. Per quanto non disciplinato nel presente regolamento, si applicano in particolare le disposizioni di legge e regolamentari vigenti nel settore oggetto del contratto di sponsorizzazione.
4. Tutti i richiami alle norme contenuti nel presente regolamento devono intendersi effettuati alle disposizioni vigenti al momento della concreta applicazione dello stesso, senza necessità del suo adeguamento espresso.
5. Si ritengono interamente richiamati gli obblighi contenuti nei Codici di comportamento nazionale e

integrativo, nel Piano Integrato di Attività e Organizzazione (PIAO) di questo Comune.

#### **Articolo 24**

##### **PUBBLICITÀ E ENTRATA IN VIGORE DEL REGOLAMENTO**

- 1.** Il presente regolamento è da pubblicare sul sito web istituzionale di questo Comune: all'Albo pretorio unitamente alla deliberazione con cui è stato approvato per quindici giorni consecutivi e nella sezione "Amministrazione trasparente".
- 2.** Il presente regolamento entra in vigore nello stesso giorno in cui diviene esecutiva la deliberazione consiliare con cui è approvato.
- 3.** Dal giorno in cui entra in vigore il presente regolamento si intendono revocati gli atti e le norme regolamentari precedentemente assunti da questo Comune per disciplinare la materia delle sponsorizzazioni.



# COMUNE DI PULSANO

(Provincia di Taranto)

## VERBALE COMMISSIONE CONSILIARE

“Affari Generale e Polizia Locale”

L'anno 2024 il giorno 17 del mese di luglio, giusta convocazione inviata con nota 15281 del 11.07.2024, regolarmente notificata agli interessati, alle ore 8,00 sono presenti i componenti Tomaselli Francesca, Salamida Anna Giovanna, Tarantino Antonio Simone. Alle ore 8.15 entrano l'assessore Luongo avv. Francesco ed il presidente della commissione Vergallo Franco.

Si passa alla discussione del punto all'ordine del giorno che è:

1) Approvazione Regolamento per la disciplina dei contratti di sponsorizzazione;

Il Presidente apre la discussione del punto.

Si passa alla votazione del punto

Favorevoli: 4 (Vergallo, Salamida, Tarantino e Medici)

La riunione termina alle ore 8.30.

Fatto, letto, confermato e sottoscritto

*Francesca Tomaselli*

*Antonio Tarantino*

**Presidente Oliva**

Passiamo all'ultimo punto all'ordine del giorno, che è: **“Approvazione del Regolamento per la disciplina dei contratti di sponsorizzazione”**.

La parola all'Assessore Lippolis.

**Assessore Lippolis**

Grazie. Buonasera a tutti.

Il nuovo Regolamento e la disciplina dei contratti di sponsorizzazione non costituisce un semplice adeguamento della delibera di Giunta numero 29 del 5 marzo 2024, che aveva ad oggetto una ricerca di sponsorizzazioni per attività nel campo dello spettacolo e del turismo, ma è di fatto un Regolamento in linea con le nuove esigenze ed obiettivi delle Pubbliche Amministrazioni.

Infatti, il ricorso ai contratti di sponsorizzazione, nel perseguimento dell'interesse pubblico, costituisce un'opportunità innovativa di finanziamento delle attività di questo Comune, attività culturali, sociali, eventi, valorizzazione dei beni storici e culturali e, perché no, anche per il turismo. Ed è, inoltre, finalizzato a promuovere ed incentivare la collaborazione tra pubblico e privato; può favorire il miglioramento organizzativo, realizzando una valorizzazione delle competenze, delle professionalità, delle disponibilità di persone, enti, associazioni e aziende attivi su tutto quanto il territorio; può determinare una migliore qualità nei servizi e nelle prestazioni erogate alla collettività, nonché una più attenta gestione del territorio, con una possibile economia di spesa.

Voglio evidenziare alcuni punti interessanti e qualificanti che troviamo al suo interno: il principio di sussidiarietà (Articolo 118 della Costituzione, articolo 3 del TUEL), secondo cui si promuove e favorisce l'autonoma iniziativa dei cittadini singoli e associati, per lo svolgimento di attività di interesse generale; l'utilizzo del risparmio di spesa derivante dalle sponsorizzazioni, articolo 21, comma 2, paragrafi a), b) e c) che servono per incrementare il fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per il miglioramento della produttività, dell'efficienza e dell'efficacia dei servizi. Ed, inoltre, per finanziare altri interventi programmati ovvero per costituire economie di bilancio.

Va inoltre considerato l'articolo 8, che riguarda il mecenatismo e l'“Art bonus”, articolo qualificante di questo Regolamento.

Faccio presente che questo lavoro è frutto della sinergia tra gli Assessorati alla Cultura e Spettacolo insieme all'Assessorato agli Affari generali, coadiuvati dai relativi uffici, una modalità molto spesso adottata da questa Amministrazione, che punta molto sul lavoro di squadra, un lavoro che ha fatto registrare il voto unanime della Commissione consiliare, che ringrazio.

Vorrei concludere questo mio intervento sottolineando il *modus operandi* dell'Amministrazione guidata dal Sindaco D'Alfonso che, anche su questa tematica, ha voluto dare un segnale concreto, moderno, trasparente ed efficiente, avendo come sempre l'obiettivo della crescita socio-economica della nostra comunità.

E, quindi, anche in questo momento ribadisco il mio pensiero: prima Pulsano e Pulsano prima di tutto! Grazie.

**Presidente Oliva**

Grazie, Assessore Lippolis.

Ci sono interventi sul punto?

Per dichiarazione di voto?

Nessun intervento, quindi poniamo il punto in votazione, anche se vedo degli assenti.

*(Interventi fuori microfono)*

Stanno rientrando... Se stanno entrando, altrimenti comunque con il numero ci siamo.

*Non essendovi ulteriori richieste di intervento, il signor Presidente pone in votazione palese, per alzata di mano, il punto in oggetto che viene approvato avendo riportato n. 13 voti favorevoli, n. 0 voti contrari, n. 1 astenuti su n. 14 Consiglieri presenti.*

**Presidente Oliva**

Per l'immediata esecutività.

*Non essendovi richieste di intervento, il signor Presidente pone in votazione palese, per alzata di mano, la proposta di immediata esecutività del provvedimento che viene approvata avendo riportato n. 13 voti favorevoli, n. 0 voti contrari, n. 1 astenuti su n. 14 Consiglieri presenti.*

**Presidente Oliva**

Alle ore 19:10 terminano i lavori del Consiglio.

Grazie e buona serata.