



**Comune di
Cesano Boscone**

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Sponsors



Sommario

Articolo 1 - Finalità e inquadramento normativo	2
Articolo 2 - Definizioni.....	2
Articolo 3 - Natura dei contratti di sponsorizzazione	3
Articolo 4 – Individuazione, programmazione e ambito di applicazione delle sponsorizzazioni	3
Articolo 5 - Obblighi del comune.....	5
Articolo 6 - Diritto di rifiuto – esclusione	5
Articolo 7 - Scelta dello sponsor.....	6
Articolo 8 - Recepimento di proposte spontanee di sponsorizzazione.....	7
Articolo 9 - Affidamento diretto.....	8
Articolo 10 -Qualificazione dello sponsor.....	8
Articolo 11 - Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione	8
Articolo 12 - Sponsorizzazioni plurime ed esclusiva generale dello sponsor.....	9
Articolo 13 - Sponsorizzazioni accessorie ai contratti	9
Articolo 14 - Affidamento del servizio di ricerca dello sponsor.....	9
Articolo 15 - Aspetti contabili e fiscali	9
Articolo 16 – Controlli	10
Articolo 17 - Trattamento dati personali.....	11
Articolo 18 - Codice di comportamento – piano anticorruzione	11
Articolo 19 - Maggiori entrate derivanti da sponsorizzazioni e incentivazione della produttività	11
Articolo 20 - Rinvio ed entrata in vigore	12

ARTICOLO 1 - FINALITÀ E INQUADRAMENTO NORMATIVO

1. Il presente regolamento disciplina le procedure relative alla stipula dei contratti di sponsorizzazione, ai quali l'Amministrazione Comunale può ricorrere, in attuazione delle disposizioni normative:
 - a) Legge 241/1990 e ss.mm.ii;
 - b) nell'art. 43 della Legge 27 dicembre 1997, n. 449;
 - c) nell'art.119 del D.Lgs. 18 agosto 2000, n. 267;
 - d) nell'art. 8 e 134 del D.Lgs. 36/2023;
 - e) art. 1322 del Codice Civile;
 - f) D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633 (Testo Unico dell'IVA);
 - g) D.Lgs. 22 gennaio 2004, n. 42 (Codice dei beni culturali e del paesaggio)

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

2. Le iniziative di sponsorizzazione devono in ogni caso essere dirette al perseguimento di interessi pubblici e devono escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata.
3. Il ricorso alla sponsorizzazione costituisce un'opportunità di finanziamento delle attività del Comune ed è finalizzato a:
 - a) ottenere proventi di entrata o risparmi di spesa rispetto alle necessità preventive;
 - b) migliorare la qualità dei servizi prestati all'utenza;
 - c) favorire il miglioramento e lo sviluppo dell'innovazione nell'organizzazione amministrativa;
 - d) valorizzare le competenze, le professionalità, la disponibilità di persone, Enti, Associazioni ed operatori economici attivi sul territorio.

ARTICOLO 2 — DEFINIZIONI

Ai fini del presente regolamento si intende:

- **per sponsorizzazione (sponsorship)**: consiste nell'associare il nome di un'impresa o di un prodotto (sponsor) a un particolare evento (sponsee), nell'intento di ottenere un ritorno positivo in termini di notorietà e immagine, beneficiando delle potenzialità comunicazionali dell'evento stesso; dal punto di vista dell'Ente, ogni corrispettivo in denaro, fornitura di beni, prestazioni di servizi, realizzazione di opere pubbliche e/o di pubblica utilità da parte di terzi, nell'ambito applicativo dei contratti di sponsorizzazione;
- **per “sponsorizzatore” o “sponsor”**: il soggetto che stipula il contratto di sponsorizzazione con l'Ente;
- **per “sponsorizzato” o “sponsee”**: il Comune, che, titolare dei benefici apportati dal Contratto di sponsorizzazione, mette a disposizione la possibilità di pubblicizzare i segni distintivi dello sponsor nell'ambito di propri eventi, iniziative o progetti;
- **per “contratto di sponsorizzazione”**: un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale lo sponsor (un soggetto terzo) si obbliga a versare una somma di denaro, a fornire beni o servizi o ad effettuare lavori a favore dello sponsee (il Comune) il quale gli garantisce, nell'ambito di propri eventi, iniziative o progetti, la possibilità di pubblicizzare, in appositi spazi, il nome, il marchio, l'immagine, l'attività, prodotti o servizi o simili, ovvero di distribuire prodotti o servizi a titolo promozionale, nei modi previsti dal contratto;
- **per “spazio pubblicitario”**: lo spazio fisico o digitale o qualsiasi altro supporto atto alla

- veicolazione di informazioni, messo a disposizione dello sponsor
- **Per “obbligazione dello sponsee”** si intende obbligazione di mezzi e non di risultato, pertanto essa deve intendersi adempiuta quando vi sia stata la realizzazione dell'evento, iniziativa o progetto da contratto, indipendentemente dall'effettivo ritorno di immagine;
 - **Per sponsorizzazione “pura”**: l’impegno dello Sponsor di riconoscere esclusivamente un contributo economico (in cambio del diritto di sfruttare spazi per fini pubblicitari);
 - **Per sponsorizzazione “tecnica”**: l’impegno dello Sponsor di fornire beni e servizi o progettare e realizzare lavori in cambio della possibilità di sfruttare spazi.

ARTICOLO 3 - NATURA DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE

1. Il contratto di sponsorizzazione è un atto negoziale a prestazioni corrispettive onerose, con fini di pubblicità, mediante il quale il Comune si obbliga a fornire, nell'ambito di propri progetti o iniziative, prestazioni accessorie di veicolazione del messaggio pubblicitario del soggetto sponsor, il quale a sua volta si obbliga ad una controprestazione in beni, servizi, danaro o altra utilità nella previsione di conseguire un beneficio di immagine.
2. I contratti di sponsorizzazione nei quali il Comune è parte possono prevedere, a titolo di corrispettivo dovuto dallo “sponsor”:
 - a) somme di denaro;
 - b) forniture di beni, servizi o lavori, acquisiti o realizzati a cura e spese dello sponsor.
 - c) Accollo delle obbligazioni verso i terzi che svolgono le attività sponsorizzate.
3. Nel caso di cui al punto 2.b) si assume quale controvalore monetario del contratto il valore di mercato della fornitura dei beni servizi o lavori, effettuato dallo sponsor.
4. Ove il corrispettivo della sponsorizzazione sia costituito da una somma di denaro, il pagamento avviene in misura non inferiore al 30% al momento della sottoscrizione del contratto e nella misura restante entro i termini previsti dal contratto stesso.
5. Se richiesto dal Comune, lo sponsor deve prestare apposita garanzia fideiussoria per il pagamento corrispettivo, costituita mediante fideiussione bancaria o polizza assicurativa.

ARTICOLO 4 – INDIVIDUAZIONE, PROGRAMMAZIONE E AMBITO DI APPLICAZIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. Le iniziative di sponsorizzazione sono, di norma, individuate e programmate dalla Giunta nell'ambito del Piano Esecutivo di Gestione/Piano delle Performance. Nel corso dell'anno, la Giunta può, altresì, formulare indirizzi specifici per l'attivazione di iniziative ulteriori di sponsorizzazione.
2. Le sponsorizzazioni possono interessare tutte le iniziative, i progetti, le attività, i beni, i servizi, i lavori previsti nella programmazione del Comune ed a carico del bilancio comunale, fra le quali si indicano a mero titolo esemplificativo e non esaustivo:
 - attività od eventi a rilevanza artistico, culturale o di spettacolo di differente tipologia promossi, gestiti od organizzati dal Comune, sia direttamente che indirettamente (Patrocini);
 - eventi sportivi e/o di rilevanza sociale;

- attività di marketing e promozione territoriale;
 - attività di comunicazione, realizzazione di periodici;
 - servizi di manutenzione e gestione di aree verdi pubbliche, del patrimonio arboreo, di aree diverse e immobili comunali, di arredo urbano;
 - fornitura di beni con riferimento, a titolo esemplificativo, ad attrezzature informatiche di vario genere ed alla fornitura di arredi;
 - attività di progettazione, direzione lavori, esecuzione di opere pubbliche o di pubblica utilità;
 - realizzazione di corsi di formazione.
3. Nel caso di eventi patrocinati dal Comune ma autonomamente organizzati e gestiti da Associazioni l'eventuale presenza di sponsorizzazioni con erogazioni direttamente riconosciute all'Associazione stessa dovrà essere preliminarmente indicata al momento dell'istanza di patrocinio e/o contributo e darà luogo ai vari adempimenti di ammissione e controllo da parte dell'Amministrazione comunale di cui ai successivi articoli 6 e 16 mentre resteranno a carico dell'Associazione tutti gli aspetti di natura contrattuale, legale e fiscale.
 4. Non è da intendersi come sponsorizzazione ai sensi del presente Regolamento l'uso a scopo informativo e senza corrispettivo del logo dell'editore su locandine di eventi culturali organizzati o patrocinati dal Comune.
 5. Il Responsabile del Settore competente predispone i progetti operativi e gli avvisi delle iniziative di sponsorizzazione e adotta gli atti di gestione necessari al raggiungimento dei correlati obiettivi amministrativi.
 4. Nel caso i contratti di sponsorizzazione riguardino appalti relativi alla progettazione, direzione lavori, esecuzione e collaudo di opere e lavori pubblici, si rinvia alle specifiche disposizioni applicabili, contenute nel D.Lgs. 36/2023.
 5. Nel caso di sponsorizzazione di lavori, servizi e forniture aventi ad oggetto beni culturali sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale, ai contratti di sponsorizzazione aventi ad oggetto interventi di restauro e manutenzione di beni immobili, mobili e delle superfici decorate di beni architettonici sottoposti a tutela ai sensi del D.Lgs. n. 42/2004, si applicano, oltre alle norme previste nel presente regolamento, le disposizioni in materia di requisiti di qualificazione dei progettisti nel caso in cui la realizzazione dell'intervento sia a cura dello Sponsor.
 - 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.
 - In caso di sponsorizzazione tecnica la Soprintendenza competente impartisce le prescrizioni opportune in ordine alla progettazione alla direzione ed all'esecuzione dei lavori. Il Comune eserciterà un'attività di sorveglianza al fine di garantire il rispetto della normativa di settore.
 - I contratti di sponsorizzazione inerenti i beni culturali sono preventivamente sottoposti alla Soprintendenza competente in relazione alla tipologia di intervento, al fine di ottenere i nulla osta o gli atti di assenso normativamente richiesti, per assicurare che l'esposizione pubblicitaria sia effettuata in forme compatibili con il carattere artistico o storico, l'aspetto ed il decoro del bene.

ARTICOLO 5 — OBBLIGHI DEL COMUNE

Il Comune, quale controprestazione ai beni e/o ai servizi e/o ai lavori forniti dallo Sponsor, potrà realizzare, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, alcune delle forme pubblicitarie indicate di seguito:

- 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 nel sito web istituzionale del Comune, all'interno dello spazio informativo dell'attività interessata;
- b) concessione del logo istituzionale del Comune come strumento promozionale (si intende la possibilità di concedere a terzi l'apposizione del logo del Comune su propri prodotti o insegne, in abbinamento ai marchi aziendali, previa preliminare approvazione degli stessi da parte dell'Amministrazione secondo modalità che saranno previste nel Contratto)
- c) posizionamento di targhe o cartelli indicanti il marchio-logo o le generalità dello Sponsor sui beni durevoli o sulle aree verdi oggetto della sponsorizzazione;
- d) utilizzo a fini pubblicitari di spazi presso strutture di proprietà del Comune (es. bacheche, ascensori, sale riunioni, sedi culturali, impianti sportivi, androni, coperture con teli di opere e/o lavori, ecc.);
- e) utilizzo, a fini pubblicitari, di spazi su pubblicazioni, pieghevoli, brochure, volantini, manifesti e altri strumenti di comunicazione in uso all'ente; fermo restando quanto disposto dal "Regolamento della comunicazione comunale"
- f) abbinamenti commerciali (es. abbinamento ad un'azienda di un monumento, di un'isola pedonale, di una fontana etc.);
- g) predisposizione di gadget (forniti e venduti dallo sponsor) con logo del Comune, ;
- h) altri interventi simili a quelli riportati nei precedenti punti.

ARTICOLO 6 - DIRITTO DI RIFIUTO – ESCLUSIONE

1. L'Amministrazione Comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi proposta di sponsorizzazione e recedere dal contratto eventualmente sottoscritto qualora:
 - ritenga possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
 - ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio al Comune o alla collettività oppure un danno alla sua immagine e alle sue iniziative;
 - reputi inaccettabile la proposta di sponsorizzazione per motivi di interesse pubblico o per motivi di inopportunità generale.

Sono, in ogni caso, escluse le sponsorizzazioni riguardanti propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.

2. Il Comune rifiuta qualsiasi proposta di sponsorizzazione e recede dal contratto eventualmente sottoscritto qualora trattasi di:
 - a) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti superalcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, medicinali o cure mediche, e/o alla promozione e all'uso di sostanze vietate, gioco d'azzardo;
 - b) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, discriminazione, odio o minaccia;
 - c) messaggi contrari al decoro o alla morale pubblica.

3. Non si potranno sottoscrivere contratti di sponsorizzazione con Sponsor che, a seguito di controlli, verseranno in almeno uno dei casi previsti dagli artt. 94, 95, 98 e 100 del D.Lgs. n.36/2023.

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

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

- a) non dichiarano di rispettare i principi definiti dalla Risoluzione 2003/16 del 13/08/2003 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 amministrative, degli interessi pubblici, delle politiche sociali, economiche e culturali, della trasparenza e correttezza dei comportamenti imprenditoriali e pubblici;
 - obblighi riguardanti la tutela dei consumatori;
 - obblighi riguardanti la protezione dell'ambiente;
- b) hanno in atto controversie di natura stragiudiziale o giudiziale con l'Amministrazione Comunale.

ARTICOLO 7 - SCELTA DELLO SPONSOR

1. Ai sensi dell'art. 134 del D.Lgs. n. 36/2023, la scelta dello sponsor per contratti di sponsorizzazione il cui valore è superiore ad € 40.000,00, IVA esclusa, è effettuata, al fine di assicurare il rispetto dei principi di trasparenza, imparzialità e parità di trattamento, mediante selezione ad evidenza pubblica.
2. L'Ente sollecita la presentazione di proposte di sponsorizzazione di propri progetti, iniziative o interventi mediante un avviso ufficiale approvato con determinazione del Responsabile di Settore competente per materia in sede di avvio della procedura di sponsorizzazione. L'avviso può anche essere cumulativo, ovvero prevedere progetti, iniziative e interventi da sponsorizzare di competenza di uno stesso Settore e programmati per l'anno cui l'avviso si riferisce.
3. L'avviso è pubblicato all'Albo Pretorio del Comune sul sito internet istituzionale. L'Amministrazione si riserva di pubblicizzare l'avviso anche con altre modalità ritenute, di volta in volta, le più adeguate in relazione all'iniziativa ed al progetto da realizzarsi, alla specifica procedura, al corrispettivo atteso ed ai potenziali partecipanti.
4. L'avviso deve indicare almeno:
 - a) l'oggetto della sponsorizzazione ed i conseguenti obblighi dello Sponsor, secondo i contenuti dell'eventuale capitolato/progetto di sponsorizzazione;
 - b) i requisiti di partecipazione alla procedura selettiva;
 - c) le modalità ed il termine per la presentazione delle offerte, che non può essere inferiore a 15 giorni salvo il maggior termine previsto per la casistica di cui al comma 1;
 - d) l'eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale;
 - e) i criteri di ammissibilità;

- f) i criteri di valutazione delle offerte;
- g) l'eventuale importo minimo, a base della procedura selettiva, richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
- h) l'eventuale diritto di prelazione;
- i) L'area/settore procedente ed il responsabile unico del procedimento (RUP).

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

- a) i dati del proponente e del legale rappresentante;
 - b) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
 - c) le dichiarazioni richieste dall'avviso, anche con riferimento al possesso dei requisiti di ordine generale;
 - d) l'accettazione incondizionata di quanto previsto nell'avviso e nel presente regolamento;
 - e) 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.
6. L'individuazione del soggetto o dei soggetti qualificati alla sponsorizzazione delle singole attività oggetto degli avvisi è operata, sulla base dei criteri ivi indicati, dal Settore competente che opera la valutazione delle proposte pervenute mediante costituzione di apposita commissione.
7. Scaduto il termine fissato nell'avviso, il contratto può essere liberamente negoziato, purché nel rispetto dei principi di imparzialità e di parità di trattamento tra gli operatori che abbiano manifestato interesse.

ARTICOLO 8 — RECEPIMENTO DI PROPOSTE SPONTANEE DI SPONSORIZZAZIONE

1. Nel caso in cui, da parte di un potenziale sponsor, pervenga al Comune una proposta spontanea di sponsorizzazione, il Direttore del Settore competente valuta la rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento e, deliberata l'opportunità della proposta da parte della Giunta, predispone apposito avviso, da pubblicare con le modalità di cui al precedente articolo, che preveda come importo minimo a base di selezione quello offerto dal soggetto promotore nonché il diritto di prelazione a favore dell'originario promotore ai sensi del comma 2 del presente articolo. Alla pubblicazione dell'avviso segue l'espletamento della selezione.
2. Terminata la procedura di selezione, all'originario promotore è riservato, entro un termine prestabilito, il diritto di adeguare la propria proposta a quella giudicata più conveniente dal Comune. In questo caso, il promotore originario è dichiarato aggiudicatario.
3. L'acquisizione di una proposta di sponsorizzazione non è vincolante per il Comune e nel caso in cui non sarà ritenuta ammissibile verrà comunicato per iscritto al proponente.
4. Nel caso in cui la proposta di sponsorizzazione ritenuta d'interesse risulti lacunosa, il Responsabile può chiedere chiarimenti o integrazioni.

ARTICOLO 9 — AFFIDAMENTO DIRETTO

1. Il Comune potrà procedere all'affidamento diretto di contratti sponsorizzazione nei seguenti casi:
 - a) nel caso di sponsorizzazioni inferiori o pari a € 40.000 (IVA esclusa);
 - b) nel caso in cui sia stata esperita infruttuosamente la procedura selettiva di cui all'art. 6 e/o all'art. 7;
 - c) In casi, 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 interesse e congruità da parte del Responsabile di Settore competente, sentita la Giunta Comunale.

ARTICOLO 10 — QUALIFICAZIONE DELLO SPONSOR

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi sia con soggetti privati, che pubblici, singoli o associati.
2. Qualora i lavori, i servizi e le forniture siano acquisiti o realizzati a cura dello Sponsor, lo stesso deve essere in possesso dei requisiti di qualificazione per gli esecutori dei contratti pubblici.
3. Per i lavori pubblici, le imprese esecutrici devono possedere i requisiti di qualificazione previsti dalla normativa vigente al momento dell'affidamento.

ARTICOLO 11 — CONTENUTI MINIMI DEL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

1. La sponsorizzazione viene regolata da apposito contratto nel quale sono almeno definiti:
 - a) l'oggetto del contratto;
 - b) gli obblighi delle parti;
 - c) il valore del corrispettivo della sponsorizzazione;
 - d) la durata del contratto;
 - e) l'eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale;
 - f) le modalità di approvazione di insegne o altri strumenti promozionali di terzi sui quali venga apposto il logo del Comune ai sensi dell'articolo 5 punto b);
 - g) i controlli sull'attività dello sponsor e le penali in caso di inadempimento;
 - h) la facoltà di recesso da parte del Comune prima della scadenza;
 - i) la risoluzione del contratto per inadempimento;
 - j) la competenza del foro di Milano in caso di controversie;
 - k) la disciplina delle spese contrattuali.
2. Nel contratto deve essere inoltre prevista la clausola risolutiva espressa nel caso in cui lo sponsor rechi danno all'immagine del Comune, fermo restando il diritto dell'Ente al risarcimento del danno.

ARTICOLO 12 — SPONSORIZZAZIONI PLURIME ED ESCLUSIVA GENERALE DELLO SPONSOR

1. Il Comune può ricevere più sponsorizzazioni per una stessa iniziativa od oggetto, ad eccezione dei seguenti casi per i quali è previsto un diritto di esclusiva:
 - a) **esclusiva generale**: comportante la conclusione del contratto di sponsorizzazione con un soggetto in veste di Sponsor unico 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 al fine di reperire maggiori risorse o per conseguire sponsorizzazioni di miglior profilo qualitativo.
2. 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.

ARTICOLO 13 — SPONSORIZZAZIONI ACCESSORIE AI CONTRATTI

1. Il Comune può prevedere, sia nell'ambito di procedure per la concessione di servizi sia nell'ambito delle procedure per l'aggiudicazione di appalti di lavori, servizi e forniture, clausole inerenti a sponsorizzazioni come prestazioni accessorie al contratto principale.
2. In tal caso, la valutazione della sponsorizzazione deve costituire elemento con peso marginale rispetto alla valutazione complessiva dell'offerta, in ogni caso con peso non superiore al 5% del totale.

ARTICOLO 14 — AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI RICERCA DELLO SPONSOR

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Ente secondo la disciplina del presente regolamento.
2. Il Comune, previa valutazione di convenienza sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, può tuttavia affidare il servizio di ricerca degli sponsor a soggetti da individuare tramite le procedure per gli appalti di servizi previste dal D.Lgs. 36/2023 e dai regolamenti comunali in materia di contratti.

ARTICOLO 15 — ASPETTI CONTABILI E FISCALI

1. I corrispettivi dei contratti di sponsorizzazione sono previsti nel bilancio di previsione e nel Piano Esecutivo di Gestione/Piano delle Performance, ad inizio anno o durante l'anno con variazione, nel rispetto dell'ordinamento finanziario e contabile.
2. Le iniziative derivanti da contratto di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale sulle imposte dirette, per quanto applicabili, nonché sulle imposte indirette e sui tributi locali, per

quanto compatibili, per la cui applicazione il presente regolamento fa rinvio.

3. 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, soggetto all’IVA, e la fatturazione del Comune allo Sponsor di un 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) corrispettivo monetario: il Comune emetterà fattura allo Sponsor per un importo pari al contributo pattuito nel contratto e provvederà a riversare l’IVA dovuta all’Erario;
 - b) operazioni permutative di beni e/o servizi e/o lavori: 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 emetterà fattura allo Sponsor di uguale importo, a titolo di sponsorizzazione, con compensazione contabile delle due fatture con IVA a esigibilità immediata;
6. Non rientra nell'applicazione del presente Regolamento la disciplina inerente la materia delle donazioni e delle erogazioni liberali, in merito alle quali si rinvia espressamente alle disposizioni contenute negli artt. 769 e seguenti del Codice civile.
7. Ogni spesa contrattuale inerente e conseguente alla stipulazione ed alla registrazione del contratto di sponsorizzazione nei casi previsti dalla legge è a carico dello Sponsor.
8. Nell'applicazione delle disposizioni del suddetto articolo sono fatte salve eventuali esenzioni e agevolazioni previste dalle disposizioni normative.

ARTICOLO 16 – CONTROLLI

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a verifiche da parte del Settore competente, secondo le modalità e la tempistica indicate nel contratto o nell’accordo di sponsorizzazione, al fine di accertare la corretta esecuzione del contratto o dell'accordo, con specifico riferimento ai contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi degli adempimenti convenuti.
2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor.
3. La notifica e l'eventuale diffida producono gli effetti specificati nel contratto o accordo di sponsorizzazione.
4. Il mancato rispetto delle norme contrattuali può comportare la risoluzione del Contratto; è fatto salvo il risarcimento del danno.

ARTICOLO 17 - TRATTAMENTO DATI PERSONALI

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente Regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste, nonché per adempiere ad eventuali obblighi di legge ai sensi dell'art. 6 par. 1 del Regolamento UE 2016/679; i soggetti interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti ai sensi del medesimo Regolamento.
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.

ARTICOLO 18 — CODICE DI COMPORTAMENTO – PIANO ANTICORRUZIONE

Si ritengono totalmente richiamati gli obblighi di attuazione ed adesione al Codice di Comportamento dei dipendenti pubblici di cui al DPR n. 62/2013 e dal vigente Codice di comportamento del Comune e al vigente Piano triennale di prevenzione della corruzione e della trasparenza.

ARTICOLO 19 — MAGGIORI ENTRATE DERIVANTI DA SPONSORIZZAZIONI E INCENTIVAZIONE DELLA PRODUTTIVITÀ

1. Ai sensi dell'art. 43, comma 4, della Legge 27 dicembre 1997, n. 449, al fine di incentivare la produttività ed il miglioramento organizzativo, nel rispetto dei contratti collettivi nazionali di lavoro vigenti, le maggiori entrate finanziarie derivanti da sponsorizzazioni saranno destinate, nella misura e secondo i criteri da stabilirsi annualmente con deliberazione di Giunta Comunale su proposta del Settore "Cultura":
 - all'implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL di comparto 1/4/1999, come modificato dall'art. 4, co. 4, del CCNL 5/10/2001, espressamente richiamato dall'art. 31 del CCNL 22/1/2004, Salvo il rispetto del limite di cui all'art. 9, comma 2 bis, del D.L. 31 maggio 2010, n. 78, convertito in Legge 30 luglio 2012, n. 122;
 - Ai sensi dell'art. 67 comma 3 Lett a) del CCNL 2018, come richiamato dall'art. 79 comma 2 Lett a) del CCNL 2022.
2. L'individuazione dei dipendenti interessati avverrà in sede di atto di approvazione, da parte del direttore del Settore interessato, dell'Avviso che avvia l'iter per l'acquisizione della sponsorizzazione.
3. L'erogazione dello spettante avverrà a conclusione della sponsorizzazione, con apposito Atto.
4. Nel caso in cui il contratto di sponsorizzazione preveda la fornitura di beni, servizi, lavori e/o acquisti realizzati a cura e spese dello sponsor, l'impegno profuso dal Responsabile e/o dai dipendenti sarà preso in considerazione ai soli fini della valutazione delle performance.

ARTICOLO 20 — RINVIO ED ENTRATA IN VIGORE

1. Per ogni aspetto che non trovi esplicita disciplina nel presente Regolamento si fa rinvio alle norme di legge applicabili.
2. Tutti i richiami alle norme contenuti nel presente Regolamento devono intendersi effettuati alle disposizioni vigenti al momento dell'applicazione concreta del Regolamento stesso, senza necessità di suo adeguamento espresso.
3. Il Regolamento sulle sponsorizzazioni entrerà in vigore dopo 15 giorni dalla pubblicazione della delibera che lo approva.
4. Il presente Regolamento è pubblicato sul sito istituzionale del Comune, nella Sezione Amministrazione Trasparente, ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 12, comma 1, D.Lgs. n.33/2013 e ss.mm.ii.