



Comune di Cisternino

Provincia di Brindisi

REGOLAMENTO COMUNALE

**per la gestione
delle sponsorizzazioni**

Approvato con delibera di Consiglio Comunale n. 13 del 11 Aprile 2014

Pubblicato all'Albo dal

Esecutivo il

Art. 1 ñ Oggetto e finalità

1. Il presente regolamento disciplina la possibilità di sponsorizzazione da parte di terzi di iniziative promosse, organizzate o gestite dal Comune di Cisternino dirette al perseguimento di interessi pubblici.
2. Il presente regolamento si prefigge lo scopo di realizzare le condizioni e gli strumenti normativi necessari per una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione nel rispetto di criteri di efficienza, efficacia e trasparenza.
3. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi, in conformità ai fini istituzionali del Comune di Cisternino e costituiscono una opportunità innovativa di finanziamento delle attività del Comune finalizzato al miglioramento organizzativo ed all'ottenimento di proventi d'entrata o risparmi di spesa nel perseguimento del pubblico interesse.

Art. 2 ñ Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
 - a) per contratto di sponsorizzazione, un contratto a titolo oneroso e a prestazioni corrispettive mediante il quale una parte (sponsor) si obbliga a versare una somma di denaro, a fornire beni e servizi o ad effettuare lavori a favore dell'altra parte (sponsee) la quale le garantisce, nell'ambito dei propri eventi, iniziative o progetti, la possibilità di pubblicizzare, in appositi e predeterminati spazi, il nome, il logo, l'immagine, l'attività, il marchio, i prodotti o servizi o simili, ovvero di distribuire prodotti o servizi a titolo promozionale nei modi previsti dal contratto; l'obbligazione dello sponsee costituisce obbligazione di mezzi e non di risultato, pertanto essa deve intendersi adempiuta quando vi sia stata la realizzazione dell'evento, iniziativa o progetto dedotto nel contratto, indipendentemente dall'effettivo ritorno di immagine;

- b) per sponsorizzazione, ogni contributo in beni o servizi, danaro od ogni altra utilità proveniente da terzi, allo scopo di promuovere il loro nome, marchio, attività, prodotti, ecc., ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio d'immagine;
 - c) per sponsor o ósponsorizzatoreô, il soggetto (persona fisica o giuridica) che al fine di incrementare la notorietà dei propri segni distintivi stipula un contratto di sponsorizzazione per spazio pubblicitario, per spazio materiale (fisico o digitale) o qualsiasi altra particolare modalità, messa a disposizione dello sponsor;
 - d) per **sponsee** o ósponsorizzatoô il soggetto (Comune) che mette a disposizione la possibilità di pubblicizzare i segni distintivi dello sponsor nell'ambito dei propri eventi, iniziative o progetti;
 - e) **per spazio pubblicitario, lo spazio materiale o qualsiasi altra particolare modalità che il Comune metta a disposizione per la pubblicità dello sponsor.**
2. Ai fini del presente regolamento non costituisce sponsorizzazione l'offerta al Comune di somme di denaro, o di altre óutilitàô, effettuata a titolo di liberalità in occasione di iniziative organizzate dal Comune stesso.

Art. 3 ñ Scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor è effettuata a mezzo apposito avviso pubblico **nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità e trasparenza.**
2. All'avviso è data pubblicità mediante affissione all'albo pretorio e inserimento nel sito internet del Comune; inoltre, è possibile adoperare qualsiasi altra forma di pubblicità, anche diretta, ritenuta di volta in volta più idonea per una maggior conoscenza e partecipazione.
3. L'avviso deve contenere i seguenti dati minimi:
 - a) l'iniziativa, in occasione della quale è riservato lo spazio pubblicitario, compresa nell'elenco delle iniziative annuali specifiche definite con apposito provvedimento ovvero complementare al normale corso delle iniziative o interventi posti in essere in base agli stanziamenti disposti nel bilancio e/o nel PEG;
 - b) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico progetto di sponsorizzazione;

- c) l'esatta determinazione dello spazio utilizzabile o della particolare modalità offerta dal Comune;
 - d) la durata della sponsorizzazione;
 - e) le modalità, i termini di presentazione dell'offerta e le eventuali garanzie richieste;
 - f) i criteri di scelta, nel caso siano presentate più offerte.
4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve almeno indicare:
- a) il bene, il servizio, l'immagine, ecc. che si intende pubblicizzare;
 - b) il corrispettivo della sponsorizzazione.
5. All'offerta deve essere allegata una autocertificazione, firmata dal proponente, che dichiari:
- a) di avere in generale la capacità di contrattare con la Pubblica Amministrazione;
 - b) l'inesistenza di impedimenti derivanti dal fatto di essere sottoposto a misure cautelari antimafia;
 - c) nel caso l'offerta sia fatta da un'impresa, l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari;
 - d) di non avere pendenze tributarie e/o debitorie di qualsiasi natura nei confronti del Comune.**
6. Nel caso l'offerta sia fatta da una persona giuridica, il legale rappresentante deve presentare l'autocertificazione indicata nel precedente comma 5 riferita a sé stesso e a tutti gli altri soggetti muniti del potere di rappresentanza.
7. Nel caso l'offerta sia fatta da un ente pubblico, deve essere allegata un'autocertificazione, firmata dal proponente, che dichiari:
- a) il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.
8. L'offerta deve, inoltre, contenere l'assunzione di tutte le responsabilità collegate al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni. L'offerta di sponsorizzazione, previo **parere reso dalla Conferenza dei Responsabili di servizio nelle ipotesi di cui all'art. 5**, è approvata provvisoriamente con determinazione del responsabile del servizio e da questi proposta alla Giunta comunale per le valutazioni di competenza in ordine a quanto previsto dal successivo art. 15 (Esclusioni) **sentita in ogni caso la Commissione consiliare competente**; in caso ricorrano le condizioni previste dal citato art. 15 non si farà luogo alla stipula del contratto. **L'offerta deve contenere**

l'accettazione incondizionata di quanto previsto nell'avviso e nel presente regolamento.

9. Ove pervengano più offerte, con l'atto di Giunta anzidetto, è approvata apposita graduatoria per ognuna delle iniziative per le quali è prevista la sponsorizzazione.
10. La graduatoria è formata in base al maggior vantaggio economico per il Comune, tenuto conto delle indicazioni previste nell'avviso di scelta dello sponsor.
11. Definita la graduatoria, viene effettuata l'assegnazione fino alla copertura totale prevista dall'avviso, cominciando dal primo soggetto della graduatoria; in caso sia stato individuato un solo spazio pubblicitario lo stesso è assegnato al primo della graduatoria.
- 12. Per ogni controversia sarà competente il foro del Tribunale di Brindisi.**

Art. 4 - Programmazione e gestione delle sponsorizzazioni

1. Le iniziative nelle quali è possibile destinare spazi alla pubblicità di terzi sono di norma individuate e programmate dalla Giunta Comunale. I responsabili di servizio sulla base degli indirizzi e delle direttive impartite dalla Giunta Comunale con apposito atto, predispongono, nell'ambito delle proprie competenze, i progetti operativi delle iniziative di sponsorizzazione e adottano gli atti di gestione necessari al raggiungimento degli obiettivi amministrativi.
2. Il ricorso al finanziamento attraverso le sponsorizzazioni può interessare tutte le iniziative, i progetti le attività del Comune, compresi gli eventi a rilevanza artistico, turistico, culturale o spettacolare promossi, gestiti od organizzati dal Comune, sia direttamente che indirettamente.
3. La gestione delle sponsorizzazioni è regolata da apposito contratto nel quale sono stabiliti:
 - a) l'oggetto del contratto;
 - b) gli obblighi delle parti;
 - c) il diritto per lo sponsor ad una forma di pubblicità non esclusiva nel corso delle iniziative per le quali è prevista;
 - d) le forme di promozione, comunicazione e pubblicità;
 - e) la durata del contratto di sponsorizzazione;
 - f) il corrispettivo per la sponsorizzazione e gli obblighi assunti dallo sponsor;

- g) la risoluzione del contratto per inadempimento.
4. Il corrispettivo della sponsorizzazione deve essere, di regola, fornito prima della firma del contratto; il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza dell'affidamento.

Art. 5 ñ Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor

1. Nel caso in cui, da parte di un potenziale sponsor, pervenga al Comune una proposta spontanea di sponsorizzazione, il dirigente dell'ufficio competente valuta la rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento e, deliberata l'opportunità della proposta da parte della Giunta, predispone apposito avviso 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.

Art. 6 ñ Sponsorizzazioni di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale

1. 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. 42/2004, si applicano, oltre alle norme previste nel presente regolamento, le disposizioni in materia di requisiti di qualificazione dei progettisti e degli esecutori del contratto, nel caso in cui la realizzazione dell'intervento sia a cura dello sponsor.
2. 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.
3. Qualora le imprese esecutrici rivestano la qualità di sponsor del Comune attraverso la realizzazione diretta di interventi di restauro e manutenzioni, non potranno in nessun

caso cedere ad altri soggetti il diritto di utilizzare lo spazio pubblicitario oggetto del contratto.

4. L'ufficio competente 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, per assicurare che la esposizione pubblicitaria sia effettuata in forme compatibili con il carattere artistico o storico, l'aspetto e il decoro del bene.

Art. 7 - Sponsorizzazione verde pubblico

La sponsorizzazione della sistemazione e manutenzione di aree a verde pubblico trova specifica disciplina in appendice al presente regolamento.

Art. 8 - Affidamento del servizio di ricerca dello sponsor

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 le procedure per gli appalti di servizi previste dal D.Lgs. 163/2006 e dai regolamenti comunali in materia di contratti.

Art. 9 - Corrispettivo delle sponsorizzazioni

1. 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.
2. In caso di operazioni permutative, si assume quale controvalore monetario del contratto il valore di mercato della fornitura dei beni, dei servizi o dei lavori, effettuati dallo sponsor.

Art. 10 ñ Utilizzo dei proventi delle sponsorizzazioni

1. I proventi delle sponsorizzazioni sono finalizzati al perseguimento di interessi pubblici ed a migliorare la qualità dei servizi prestati.
2. Al fine di incentivare la produttività ed il miglioramento organizzativo, nel rispetto dei contratti collettivi nazionali di lavoro vigenti, il fondo per il trattamento economico accessorio dei dipendenti ed il fondo per la retribuzione di posizione e di risultato possono essere incrementati di una quota percentuale dei corrispettivi (IVA esclusa) effettivamente introitati nell'anno dal Comune per contratti di sponsorizzazione, con esclusione delle sponsorizzazioni reperite tramite affidamento della ricerca a terzi.

Art. 11 ñ 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 30% al momento della conclusione del contratto e nella misura restante entro i 15 giorni successivi alla conclusione dell'iniziativa correlata.
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 di cui all'art. 113, comma 2, del D.Lgs 163/2006.

Art. 12 ñ Aspetti contabili e fiscali

1. I corrispettivi dei contratti di sponsorizzazione sono previsti in bilancio e nel P.E.G. ad inizio anno, o durante l'anno con variazione, nel rispetto dell'ordinamento finanziario e contabile. I corrispettivi costituiti da proventi di entrata sono contabilizzati tra le entrate; i corrispettivi costituiti da risparmi di spesa sono comunque contabilizzati a bilancio in entrata ed in spesa per pari importo, al fine di assicurare il rispetto del principio di integrità del bilancio e la normativa fiscale.
2. Le singole fattispecie di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale applicabile.
3. Il contratto di sponsorizzazione non esonera lo sponsor dall'obbligo di pagamento degli eventuali tributi e/o canoni inerenti le fattispecie poste in essere né è sostitutivo di tale obbligo.

4. Quando il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione è costituito da forniture di beni o servizi o da lavori da effettuare dallo sponsor (operazioni permutative), è fatto obbligo di doppia fatturazione, ovvero di fatturazione dello sponsor al Comune del valore del bene, del servizio o del lavoro, soggetto ad IVA, per l'attività di sponsorizzazione e la fatturazione dell'ente allo sponsor di pari importo, sempre soggetta ad IVA, per l'attività di veicolazione svolta a favore dei segni distintivi dello sponsor.

Art. 13 - Esclusiva generale e commerciale

1. Il Comune può definire contratti di sponsorizzazione in esclusiva generale o commerciale ove lo ritenga opportuno 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;
 - b) esclusiva commerciale: con conclusione di più contratti di sponsorizzazione con diversi sponsor, ciascuno individuato come controparte unica per una specifica iniziativa, evento, progetto, categoria merceologica o di attività.
3. 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. 14 - Qualificazione dello sponsor

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

Art. 15 - Esclusioni

1. Il Comune rifiuta qualsiasi proposta di sponsorizzazione qualora:

- a) ritenga possa derivare un conflitto d'interesse fra l'attività pubblica e quella dello sponsor;
 - b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
 - c) reputi l'offerta inaccettabile per motivi di opportunità generale.
2. Sono in ogni caso escluse sponsorizzazioni riguardanti:
- a) propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di materiale pornografico o a sfondo sessuale, **giochi e scommesse**;
 - c) messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

Art. 16 ñ 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.
3. Titolare del trattamento è il Comune di Cisternino in persona del suo Sindaco pro tempore che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge sopracitata.
4. I dati saranno trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali tenuti all'applicazione del presente regolamento.
5. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento.

Art. 17 ñ Disposizioni finali

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dal Comune nei modi indicati dal presente regolamento; è facoltà del Comune, qualora si ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare in convenzione l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario.
2. Il presente regolamento viene approvato con riferimento alle disposizioni contenute nell'articolo 43 della Legge 27.12.1997, n. 449 (legge finanziaria per il 1998), alle

disposizioni dell'articolo 119 del D.Lgs. 18.08.2000, n. 267 (T.U. sull'ordinamento degli enti locali), e alla normativa applicabile in generale a tutta la materia delle sponsorizzazioni.

3. Il presente regolamento entra in vigore dopo la ripubblicazione presso l'Albo Pretorio Comunale, ad avvenuta esecutività della presente deliberazione dal quindicesimo giorno.

APPENDICE

DISCIPLINARE per la sponsorizzazione della sistemazione e manutenzione di aree a verde pubblico

Art. 1 - Oggetto e finalità

1. Il presente regolamento disciplina il rapporto tra operatori pubblici e/o privati ed il Comune nell'ambito di interventi di sponsorizzazione che permettano agli operatori di partecipare alla sistemazione e manutenzione delle aree destinate a verde pubblico.
2. L'obiettivo dell'Amministrazione Comunale è quello di consentire agli operatori di gestire l'area assegnata partecipando al progetto di abbellimento del proprio paese.

Art. 2 - Individuazione delle aree su cui intervenire

1. Con atto della Giunta Comunale da adottarsi entro 3 mesi dall'entrata in vigore del presente regolamento verranno individuate nell'ambito del territorio comunale le aree verdi e le relative modalità di manutenzione e gestione ai fini dell'affidamento da parte del Comune a soggetti idonei.
2. L'individuazione di tali aree, sarà oggetto di attenta valutazione da parte della Giunta Comunale, avuto riguardo alla posizione, superficie, e qualità dell'area, secondo criteri di economicità e difficoltà di gestione, al fine di rendere efficace l'azione intrapresa. Annualmente la Giunta Comunale nell'ambito delle proprie scelte discrezionali e sulla base della programmazione relativa ad interventi di manutenzione del patrimonio,

potrà apportare variazioni all'elenco delle aree individuate ai sensi del comma precedente.

3. Con gli appositi mezzi di comunicazione l'Amministrazione Comunale porterà a conoscenza della cittadinanza il programma di interventi approvato e le condizioni di assegnazione delle aree.

Art. 3 - Modalità degli interventi

1. Gli interventi programmati sono finalizzati a creare le condizioni per una reale gestione da parte degli operatori delle aree verdi individuate. A tal fine si possono definire in linea di massima le seguenti forme gestionali:
 - ñ manutenzione ordinaria dell'area assegnata;
 - ñ piantumazione, previo accordo con l'Ufficio Tecnico comunale;
 - ñ sorveglianza e segnalazioni all'Amministrazione Comunale;
 - ñ laboratori di botanica e giardinaggio.
2. L'intervento potrà consistere anche nella sola partecipazione finanziaria agli oneri sostenuti dall'Amministrazione Comunale per la sistemazione e manutenzione del verde pubblico.
3. L'atto di assegnazione disposto dall'Amministrazione Comunale può concernere una o più delle forme sopra elencate. Il contenuto di ogni singola tipologia di intervento e le modalità di attuazione della stessa saranno contenute nella convenzione di cui all'art.6.
4. L'area verde mantiene le funzioni ad uso pubblico, in base alle funzioni stabilite dagli strumenti urbanistici preesistenti.

Art. 4 - Requisiti per assegnazione

1. Possono accedere agli interventi di cui all'articolo 2 operatori economici pubblici e/o privati, **istituzioni, enti pubblici ed associazioni**.
2. I soggetti interessati dovranno produrre apposita richiesta entro i termini previsti dall'amministrazione. La richiesta dovrà essere corredata da documentazione contenente le informazioni specificate dagli avvisi emanati ai sensi dell'art. 2, c. 3.

3. Le informazioni richieste dovranno prevedere quantomeno che il richiedente specifichi:
 - ñ numero delle persone coinvolte nell'intervento e indicazione del/i responsabile/i di ogni rapporto intercorrente con l'Amministrazione Comunale;
 - ñ proposta contenente le modalità di gestione dell'intervento;
 - ñ indicazione dei mezzi economici e strumentali disponibili.

Art. 5 - Oneri a carico del soggetto assegnatario

1. I soggetti assegnatari debbono impegnarsi nella realizzazione degli interventi con continuità, prestando la propria opera in conformità a quanto stabilito nella convenzione di cui al successivo art. 6. Impedimenti di qualsiasi natura alla realizzazione o prosecuzione dell'intervento devono essere tempestivamente segnalati all'Amministrazione Comunale affinché possa adottare gli opportuni provvedimenti.
2. In caso l'Amministrazione Comunale accerti una persistente .negligenza nella realizzazione dell'intervento, potrà essere pronunciata la decadenza dell'assegnazione.
3. Qualora il comportamento negligente del soggetto assegnatario o la mancata o intempestiva segnalazione della rinuncia alla realizzazione dell'intervento arrechino danno all'Amministrazione Comunale, quest'ultima potrà richiedere l'indennizzo nelle forme di Legge.
4. Tutte le spese, le imposte, le tasse dipendenti e conseguenti alla convenzione sono a carico della Parte.
5. Il soggetto assegnatario sarà responsabile a tutti gli effetti per il personale incaricato dell'esecuzione degli interventi sia per quanto riguarda la capacità operativa che per gli eventuali infortuni e responsabilità civili verso terzi.
6. L'assegnazione da parte del Comune avviene mediante un accordo di collaborazione secondo cui lo sponsor effettua a proprie spese la sistemazione e manutenzione dell'area verde e il Comune concede l'utilizzo di tale area per l'apposizione di cartelli che pubblicizzano l'intervento.
7. Il valore in linea capitale delle due operazioni sarà considerata di uguale importo.

Art. 6 - Modalità di assegnazione degli interventi

1. Il Responsabile dell'Ufficio Tecnico Comunale, con apposito atto, assegna la gestione dei singoli interventi, pianificati in base al precedente art. 2, sulla base dell'istruttoria svolta dall'ufficio competente. Con l'atto di assegnazione viene approvato uno schema di convenzione per regolare le modalità di realizzazione dell'intervento assegnato.
2. L'istruttoria svolta dall'ufficio competente verificherà, in base alla documentazione prodotta o a contatti diretti con il richiedente, se quest'ultimo abbia i requisiti necessari al raggiungimento degli obiettivi prefissati nel programma dell'Amministrazione Comunale. Le richieste devono essere corredate della seguente documentazione:
 - ñ progetto di sistemazione dell'area su planimetria, in duplice copia. I confini dell'area debbono essere chiaramente individuati. Il progetto, dopo essere stato concordato con l'Ufficio Tecnico, deve essere redatto dallo sponsor o da terzi comunque su commissione dello stesso;
 - ñ preventivo di spesa per la sistemazione e manutenzione del verde per il periodo minimo di un anno precisando se al netto o al lordo dell'Iva. Tale importo sarà lo stesso che verrà in seguito fatturato;
 - ñ campione del cartello informativo, numero e misure di tali cartelli. La realizzazione dei cartelli sarà interamente a spese dello sponsor.
3. Terminata l'istruttoria di cui al comma precedente, qualora vi sia il concorso di più richieste al medesimo intervento, la scelta sarà effettuata in base ai sottoelencati titoli di precedenza:
 - ñ valutazione del concorso del richiedente alla realizzazione dell'intervento così come proposto nella richiesta ai sensi dell'art. 4 comma 3, lett. c);
 - ñ precedenti esperienze nel medesimo intervento o in interventi similari condotte con efficienza e regolarità.
4. L'istruttoria deve compiersi entro i 20 giorni successivi alla data di scadenza del termine previsto per la presentazione delle domande di assegnazione. Il Responsabile dell'Ufficio Tecnico Comunale adotta il provvedimento di assegnazione nei successivi 15 giorni. I termini previsti dal presente comma sono stabiliti ai sensi e per gli effetti della Legge 10.8.1990, n. 241.

5. L'Ufficio competente all'istruttoria, entro i 15 giorni successivi all'adozione del provvedimento di cui al comma precedente, dovrà comunicare agli interessati l'eventuale non accoglimento della richiesta, chiarendone le motivazioni.

Art. 7 - Durata della gestione

1. La durata della gestione dei singoli interventi è specificata nella convenzione di cui al precedente art. 6 e non può superare i 3 anni.
2. La Giunta Comunale, in ordine alle scelte relative all'amministrazione dell'ente, può, specificandone le motivazioni, interrompere la gestione di uno o più interventi programmati, con effetto dal primo mese successivo dall'adozione dell'atto.

Art. 8 - Controlli

1. Il Comune, a mezzo di propri incaricati, eseguirà sopralluoghi per verificare lo stato dell'area verde al fine di verificare la buona esecuzione dell'intervento e la sua conformità alle modalità concordate con l'Amministrazione Comunale di cui all'art. 3.
2. Qualora venissero riscontrati casi di negligenza il responsabile procederà ad una formale contestazione nei confronti del soggetto assegnatario, richiedendo le opportune spiegazioni.
3. Qualora venga accertata una delle situazioni di cui al precedente art. 5, il responsabile del procedimento, con adeguata relazione chiederà alla Giunta Comunale di deliberare uno dei provvedimenti previsti dall'articolo medesimo.