

**COMUNE DI LOCOROTONDO
CITTA' METROPOLITANA DI BARI**

**REGOLAMENTO SULLE
SPONSORIZZAZIONI**

Approvato con delibera di Consiglio Comunale n. 55 del 28 settembre 2018

Quadro di sintesi

Soggetto promotore **Comune di Locorotondo**

Descrizione Il presente Regolamento è finalizzato a definire una disciplina organica delle iniziative di sponsorizzazione allo scopo di assicurare il rispetto della normativa vigente e i principi di efficienza, trasparenza, buon andamento e imparzialità che regolano l'attività della Pubblica Amministrazione.

Finalità Il ricorso alle sponsorizzazioni costituisce un'opportunità innovativa di finanziamento delle attività del Comune ed è finalizzato a promuovere e incentivare la collaborazione tra pubblico e privato, a favorire il miglioramento organizzativo attraverso la valorizzazione delle competenze, delle professionalità, della disponibilità di persone, degli enti, delle associazioni e delle aziende attive sul territorio, a consentire una migliore qualità nei servizi/prestazioni erogati alla collettività oltre che a permettere la realizzazione di economie di spesa.

Tempi e modi Approvato con delibera del Consiglio Comunale n. 55 del 28 settembre 2018.

Costi Nessuno

Indice generale

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

Art. 1 -Oggetto e finalità.

1. Il presente Regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione di iniziative organizzate e gestite dal Comune di Locorotondo, in attuazione delle seguenti disposizioni :

2.

a) negli articoli 1174, 1322 del codice civile;

b) nell'articolo 13, comma 2, lett.d) del DPR 633/1972;

c) nell'art. 1, comma 1-bis, della Legge 241/1990;

d) negli articoli 16, 17, 38 del D.Lgs. 507/1993;

e) nell'art. 43 della legge 449/1997;

f) negli articoli 119, 162, 192 del D.Lgs. 267/2000;

g) determinazione n. 24 dell'Autorità per la vigilanza sui lavori pubblici del 5 dicembre 2001;

h) nell'art. 74 comma 1 del TUIR n. 917/1986 nella nuova formulazione del D.Lgs. 344 del 12/12/2003;

i) nell'art. 120 del D.Lgs. 22 gennaio 2004, n. 42 -Codice dei beni culturali e del paesaggio, ai sensi dell'articolo 10 della legge 6 luglio 2002, n. 137;

j) nell'art. 19 del D.Lgs 12 aprile 2016 n. 50;

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

3. Il ricorso alle sponsorizzazioni costituisce un'opportunità innovativa di finanziamento delle attività del Comune ed è finalizzato a promuovere e incentivare la collaborazione tra pubblico e privato e a favorire il miglioramento organizzativo attraverso la valorizzazione delle competenze, delle professionalità, della disponibilità di persone, di enti, di associazioni e aziende attivi sul territorio, per raggiungere una migliore

qualità nei servizi/prestazioni erogati alla collettività oltre che a permettere la realizzazione di economie di spesa.

4. Le procedure di affidamento e le altre attività amministrative nella materia disciplinata dal presente Regolamento, si svolgono, oltre che in ottemperanza a quanto previsto dalla normativa sopra richiamata, nel rispetto delle disposizioni sul procedimento amministrativo di cui alla Legge 241/1990 e ss.mm.i. e, per quanto in esso non espressamente previsto, nel rispetto delle disposizioni previste dalle disposizioni normative vigenti.

Art. 2 -Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari.

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

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

Art. 3 – Definizioni.

1. Ai fini del presente Regolamento si intende:

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

b) per "sponsorizzazione": ogni contributo in somma di denaro, beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere nome/ ragione sociale/ logo/marchio/segno distintivo/immagine;

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

d) per "sponsee": il soggetto, Comune di Locorotondo, che assume dietro

corrispettivo (nelle forme meglio specificate di seguito), l'obbligo di associare alle proprie attività il nome/ ragione sociale/ logo/marchio/segno distintivo/immagine che distinguono lo sponsor;

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

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

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

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

2. All'atto della presentazione della proposta il Comune di Locorotondo acquisisce l'obbligo/ diritto alla divulgazione dell'iniziativa e il diritto alla tutela dell'immagine dell'Amministrazione, condizionata dall'effettiva e conclusiva realizzazione dell'iniziativa di sponsorizzazione.

Art. 5 -Regola generale per l'utilizzo del nome e del marchio dello sponsor e del simbolo dello sponsor e per la definizione della forma contrattuale.

1. I contratti di sponsorizzazione stipulati dal Comune di Locorotondo devono includere obbligatoriamente le clausole inerenti le garanzie e le forme di tutela dei marchi simili nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.

2. Le modalità di associazione del nome/ ragione sociale/ logo/marchio/segno distintivo/immagine dello sponsor devono essere consoni e compatibili alla natura istituzionale ed alla immagine di pubblica del Comune di Locorotondo.

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

4. L'Amministrazione comunale può definire di volta in volta, in relazione ai contratti di sponsorizzazione, specifiche clausole relative ai propri segni

distintivi qualificando, con appositi atti, lo stemma ufficiale come segno distintivo con tutela pari al marchio , come da apposito Regolamento / Manuale di uso del marchio istituzionale del Comune.

Art. 6-Ambito di applicazione del contratto di sponsorizzazione.

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

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

a)attività od eventi a rilevanza artistica, culturale o spettacolare di differente tipologia come mostre, concerti, spettacoli promossi gestiti od organizzati dal Comune, sia direttamente che indirettamente;

b)eventi sportivi e/o di rilevanza sociale;

c)attività di programmazione turistica;

d)servizi di manutenzione e gestione di aree verdi pubbliche, aree diverse e immobili comunali, arredo urbano;

e)fornitura di beni quali, ad esempio, attrezzature informatiche di vario genere ed elementi di arredo urbano;

f) attività riguardanti contratti di lavori, servizi o forniture relativi a beni culturali, nonché ai contratti di sponsorizzazione finalizzati al sostegno degli istituti e dei luoghi della cultura, di cui all'articolo 101 del Decreto Legislativo 22/01/2004 n. 42, e successive modificazioni, in applicazione dell'articolo 151 del Decreto Legislativo 50/2016. Sono esclusi dal contratto di sponsorizzazione i servizi di ingegneria e architettura per i quali la stazione appaltante non può prevedere, quale corrispettivo, forme di sponsorizzazione o rimborso (art.24, c. 8ter, del D.Lgs. 56/2017).

g) risorse per la gestione di sportelli informa-giovani;

h)marketing e promozione territoriale, attività di comunicazione, realizzazione di periodici.

3. Indipendentemente dall'attivazione di specifici progetti di sponsorizzazione, riguardanti le iniziative e le attività anzidette, il Comune è legittimato ad inserire, a propria discrezione, la clausola "sponsor" in qualunque procedimento di gara, in modo tale che in caso di aggiudicazione, il partecipante abbia l'obbligo di sponsorizzare attività comunque rientranti nelle fattispecie di cui al comma precedente, purché la sponsorizzazione, ai fini dell'aggiudicazione, non divenga criterio preponderante.

Articolo 7 – Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor.

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

2. Le iniziative di sponsorizzazione possono essere individuate nell'ambito degli obiettivi del DUP ovvero, nel corso dell'anno, la Giunta comunale può formulare indirizzi specifici per la attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.

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

4. L'avviso pubblico, unitamente al capitolato, è approvato con determinazione del Responsabile che sarà individuato nella delibera di Giunta, adottata per l'avvio della procedura.

5. L'avviso, pubblicato all'albo pretorio online, è inserito nel sito internet del Comune e/o pubblicizzato con altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione e deve indicare i seguenti elementi minimi:

- l'oggetto della sponsorizzazione;
- indicazione dello spazio pubblicitario messo a disposizione;
- le modalità e il termine per la presentazione delle offerte;
- il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare, oppure la somma offerta quale sponsorizzazione;
- l'inesistenza di cause ostative a contrattare con la Pubblica Amministrazione;
- i criteri di valutazione delle offerte;
- l'eventuale importo minimo, a base della procedura selettiva, richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
- l'eventuale diritto di prelazione a norma dell'art. 11;
- l'ufficio procedente ed il responsabile del procedimento.

6. Scaduto il termine fissato nell'avviso, si procede alla valutazione delle offerte pervenute nel rispetto dei criteri stabiliti nell'avviso medesimo. Per la suddetta valutazione ci si potrà avvalere di apposita commissione.

7. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve contenere i seguenti elementi:

- le dichiarazioni richieste dall'avviso;
- l'accettazione incondizionata di quanto previsto nell'avviso e nel presente Regolamento;

- l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e a farsi carico degli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario, alle relative autorizzazioni, al pagamento di eventuali tributi o canoni, salvo eventuali esenzioni ove consentito.

Art. 8 -Diritto di rifiuto, esclusioni oggettive e soggettive.

1. Il Comune ha la facoltà di rifiutare qualsiasi proposta di sponsorizzazione e recedere dal contratto eventualmente sottoscritto qualora:

- a) ritenga possa derivare un conflitto di interessi tra l'attività pubblica e quella dello sponsor;
- b) ravvisi nel messaggio pubblicitario o nei mezzi utilizzati dallo sponsor un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative/attività;
- c) reputi la sponsorizzazione inaccettabile per motivi di pubblico interesse.

2. Sono escluse, in ogni caso, le sponsorizzazioni aventi per oggetto:

- a) la propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- b) la pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti superalcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, medicinali o cure mediche, gioco d'azzardo;
- c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, discriminazione, odio o minaccia;
- d) messaggi contrari al decoro o alla morale pubblica.

3. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione i soggetti che:

- a) non sono in possesso dei requisiti di ordine generale necessari per poter contrarre con una Pubblica Amministrazione, di cui all'art. 80 del D. Lgs 18 aprile 2016, n. 50, per quanto applicabile;
- b) non dichiarano di rispettare o, comunque, non rispettano i seguenti principi definiti dalla Risoluzione 2003116 del 13 Agosto 2003 della Sottocommissione delle Nazioni Unite sulla Promozione e Protezione dei Diritti Umani:

- diritto di pari opportunità e al trattamento non discriminatorio;
- diritto alla sicurezza e alla salute delle persone: diritti dei lavoratori; rispetto degli assetti istituzionali, delle norme giuridiche e delle prassi degli interessi pubblici, delle politiche sociali, economiche e culturali, della correttezza dei comportamenti imprenditoriali e pubblici;
- obblighi riguardanti la tutela dei consumatori;
- obblighi riguardanti la protezione dell'ambiente;

- abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria o pendenze debitorie di varia natura col Comune di Locorotondo

L'interessato attesta il possesso dei requisiti di cui al precedente punto 3 mediante dichiarazione sostitutiva ai sensi del D.P.R. 445/2000.

Art. 9 -Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor.

1. Nel caso in cui pervenga al Comune una proposta spontanea di sponsorizzazione da parte di un potenziale sponsor, la Giunta Municipale valuta la opportunità nonché la rispondenza alle prescrizioni del presente Regolamento demandando al competente ufficio la predisposizione di apposito avviso da pubblicare con le modalità di cui al precedente art. 9, che preveda come importo minimo a base di selezione quello offerto dal soggetto promotore nonché il diritto di prelazione, a parità di condizioni, a favore dell'originario promotore, ai sensi del comma 2 del presente articolo.

2. Alla pubblicazione dell'avviso segue l'espletamento della selezione.

3. Terminata la procedura di selezione, all'originario promotore è riservato, entro un termine prestabilito, il diritto di adeguare, ove necessario, la propria proposta a quella giudicata più conveniente dal Comune. In questo caso, il promotore originario è dichiarato aggiudicatario.

Art. 10 -Le figure dello sponsor e del collaboratore istituzionale.

1. Possono assumere la veste di "sponsor" ovvero di collaboratore istituzionale i seguenti soggetti:

a) qualsiasi persona fisica, purché in possesso dei requisiti di legge per contrattare ordinariamente con la pubblica Amministrazione;

b) qualsiasi persona giuridica, avente o meno scopo o finalità commerciali, quali le società di persone e di capitali, le imprese individuali, quelle cooperative (ex art. 2511 cod. civ.), le mutue di assicurazioni e i consorzi imprenditoriali (ex art.2602 cod. civ.);

c) le Associazioni senza fini di lucro, generalmente costituite con atto notarile, le cui finalità statutarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali di questo Comune.

Art. 11 -Sponsorizzazioni plurime.

1. In generale le sponsorizzazioni non sono effettuate con diritto di esclusiva da parte dello sponsor, e pertanto il Comune può ricevere più sponsorizzazioni per uno stesso evento od oggetto.

Art. 12 -Esclusiva generale dello sponsor.

1. Il Comune può definire contratti di sponsorizzazione in esclusiva generale o commerciale per reperire maggiori risorse o per conseguire sponsorizzazioni di miglior profilo qualitativo.

2. Le ipotesi di esclusiva sono le seguenti:

a) esclusiva generale: comportante la conclusione del contratto di sponsorizzazione con un soggetto in veste di sponsor unico del Comune per un determinato periodo di tempo.

b) esclusiva commerciale: con conclusione di più contratti di sponsorizzazione con diversi sponsor, ciascuno individuato come controparte unica per una specifica iniziativa, evento, progetto, o di attività.

c) ove il Comune intenda concludere contratti di sponsorizzazione in esclusiva generale o commerciale evidenzia la sussistenza di dette clausole in tutti gli atti preliminari alla conclusione dei contratti. Le clausole di esclusiva devono essere espressamente previste.

Art. 13 – Pagamento del corrispettivo in denaro della sponsorizzazione.

1. Ove il corrispettivo della sponsorizzazione sia costituito da una somma di denaro, il pagamento avviene, di norma, almeno nella misura del 50% al momento della conclusione del contratto e il restante secondo un piano approvato con determina dal competente responsabile.

2. Se richiesto dal Comune, lo sponsor deve prestare apposita garanzia fideiussoria per il pagamento del corrispettivo, costituita mediante fideiussione bancaria o polizza assicurativa, contenente le clausole previste nella determina a contrarre di cui l'art.103 del D.Lgs n. 50/2016.

Art. 14 -Affidamento diretto.

1. Si può procedere all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazioni nei seguenti casi:

a) in caso sia stata esperita, per due volte, infruttuosamente la procedura selettiva di cui all'art.10;

b) in casi eccezionali, adeguatamente motivati, in cui la particolare natura e caratteristiche dell'evento o iniziativa oggetto di sponsorizzazione limitino la trattativa ad un unico determinato soggetto.

2. In ogni caso, l'affidamento diretto avviene previa valutazione di congruità da parte del responsabile competente e sentita la Giunta municipale.

Art. 15-Beni e servizi di modesta entità.

1. L'Amministrazione Comunale di Locorotondo si riserva la facoltà a procedere con affidamento diretto alle proposte di sponsorizzazioni quando il contenuto dei beni o servizi offerti non sia superiore a euro 10.000,00

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

- a) l'allestimento di locali e spazi pubblici in occasione di ricorrenze o manifestazioni pubbliche;
- b) la fornitura di cancelleria, piccoli attrezzi di lavoro, materiale di consumo, divise di lavoro;
- c) la fornitura di materiale "usa e getta";
- d) la fornitura di arredo urbano;
- e) contributi dello sponsor;
- f) servizi di somministrazione di bevande e alimenti in occasione di ricorrenze e manifestazioni.

Art. 16 -Affidamenti di valore superiore ai 40.000 euro.

1. In attuazione di quanto disposto all'art. 19 del vigente codice dei contratti (Decreto Legislativo 18 Aprile 2016, n. 50) si stabilisce che:

a) al fine di assicurare il rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza, proporzionalità, l'affidamento di contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi o forniture per importi superiori a 40.000.00 € (quarantamila euro), mediante dazione di danaro o accollo del debito o altre modalità di assunzione del pagamento dei corrispettivi dovuti, è soggetto esclusivamente alla previa pubblicazione sul sito internet della stazione appaltante, per almeno trenta giorni, di apposito avviso con cui si rende nota la ricerca di sponsor per specifici interventi ovvero si comunica l'avvenuto ricevimento di una proposta di sponsorizzazione, indicando sinteticamente il contenuto del contratto proposto. Trascorso il periodo di pubblicazione dell'avviso, il contratto può essere liberamente negoziato, purché nel rispetto dei principi di imparzialità e di parità di trattamento fra gli operatori che abbiano manifestato interesse, fermo restando il rispetto dell'articolo 80.

2. Nel caso in cui lo sponsor intenda realizzare i lavori, prestare i servizi e/o le forniture direttamente a sua cura e spese, resta ferma la necessità di verificare il possesso dei requisiti degli esecutori, nel rispetto dei principi e dei limiti normativi in materia L'ufficio precedente impartisce opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere e/o forniture e alla direzione dei lavori e collaudo degli stessi.

Art.17 -Criteri di pubblicità della proposta di sponsorizzazione-

contenuti minimi del contratto.

1. La scelta dello sponsor è effettuata secondo i criteri stabiliti dal presente Regolamento preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso.
2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio on line, inserimento sul sito internet del Comune di Locorotondo o, se ritenuto utile dal Responsabile del Procedimento in relazione alla natura specifica della proposta, con l'invio alle associazioni di categoria e/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.

Art. 18 -Contratto di sponsorizzazione.

1. La sponsorizzazione viene regolata da apposito contratto scritto, firmato dalle parti (sponsor e sponsee) e costituisce, unitamente alla deliberazione di Giunta Comunale e/o la determinazione la documentazione che regola la sponsorizzazione.
2. Il contratto, secondo l'allegata Modulistica, deve riportare i seguenti elementi essenziali:
 - a) l'oggetto del contratto e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico "capitolato ...(o progetto di sponsorizzazione)";
 - b) gli obblighi delle parti e le modalità di attuazione della sponsorizzazione;
 - c) il valore del corrispettivo della sponsorizzazione;
 - d) la durata del contratto che non può essere superiore ad anni cinque;
 - e) l'eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale;
 - f) il diritto dello sponsor all'utilizzazione dello spazio pubblicitario;
 - g) i controlli sull'attività dello sponsor e le penali in caso d'inadempimento;
 - h) la clausola di tutela rispetto alle eventuali inadempienza;
 - i) la risoluzione del contratto per inadempimento;
 - l) la competenza del Tribunale di Bari in caso di controversie;
 - m) la disciplina delle spese contrattuali.
2. Nel contratto dev'essere prevista la facoltà del Comune di Locorotondo di recedere prima della scadenza, previa tempestiva e formale comunicazione allo sponsor; deve inoltre essere prevista la clausola risolutiva espressa nel caso in cui lo sponsor rechi danno all'immagine del Comune, fermo restando il diritto al risarcimento del danno.
3. Mediante il contratto di sponsorizzazione, si autorizza altresì l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato.

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 WEB 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 o sulle aiuole oggetto della sponsorizzazione;

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

d) utilizzo a fini pubblicitari di spazi su documentazione del Comune (buoni mensa, bollette, biglietti d'ingresso alla manifestazione interessata, inviti alla manifestazione, ecc.);

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

2. L'imposta sulla pubblicità, dovrà essere corrisposta dallo sponsor, ove dovuta.

Art. 20 -Affidamento del servizio di ricerca dello sponsor.

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

2. Il Comune, previa valutazione di convenienza sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, può affidare il servizio di ricerca degli sponsor a soggetti da individuare tramite procedure sugli appalti di servizi previste dal "codice dei contratti" (D.Lgs.50/2016).

Art. 21 -Atto di mecenatismo.

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

Art.22 -Altra forma della sponsorizzazione: gli accordi di

collaborazione.

1. Gli accordi di collaborazione potranno determinare, indipendentemente dall'importo della sponsorizzazione o della collaborazione, a fronte degli investimenti privati di peculiare rilevanza a vantaggio del Comune di Locorotondo, oltre che il ritorno pubblicitario anche la possibilità economica per lo "sponsor" di ricavare direttamente una redditività specifica dalla collaborazione con il Comune, da concretizzarsi nella fornitura di servizi e di beni caratterizzati dalla componente programmatica preminente del bene o del servizio fornito ad origine dal comune.

A titolo esemplificativo si segnalano: la gestione di strutture pubbliche quali impianti sportivi, spazi espositivi, parcheggi, ecc., per l'utilizzo dei quali è comunemente previsto il pagamento di una tariffa (abbonamento, ticket, ecc.) a fronte di una retrocessione monetaria o altro beneficio da parte del Comune di Locorotondo.

Stante la loro natura di più spiccata valenza economica e di interesse imprenditoriale dell'altro contraente, sono più puntualmente sottoposti al rispetto delle regole dell'evidenza pubblica e previo regime di raffronto fra più possibili concorrenti.

2. A tal fine la "collaborazione" è sottoposta, in relazione alla diversa natura delle prestazioni, alla preventiva approvazione della procedura di gara, secondo i criteri convenzionali da sottoporsi ad una successiva operazione di sponsorizzazione.

3. Qualora uno o più soggetti risultassero interessati, a seguito dell'apposito avviso, alla realizzazione dell'iniziativa, l'Amministrazione provvede ad espletare apposita gara, da espletarsi col metodo dell'offerta economicamente più vantaggiosa, tra i soggetti che ne abbiano fatto valida richiesta e l'originario proponente.

Art. 23 -Adozione di aree verdi.

1. Il Comune, con deliberazione della Giunta comunale, procederà all'individuazione delle aree comunali destinate a verde pubblico che potranno essere assegnate in "adozione" a società, associazioni o privati in genere.

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

3. Lo sponsor dovrà presentare, sia per la realizzazione dell'impianto che per la manutenzione, un progetto tecnico che, approvato dalla Giunta comunale con propria deliberazione, costituirà allegato al contratto di

sponsorizzazione.

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

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

6. L'area non dovrà in nessun modo essere sottratta all'uso pubblico al quale è destinata, se non per il tempo strettamente necessario alle operazioni d'impianto ed a quelle relative alla manutenzione.

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

8. Il contratto è rinnovabile con lo stesso sponsor, sulla base della bontà dei risultati raggiunti nel periodo pregresso, per la stessa durata di quello originario, nei limiti previsti dalle disposizioni normative vigenti.

Art. 24 -Sponsorizzazione di lavori, servizi e forniture aventi ad oggetto beni culturali.

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

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

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

Art. 25 -Aspetti contabili e fiscali.

1. Le iniziative derivanti da contratto di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale sulle imposte dirette, per quanto applicabili, sulle imposte indirette e sui tributi locali, alla cui applicazione il presente Regolamento fa rinvio. Il valore della fatturazione per la sponsorizzazione, corrisponde all'importo della somma stanziata o da stanziare in bilancio per la specifica iniziativa; la fatturazione può coincidere con l'intero stanziamento o con una quota dello stesso, in relazione alla totale o parziale copertura, mediante sponsorizzazione dell'intervento.

2. Il contratto di sponsorizzazione costituisce attività rilevante ai fini IVA e soggetta ad aliquota di legge vigente. Il contributo specificato dal contratto dovrà essere sempre espresso con la dicitura "oltre ad IVA di legge", e l'importo erogato dovrà pertanto essere sempre comprensivo d'IVA.

Gli importi utilizzabili ai fini dell'evento o dell'iniziativa finanziata saranno pertanto rappresentati dai contributi stessi al netto di quanto di competenza erariale per IVA.

3. Qualora il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione consista in lavori, nella prestazione di servizi o nella fornitura di beni a carico dello sponsor, è fatto obbligo di operare la doppia fatturazione ovvero la fatturazione dello sponsor al Comune del valore dei lavori, servizi o beni, soggetta all'Iva e la fatturazione del Comune allo sponsor di pari importo, sempre soggetto ad Iva, per il valore della promozione di immagine fornita allo sponsor.

4. La regolamentazione contabile del rapporto di sponsorizzazione, a seconda delle forme di realizzazione dello stesso, si effettuerà pertanto come di seguito indicato:

a) contributi economici: il Comune emetterà fattura al soggetto finanziatore per un importo pari al contributo pattuito nel contratto;

b) cessione gratuita di beni e/o servizi: lo sponsor fatturerà al Comune un importo pari al valore stimato, stabilito nel contratto di sponsorizzazione, del bene, dei lavori o dei servizi ceduti. In conseguenza, il Comune provvederà ad emettere fattura allo sponsor di uguale importo, a titolo di sponsorizzazione, con compensazione contabile delle due fatture;

c) adozione di aree verdi: lo sponsor provvederà a fatturare al Comune gli importi indicati nel preventivo e recepiti nel contratto, al termine della sistemazione e, qualora sia previsto che nel corrispettivo cui è tenuto lo sponsor rientri anche la manutenzione delle aree, dopo ogni anno di manutenzione; a sua volta, il Comune provvederà ad emettere fattura per uguale importo, a titolo di sponsorizzazione.

5. Ogni spesa contrattuale inerente e conseguente alla stipulazione ed alla registrazione del contratto di sponsorizzazione e/o dell'accordo di collaborazione nei casi previsti dalla legge è a carico dello sponsor.

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

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

8. Lo Sponsor è esonerato dal pagamento del canone previsto nel regolamento di pubblicità, fermi restando i limiti in esso contenuti

Art. 26 -Controlli e verifiche.

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del Responsabile di volta in volta competente, al fine di accertare la

correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, qualitativi e quantitativi.

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

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

Art. 27 -Trattamento dati personali.

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente Regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste; i soggetti interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti ai sensi della vigente normativa. 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.

Art. 28 – Rinvio dinamico.

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

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

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

4. Con successivo e separato atto si provvederà ad approvare apposito disciplinare per la tutela ed utilizzo del marchio del Comune di Locorotondo

Art. 29 – Entrata in vigore.

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

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



DOMANDA DI SPONSORIZZAZIONE

Il sottoscritto _____ nato a _____ il _____
nella qualità di legale rappresentante//procuratore/delegato della Società/Ente/Istituzione

svolgente in prevalenza attività di

Indirizzo _____ CAP _____ Città _____

Tel. _____

Fax _____

E-mail _____ sito

internet _____

P.IVA _____ C.F. _____

VISTO il Regolamento sulle sponsorizzazioni

avanza formale

OFFERTA DI SPONSORIZZAZIONE

Evento:

Breve illustrazione dell'attività:

Sponsorizzazione finanziaria.

Il corrispettivo in denaro che intende offrire a titolo di sponsorizzazione per l'evento è di:
€ _____

Prestazione tecnica .

a) fornitura / servizio/lavori

il valore della prestazione tecnica è pari ad €

Prestazione mista.

in cambio dell'offerta di sponsorizzazione il sottoscritto chiede i seguenti benefit:

Il sottoscritto si impegna sin d'ora nel caso di accettazione della sponsorizzazioni ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.

firma