



Comune di Gambettola
Settore Servizi Educativi, Culturali e alle
Imprese

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Approvato con Deliberazione di Consiglio Comunale n.33 del 30.07.2025

INDICE

I. DISPOSIZIONI GENERALI

- ART. 1 Oggetto e finalità
- ART. 2 Definizioni
- ART. 3 Programmazione e gestione delle sponsorizzazioni

II. AMBITO DI APPLICAZIONE, CONDIZIONI E LIMITI

- ART. 4 Ambito di applicazione
- ART. 5 Condizioni
- ART. 6 Corrispettivo della sponsorizzazione
- ART. 7 La figura dello sponsor
- ART. 8 Rigetto della proposta di sponsorizzazione

III. PARTICOLARI TIPOLOGIE DI SPONSORIZZAZIONE

- ART. 9 Sponsorizzazione di lavori, servizi e forniture aventi ad oggetto beni culturali
- ART. 10 Sponsorizzazioni di aree verdi e rotatorie
- ART. 11 Sponsorizzazione accessorie a contratti d'appalto

IV. PROCEDURE DI SCELTA DELLO SPONSOR

- ART.12 Scelta dello sponsor: iniziativa diretta dell'Amministrazione o per iniziativa di terzi
- ART. 13 Recepimento di offerte spontanee
- ART. 14 Scelta dello sponsor per importi inferiori a € 40.000,00
- ART. 15 Scelta dello sponsor per importi superiori a € 40.000,00
- ART. 16 Affidamento diretto

V. CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

- ART. 17 Contratto di sponsorizzazione
- ART. 18 Sponsorizzazioni plurime
- ART. 19 Obblighi a carico del Comune

VI. DISPOSIZIONI FINALI

- ART. 20 Versamento dei proventi delle sponsorizzazioni
- ART. 21 Verifiche e controlli
- ART. 22 Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni
- ART. 23 Aspetti fiscali
- ART. 24 Trattamento dati
- ART. 25 Rinvio

I. DISPOSIZIONI GENERALI

ART. 1 – Oggetto e finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nei seguenti articoli:

- art. 43 Legge 27 dicembre 1997, n. 449 e ss.mm.ii.;
- art. 119 D.Lgs. 18 agosto 2000, n. 267 e ss.mm.ii.;
- art. 120 D. Lgs. 22 gennaio 2004, n. 42 e ss.mm.ii.;
- art. 134 D.Lgs. n. 36/2023 e ss.mm.ii.

2. Il ricorso ai contratti di sponsorizzazione costituisce un'opportunità di finanziamento delle attività del Comune ed è finalizzato a:

- incentivare e promuovere una più spiccata innovazione nell'organizzazione tecnica ed amministrativa dell'Ente, valorizzando competenze e professionalità;
- recuperare maggiori risorse o realizzare economie di spesa: il risultato della sponsorizzazione si concretizza, infatti, nella realizzazione di un'economia di bilancio totale o parziale rispetto alla previsione di spesa, in relazione alla totale o parziale acquisizione, senza oneri per l'ente, del previsto risultato da parte dello sponsor;
- migliorare la qualità dei servizi erogati alla collettività;
- promuovere attività ed eventi di pubblico interesse ed utilità;
- realizzare sinergie con il settore privato.

3. Le disposizioni del presente regolamento sono finalizzate a definire una disciplina organica delle iniziative di sponsorizzazione allo scopo di assicurare il rispetto della normativa vigente e dei principi di efficienza, trasparenza, buon andamento e imparzialità che regolano l'attività amministrativa.

4. Le procedure di affidamento e le altre attività amministrative nella materia disciplinata dal presente regolamento si svolgono, oltre che in ottemperanza a quanto previsto dalla normativa sopra richiamata, nel rispetto delle disposizioni sul procedimento amministrativo di cui alla Legge 241/1990 e ss.mm.ii e delle disposizioni stabilite dal Codice Civile.

ART. 2 - Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento, si intende per:

- a) **“contratto di sponsorizzazione”**: un atto negoziale, consensuale, a prestazioni corrispettive onerose, mediante il quale un soggetto (sponsor) si obbliga a versare una somma di denaro, a fornire beni, prestare servizi o eseguire lavori, direttamente o attraverso terzi, a favore di un altro soggetto (sponsee), che a sua volta si impegna, nell'ambito di proprie iniziative, progetti, prodotti o eventi destinati al pubblico, a pubblicizzare in predeterminati spazi il nome, il marchio, l'immagine, l'attività, i prodotti o servizi o simili dello sponsor nei modi previsti dal contratto; l'obbligazione dello sponsee costituisce un'obbligazione di mezzi e non di risultato, pertanto essa deve intendersi adempiuta quando vi sia stata la realizzazione dell'evento, iniziativa o progetto dedotto nel contratto, indipendentemente dall'effettivo ritorno di immagine;
- b) **“sponsorizzazione”**: ogni corrispettivo in denaro, anche mediante accollo del debito (sponsorizzazione pura o finanziaria), lavori, beni, servizi, prestazioni o interventi (sponsorizzazione tecnica) provenienti da un terzo (sponsor) allo scopo di promuovere la propria ragione sociale, il proprio nome, marchio, attività o i propri prodotti, servizi o simili;

- c) **“sponsorizzatore” o “sponsor”**: la persona fisica o giuridica, pubblica o privata, singola o associata con altre, che, al fine di incrementare la notorietà dei propri segni distintivi, stipula il contratto di sponsorizzazione;
- d) **“sponsorizzato” o “sponsee”**: il soggetto che rende la prestazione consistente nella divulgazione dei segni distintivi dello sponsor nell’ambito dei propri eventi, iniziative, prodotti o progetti, secondo le modalità del relativo contratto di sponsorizzazione, a fronte della controprestazione resa dallo sponsor;
- e) **“spazio pubblicitario”**: lo spazio fisico o digitale o qualsiasi altro supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messo a disposizione dal Comune per le attività promozionali o pubblicitarie dello sponsor;
- f) **“logo, marchio, immagine”**: le rappresentazioni grafiche o testuali o le immagini utilizzate dallo sponsor come elemento illustrativo della propria attività o del proprio ruolo commerciale da veicolare a fini pubblicitari.

ART. 3 – Programmazione e gestione delle sponsorizzazioni

1. Per ampliare le potenzialità della sponsorizzazione, l’Amministrazione individua le iniziative da offrire ai potenziali sponsor ovvero accoglie le proposte formulate dai soggetti interessati.
2. In particolare, le iniziative o gli interventi devono essere:
 - a) individuati nell’ambito degli obiettivi del PEG assegnati ai Responsabili e inseriti nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio comunale. In questo caso, il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di minor spesa, totale o parziale, rispetto alla previsione iniziale;
 - b) conseguenti a proposte definite in corso d’anno dalla Giunta Comunale, anche in adesione a offerte spontanee provenienti da soggetti terzi e giudicate di interesse pubblico.
3. Le fasi attuative e gestionali sono demandate alla competenza del Responsabile del servizio che gestisce l’attività, l’opera o il servizio di cui alla specifica sponsorizzazione, secondo il vigente funzionigramma.
4. L’Amministrazione definisce, di regola, il valore di riferimento delle sponsorizzazioni che intende attivare, in considerazione delle caratteristiche e delle potenzialità del progetto, dell’iniziativa o dell’intervento.
5. Il Comune può affidare il servizio di ricerca degli sponsor a soggetti idonei, da individuare secondo le norme del Codice dei Contratti Pubblici.

II. AMBITO DI APPLICAZIONE, CONDIZIONI E LIMITI

ART. 4 – Ambito di applicazione

1. Possono essere oggetto di sponsorizzazione, sia tecnica che finanziaria, tutte le iniziative, i prodotti, i progetti, i beni, i servizi e le prestazioni previsti a carico del bilancio dell’ente nei capitoli di spesa ordinaria, a titolo esemplificativo e non esaustivo:
 - a) la progettazione e/o la realizzazione di opere pubbliche;
 - b) la gestione o la manutenzione di opere, spazi, aree o servizi pubblici, con esclusione dei servizi pubblici essenziali e dei servizi espletati a garanzia dei diritti fondamentali dei cittadini;
 - c) l’organizzazione di eventi e iniziative culturali, artistici, ricreativi, turistici, sociali, sportivi, di protezione civile, di formazione e simili, programmati o approvati dallo sponsee, anche in forma di cartelloni, stagioni, rassegne, festival e simili;
 - d) il restauro, il recupero e la valorizzazione di beni artistici, culturali, ambientali di proprietà o nella disponibilità dello sponsee;

- e) gli interventi di decoro urbano e di valorizzazione dello spazio pubblico;
- f) gli interventi di marketing e promozione turistica e territoriale, attuati mediante specifiche iniziative di comunicazione;
- g) la fornitura allo sponsee di beni strumentali quali macchinari, attrezzature, arredi, veicoli;
- h) ogni altra attività di interesse pubblico compatibile con i vincoli di cui all'art. 1, purché direttamente riconducibile al territorio del Comune di Gambettola.

2. Ai fini del presente regolamento, non costituiscono sponsorizzazione:

- a) l'offerta, a favore dell'Amministrazione, di somme di danaro, di beni o di servizi, quando tali erogazioni siano effettuate dal privato a titolo di liberalità o di mero "mecenatismo". L'accettazione di tali erogazioni da parte dell'Amministrazione Comunale è comunque subordinata a una verifica dell'interesse pubblico;
- b) i contratti a titolo gratuito di cui all'art. 8 comma 1 del D. Lgs. 36/2023.

ART. 5 – Condizioni

1. Il ricorso ai contratti di sponsorizzazione è ammesso ove sussistano tutte le seguenti condizioni:

- a) il perseguimento dell'interesse pubblico;
- b) l'esclusione di forme di conflitto di interesse tra attività pubblica e privata;
- c) il conseguimento di un corrispettivo in denaro ovvero di un risparmio di spesa nella realizzazione da parte dell'Ente di un intervento di pubblico interesse o di attività ed eventi riconducibili alle funzioni dell'Ente.

ART. 6 - Corrispettivo della sponsorizzazione

1. I contratti di sponsorizzazione nei quali il Comune di Gambettola è parte possono prevedere, a titolo di corrispettivo dovuto dallo sponsor,:

- somme di denaro;
- forniture di beni, servizi o lavori, acquisiti o realizzati a cura e spese dello sponsor;
- accollo del pagamento delle obbligazioni verso i terzi che svolgono le attività sponsorizzate.

ART. 7 – La figura dello sponsor

1. Possono assumere la veste di sponsor i seguenti soggetti:

- qualsiasi persona fisica, purché in possesso dei requisiti di legge per contrattare con la Pubblica Amministrazione;
- qualsiasi persona giuridica, di natura pubblica o privata, avente o meno scopo o finalità commerciali;
- qualsiasi soggetto senza fini di lucro, le cui finalità statutarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali del Comune.

2. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione quei soggetti che:

- abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria con l'Amministrazione Comunale che si valutino suscettibili di determinate situazioni di conflitto d'interessi in relazione all'oggetto della sponsorizzazione;
- esercitino attività in conflitto di interesse con attività pubbliche o non compatibili con i principi e il decoro dell'Amministrazione;
- perseguano finalità di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- si trovino nelle condizioni di incapacità a contrattare con la Pubblica Amministrazione o si trovino in altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;

- nei cui confronti siano presenti cause di esclusione di cui all'art. 94 e ss., in quanto compatibili, del D.Lgs. n.36/2023;
- si trovino nelle condizioni di cui all'art. 53, comma 16 ter del D.Lgs. 165/2001 o nella situazione di cui all'art. 1, comma 9, lett. e) della Legge 90/2012;
- (se persone giuridiche) si trovino in stato di fallimento, di liquidazione coatta amministrativa, di amministrazione controllata o di concordato preventivo o si trovino nel corso di procedimenti per la dichiarazione di tali situazioni.

3. Qualora i lavori, i servizi e le forniture siano acquisiti o realizzati a cura dello sponsor, lo stesso, oltre a quanto previsto dal presente articolo, deve essere in possesso dei requisiti di qualificazione per gli esecutori dei contratti pubblici. Per i lavori pubblici, le imprese esecutrici devono possedere i requisiti di qualificazione previsti dalla normativa vigente al momento dell'affidamento.

4. L'interessato attesta il possesso dei requisiti di cui ai precedenti commi mediante dichiarazione sostitutiva ai sensi del D.P.R. 445/2000 che verrà sottoposta alle relative verifiche sulla base della disciplina prevista all'interno del procedimento amministrativo.

ART. 8 – Rigetto della proposta di sponsorizzazione

1. Le cause di esclusione sono indicate di volta in volta nelle singole procedure di individuazione dello sponsor.

2. L'Ente, a suo insindacabile giudizio, si riserva la facoltà di rifiutare qualsiasi offerta di sponsorizzazione qualora, anche a seguito di successive verifiche,:

a. ravvisi un conflitto di interesse, anche potenziale, tra l'attività pubblica dell'Ente e quella dello sponsor;

b. ravvisi un potenziale pregiudizio o danno alla sua immagine ovvero alle proprie iniziative o attività.

3. 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 espressioni di fanatismo, di razzismo, di discriminazione, di odio o di minaccia;

c. di promozione, di commercializzazione e/o uso delle armi;

d. di messaggi inerenti il gioco d'azzardo, le sale giochi e sale videolottery o la produzione, la distribuzione ed il consumo di tabacchi o di sostanze stupefacenti o di alcolici, materiale a sfondo sessuale;

e. di messaggi lesivi del diritto di riservatezza e della salute, della dignità umana, dei diritti dei lavoratori e della tutela dei consumatori o della tutela ambientale, della parità di genere.

III. PARTICOLARI TIPOLOGIE DI SPONSORIZZAZIONE

ART. 9 - Sponsorizzazione di lavori, servizi e forniture aventi ad oggetto beni culturali

1. Ai contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi e forniture relativi a beni culturali sottoposti a tutela ai sensi del D.Lgs. 42/2004 si applicano le disposizioni di cui all'art. 134 del D.Lgs. 36/2023, nonché le disposizioni di cui al presente regolamento e quanto previsto dall'art. 120 del Codice dei Beni Culturali e del Paesaggio di cui al D.Lgs. 22 gennaio 2004 n. 42.

2. Ai citati contratti di sponsorizzazione, nel caso in cui la realizzazione dell'intervento sia a cura dello sponsor, si applicano le disposizioni in materia di requisiti di qualificazione dei progettisti e degli esecutori, secondo quanto prescritto dalla normativa vigente.

3. Nel caso in cui l'individuazione dell'esecutore dei lavori sia rimessa allo sponsor, il soggetto indicato dovrà essere un soggetto qualificato relativamente alla tipologia dell'intervento.
4. 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, se prevista l'attribuzione di spazi predefiniti.
5. In caso di sponsorizzazione tecnica, la Soprintendenza competente impartisce le prescrizioni opportune in ordine alla progettazione, alla direzione e all'esecuzione dei lavori. Il Comune eserciterà un'attività di sorveglianza, al fine di garantire il rispetto della normativa di settore.
6. 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.

ART. 10 – Sponsorizzazioni di aree verdi e rotatorie

1. Il Comune, con deliberazione di Giunta Comunale, può individuare le aree comunali destinate a spazi pubblici, giardini, rotatorie e simili che potranno essere assegnate in "adozione" a società, associazioni o privati in genere, affidandone l'allestimento, la gestione e la manutenzione in cambio dell'autorizzazione alla posa di mezzi finalizzati alla sponsorizzazione.
2. Sarà sempre possibile, su iniziativa di un potenziale di sponsor, proporre interventi non inseriti in piani individuati dalla Giunta Comunale; in tal caso, tuttavia, l'Amministrazione non ha alcun obbligo di accettare la proposta presentata.
3. Lo sponsor assegnatario dovrà provvedere alla realizzazione del primo impianto, all'allestimento dell'area e/o alla manutenzione della stessa. A tal fine, dovrà presentare, sia per la realizzazione dell'impianto/allestimento che per la manutenzione, un progetto tecnico che, approvato dalla Giunta Comunale, costituirà allegato al contratto di sponsorizzazione. Il progetto potrà anche essere fornito dal Comune. In ogni caso, esso dovrà contenere l'indicazione delle spese necessarie per le relative operazioni.
4. I soggetti affidatari, se non appartenenti o operanti nel settore del verde, dovranno far eseguire l'allestimento e la manutenzione a ditte specializzate ed in possesso dei requisiti in materia di sicurezza, contributiva e di ordine generale.
5. 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.
6. L'installazione di mezzi pubblicitari avverrà nell'area verde, o per le rotatorie in spazi indicati dal Comune di Gambettola, nei due sensi di marcia principali seguendo le vigenti regole del Codice della strada. Le dimensioni e caratteristiche dei mezzi pubblicitari ed i criteri per il loro posizionamento verranno definiti nelle norme tecniche.
7. Nella scelta e nell'abbinamento dei colori si dovranno evitare combinazioni tali da generare confusione con i cartelli della segnaletica stradale. Si dovrà evitare in particolare l'uso della gradazione di rosso prevista per i segnali stradali e l'uso della gradazione di azzurro impiegata per i segnali di direzione.
8. Non è ammessa un'illuminazione specifica per i cartelli in quanto potrebbe provocare disturbo con conseguente pericolo per la sicurezza della circolazione stradale.
9. Dovrà essere presentata idonea dichiarazione tecnica relativa ai cartelli 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.

10. La vegetazione piantumata nell'area verde o nella rotatoria deve possedere questi requisiti:
- a) rusticità, ossia capacità di adattarsi ad una svariata tipologia di situazioni non ideali per lo sviluppo dei vegetali (stress idrici e termici, inquinamento dell'aria, ecc.);
 - b) basso livello di manutenzione: le piante devono necessitare di un ridotto numero di interventi di potatura.
11. Nel caso in cui sussista il concorso di più richieste al medesimo intervento, la scelta sarà effettuata anche in base ai sottoelencati titoli di precedenza:
- a) valutazione del concorso del richiedente alla realizzazione dell'intervento;
 - b) precedenti esperienze nel medesimo intervento o in interventi similari condotte con efficienza e regolarità.
12. L'area verde non dovrà in nessun modo essere sottratta all'uso pubblico al quale è destinata, se non per il tempo strettamente necessario alle operazioni d'impianto ed a quelle relative alla manutenzione.
13. Il contratto di sponsorizzazione dovrà avere una durata pari a quella indicata nel progetto. 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.
14. Il Comune nominerà un Responsabile del Procedimento e/o un supervisore dei lavori e/o della manutenzione che vigilerà sul rispetto del contratto di sponsorizzazione e sulla fedele realizzazione dell'opera e/o della manutenzione rispetto al progetto presentato.
15. Trattandosi di affidamento delle aree al fine di ottenere la valorizzazione ed il mantenimento delle stesse, il contratto di cui trattasi non configura un atto di concessione.

ART. 11 - Sponsorizzazione accessorie a contratti d'appalto

1. Il Comune di Gambettola può prevedere, nell'ambito di procedure per l'aggiudicazione di appalti di lavori, servizi o forniture, clausole inerenti sponsorizzazioni come prestazioni accessorie al contratto principale.
2. In tal caso, la scelta dello sponsor è disciplinata dalle disposizioni inerenti la procedura di scelta del contraente del contratto principale di appalto e la valutazione della sponsorizzazione deve costituire elemento con peso meramente marginale rispetto alla valutazione complessiva dell'offerta.

IV. PROCEDURE DI SCELTA DELLO SPONSOR

ART. 12 – Scelta dello sponsor: iniziativa diretta dell'Amministrazione o per iniziativa di terzi

1. Le sponsorizzazioni possono avere origine per:
 - recepimento di iniziative spontanee provenienti da parte di uno dei soggetti indicati negli articoli precedenti;
 - iniziativa diretta dell'Amministrazione Comunale.

ART. 13 - Recepimento di offerte spontanee

1. Nel caso in cui pervenga una proposta spontanea di sponsorizzazione, il Responsabile competente valuta preventivamente l'ammissibilità della stessa e la rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento e, deliberata l'opportunità di accettazione della stessa da parte della

Giunta Comunale, procede, a seconda che l'entità della sponsorizzazione sia inferiore o superiore a € 40.000,00 (IVA esclusa), ai sensi dei successivi artt. 14 o 15.

2. L'acquisizione di una proposta di sponsorizzazione non è vincolante per il Comune di Gambettola e, nel caso in cui non sia ritenuta ammissibile, verrà comunicato per iscritto al proponente.

3. Nel caso in cui la proposta di sponsorizzazione ritenuta d'interesse risulta lacunosa, il Responsabile può chiedere chiarimenti o integrazioni.

4. Qualora venga dato avvio ad una procedura concorrenziale, 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, nel caso in cui aderiscano all'avviso altri soggetti, di adeguare la propria offerta, entro il termine fissato nell'avviso, a quella che il Comune di Gambettola abbia ritenuto più conveniente tra quelle pervenute. In questo caso, il promotore originario è dichiarato aggiudicatario.

ART. 14 - Scelta dello sponsor per importi inferiori a € 40.000,00

1. In caso di affidamento di contratti di sponsorizzazione per importi inferiori a € 40.000,00 (IVA esclusa), il Comune di Gambettola si riserva la facoltà di procedere con affidamento diretto.

2. In ogni caso, il Responsabile del servizio competente può decidere di pubblicare, per almeno 10 giorni consecutivi, un avviso di ricerca sponsor sul sito istituzionale, allo scopo di acquisire specifiche proposte di sponsorizzazione per la medesima iniziativa. In tal caso, trova applicazione quanto previsto dall'art. 15 in merito agli elementi che devono essere indicati nell'avviso, le modalità di valutazione delle offerte e i contenuti dell'offerta.

ART. 15 - Scelta dello sponsor per importi superiori a € 40.000,00

1. Ai sensi dell'art. 134 del D.Lgs. n. 36/2023, l'affidamento di contratti di sponsorizzazione per importi superiori a € 40.000,00 (IVA esclusa) è soggetto alla previa pubblicazione, 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.

2. Il Responsabile preposto al settore interessato approva con proprio atto un avviso che dovrà essere pubblicato all'Albo Pretorio, sul sito internet del Comune ed, eventualmente, mediante altre forme previste dalla legge o ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.

Tale avviso dovrà contenere, in particolare, i seguenti elementi:

- a) l'oggetto del contratto ed i conseguenti obblighi dello sponsor;
- b) i requisiti di partecipazione;
- c) le modalità per la veicolazione dei segni distintivi dello sponsor;
- d) le modalità ed i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione;
- e) i criteri di valutazione delle offerte, per il caso in cui siano presentate più proposte;
- f) l'eventuale corrispettivo minimo (in caso di sponsorizzazione economica) o controvalore minimo (in caso di sponsorizzazione tecnica) richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
- g) l'eventuale previsione o ammissibilità di co-sponsorizzazioni;
- h) le eventuali indicazioni e prescrizioni in ordine alla progettazione, alla direzione, esecuzione e collaudo delle opere, servizi e forniture previsti dal contratto;
- i) nel caso di contratti di sponsorizzazione per importi superiori a € 40.000,00 (IVA esclusa), lo sponsor deve corredare l'offerta da apposita garanzia ai sensi dell'art. 106 del D.Lgs. 36/2023, costituita mediante fidejussione bancaria o polizza assicurativa, contenente le

clausole di cui all'art. 106, comma 4 del D.Lgs. 36/2023 (rinuncia al beneficio della preventiva escussione del debitore principale, rinuncia all'eccezione di cui all'articolo 1957, secondo comma del codice civile, nonché l'operatività della garanzia medesima entro quindici giorni, a semplice richiesta scritta).

3. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal Responsabile del Servizio competente che potrà, se ritenuto necessario, avvalersi di apposita commissione, nel rispetto dei criteri stabiliti nel sopra citato avviso.

4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve contenere fra l'altro:

- le dichiarazioni richieste dall'avviso;
- la somma di denaro o il valore corrispondente al bene, attività, servizio o prestazione che si intende offrire a titolo di sponsorizzazione;
- il contenuto del messaggio pubblicitario che costituirà oggetto del contratto;
- l'accettazione senza condizioni di quanto previsto nell'avviso e nel presente regolamento;
- l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e a farsi carico degli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario, alle relative autorizzazioni, al pagamento di eventuali tributi, imposte o canoni, comunque denominati.

5. 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 del D.Lgs. 36/2023, in ordine alla verifica dei requisiti degli esecutori e della qualificazione degli operatori economici. Vale quant'altro previsto dal richiamato art. 134 del D.Lgs. 36/2023.

ART. 16 - Affidamento diretto

1. Si può procedere all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazione esclusivamente:

- a) nel caso di cui all'art. 14 per sponsorizzazioni di importi inferiori a € 40.000,00 (IVA esclusa);
- b) nel caso sia stata esperita infruttuosamente la procedura selettiva di cui all'art. 15;
- c) in casi eccezionali, adeguatamente motivati, in cui la particolare natura e caratteristiche dell'iniziativa oggetto di sponsorizzazione limitino la trattativa ad un unico determinato soggetto.

2. L'affidamento diretto avviene previa valutazione di congruità da parte Responsabile del Servizio precedente e nel rispetto dei principi di pubblicità, trasparenza, imparzialità e parità di trattamento.

V. CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

ART. 17 - Contratto di sponsorizzazione

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono stabiliti i seguenti elementi minimi:

- a) l'oggetto del contratto, la sua finalità e la sua durata;
- b) il diritto dello sponsor all'utilizzazione esclusiva ovvero non esclusiva degli spazi pubblicitari nell'ambito delle iniziative per le quali è prevista la sponsorizzazione;
- c) la definizione degli aspetti economici della sponsorizzazione, con particolare riguardo alla forma del corrispettivo;
- d) le modalità di svolgimento della sponsorizzazione, le responsabilità e gli obblighi assunti a carico dello sponsor e la disciplina sanzionatoria in caso di inadempimento;
- e) la disciplina dettagliata dell'uso del logo, marchio o segni distintivi dello sponsor nonché dell'attività promozionale dei prodotti, servizi e simili dallo stesso esercitabile, nonché l'impegno

ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti all'esposizione e alla veicolazione del messaggio pubblicitario;

f) gli obblighi dello sponsee;

g) la clausola risolutiva espressa nei casi di cui al successivo comma 2;

h) nel caso di cui all'art. 15, comma 2, lett. i), il riferimento alla garanzia definitiva prestata;

i) la disciplina della facoltà di recesso e le modalità di risoluzione;

l) le prescrizioni in materia di controversie e di spese contrattuali.

2. In ogni contratto deve essere prevista la clausola risolutiva espressa per i seguenti casi:

a) mancata attuazione dell'iniziativa oggetto della sponsorizzazione o rinvio della stessa. La risoluzione del contratto non comporta, in tal caso, alcun diritto, da parte dello sponsor, a pretese o risarcimento danni di qualsiasi natura;

b) qualora lo sponsor risulti inadempiente in modo grave e/o continuato in relazione agli obblighi assunti, salva l'eventuale pretesa risarcitoria;

c) laddove il soggetto sponsorizzatore rechi danno all'immagine del Comune, fermo restando il diritto al risarcimento degli eventuali maggiori danni.

3. In ogni contratto deve essere prevista la facoltà del Comune di recedere prima della scadenza, previa tempestiva e formale comunicazione allo sponsor.

4. Al termine del rapporto derivante dalla stipulazione del contratto, lo sponsor è tenuto, con oneri a proprio carico, alla rimozione del messaggio pubblicitario.

5. In caso di risoluzione del contratto, lo sponsor, fermo restando il risarcimento di eventuali maggiori danni all'immagine del Comune, è tenuto all'immediata rimozione del messaggio pubblicitario con oneri a proprio carico e a non avvalersi ulteriormente di alcuna delle controprestazioni concordate.

ART. 18 - Sponsorizzazioni plurime

1. In linea generale, le sponsorizzazioni non sono effettuate con diritto di esclusiva da parte dello sponsor e pertanto il Comune di Gambettola può ricevere più sponsorizzazioni per il medesimo evento, iniziativa o progetto, salva diversa previsione contenuta negli atti di programmazione o nell'avviso pubblico di cui all'art. 15.

ART. 19 - Obblighi a carico del Comune

1. Il Comune, quale contro-prestazione ai beni e/o ai servizi forniti dallo sponsor, potrà realizzare alcune delle forme pubblicitarie che si indicano di seguito, a titolo esemplificativo ma non esaustivo,:

a) riproduzione del marchio-logo o delle generalità dello sponsor su tutto il materiale pubblicitario delle iniziative oggetto della sponsorizzazione (manifesti, volantini, ecc.) e/o sul sito istituzionale del Comune, all'interno dello spazio informativo dell'attività interessata;

b) posizionamento di targhe o cartelli indicanti il marchio/logo o le generalità dello sponsor sui beni durevoli oggetto della sponsorizzazione;

c) utilizzo a fini pubblicitari di spazi all'interno del Comune o di immobili comunali (es. bacheche, ascensori, sale riunioni, impianti sportivi, androni, coperture con teli di opere e/o lavori, ecc.).

2. Le forme di pubblicità possono riguardare tutte o solo alcune delle modalità previste dal presente articolo. Le stesse sono determinate in sede di stipulazione del contratto.

VI. DISPOSIZIONI FINALI

ART. 20 - Versamento dei proventi delle sponsorizzazioni

1. Il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione deve essere eseguito, al momento della sottoscrizione del contratto, con versamento del relativo importo presso la Tesoreria Comunale. Per le sponsorizzazioni di durata pluriennale la quota annuale successiva alla prima deve essere versata entro il 31 gennaio di ogni anno.
2. A garanzia di detto importo, quale condizione per procedere alla formalizzazione dei rapporti di sponsorizzazione, lo sponsor deve costituire, nel caso previsto d'art. 15, comma 2, lett. i), prima della sottoscrizione del contratto, apposita garanzia a favore del Comune di Gambettola, alle condizioni di cui all'art. 117 del D.Lgs. 36/2023.
3. Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza, ipso iure, del contratto, fatto salvo il diritto di rivalsa da parte dell'Amministrazione Comunale sulle somme eventualmente versate dallo sponsor a titolo di garanzia previste dal contratto di sponsorizzazione.

ART. 21 - Verifiche e controlli

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del Servizio comunale competente, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi.
2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor; la notifica e la eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

ART. 22- Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

1. Le somme previste nei capitoli interessati alla sponsorizzazione che risultano non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto, sono considerate risparmi di spesa.
2. I risparmi di spesa di cui al comma 1 possono essere utilizzate per le seguenti finalità:
 - a) nella misura del 3% sono destinate alla implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL 01.04.1999 come modificato dall' art. 4 comma 4 del CCNL 05.10.2001, successivamente richiamato dall'art. 79 comma 2 lettera a) del CCNL 16.11.2022;
 - b) nella misura del 95% sono destinate al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio;
 - c) la restante quota dell'2% costituisce economia di bilancio.

ART. 23- Aspetti fiscali

1. Il valore della fatturazione per la sponsorizzazione corrisponde all'importo della somma stanziata in bilancio per la specifica iniziativa. La fatturazione può coincidere con l'intero stanziamento o con una quota dello stesso, in relazione alla totale o parziale copertura della spesa prevista con la sponsorizzazione.
2. La sponsorizzazione oggetto del presente regolamento si configura come operazione permutativa e trova, quindi, applicazione la disciplina sull'I.V.A. secondo quanto previsto dal D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633 e successive modifiche ed integrazioni, nonché dai regolamenti, circolari e pareri espressi dall'Agenzia delle entrate in materia.
3. Nel caso di cessione gratuita di beni e/o servizi, lo sponsor fatturerà al Comune un importo pari al valore stimato dei beni e/o servizi forniti. Da parte sua, l'Amministrazione Comunale provvederà ad emettere fattura allo sponsor di uguale importo, a titolo di sponsorizzazione.
4. Il contratto di sponsorizzazione non esonera lo sponsor dall'obbligo di pagamento degli eventuali tributi e/o canoni inerenti alle fattispecie poste in essere né è sostitutivo di tale obbligo.

ART. 24 – Trattamento dati

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste. I soggetti interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti ai sensi del Regolamento UE n.679/2016 (GDPR) e del D.Lgs. n.101/2018.
2. I dati, trattati in conformità alle norme vigenti dagli addetti degli uffici comunali tenuti all'applicazione del presente regolamento, possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici o privati in relazione alle finalità del regolamento stesso.

ART. 25 - Rinvio

1. Per ogni aspetto che non trovi esplicita disciplina nel presente regolamento si fa rinvio alle norme di legge vigenti e applicabili, nonché alle disposizioni speciali previste nell'avviso pubblico per l'individuazione dello sponsor che costituisce *lex specialis*.
2. Tutti i richiami alle norme contenute nel presente regolamento devono intendersi effettuati alle disposizioni vigenti al momento dell'applicazione concreta del regolamento stesso, senza necessità di suo adeguamento espresso.