



COMUNE DI SCALDASOLE

Provincia di Pavia

REGOLAMENTO COMUNALE SULLE SPONSORIZZAZIONI

Approvato con delibera di C.C. n. 24 del 18/09/2015

INDICE

Titolo I Principi generali

- Art. 1 - Finalità
- Art. 2 - Definizioni
- Art. 3 - Funzione
- Art. 4 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

Titolo II Procedure di selezione

- Art. 5 - Procedure di selezione dello *sponsor*
- Art. 6 - Affidamento diretto
- Art. 7 - Procedura negoziata previa gara ufficiosa
- Art. 8 - Procedura negoziata previa gara ufficiosa preceduta da avviso pubblico
- Art. 9 - Procedura per sponsorizzazione oltre la soglia comunitaria
- Art. 10 - Sponsorizzazione di interventi restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale
- Art. 11 - Sponsorizzazione di opera od area pubblica
- Art. 12 - Atto di mecenatismo
- Art. 13 - Sponsor accreditati

Titolo III Sponsorizzazione di aree verdi comunali

- Art. 14 - *Individuazione aree verdi pubbliche da gestire attraverso l'istituto della sponsorizzazione*
- Art. 15 - Modalità' di gestione e cura del verde pubblico
- Art. 16 - Obblighi e responsabilità dello "sponsor"
- Art. 17 - Controllo e vigilanza da parte del comune
- Art. 18 - Durata dell'accordo
- Art. 19 - Risoluzione dell'accordo di collaborazione

Titolo IV Limiti e contenuti del contratto

- Art. 20 - Esclusione e rifiuto di sponsorizzazioni inaccettabili
- Art. 21 - Contratto di sponsorizzazione
- Art. 22 - Verifiche e controllo

Titolo V Disposizioni comuni finali

- Art. 23 - Aspetti fiscali
- Art. 24 - Agevolazioni tributarie
- Art. 25 - Trattamento dei dati personali
- Art. 26 - Normativa di riferimento

Titolo I - Principi generali

Art. 1 - (Finalità)

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione del Comune di Scaldasole nel rispetto e in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997, dell'art. 119 del D.Lgs.

n. 267/2000 e dell'art. 26 del D.Lgs. 163/2006.

2. Le attività di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali.

Art. 2 - (Definizioni)

1. Ai fini del presente regolamento si intende:

- a) per "*contratto di sponsorizzazione*", un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale il Comune, denominato *sponsee*, offre, nell'ambito di proprie iniziative culturali, sociali, ricreative e altro, ad un terzo, denominato *sponsor* – che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo in denaro o a fornire una predeterminata prestazione, diretta o indiretta, a titolo gratuito – la possibilità di pubblicizzare, in appositi e predeterminati spazi, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, i servizi e simili, nei modi previsti dal Contratto. Nel contratto di sponsorizzazione vengono disciplinate le modalità operative, la durata, gli obblighi delle parti, nonché le clausole di rispetto delle inadempienze degli operatori privati, come meglio oltre precisato all'art. 15;
- b) per "*sponsorizzazione*" ogni corrispettivo in denaro, ovvero ogni prestazione diretta o indiretta, proveniente da terzi allo scopo di promuovere il proprio nome, marchio, attività, o i propri prodotti, servizi e simili ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio d'immagine;
- c) per "*sponsor*" il soggetto privato o il soggetto pubblico che intenda stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune, un'impresa, pubblica o privata, nazionale o transnazionale, e le società partecipate, anche di minoranza, gli appaltanti, i subappaltanti, i fornitori, i concessionari, i distributori, i contoterzisti, i detentori di brevetti, comunque inseriti nella struttura produttiva e commerciale dell'impresa;
- d) per "*sponsee*" il soggetto sponsorizzato, cioè il Comune;
- 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*;

2. Il corrispettivo offerto per la sponsorizzazione può consistere:

- a) in una somma di denaro: in questo caso la realizzazione dell'iniziativa compresa l'individuazione dell'esecutore materiale delle prestazioni sarà effettuata dal Comune secondo le ordinarie procedure;
- b) in servizi, lavori e forniture acquisiti o realizzati a cura e a spese dello *sponsor*: gli esecutori materiali delle prestazioni individuati dallo *sponsor* devono essere in possesso di tutti i requisiti specifici necessari per contrattare con le pubbliche amministrazioni.

Art. 3 - (Funzione)

1. Le sponsorizzazioni rappresentano strumenti tramite i quali il Comune acquisisce da soggetti terzi risorse finanziarie e/o strumentali finalizzati alla:

- a) realizzazione di eventi sportivi, culturali e sociali;
- b) realizzazione di attività inerenti la Protezione Civile;
- c) realizzazione di attività connesse all'informazione istituzionale;
- d) realizzazione di attività di valorizzazione manutenzione e restauro del patrimonio comunale;
- e) realizzazione di attività inerenti il servizio di verde pubblico ed arredo urbano;
- f) programmazione, progettazione ed esecuzione di iniziative e di opere pubbliche;
- g) concretizzazione di attività progettuali, o più genericamente, di iniziative da realizzarsi da parte del Comune;
- h) realizzazione di ogni altra attività di rilevante interesse pubblico.

2. Nell'ottica del conseguimento di un pubblico beneficio nonché di economie di bilancio e gestione, le sponsorizzazioni potranno anche consistere nella esecuzione di opere e lavori pubblici, servizi e forniture, espletati direttamente dal soggetto sponsorizzante o da altro soggetto investito di tale onere dal soggetto sponsorizzante.

3. Le prestazioni di cui al comma precedente devono essere eseguite da ditte qualificate, aventi i requisiti previsti dall'art. 26 del D.Lgs. 163/2006.

4. In ogni caso, gli interventi di sponsorizzazione disciplinati dal presente regolamento sono realizzati a totale cura e spese dello *sponsor*.

5. Al fine di dare pubblica evidenza degli estremi della sponsorizzazione, è fatto obbligo allo sponsor di esporre regolare cartello con indicazione degli estremi della sponsorizzazione. Tale cartello è definito di comune accordo con il Comune di Scaldasole e deve riportare logo e denominazione dello sponsor nonché lo stemma Comunale.

Art. 4 - (Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione)

1. Al fine di ampliare le potenzialità promozionali della sponsorizzazione, la Giunta individua le iniziative da offrire ai potenziali *sponsor* ovvero accoglie le proposte formulate dai soggetti interessati. In particolare le iniziative sono riconducibili ad una o più delle opzioni di seguito indicate:

- a) inserite nei programmi di spesa con finanziamento a carico del bilancio comunale;
- b) inserite in appositi elenchi allegati al bilancio comunale ma non finanziati, la cui realizzazione è vincolata dall'attivazione di contratti di sponsorizzazione o alla disponibilità delle economie di cui alla precedente lettera a);
- c) conseguenti a proposte definite in corso d'anno dalla Giunta anche in adesione a offerte spontanee provenienti da soggetti terzi e giudicate di interesse pubblico.

2. Le iniziative di sponsorizzazione possono essere individuate nell'ambito degli obiettivi del PRO assegnati al Responsabile di Servizio

3. La Giunta può integrare gli indirizzi specifici precedentemente formulati per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione. Nel caso l'oggetto della sponsorizzazione consista nella realizzazione di un'opera, la stessa deve essere contemplata nell'elenco annuale delle opere pubbliche.

4. Sono ammesse sponsorizzazioni plurime di una singola iniziativa, nel caso in cui l'iniziativa stessa permetta d'individuare con certezza la responsabilità di sponsorizzazione. Nel caso di interventi che non permettano la compartecipazione alla sponsorizzazione da parte di più soggetti, per caratteristiche intrinseche e per ragioni di opportunità, valutate dal Comune, nell'esercizio del proprio potere discrezionale, la selezione dello *sponsor* seguirà i seguenti criteri, indicati per priorità di scelta:

- proseguimento di chi è già *sponsor* dell'iniziativa, se la sponsorizzazione è stata soddisfacente per il Comune;
- aumento (economico, qualitativo o temporale) dell'offerta di sponsorizzazione da parte di uno degli offerenti;
- ordine cronologico di presentazione, a parità di valore di sponsorizzazione offerto;
- sorteggio nel caso di pari condizioni e presentazione contestuale.

Titolo II - Procedure di selezione

Art. 5 - (Procedure di selezione dello sponsor)

1. L'individuazione dello *sponsor* avviene nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità. Si applicano, altresì, i principi del Trattato dell'UE, nonché le disposizioni in materia di requisiti di qualificazione dei progettisti e degli esecutori del contratto. Il Comune, beneficiario delle opere, dei lavori, dei servizi, delle forniture, impartisce le prescrizioni opportune in ordine alla progettazione, nonché alla direzione ed esecuzione del contratto.

2. La scelta dello *sponsor* è effettuata mediante le seguenti procedure:

- a. affidamento diretto;
- b. procedura negoziata previa gara ufficiosa;
- c. procedura negoziata previa gara ufficiosa preceduta da avviso pubblico.

3. Il contratto di sponsorizzazione è soggetto al contributo gare a favore dell'Autorità per la Vigilanza per i contratti pubblici di lavori, servizi e forniture. L'Autorità è tenuta, infatti, a vigilare anche sull'affidamento dei contratti di sponsorizzazione.

4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e indica:

- a) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
- b) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato e/o nel progetto di sponsorizzazione;
- c) il corrispettivo della sponsorizzazione;
- d) le eventuali garanzie richieste.

5. L'offerta è accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

- a) per le persone fisiche:
 - l'inesistenza delle condizioni di incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione, di cui agli artt. 120 e seguenti della legge 24.11.1981, n. 689, e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;

- l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
 - l'inesistenza a proprio carico di provvedimenti limitativi della piena capacità di agire.
- b) per le persone giuridiche:
- oltre alle autocertificazioni sopra elencate riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza, deve essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti;
 - a mancanza del perseguimento di finalità di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - il non trovarsi in stato fallimentare, liquidazione coatta amministrativa, amministrazione controllata, concordato preventivo e non avere procedimenti fallimentari in corso.

Restano, altresì, ferme le ipotesi di incompatibilità connesse alle cariche politiche, ai sensi del Testo Unico degli Enti Locali, D.Lgs. 267/2000, cui si rinvia.

6. L'offerta deve, inoltre, contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.

7. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate nel rispetto dei criteri definiti nell'eventuale avviso/bando e/o nel capitolato.

8. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo *sponsor* e dal Responsabile competente. Con il contratto di sponsorizzazione è anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato.

Art. 6 - (Affidamento diretto)

1. Potrà procedersi mediante affidamento diretto della sponsorizzazione:

- a) nel caso in cui siano state esperite senza esito le procedure di cui ai successivi articoli 7, 8 e 9;
- b) in casi adeguatamente motivati legati alla particolare natura dell'evento i cui contenuti limitino la trattativa a soggetti determinati, il cui valore sia inferiore a € 20.000,00 al netto dell'IVA;
- c) nei casi in cui un soggetto privato abbia offerto direttamente la sponsorizzazione, di interesse per il Comune;
- d) nel caso di atto di mecenatismo, di cui al successivo art. 12.

2. Nella determinazione di affidamento, il Responsabile del procedimento deve attestare la convenienza per il Comune, nonché il rispetto delle norme previste dal presente regolamento.

Art. 7 - (Procedura negoziata previa gara ufficiosa)

1. Per le sponsorizzazioni aventi ad oggetto la prestazione di servizi e forniture la scelta del contraente avviene mediante gara ufficiosa.

2. Il Responsabile competente individua i soggetti da invitare il cui numero non deve mai essere inferiore a cinque.

3. L'invito alla gara ufficiosa, inviato anche tramite *fax* o altre forme di trasmissione telematica, deve prevedere un termine per la presentazione delle offerte non inferiore a 15 giorni e deve specificare che l'aggiudicazione avverrà a favore del concorrente che ha presentato l'offerta economicamente più vantaggiosa, tenuto conto del valore della sponsorizzazione offerta e degli spazi richiesti o di altri elementi ritenuti idonei a qualificare l'offerta economicamente più vantaggiosa.

4. La valutazione è demandata ad una commissione giudicatrice composta di tre membri nominata con determinazione dal Responsabile del Servizio interessato.

Art. 8 - (Procedura negoziata previa gara ufficiosa preceduta da avviso pubblico)

1. Per le sponsorizzazioni aventi ad oggetto la realizzazione di lavori pubblici (comprese le prestazioni professionali connesse) la scelta del contraente avviene mediante gara ufficiosa preceduta da un avviso pubblico.

2. L'avviso è pubblicato all'Albo Pretorio, sul sito *internet* del Comune ed in altre forme ritenute di volta in volta ritenute più convenienti per la maggiore conoscenza e partecipazione.

3. L'avviso pubblico deve indicare:

- . l'oggetto della sponsorizzazione,
- . l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario, le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione, i requisiti necessari per partecipare alla gara ufficiosa,
- . il termine per la presentazione delle offerte non inferiore a 15 giorni,
- . specificare che l'aggiudicazione avverrà a favore del concorrente che ha presentato l'offerta economicamente più vantaggiosa, tenuto conto del valore della sponsorizzazione offerta e degli spazi richiesti o di altri elementi – predeterminati - ritenuti idonei a qualificare l'offerta economicamente più vantaggiosa.

4. La valutazione è demandata ad una commissione giudicatrice composta di tre membri nominata con determinazione dal Responsabile del Servizio interessato.

Art. 9 - (Procedura per sponsorizzazione oltre la soglia comunitaria)

1. Per le sponsorizzazioni di importo superiore alle soglie comunitarie, fissate dal D.Lgs. 163/2006 al netto dell'IVA, la scelta dello *sponsor* deve avvenire con il criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa, attraverso le procedure di evidenza pubblica, in osservanza dei principi fondamentali e dei requisiti di cui all'art. 26 del D.Lgs. n. 163/2006.
2. I soggetti presentano le proprie offerte nel rispetto delle modalità e dei termini fissati dal bando di gara, pubblicato all'Albo Pretorio, sul sito *internet* del Comune ed in altre forme ritenute di volta in volta ritenute più convenienti per la maggiore conoscenza e partecipazione, fissando un termine per la presentazione delle offerte secondo le disposizioni di legge.
3. Il bando di gara stabilisce i criteri di valutazione e precisa il valore numerico attribuito a ciascuno di essi, unitamente alla specifica dei connessi criteri motivazionali.
4. La valutazione è demandata ad una commissione giudicatrice composta di tre membri nominata con determinazione dal Responsabile del Servizio interessato - dopo il termine fissato per la presentazione delle offerte.

Art. 10 - (Sponsorizzazioni di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale)

1. Per i 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 della Soprintendenza per i Beni Architettonici e per il Paesaggio, si applicano i principi per la scelta dello *sponsor* nonché le disposizioni in materia di requisiti soggettivi dei progettisti e degli esecutori del contratto.
2. Nel caso in cui l'individuazione dell'esecutore dei lavori sia rimessa allo *sponsor*, il soggetto indicato dovrà risultare qualificato ai sensi della normativa vigente in materia di lavori pubblici, relativamente alla tipologia dell'intervento.
3. Qualora l'impresa costruttrice o le imprese ad essa collegate o controllate rivestano la qualità di *sponsor* del Comune attraverso la realizzazione diretta di interventi di restauro e manutenzione, non potranno in alcun caso cedere ad altri soggetti il diritto di utilizzare lo spazio pubblicitario oggetto del contratto.
4. Il Comune impartisce le prescrizioni opportune in ordine alla progettazione, alla direzione ed all'esecuzione dei lavori ed esercita i poteri di alta sorveglianza procedurale al fine di garantire il rispetto della normativa di settore.
5. I contratti di sponsorizzazione inerenti beni culturali sono preventivamente sottoposti alla Soprintendenza competente in relazione alla tipologia dell'intervento, al fine di ottenere i nulla osta o gli atti di assenso normativamente richiesti e alla soprintendenza per i Beni architettonici e per il Paesaggio al fine di assicurare che l'esposizione pubblicitaria sia effettuata in forme compatibili con il carattere artistico o storico, l'aspetto e il decoro del bene.

Art. 11 - (Sponsorizzazione di opera od area pubblica)

1. Il Comune può individuare come corrispettivo delle prestazioni da essa rese in qualità di *sponsor* anche la progettazione, l'esecuzione, la direzione lavori, le certificazioni di lavori la realizzazione o la manutenzione di opere a destinazione pubblica.
2. I contratti stipulati ai sensi del precedente comma 1 contengono l'esatta individuazione e quantificazione dei lavori da effettuare e le modalità di svolgimento degli stessi, nonché i profili utili alla loro correlazione con le attività di veicolazione dei segni distintivi dello *sponsor*.
3. Nel contratto di cui al precedente comma 2 devono essere definite le modalità di verifica e controllo, nonché la rispondenza e la conformità dei lavori al progetto o altri parametri ed indicatori di qualità che il Comune intende inserire.
4. E' di competenza della Giunta comunale l'approvazione del progetto preliminare, definitivo ed esecutivo nonché i collaudi ivi compresi quelli in corso d'opera.
5. Gli *sponsors* che effettuano direttamente i lavori definitivi a corrispettivo delle sponsorizzazioni devono possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia. I soggetti eventualmente individuati dagli *sponsors* quali esecutori dei lavori definiti a corrispettivo delle sponsorizzazioni devono possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.
6. La manutenzione di aree o di opere pubbliche prevede la sponsorizzazione in base a contratto in cui risulti chiaramente l'impegno per tutto il periodo indicato, impegno garantito da polizza fidejussoria ovvero da deposito cauzionale presso la tesoreria comunale, restituibile solo al termine della prestazione concordata.

Art. 12 - (Atto di "mecenatismo")

1. Le sponsorizzazioni offerte o proposte da privati o da enti e soggetti giuridici privi di finalità di lucro, specie ove il ritorno di natura pubblicitaria appaia del tutto tenue 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, previo eventuale inserimento nel PRO con provvedimento di affidamento diretto del Responsabile interessato, qualunque sia il valore della prestazione resa.

Art. 13 - (Sponsor accreditati)

1. Il Comune ha facoltà di selezionare, con procedura aperta, candidati a cui proporre, per un arco temporale non superiore ad un triennio, le occasioni di sponsorizzazione che presentino le caratteristiche di massima prefissate, anche costituendo un apposito albo unico per tutto il Comune.
2. Le singole sponsorizzazioni vengono prioritariamente proposte ai soggetti selezionati a seguito di confronto competitivo fra gli stessi.

Titolo III – Sponsorizzazione di aree verdi comunali

Art. 14 – (Individuazione aree verdi pubbliche da gestire attraverso l'istituto della sponsorizzazione)

Il titolo disciplina la stipula di contratti di sponsorizzazione con soggetti pubblici, privati o singoli cittadini per la sistemazione e manutenzione di aree verdi pubbliche site nel territorio di Scaldasole.

L'elenco delle aree verdi oggetto di sponsorizzazione (e la loro conseguente classificazione) viene aggiornato o confermato all'inizio di ogni anno dalla Giunta Comunale.

Detto elenco può essere integrato in corso d'anno a seguito di richieste relativamente a aree verdi non incluse nell'elenco esistente.

L'inclusione delle aree soggette a sponsorizzazione è effettuata o respinta ad insindacabile giudizio della Giunta Comunale.

L'area a verde affidata in gestione mantiene, in ogni caso, le funzioni ad uso pubblico.

Art. 15 – (Modalità' di gestione e cura del verde pubblico)

La gestione e cura dell'area verde, oggetto dell'istituto della sponsorizzazione, potrà essere attuata direttamente dallo "sponsor" che sottoscrive la convenzione con il Comune, che si allega al presente regolamento, o da Ditta specializzata nel settore a cui lo "sponsor" si affida a sue complete spese.

Quale contropartita della gestione ~~dell'area~~ **è fatto obbligo al Comune** di provvedere a pubblicizzare tale collaborazione tramite appositi cartelli informativi collocati in loco, aventi dimensioni contenute entro il limite massimo totale di 60x40 che, in ogni caso, non devono generare confusione con la segnaletica stradale, specialmente in prossimità delle intersezioni stradali.

Sono vietati i cartelli con abbinamenti di colore, scritte od immagini che possano generare confusione con la segnaletica in genere e rendere difficile la comprensione, ridurne la visibilità o ridurre l'attenzione da parte dell'utente della strada.

I cartelli informativi devono essere fissati saldamente al terreno ed avere il bordo inferiore ad una quota non superiore a m 0.25 rispetto al piano di infissione, i cartelli devono essere realizzati con materiale resistente agli agenti atmosferici, il numero di essi è stabilito dalla Giunta Comunale in relazione alla conformazione e superficie dell'area verde.

I cartelli devono riportare il logo e il nome del Comune, e la scritta: "*Il Verde è stato realizzato ed è curato da.....sede.....*"

Le aree verdi dovranno essere conservate nelle migliori condizioni di manutenzione e con la massima diligenza sia per il miglioramento del verde e per la salvaguardia della salute ed igiene pubblica.

La manutenzione delle aree verdi consiste principalmente nel taglio dell'erba, concimazione, irrigazione, trattamenti contro infestanti, potature ecc. secondo le migliori regole della tecnica.

Le modalità di manutenzione sono presentate dallo sponsor e approvate dal Comune.

Art. 16 – (Obblighi e responsabilità dello "sponsor")

Tutte le spese inerenti l'acquisto di materiali per la manutenzione ordinaria e straordinaria (fornitura e cura di essenze arboree e arbustive, di fiori, ecc.), il pagamento del personale o Ditta eventualmente impiegati per la gestione delle aree verdi, le spese relative il consumo di acqua per l'irrigazione e le spese per l'acquisto e collocamento del cartello pubblicitario sono a totale carico dello "sponsor".

Lo "sponsor" assume la responsabilità per danni a cose o persone imputabili a difetti di gestione o manutenzione e comunque derivanti dall'esecuzione del presente accordo, sollevandone contemporaneamente e totalmente ad ogni senso ed effetto di Legge il Comune di Scaldasole.

Art. 17 – (Controllo e vigilanza da parte del comune)

Il Comune si riserva la facoltà di controllo generale e verifica in merito al mantenimento corretto e diligente delle aree verdi oggetto della sponsorizzazione al fine di accertare l'osservanza di tutte le norme stabilite nel presente regolamento.

Art. 18 – (Durata dell'accordo)

L' accordo di collaborazione può avere una durata variabile da uno a tre anni a partire dalla sottoscrizione dell'accordo stesso e previo consenso tra le parti potrà essere rinnovato.

Art. 19 – (Risoluzione dell'accordo di collaborazione)

Se durante la gestione delle aree verdi da parte dello "sponsor" il Comune rileva inadempienze rispetto a quanto previsto nel presente regolamento e nel caso in cui venga abusivamente alterato o danneggiato lo stato dei luoghi l'accordo decade ed il Comune provvederà ad eseguire le opere necessarie al ripristino addebitandone il costo allo "sponsor".

L'inadempienza dovrà essere preceduta da regolare contestazione scritta alla quale lo "sponsor" avrà la facoltà di presentare le proprie controdeduzioni scritte, entro e non oltre 5 giorni dalla comunicazione della contestazione.

Per quanto non precisato nel presente regolamento si applicano le disposizioni di legge e regolamenti vigenti.

Titolo IV – Limiti e contenuti del contratto

Art. 20 - (Esclusione e rifiuto di sponsorizzazioni inaccettabili)

1. Sono esclusi dalla possibilità di sottoscrivere, con il Comune di Scaldasole, contratti di sponsorizzazione quei soggetti privati, ditte, imprese, associazioni o altri organismi per i quali sia stata disposta in precedenza la risoluzione di contratti o concessioni da parte del Comune a causa di gravi inadempienze, negligenza, malafede, con provvedimento divenuto inoppugnabile.

2. La Giunta comunale, a proprio insindacabile giudizio, si riserva, inoltre, di rifiutare qualsiasi offerta di sponsorizzazione qualora:

- ritenga sussista un conflitto d'interesse fra l'attività pubblica e quella privata;
- ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla immagine dell'Ente o alle sue iniziative o attività;
- la reputi inaccettabile per motivi di opportunità generale.

3. Il Comune può, altresì, sospendere la decisione in merito a qualsiasi offerta di sponsorizzazione, qualora ritenga opportuno effettuare ulteriori verifiche.

4. Restano, in ogni caso, escluse le sponsorizzazioni riguardanti:

- a) propaganda di natura politica, sindacale o religiosa;
- b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, armi, materiale pornografico o a sfondo sessuale, prestazioni mediche;
- c) messaggi offensivi incluse le espressioni di fanatismo, razzismo odio o minaccia.

5. Sono esclusi dalla possibilità di sottoscrivere contratti di sponsorizzazione quei soggetti che non dichiarano di rispettare o che comunque nelle proprie attività non rispettano i seguenti principi come definiti dalla Risoluzione 2003/16 della Sottocommissione delle Nazioni Unite sulla Promozione e Protezione dei Diritti Umani del 13 Agosto 2003 e dalle legislazioni internazionali e nazionali vigenti, e in particolare:

- a) rispetto del diritto di pari opportunità e al trattamento non discriminatorio (con speciale attenzione alle donne, alle popolazioni indigene e alle minoranze etniche);
- b) rispetto del diritto alla sicurezza e alla salute delle persone;
- c) rispetto dei diritti dei lavoratori (inclusi specificamente l'esclusione del lavoro forzato, del lavoro minorile, di salari inferiori ai redditi reali di sussistenza, del mancato rispetto delle legislazioni locali di tutela);
- d) rispetto degli assetti istituzionali; delle norme giuridiche e delle prassi amministrative, anche consuetudinarie; degli interessi pubblici; delle politiche sociali, economiche e culturali, della

- trasparenza e correttezza, dei comportamenti imprenditoriali e pubblici, con particolare riferimento al divieto di pratiche corruttive; delle autorità pubbliche degli Stati in cui i predetti soggetti operano;
- e) rispetto degli obblighi riguardanti la tutela dei consumatori (specie in relazione alla qualità e sicurezza dei prodotti, alla trasparenza di etichette e prezzi, alla pubblicità ingannevole, a politiche di dumping, all'impiego di prodotti e processi basati su mutazioni genetiche non sicure ai sensi della vigente normativa);
 - f) rispetto degli obblighi riguardanti la protezione dell'ambiente (specie in relazione ai danni o minacce alla biodiversità, a processi industriali causa di effetto di ozono, alla distruzione di risorse naturali, a tutti gli inquinamenti chimici).
6. Sono ammesse solo le imprese che dichiarino di non essere a qualunque titolo coinvolte nella produzione, commercializzazione, finanziamento e intermediazione di armi di qualunque tipo (compresi i sistemi elettronici e le sostanze chimiche, biologiche e nucleari). Sono ammissibili solo le offerte delle banche che, dalla relazione annuale del Ministero dell'Economia e delle Finanze, prevista dalla legge 185/1990 ed a partire dal secondo anno dalla data di approvazione del presente Regolamento, non risultino comprese nell'elenco degli istituti coinvolti nel finanziamento all'esportazione di armi.
7. Il Comune, con deliberazione di Giunta adeguatamente motivata, può rifiutare sponsorizzazioni che pur non rientrando nei casi previsti dai precedenti commi, siano in contrasto con le proprie finalità.

Art. 21 - (Contratto di sponsorizzazione)

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione tra le parti di un apposito contratto nel quale sono richiamati i riferimenti della normativa, dei regolamenti, di specifiche deliberazioni ed altri atti, definendo, in particolare:

- a) oggetto e finalità;
- b) impegni dello *sponsor*;
- c) impegni dello *sponsee* (Comune);
- d) disciplina dettagliata relativa al diritto dello *sponsor* di utilizzo degli spazi pubblicitari e degli altri strumenti di veicolazione concessi dallo *sponsee*, di uso del logo del marchio o di altri segni distintivi, nonché dell'attività promozionale dei prodotti, servizi e simili dallo stesso esercitabile;
- e) determinazione del corrispettivo della sponsorizzazione, modalità di pagamento e garanzie richieste (fidejussione e assicurazione);
- f) nel caso di operazioni permutative, il controvalore monetario di tali operazioni;
- g) eventuale clausola di esclusiva;
- h) durata del contratto di sponsorizzazione;
- i) verifiche contrattuali;
- j) clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze;
- k) prescrizioni in materia di controversie e spese contrattuali.

2. Il contratto di sponsorizzazione si deve intendere, in ogni caso, consensualmente risolto qualora cause eccezionali non consentano al Comune la realizzazione dell'iniziativa.

Art. 22 - (Verifiche e controlli)

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche, disciplinate dal contratto, da parte del Responsabile competente, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, dei contenuti tecnici e dei risvolti qualitativi e quantitativi.

2. Nel caso di sponsorizzazioni aventi ad oggetto l'esecuzione di opere e lavori le attività di controllo debbono consistere, altresì, nella vigilanza e sorveglianza con particolare riferimento al rispetto della sicurezza dei lavoratori, mediante l'individuazione:

- ove necessario per le caratteristiche dell'intervento, dei soggetti di cui al D.Lgs. 81/2008: coordinatore per la progettazione e coordinatore per l'esecuzione in materia di sicurezza;
- del/i soggetto/i per l'espletamento della funzione di direzione lavori;
- del/i soggetto/i per l'espletamento della funzione del collaudo.

Le spese inerenti gli incarichi di cui sopra saranno poste a carico dello *sponsor*.

3. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente comunicate allo *sponsor* a mezzo fax o raccomandata.

4. La comunicazione e l'eventuale diffida producono gli effetti previsti dal contratto di sponsorizzazione e, comunque, l'immediato intervento dello *sponsor* per il ripristino dei livelli ottimali della prestazione convenuta.

Titolo V – Disposizioni comuni finali

Art. 23 - (Aspetti fiscali)

1. Se il contratto di sponsorizzazione preveda l'erogazione di una somma di denaro da parte dello *sponsor*, il Comune è tenuto ad emettere fattura per il relativo importo. 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. Quando il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione è determinato in prestazioni di servizi o forniture di beni a carico dello *sponsor* (operazioni permutative) trova applicazione la disciplina dell'I.V.A. secondo quanto previsto dal D.P.R. 26 ottobre 1972 n. 633: è fatto, dunque, obbligo di doppia fatturazione:

- . fatturazione dello *sponsor* all'Ente del valore del servizio o del bene, soggetta ad I.V.A.,
- . fatturazione dell'Ente allo *sponsor* di un pari importo, sempre soggetta ad I.V.A., per l'attività di veicolazione svolta a favore dei segni distintivi dello *sponsor* stesso.

Art. 24 - (Agevolazioni tributarie)

1. In relazione alle sponsorizzazioni attivate ai sensi del presente regolamento non è dovuto il pagamento del canone di occupazione del suolo pubblico e del canone di concessione per gli impianti pubblicitari privati installati su spazi o aree comunali.

2. L'importo massimo complessivo dei benefici tributari concessi ai sensi del precedente comma 1 del presente articolo deve essere inferiore al corrispettivo offerto per la sponsorizzazione.

Art. 25 - (Trattamento dei dati personali)

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste.

2. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dal D. Lgs. n. 196/2003 e successive modificazioni ed integrazioni.

3. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali tenuti all'applicazione del presente regolamento.

4. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento.

Art. 26 - (Normativa di riferimento)

1. Per ogni aspetto afferente la materia e l'oggetto contrattuali che non trovi comunque esplicita disciplina nel presente regolamento, si fa rinvio:

- . per i profili di disciplina contrattuale, alle disposizioni del Codice Civile ed alla normativa speciale in materia;
- . per l'utilizzo dei marchi e dei segni distintivi al D. Lgs. n. 30/2005 e successive modificazioni ed integrazioni nonché ad altra normativa specifica in materia.



COMUNE DI SCALDASOLE

Provincia di Pavia

CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE PER LA MANUTENZIONE DI AREE VERDI COMUNALI.

In Scaldasole, il giorno _____ del mese di _____ dell'anno _____, tra il Comune di Scaldasole, rappresentato da _____, responsabile dell'Ufficio Tecnico Comunale, e _____, rappresentata da _____ (di seguito denominata per brevità lo Sponsor), si conviene e si stipula quanto segue:

1. Il Comune di Scaldasole affida allo Sponsor la gestione dell'area verde di proprietà comunale denominata _____ ed esattamente individuata nell'allegata planimetria.
2. La gestione della area verde comunale consiste nella diligente cura e nella costante manutenzione, a proprie spese, del verde secondo le modalità allegate al presente atto. Lo Sponsor potrà altresì apportare all'area verde data in gestione abbellimenti e miglioramenti dietro presentazione al comune di un apposito progetto che deve essere approvato dal comune stesso.
3. La gestione e cura dell'area potrà essere attuata direttamente dallo sponsor o da Ditta specializzata nel settore ed avente i requisiti di legge a cui lo sponsor si affida a sue complete spese.
4. Tali affidamenti e i dati identificativi delle imprese devono essere preventivamente comunicate al Comune il quale, in caso in cui ne ravvisi motivate ragioni, può non concedere in nulla osta all'affidamento.
5. Tutte le operazioni di gestione del verde pubblico vanno eseguite nel rispetto di tutte le normative di tutela della sicurezza fisica dei lavoratori. I lavoratori impiegati nella gestione devono essere in regola con gli obblighi contributivi ed assistenziali di legge.
6. Ogni variazione significativa dovrà essere preliminarmente autorizzata dal Comune.
7. L'area in oggetto mantiene inalterata la sua destinazione e funzione ad uso pubblico; pertanto, la gestione dell'area verde comporta altresì che essa va messa sempre (ad eccezione dei tempi necessari per effettuare i lavori) nella libera disponibilità e godimento di tutta la collettività indistintamente secondo le regole di buon comportamento stabilite dal Comune. L'area rimane soggetta all'autorità pubblica comunale in qualunque tempo.
8. Il Comune a mezzo di propri incaricati eseguirà sopralluoghi per verificare lo stato dell'area e si riserva la facoltà di richiedere, se del caso, l'esecuzione dei lavori ritenuti necessari.
9. Quale unica contropartita della gestione il Comune consente di pubblicizzare la collaborazione dello Sponsor tramite appositi cartelli informativi collocati in loco.

Tali cartelli avranno le caratteristiche e le dimensioni riportate in allegato; il numero di essi è di _____ stabilito in relazione alla conformazione e superficie dell'area a verde. Tali cartelli saranno posizionati nei punti indicati nella planimetria allegata.

L'esposizione dei cartelli non è soggetta all'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità. La predisposizione e la collocazione dei cartelli informativi è effettuata a cura del Comune ed a spese dello Sponsor.

10. Lo Sponsor assume la responsabilità per danni a cose o persone imputabili a difetti di gestione o manutenzione e comunque derivanti dall'esecuzione del presente accordo, sollevandone

contemporaneamente il Comune di Scaldasole. Tutte le spese necessarie per la gestione dell'area sono a carico dello Sponsor.

11. Lo Sponsor dovrà consentire l'effettuazione di interventi di sistemazione o manutenzione di impianti o servizi a cura del Comune, di aziende comunali di altri enti interessati a lavori di carattere o di interesse pubblico.
12. Il Comune si riserva la facoltà di sciogliere l'accordo in qualsiasi momento, in particolare qualora l'area non venga conservata nelle migliori condizioni manutentive o in caso di violazione degli articoli del Regolamento Comunale senza che allo Sponsor sia dovuto nessun indennizzo o risarcimento danni.

Qualora venga abusivamente alterato o danneggiato lo stato dei luoghi, l'accordo decade ed il Comune provvederà ad eseguire le opere necessarie al ripristino addebitandone il costo allo Sponsor.
13. Il presente accordo ha durata di anni _____ dalla data di sottoscrizione del presente accordo e quindi fino al _____.
14. È vietata la cessione, anche parziale dell'accordo. La cessione si configura anche nel caso in cui lo Sponsor venga incorporata in altra azienda, nel caso di cessione d'azienda o di ramo d'azienda e negli altri casi in cui lo Sponsor sia oggetto di atti di trasformazione a seguito dei quali perda la propria identità giuridica.
15. Nessun indennizzo spetta allo Sponsor alla scadenza contrattuale per eventuali miglioramenti o abbellimenti qualsivoglia apportati.
16. Il presente accordo è integrato dal regolamento comunale approvato con deliberazione del Consiglio Comunale n. ____ del _____ che ne è parte integrante e sostanziale.
17. Per quanto non precisato dal presente accordo si applicano le disposizioni di legge e regolamenti comunali vigenti.

Scaldasole,

Per il Comune di Scaldasole

Lo sponsor

Lo Sponsor dichiara di avere ben letto e di accettare, ai sensi dell'articolo 1341 del C.C., partitamene sottoscrivendole le clausole contenute negli articoli 14,15,16,17,18,19.

Lo Sponsor