COMUNE DI VITTUONE
Città Metropolitana di Milano
Piazza Italia, 5 – 20009 VITTUONE
P.IVA/C.F. 00994350155

REGOLAMENTO
PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Approvato con deliberazione del Consiglio Comunale n. ____ del _____
Entrata in vigore: _____

Sommario

CAPO I - PRINCIPI GENERALI 3
Articolo 1 – Oggetto e finalità 3
Articolo 2 – Definizioni 3
Articolo 3 – Condizioni 4
Articolo 4 – Sponsorizzazioni plurime e diritti di esclusiva 4
Articolo 5 – Ambito di applicazione 4
Articolo 6 – Cause di esclusione e rifiuto 5
CAPO III - PROGRAMMAZIONE E PROCEDURE 5
Articolo 7 – Individuazione e programmazione delle sponsorizzazioni 5
Articolo 8 – Proposte e requisiti dello sponsor 6
Articolo 9 – La scelta dello sponsor per i contratti di valore uguale o inferiore a euro 40.000,00 6
Articolo 10 – La scelta dello sponsor per i contratti di valore superiore a euro 40.000,00 6
Articolo 11 – Modalità di promozione e informazione 7
Articolo 12 - Recepimento di proposte spontanee 7
Articolo 13 - Disciplina speciale in ambiti specifici 8
CAPO IV CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE 10
Articolo 14 - I contenuti minimi del contratto 10
Articolo 15 - Controlli e verifiche 10
CAPO V NORME FINALI 11
Articolo 16 - Aspetti fiscali e contabili 11
Articolo 17 - La tracciabilità dei pagamenti 11
Articolo 18 – Rinvio 11
Articolo 19 - Entrata in vigore 11

CAPO I - PRINCIPI GENERALI

Articolo 1 – Oggetto e finalità

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 contenute:
   a. nell'art. 43 della Legge n. 449/1997;
   b. nell'art. 119 del D.Lgs. n. 267/2000;
   c. nell'art. 120 del D.Lgs. n. 42/2004;
   d. nell'art. 8 e nell'art. 134 D. Lgs. n. 36/2023.
2. Il ricorso alle sponsorizzazioni, nel perseguimento dell'interesse pubblico, costituisce un'opportunità innovativa di finanziamento delle attività del Comune ed è finalizzato a promuovere e incentivare la collaborazione tra pubblico e privato e a favorire il miglioramento organizzativo realizzando:
   a. una valorizzazione delle competenze, delle professionalità, della disponibilità di persone, enti, associazioni e aziende attivi sul territorio;
   b. una migliore qualità nei servizi/prestazioni erogati alla collettività;
   c. ottenere proventi in entrata o maggiori economie di spesa rispetto ai fabbisogni programmati, nel rispetto dell'ordinamento finanziario degli Enti locali
3. Le disposizioni del presente Regolamento sono finalizzate a definire una disciplina organica delle iniziative di sponsorizzazione allo scopo di assicurare il rispetto della normativa vigente e i principi di efficienza, trasparenza, buon andamento e imparzialità che regolano l'attività della Pubblica Amministrazione.

Articolo 2 – Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
   a. per contratto di sponsorizzazione: un contratto atipico, a titolo oneroso ed a prestazioni corrispettive, mediante il quale un soggetto (Sponsor) si obbliga a versare una somma di denaro, a fornire beni o servizi o effettuare lavori a favore dell'Amministrazione comunale (denominata Sponsee) che a sua volta si obbliga, nell'ambito delle proprie iniziative o eventi, a diffondere il nome dello Sponsor tramite veicolazione del nome, del marchio, dell'immagine, dell'attività, dei prodotti, dei servizi e simili, nei modi previsti dal contratto di sponsorizzazione;
   b. per "sponsorizzazione tecnica": la sponsorizzazione in cui la prestazione resa da un soggetto (Sponsor) in favore dell'amministrazione comunale (Sponsee) è costituita dalla realizzazione di lavori e/o dalla prestazione di servizi o forniture;
   c. per "sponsorizzazione finanziaria": la sponsorizzazione in cui la prestazione resa da un soggetto (Sponsor) in favore dell'Amministrazione comunale (Sponsee) è costituita esclusivamente mediante dazione di denaro;
   d. per "sponsorizzazione mista": la sponsorizzazione risultante dalla combinazione della sponsorizzazione tecnica e della sponsorizzazione finanziaria;
   e. per Sponsor: il soggetto che intenda stipulare un accordo o un contratto di sponsorizzazione con l'Amministrazione comunale;
   f. per Sponsee: l'Amministrazione comunale beneficiaria della sponsorizzazione;
   g. per spazio pubblicitario: lo spazio fisico o digitale o qualsiasi altro supporto messo a disposizione dall'Amministrazione comunale e utilizzato per promuovere l'immagine dello sponsor;
   h. "nome, logo, marchio, immagine o segno distintivo": le rappresentazioni grafiche, le immagini o le rappresentazioni testuali utilizzate dallo Sponsor come elemento illustrativo della propria attività o del proprio ruolo da veicolare verso terzi.

Ai fini del presente regolamento, non costituisce sponsorizzazione l'offerta a favore dell'Amministrazione comunale di somme di denaro, forniture, servizi e/o lavori quando tali erogazioni siano effettuate dal privato a titolo di liberalità, o di mero "mecenatismo". L'accettazione di tali erogazioni da parte dell'Amministrazione comunale è subordinata ad una verifica dell'interesse pubblico e delle condizioni di cui all'art. 3.

CAPO II - AMBITO DI APPLICAZIONE, CONDIZIONI E LIMITI

Articolo 3 – Condizioni

1. Il ricorso ai contratti di sponsorizzazione è ammesso ove sussistano tutte le seguenti condizioni:
    a. il perseguimento dell'interesse pubblico riconducibile alle finalità istituzionali del Comune;
    b. l'esclusione di forme di conflitto di interesse tra attività pubblica e privata;
    c. la compatibilità con la natura istituzionale dell'Ente e la posizione di neutralità dello stesso;
    d. il conseguimento di un corrispettivo in denaro ovvero di un risparmio di spesa nella realizzazione da parte dell'Ente di un intervento di pubblico interesse o di attività ed eventi riconducibili alle funzioni dell'Ente.

Articolo 4 – Sponsorizzazioni plurime e diritti di esclusiva

1. In generale, le sponsorizzazioni non sono effettuate con diritto di esclusiva da parte dello sponsor e pertanto l'amministrazione comunale può ricevere più sponsorizzazioni per uno stesso intervento.
2. Al fine di conseguire maggiori risorse o sponsorizzazioni di miglior livello qualitativo, l'Amministrazione comunale può prevedere eventuali condizioni o diritti di esclusiva. Le condizioni ed i diritti di esclusiva sono precisati di volta in volta nelle singole procedure di individuazione dello sponsor.
3. È fatta salva la facoltà del Comune di riservare spazi o forme di visibilità a sponsor istituzionali o ad altri soggetti pubblici.

Articolo 5 – Ambito di applicazione

1. 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:
    a. attività od eventi a rilevanza artistico, culturale o spettacolare di differente tipologia promossi, gestiti od organizzati dal Comune, sia direttamente che indirettamente;
    b. attività di restauro, recupero conservativo e manutenzione di beni artistici, culturali e ambientali;
    c. eventi sportivi e/o di rilevanza sociale;
    d. attività sociali ed integrazione socioculturale;
    e. attività di promozione turistica, di marketing e promozione territoriale;
    f. attività di comunicazione, realizzazione di periodici;
    g. servizi di manutenzione e gestione di aree verdi pubbliche, del patrimonio arboreo, di aree diverse e immobili comunali, di arredo urbano;
    h. fornitura di beni con riferimento, a titolo esemplificativo, ad attrezzature informatiche di vario genere ed alla fornitura di arredi;
    i. attività di valorizzazione del patrimonio culturale;
    j. realizzazione di corsi di formazione.

2. Non è possibile fare ricorso al contratto di sponsorizzazione:
    a. per servizi pubblici essenziali;
    b. per i servizi espletati a garanzia dei diritti fondamentali dei cittadini;
    c. per i servizi inerenti al rilascio di certificazioni ed atti riferiti a persone (fisiche e giuridiche).
3. La sponsorizzazione può prevedere a titolo di corrispettivo dovuto dallo sponsor:
    a. la dazione di somme di denaro;
    b. la fornitura di materiali, attrezzature, beni;
    c. la realizzazione di un'opera o di un lavoro (acquisita o realizzata a cura e spese dello sponsor);
    d. la fornitura di una prestazione di servizio (acquisita o realizzata a cura e spese dello sponsor);
    e. la gestione di un'opera o di un'area.

Articolo 6 – Cause di esclusione e rifiuto

1. L'Ente, a suo insindacabile giudizio, si riserva la facoltà di rifiutare qualsiasi offerta di sponsorizzazione qualora:
    a. ravvisi l'insussistenza delle condizioni di cui all'articolo 3 del presente regolamento;
    b. ravvisi un conflitto di interesse, anche potenziale, tra l'attività pubblica dell'Ente stesso e/o delle sue società partecipate e quella dello sponsor;
    c. ravvisi un potenziale pregiudizio o danno alla sua immagine ovvero alle proprie iniziative o attività.
2. Sono altresì escluse, oltre le sponsorizzazioni aventi ad oggetto pubblicità, anche in forma indiretta, vietate in tutto o in parte secondo la normativa vigente, quelle aventi ad oggetto le finalità di seguito riportate a titolo indicativo e non esaustivo:
    a. di propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
    b. di diffusione di messaggi offensivi, o espressioni di fanatismo, di razzismo, di discriminazione, di odio, di minaccia;
    c. di promozione, di commercializzazione e/o uso delle armi;
    d. di messaggi inerenti al gioco d'azzardo o la produzione, la distribuzione ed il consumo di tabacchi o di sostanze stupefacenti, il materiale pornografico o comunque a sfondo sessuale, i medicinali;
    e. di messaggi lesivi del diritto di riservatezza e della salute, della dignità umana, dei diritti dei lavoratori e della tutela dei consumatori o della tutela ambientale, della parità di genere.
3. Sono in ogni caso esclusi i soggetti che abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria con l'Amministrazione comunale o posizioni debitorie, tributarie o sanzionatorie aperte.
4. Il rifiuto o l'esclusione sono motivati negli atti del procedimento.

CAPO III - PROGRAMMAZIONE E PROCEDURE

Articolo 7 – Individuazione e programmazione delle sponsorizzazioni

1. Le iniziative di sponsorizzazione, non individuate negli strumenti di programmazione, sono definite dalla Giunta che, con apposita deliberazione, può formulare indirizzi specifici per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione e individuare spese ed attività la cui realizzazione è vincolata alla conclusione di contratti di sponsorizzazione.
2. Per ogni singola procedura deve essere individuato, nell'atto di adozione ovvero nell'atto di avvio relativo ad ogni singolo intervento, un responsabile unico del procedimento progetto (RUP) per le fasi della programmazione, della progettazione, dell'affidamento,

dell'esecuzione.

3. Il RUP, nell'ambito della propria competenza, predispone i progetti operativi delle iniziative di sponsorizzazione e adotta gli atti di gestione necessari al raggiungimento degli obiettivi amministrativi.

Articolo 8 – Proposte e requisiti dello sponsor

1. Possono assumere la veste di Sponsor persone fisiche e persone giuridiche comprese le associazioni non riconosciute purché formalmente costituite.
2. Le proposte possono essere presentate in risposta a un avviso del Comune oppure spontaneamente e devono indicare almeno il soggetto proponente, l'oggetto, il valore, la durata, le modalità della prestazione e il ritorno di immagine richiesto.
3. Nella sponsorizzazione tecnica lo sponsor dovrà dichiarare di essere in possesso dei requisiti di qualificazione previsti per la specifica prestazione e di realizzare il servizio/fornitura con maestranze qualificate secondo la vigente legislazione, fornendo altresì le certificazioni di avvenuta realizzazione a regola d'arte.
4. L'Amministrazione comunale si riserva la facoltà di richiedere, sulla base delle proprie esigenze, eventuali modifiche sui contenuti dell'offerta, senza alcun vincolo per lo Sponsor.

Articolo 9 – La scelta dello sponsor per i contratti di valore uguale o inferiore a euro 40.000,00

1. I contratti di sponsorizzazione di valore inferiore o uguale a euro 40.000,00 possono essere affidati dal Responsabile competente mediante affidamento diretto anche senza previa consultazione di più operatori.
2. Si può procedere inoltre all'affidamento diretto:
   - nel caso di infruttuosa pubblicazione dell'avviso di cui all'articolo 10 comma 1;
   - in casi eccezionali, adeguatamente motivati, in cui la particolare natura e le particolari caratteristiche dell'iniziativa oggetto di sponsorizzazione ovvero l'urgenza qualificata di conseguire la prestazione limitino la trattativa ad un unico determinato soggetto.
3. In ogni caso, ai sensi dell'art 134 comma 4 Dlgs 36/23, resta fermo il rispetto degli articoli 66, 94, 95, 97 e 100 in ordine alla verifica dei requisiti degli esecutori e della qualificazione degli operatori economici, nonché del possesso della capacità a contrarre dello sponsor

Articolo 10 – La scelta dello sponsor per i contratti di valore superiore a euro 40.000,00

1. Per i contratti di sponsorizzazione di importo superiore a € 40.000,00 l'affidamento è soggetto alla previa pubblicazione sul sito istituzionale dell'Ente, per almeno 30 giorni, di un apposito avviso con il quale si rende nota la ricerca di sponsor per specifici interventi.
2. L'avviso di cui al comma precedente contiene l'indicazione degli interventi in relazione ai quali l'Amministrazione comunale intende pervenire alla stipula del contratto di sponsorizzazione, con l'indicazione degli elementi essenziali per la formulazione delle proposte, tra i quali:
   a. l'oggetto della sponsorizzazione o, nel caso di sponsorizzazione tecnica, l'indicazione dei lavori, servizi e forniture e del loro valore;
   b. prestazioni e obblighi dello sponsor;
   c. le modalità di promozione dello sponsor, l'individuazione dell'eventuale spazio per la veicolazione dell'immagine del privato e la durata del periodo di suo utilizzo;
   d. i requisiti dei partecipanti e degli eventuali esecutori del contratto individuati dallo sponsor;
   e. l'eventuale diritto di esclusiva;
   f. l'importo minimo eventualmente richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;

g. i criteri per la valutazione delle proposte quali a titolo esemplificativo:
   - maggior valore economico della proposta;
   - migliore qualità dell'intervento;
   - maggior affidabilità ed esperienza dello sponsor rispetto ad esperienze analoghe;
   - idonee modalità di attuazione (es: cronoprogramma, mezzi a disposizione ecc.) che assicurino la cura dell'interesse pubblico in concreto;

h. l'eventualità di co-sponsorizzazioni;
i. le modalità e i termini di presentazione dell'offerta;
j. eventuali indicazioni e prescrizioni in ordine alla progettazione, nonché alla direzione ed esecuzione del contratto;
k. il diritto di rifiutare o escludere l'offerta;
l. il termine entro il quale, nel caso di pubblicazione della proposta spontanea per l'acquisizione di ulteriori offerte, l'originario promotore è tenuto ad adeguare la propria proposta.

3. La valutazione è effettuata dal RUP, eventualmente con il supporto di una commissione, quando siano richieste competenze tecniche multidisciplinari. Delle operazioni è redatto verbale.
4. La scelta è motivata in relazione ai criteri indicati nell'avviso. La procedura può concludersi anche con più sponsor, se ciò assicura una migliore cura dell'interesse pubblico.
5. Per le sponsorizzazioni aventi ad oggetto beni culturali si applicano le specifiche disposizioni del decreto legislativo n. 36/2023 e del decreto legislativo n. 42/2004.

In ogni caso, ai sensi dell'art 134 comma 4 Dlgs 36/23, resta fermo il rispetto degli articoli 66, 94, 95, 97 e 100 in ordine alla verifica dei requisiti degli esecutori e della qualificazione degli operatori economici, nonché del possesso della capacità a contrarre dello sponsor.

Articolo 11 – Modalità di promozione e informazione

1. Per promuovere e veicolare il nome, il logo, il marchio, il messaggio pubblicitario e più in generale l'immagine dello sponsor, l'Amministrazione comunale può mettere a disposizione dello stesso "spazi fisici o digitali" - anche nei periodici comunali e nel proprio sito Internet - di volta in volta individuati in relazione all'iniziativa.
2. Qualora siano previsti impianti pubblicitari, targhe o altri supporti, gli stessi sono realizzati a cura e spese dello sponsor nel rispetto della normativa vigente e delle prescrizioni indicate dagli uffici comunali competenti.
3. L'eventuale applicazione o esenzione dal Canone Unico Patrimoniale è determinata esclusivamente secondo la legge e il vigente regolamento comunale; il contratto di sponsorizzazione non costituisce di per sé titolo per deroghe non previste.
4. Ove necessario in relazione alle modalità di sponsorizzazione, prima di attivare la procedura o, in caso di offerte spontanee avanzate dallo sponsor, prima di accettare la proposta, il RUP procedente valuta le modalità di promozione dello sponsor con gli altri servizi interessati all'iniziativa, acquisendone i relativi ed eventuali pareri.

Articolo 12 - Recepimento di proposte spontanee

1. Qualora arrivi una proposta spontanea di sponsorizzazione o di collaborazione da parte di soggetti terzi, essa deve essere riconosciuta e valutata come utile agli interessi e confacente agli scopi istituzionali di questo Ente con riferimento alle sue componenti economiche, qualitative ed organizzative.
2. Qualora la proposta richieda un indirizzo politico-amministrativo non già desumibile dagli strumenti di programmazione o dagli atti generali dell'Ente, il riconoscimento dell'utilità della

proposta avviene mediante approvazione della stessa da parte della Giunta Comunale. A seguito di ciò, se il valore complessivo del contratto di sponsorizzazione (corrispondente all'importo proposto o al valore in denaro del servizio, fornitura od intervento proposti dal soggetto terzo) è:

- inferiore o uguale a euro 40.000,00, si applica l'articolo 9.
- Superiore a euro 40.000,00, salvo diversa disciplina inderogabile, il Comune pubblica un avviso che rende noto il contenuto essenziale della proposta e consente la presentazione di proposte concorrenti entro un termine adeguato, ordinariamente non inferiore a venti giorni.

3. L'eventuale previsione di un diritto di adeguamento o prelazione in favore del promotore deve essere espressamente indicata nell'avviso, adeguatamente motivata e compatibile con i principi di imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e accesso al mercato.
4. L'accettazione della proposta e la scelta dello sponsor sono formalizzate con determinazione motivata.

Articolo 13 - Disciplina speciale in ambiti specifici

A. aree verdi, rotatorie e arredo urbano

1. La sponsorizzazione può riguardare diverse tipologie di attività e iniziative riguardanti il verde pubblico. A titolo esemplificativo e non esaustivo potranno essere oggetto di sponsorizzazioni le seguenti attività:
   - manutenzione e/o nuova sistemazione di aree verdi (rotatorie stradali, aiuole, spazi aperti urbani, aree di forestazione urbana);
   - manutenzione e/o nuova sistemazione di fioriere;
   - manutenzione e/o nuova sistemazione di aree a verde urbano attrezzato (parchi/giardini/aree gioco/aree cani);
   - fornitura e posa in opera di arredi urbani (panchine, cestini, rastrelliere per bici, attrezzature ludiche, ecc.) per parchi, giardini e aree verdi cittadini;
   - gestione di fontane e impianti di irrigazione.
2. Ai soggetti individuati come Sponsor, il Comune garantisce, in generale, un opportuno ritorno di immagine consistente nella visibilità del proprio logo o marchio e nella pubblicizzazione dell'iniziativa nei limiti di seguito specificati, relativi a ciascun progetto o iniziativa oggetto di sponsorizzazione, attraverso diversi canali informativi fino al completo svolgimento delle iniziative/servizi/interventi.
   La visibilità potrà essere concessa, in linea generale mediante l'esposizione di cartello/i sull'area oggetto di sponsorizzazione, con dimensioni e grafica prestabilita ed uniformata, sul/i quale/i inserire il proprio logo - ragione/denominazione sociale – ditta – marchio – ecc. Le caratteristiche tecniche/estetiche e le dimensioni di tale cartello saranno concordate con l'Amministrazione attraverso gli uffici competenti, nei limiti e nel rispetto di norme e Regolamenti vigenti.
   Le spese relative alla realizzazione e all'installazione del cartello/dei cartelli saranno a carico dello Sponsor.
3. Lo sponsor assegnatario dovrà provvedere alla realizzazione del primo impianto, all'allestimento dell'area e/o alla manutenzione della stessa. A tal fine, dovrà presentare, sia per la realizzazione dell'impianto/allestimento che per la manutenzione, un progetto tecnico con indicazione del valore economico delle prestazioni che, approvato dal Responsabile competente per materia, costituirà allegato al contratto di sponsorizzazione. Il progetto potrà anche essere fornito dal Comune. In ogni caso, esso dovrà contenere l'indicazione delle spese necessarie per le relative operazioni.
4. Nel caso in cui sussista il concorso di più richieste al medesimo intervento/area, la scelta sarà effettuata in base ai sottoelencati titoli di precedenza:

a. valutazione del concorso del richiedente alla realizzazione dell'intervento;
b. precedenti esperienze nel medesimo intervento o in interventi similari condotte con efficienza e regolarità.

5. I soggetti affidatari, se non appartenenti o operanti nel settore del verde, dovranno far eseguire l'allestimento e la manutenzione a ditte specializzate ed in possesso dei requisiti in materia di sicurezza, contributiva e di ordine generale. L'impresa che esegue i lavori, in proprio o per conto dell'affidatario, avrà l'obbligo di adottare, durante l'esecuzione dei lavori, tutti i provvedimenti e le cautele necessarie per garantire l'incolumità degli operai e di terzi e per non produrre danni ai beni pubblici e privati, rimanendo espressamente inteso e convenuto che essa si assumerà ogni responsabilità sia civile che penale, nel caso di infortuni o danni.
6. Le aree oggetto dei contratti di sponsorizzazione manterranno totalmente la funzione ad uso pubblico, in base alle vigenti disposizioni di PGT; i beni acquisiti o forniti nell'ambito della sponsorizzazione, ivi compresi gli eventuali impianti informativi, rimarranno di proprietà dell'amministrazione comunale.
7. La durata ed eventuale rinnovo del contratto di sponsorizzazione è stabilita dall'Ente sulla base dei contenuti della proposta di sponsorizzazione.
8. Trattandosi di affidamento delle aree al fine di ottenere la valorizzazione ed il mantenimento delle stesse, il contratto di cui trattasi non configura un atto di concessione.

B. *Sponsorizzazione di lavori, servizi e forniture aventi ad oggetto beni culturali sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale*

1. Le sponsorizzazioni aventi ad oggetto beni culturali sono disciplinate dal decreto legislativo n. 42/2004 e dalle pertinenti disposizioni del decreto legislativo n. 36/2023. Sono acquisiti preventivamente le autorizzazioni, i nulla osta e gli atti di assenso dell'autorità competente. Le forme di comunicazione e promozione devono essere compatibili con il carattere artistico o storico, l'aspetto e il decoro del bene.
2. 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 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.
3. Nel caso in cui l'individuazione dell'esecutore dei lavori sia rimessa allo Sponsor, il soggetto indicato dovrà essere un soggetto qualificato relativamente alla tipologia dell'intervento.
4. Qualora le imprese esecutrici rivestano la qualità di Sponsor del Comune attraverso la realizzazione diretta di interventi di restauro e manutenzione, non potranno in nessun caso cedere ad altri soggetti il diritto di utilizzare lo spazio pubblicitario oggetto del contratto.

C. *Eventi*

1. Il contratto di sponsorizzazione può riguardare la realizzazione di eventi a carattere culturale o sportivo o di promozione/animazione territoriale a rilevanza cittadina, nel loro complesso o parti di essi.
2. In caso di sponsorizzazione finanziaria le prestazioni necessarie all'evento sono acquisite dal Comune secondo la disciplina applicabile; in caso di sponsorizzazione tecnica sono realizzate a cura e spese dello sponsor, direttamente o tramite esecutori qualificati.
3. L'utilizzo di spazi e aree pubbliche resta subordinato alle verifiche e agli atti eventualmente richiesti dalla normativa in materia di viabilità, sicurezza, pubblico spettacolo, tutela del patrimonio, decoro e occupazione del suolo pubblico. Il contratto

di sponsorizzazione non sostituisce autorizzazioni, concessioni o altri titoli previsti dalla legge.

4. L'eventuale allestimento di stand, gazebo o spazi promozionali dedicati allo sponsor all'interno dell'area della manifestazione è ammesso solo se espressamente convenuto nel contratto. Ove sia consentita la mera attività promozionale e di divulgazione, non si applicano le norme sul commercio; qualora invece lo spazio sia destinato anche alla vendita al dettaglio o alla somministrazione, restano ferme le ordinarie prescrizioni di legge in materia commerciale e igienico-sanitaria (SCIA/autorizzazioni), con obbligo per lo sponsor di riconsegnare l'area pulita e ripristinata al termine della manifestazione.
5. Restano ferme tutte le disposizioni di cui agli articoli precedenti sulle modalità di scelta dello sponsor e verifiche sulla qualificazione degli esecutori.
6. L'Amministrazione comunale può individuare, negli avvisi pubblici, scaglioni o categorie di sponsorizzazione (a titolo esemplificativo: Main Sponsor, Sponsor Ufficiale, Sponsor Tecnico), correlando l'entità del contributo economico o il valore della prestazione tecnica resa a predeterminate controprestazioni di visibilità e promozione dell'immagine dello sponsor.

CAPO IV CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

Articolo 14 - I contenuti minimi del contratto

1. La sponsorizzazione viene regolata da apposito contratto nel quale, in particolare, sono almeno stabiliti:
   a. l'oggetto del contratto;
   b. gli obblighi delle parti e le modalità di attuazione della sponsorizzazione;
   c. il valore del corrispettivo della sponsorizzazione e la definizione degli aspetti fiscali;
   d. la durata del contratto;
   e. l'eventuale clausola di esclusiva;
   f. i controlli sull'attività dello sponsor e le penali in caso d'inadempimento;
   g. la facoltà di recesso da parte del Comune, previa tempestiva e formale comunicazione allo sponsor, nei casi in cui lo sponsor rechi danno all'immagine del Comune, fermo restando il diritto al risarcimento del danno;
   h. la risoluzione del contratto per inadempimento;
   i. l'eventuale cauzione;
   j. la competenza del Foro di Milano in caso di controversie;
   k. la disciplina delle spese contrattuali.
2. Il contratto viene sottoscritto dal rappresentante legale dello sponsor e dal R.U.P., in base all'ordinamento interno dell'Ente ed è soggetto a registrazione solo in caso d'uso, ai sensi del D.P.R. 26 aprile 1986, n. 131, con oneri a carico del richiedente. La spesa inerente all'assolvimento dell'imposta di bollo, ove prevista, resta a carico dello sponsor. In caso di affidamento diretto, il contratto può essere concluso tramite corrispondenza secondo gli usi del commercio.

Articolo 15 - Controlli e verifiche

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del Settore competente per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, qualitativi e quantitativi.
2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente e formalmente notificate allo sponsor a mezzo raccomandata a/r o PEC.
3. In caso di grave o reiterato inadempimento il Comune può applicare le penali previste,

sospendere il ritorno di immagine, risolvere il contratto e chiedere il risarcimento del danno.
4. Lo sponsor risponde dei danni imputabili alla propria attività e a quella degli esecutori di cui si avvale, secondo la normativa e il contratto.

CAPO V NORME FINALI

Articolo 16 - Aspetti fiscali e contabili

1. Le sponsorizzazioni sono trattate fiscalmente e contabilmente secondo la normativa vigente, tenendo conto della natura della prestazione e della posizione fiscale delle parti.
2. Il valore della sponsorizzazione è indicato nel contratto al netto dell'IVA, ove dovuta, con separata evidenza dell'imposta. Il Comune provvede agli adempimenti IVA e di fatturazione connessi alla prestazione promozionale resa allo sponsor secondo la disciplina vigente.
3. Nelle sponsorizzazioni tecniche o miste, quando le prestazioni reciproche configurano operazioni rilevanti ai fini IVA, ciascuna parte provvede alla fatturazione della propria prestazione secondo il relativo regime fiscale.
4. Le eventuali compensazioni contabili sono effettuate nel rispetto dei principi contabili e delle regole di bilancio applicabili agli enti locali.
5. Il valore delle prestazioni in natura deve essere congruo, documentato e determinato prima della stipulazione del contratto.
6. Le entrate e le spese connesse alle sponsorizzazioni sono contabilizzate nel bilancio dell'Ente secondo il decreto legislativo n. 118/2011 e i principi contabili applicati, assicurando integrità, universalità e trasparenza delle rilevazioni.

Articolo 17 - La tracciabilità dei pagamenti

1. Gli obblighi di tracciabilità dei flussi finanziari di cui alla legge 13 agosto 2010, n. 136 si applicano nei casi previsti dalla normativa e dalle indicazioni dell'Autorità Nazionale Anticorruzione.
2. La sponsorizzazione finanziaria pura, consistente nel mero finanziamento a favore del Comune senza esecuzione diretta di lavori, servizi o forniture da parte dello sponsor, non è assoggettata agli obblighi di tracciabilità nei termini chiariti dall'ANAC.
3. La sponsorizzazione tecnica, quando comporta l'acquisizione o la realizzazione di lavori, servizi o forniture direttamente a cura e spese dello sponsor, è assoggettata agli obblighi di tracciabilità nei casi e con le modalità previste dalla normativa vigente.
4. Il Responsabile verifica, per ciascuna fattispecie, gli eventuali obblighi relativi a CIG, piattaforme digitali, trasparenza e pubblicazione.

Articolo 18 – Rinvio

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.

Articolo 19 - Entrata in vigore

1. Il presente Regolamento entra in vigore ad esecutività della delibera che lo approva.