



Comune di Arnara

(Provincia di Frosinone)

Via Dei Fossi, 10 – P.I. 00274910603 – COD. FISC. 80001610601 Tel. 0775/231079 – Fax 0775/231233
SITO WEB: www.comune.arnara.fr.it e-mail: info@comune.arnara.fr.it

REGOLAMENTO COMUNALE PER LA DISCIPLINA DELLE SPONSORIZZAZIONI E DEGLI ACCORDI DI COLLABORAZIONE

Approvato con deliberazione C.C. n° 28 del 05.7.2017

Art. 1 – Oggetto del Regolamento

1. Le norme del presente Regolamento costituiscono la disciplina generale per la realizzazione di rapporti afferenti la «sponsorizzazione» e la conclusione di speciali «accordi di collaborazione» relativi allo svolgimento di attività e di iniziative d'interesse del Comune di Arnara per le finalità indicate al successivo art. 3 e nei settori e campi di intervento di cui al successivo art. 4, nel rispetto di criteri d'efficienza, efficacia e trasparenza.
2. Il presente Regolamento è adottato in sostanziale attuazione delle previsioni recate dall'art. 43 della Legge 27/12/1997 n. 449, che si pone, in tema, come normativa di principio, rispettando altresì le linee fondanti delle disposizioni contenute nell'art. 119 del Testo Unico sull'Ordinamento degli Enti Locali approvato con il Decreto legislativo 18/08/2000 n. 267, nonché in attuazione dell'art. 19 del D.Lgs. 18/04/2016 n. 50 (Codice dei contratti pubblici).
3. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione della organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali.
4. Nel perseguimento dell'interesse pubblico generale, gli accordi di collaborazione possono avere ad oggetto qualunque attività od iniziativa che abbia riflessi diretti od indiretti sullo sviluppo economico locale.

Art 2 – Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:

- a) per “contratto di sponsorizzazione”: contratto di sponsorizzazione: il contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale una parte (*sponsor*), ai fini di un incremento della propria notorietà e della propria immagine presso il pubblico, si obbliga a fornire una determinata prestazione in beni e/o servizi propri o acquisiti da terzi, attività, denaro od ogni altra utilità, a vantaggio del Comune (*sponsee*), che s'impegna contestualmente a diffondere e pubblicizzare, tramite prestazioni di veicolazione, il nome od altro segno distintivo (es: logo, marchio), i prodotti, le attività od altri messaggi dello sponsor
- b) per “sponsorizzazione”: ogni contributo che può consistere tanto in una somma di denaro quanto nella fornitura di beni o nella prestazione di servizi od interventi od altre utilità provenienti da terzi (sponsor) allo scopo di promuovere la propria immagine sociale
- c) per “sponsor”: il soggetto privato che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione;
- d) 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;
- e) per “accordo di collaborazione”: lo strumento negoziale bilaterale o plurilaterale mediante il quale vengono regolate le forme e modalità di coinvolgimento delle parti nell'ideazione e/o realizzazione di iniziative concertate o d'interesse comune che abbiano una positiva ricaduta sul territorio comunale in quanto finalizzate allo sviluppo economico, sociale e culturale della collettività di Arnara –es: valorizzazione, recupero, restauro ed incremento del patrimonio comunale, in particolare di quello artistico, culturale, archeologico– prevedendo che una parte (c.d. collaborante) si obbliga ad effettuare interventi di peculiare rilevanza a vantaggio del Comune il quale s'impegna contestualmente a consentire, oltre al ritorno pubblicitario proprio della sponsorizzazione, anche la realizzazione di una redditività specifica attraverso la fornitura di attività, beni o servizi caratterizzati da capacità redditizia.

Art. 3 – Finalità e Contenuti delle sponsorizzazioni e degli accordi di collaborazione

1. Il Comune di Arnara intende avvalersi degli istituti della sponsorizzazione e degli accordi di collaborazione, con soggetti privati, per realizzare interventi (compresa l'esecuzione di lavori pubblici), servizi ed incrementi patrimoniali senza oneri per l'Ente, essenzialmente con le seguenti finalità:

- a) incentivare e promuovere una più spiccata innovazione nell'organizzazione tecnica ed amministrativa dell'Ente
- b) recuperare maggiori risorse e realizzare maggiori economie di spesa: il risultato della sponsorizzazione si concretizza, infatti, nella realizzazione di un'economia di bilancio totale o parziale rispetto alla previsione di spesa, in relazione alla totale o parziale acquisizione, senza oneri per l'ente, del previsto risultato da parte dello sponsor
- c) migliorare la qualità dei servizi prestati
- d) realizzare sinergie con il settore privato.

2. Gli accordi di collaborazione sono contratti conclusi, in forma scritta, con soggetti privati, diretti a disciplinare e regolare i rapporti di carattere non istituzionale fra il Comune e il privato, relativamente ad interventi di qualunque genere che abbiano una positiva ricaduta sul territorio comunale e finalizzati allo sviluppo economico, sociale e culturale della comunità. L'accordo precisa i termini della collaborazione fra Comune e soggetto privato, comunque, anche ove si tratti di attività di carattere commerciale, nel perseguimento dell'interesse pubblico generale, e disciplina anche i rapporti economici fra i sottoscrittori dell'accordo, ove l'accordo preveda un corrispettivo per la collaborazione concordata. Il corrispettivo può assumere la forma di contributo a tantum, di compenso annuale ovvero di somma che può essere commisurata al valore della produzione di beni o servizi oggetto dell'accordo di collaborazione.

Art. 4 – Ambito di applicazione

1. Attraverso i contratti di sponsorizzazione e gli accordi di collaborazione, il Comune acquisisce da soggetti terzi risorse finanziarie o strumentali (beni, forniture, servizi, opere e lavori pubblici). Il ricorso al contratto di sponsorizzazione e/o di collaborazione può riguardare tutte le iniziative, le attività, i beni, i servizi e le opere pubbliche inserite nella programmazione dell'Ente; può altresì riguardare progetti/proposte il cui veicolo è rappresentato da un evento specifico correlato alle attività del Comune medesimo.

Il contratto può avere ad oggetto, a titolo esemplificativo:

- a) attività di carattere culturale ed artistico (sostegno a manifestazioni in qualsiasi forma prevista, donazione di opere artistiche quali quadri, sculture, disegni, realizzazione di mostre, concerti e spettacoli, ecc.)
- b) attività di restauro e di recupero conservativo di beni artistici, architettonici, culturali ed ambientali ed attività di valorizzazione del patrimonio comunale in generale
- c) valorizzazione e miglioramento dell'assetto urbano, sistemazione e manutenzione di aree di verde pubblico, fornitura di arredo urbano
- d) iniziative a sostegno dei servizi sociali (collaborazione per servizi a sostegno di alunni svantaggiati, trasporti disabili, ecc.)
- e) interventi a favore della scuola, quali attività di animazione, laboratori, fornitura di materiale, attrezzature didattiche, tecnico-scientifiche, vigilanza dei bambini durante l'entrata e l'uscita dalla scuola
- f) interventi a favore del servizio bibliotecario (fornitura di attrezzature, libri, volumi, ecc.)
- g) attività ed eventi sportivi (gare, manifestazioni, fornitura di attrezzature o impianti sportivi)
- h) attività di comunicazione istituzionale
- i) qualunque altra attività di rilevante interesse pubblico.

2. La sponsorizzazione potrà essere realizzata in una delle seguenti forme:

a) contributi in danaro; a tal fine sarà individuato un apposito capitolo di bilancio in entrata sul quale riversare le relative somme utilizzate esclusivamente ai fini prefissati nei progetti e/o nei contratti di sponsorizzazione

b) cessione gratuita di beni mobili e/o immobili (es. mezzi di trasporto pubblico, panchine, cestini portarifiuti, fioriere, rastrelliere, portabiciclette, stampati, altro...)

c) fornitura di materiale/attrezzature, anche di carattere informatico

d) fornitura di infopoint ed altri strumenti digitali diretti a dare informazioni al cittadino sui servizi erogati dall'Ente

e) prestazione di servizi (es: gestione di sportelli informagiovani, marketing, promozione territoriale ed ambientale, bollettazione)

f) realizzazione di mostre, concerti e spettacoli, convegni

g) restauro di beni architettonici e monumentali, recupero di opere d'arte e/o archivi storici

h) realizzazione di periodici e programmi radiofonici e/o televisivi

i) realizzazione di siti internet

l) compartecipazione economica alle spese di realizzazione delle varie attività organizzate dal Comune od assunzione diretta delle spese medesime

m) sponsorizzazione di opere pubbliche, progettazione, direzione lavori, lavori e collaudo, nel rispetto di quanto previsto dal D.Lgs. n. 50/2016

n) fornitura di arredo urbano compreso l'acquisto di mezzi per la gestione dello stesso

o) adozione di aree verdi

p) altre iniziative similari a quelle evidenziate nei punti precedenti.

Art. 5 – Adozione aree verdi

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

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

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

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

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

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

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

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

Art. 6 – Le figure dello sponsor e del collaboratore

1. Possono assumere la veste di sponsor ovvero di collaboratore istituzionale i seguenti soggetti:
 - a) qualsiasi persona fisica, purché in possesso dei requisiti di legge per contrattare ordinariamente con la pubblica Amministrazione
 - b) qualsiasi persona giuridica, di natura pubblica o privata, avente o meno scopo o finalità commerciali (es.: società di capitali, società cooperative ex art. 2511 cod. civ., le compagnie di assicurazioni ed i consorzi imprenditoriali ex art. 2602 cod. civ., società od aziende con partecipazione in tutto od in parte di capitale pubblico, Enti pubblici non economici)
 - c) le società di persone
 - d) le imprese individuali
 - e) le Associazioni senza fini di lucro, generalmente costituite con atto notarile, le cui finalità statuarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali di questo Comune.

Art. 7 – Obblighi a carico del Comune

1. Il Comune, quale controprestazione ai beni e/o ai servizi forniti dallo sponsor, potrà realizzare, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, alcune delle forme pubblicitarie indicate di seguito:
 - a) riproduzione del marchio-logo o delle generalità dello sponsor su tutto il materiale pubblicitario delle iniziative oggetto della sponsorizzazione (manifesti, volantini, ecc.) e/o nel sito WEB istituzionale del Comune, all'interno dello spazio informativo dell'attività interessata
 - b) posizionamento di targhe o cartelli indicanti il marchio-logo o le generalità dello sponsor sui beni durevoli o sulle aiuole oggetto della sponsorizzazione
 - c) utilizzo a fini pubblicitari di spazi all'interno del Comune (es. bacheche, ascensori, sale riunioni, impianti sportivi, androni, coperture con teli di opere e/o lavori, ecc)
 - d) utilizzo a fini pubblicitari di spazi su documentazione del Comune (buoni mensa, bollette, carta intestata, biglietti d'ingresso alla manifestazione interessata, inviti alla manifestazione, ecc.).
2. Le forme di pubblicità possono riguardare tutte o solo alcune delle modalità previste dal presente articolo. Le stesse sono determinate in sede di stipulazione del contratto.
3. L'imposta sulla pubblicità, ove dovuta, dovrà essere corrisposta dallo sponsor direttamente al Comune od al concessionario, nella misura di legge; la Giunta comunale potrà, in sede di approvazione del progetto o della proposta di sponsorizzazione o di collaborazione, prevedere e deliberare agevolazioni tributarie sull'imposta sulla pubblicità e il canone di occupazione del suolo pubblico, in quanto compatibili con le disposizioni normative e regolamentari vigenti.

Art. 8 – Vincoli di carattere generale

1. Tutte le iniziative di *sponsorship* sottostanno ai seguenti vincoli di buona amministrazione:
 - a) devono essere dirette al perseguimento di interessi pubblici
 - b) devono escludere forme di conflitto d'interesse tra l'attività pubblica e quella privata
 - c) devono essere consone e compatibili con l'immagine del Comune di Arnara
 - d) devono produrre risparmi di spesa od acquisizione di entrate.
2. Sono 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 tabacchi, prodotti alcolici, armi e materiale pornografico

c) messaggi contenenti informazioni contrarie all'ordine pubblico, al buon costume, ingannevoli, pregiudizievoli per la salute, la sicurezza, l'ambiente, la tutela dei minori e/o dei consumatori e/o utenti pubblici

d) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia e quelle ritenute in qualsiasi altro modo in contrasto con la legge o con i regolamenti comunali

e) messaggi pubblicitari ove si ravvisi un possibile pregiudizio o danno all'immagine dell'Ente o alle proprie iniziative.

Art. 9 – Sponsorizzazioni plurime

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

Art. 10 – Iniziativa diretta o per azione di terzi

1. La sponsorizzazione e gli accordi di collaborazione possono avere origine per:

a) iniziativa diretta dell'Amministrazione comunale

b) recepimento di iniziative provenienti da parte di uno qualsiasi dei soggetti indicati nel precedente art. 6.

Art. 11 – Disposizioni nel caso di iniziativa di terzi

1. Qualora l'iniziativa si correli alla proposta 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. Il riconoscimento dell'utilità della proposta avviene mediante approvazione della stessa con deliberazione di Giunta comunale, la quale si riserva di accettare direttamente la proposta, valutata la rispondenza della stessa alle prescrizioni del presente regolamento.

2. Le proposte di sponsorizzazione provenienti da soggetti terzi rispetto all'Amministrazione devono specificare il valore presumibile del corrispettivo delle attività di veicolazione pubblicitaria e le forme con le quali il medesimo corrispettivo viene ad essere reso.

3. Il Comune –salve le ipotesi in cui sia da escludersi qualsiasi forma di concorrenzialità o di trattativa privata plurima– potrà comunque decidere di garantire adeguate forme di pubblicità e concorrenza al fine di comparare l'offerta ricevuta con possibili ulteriori offerte migliorative; in questo caso, una volta valutate l'opportunità e la rispondenza dell'offerta pervenuta alle prescrizioni del presente regolamento, potrà essere predisposto apposito avviso pubblico che preveda, come importo minimo richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione, quello fissato dal soggetto proponente, e che manifesti l'intento dell'Amministrazione di procedere al reperimento di sponsorizzazioni finalizzate al finanziamento dell'evento. Alla scadenza dei termini fissati nell'avviso, l'Amministrazione procederà, tramite selezione delle proposte pervenute, all'individuazione dell'aggiudicatario, sulla base di criteri che tengano conto di elementi qualitativi, oltre che del prezzo. L'originario soggetto promotore potrà adeguare la propria proposta a quella giudicata dall'Amministrazione più conveniente. In questo caso, il promotore risulterà aggiudicatario.

4. Dopo l'approvazione della proposta proveniente dal terzo con la deliberazione della Giunta comunale di cui al precedente comma 1, si procede alla sottoscrizione di un contratto od accordo in forma scritta, avente il contenuto di cui all'art. 14 del presente regolamento.

Art. 12 – Disposizioni nel caso di iniziativa dell'Amministrazione comunale

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del Piano Esecutivo di Gestione assegnati al Responsabile di servizio/ufficio. La Giunta comunale può altresì formulare, in corso d'anno, proposte ulteriori per l'attivazione d'iniziativa di sponsorizzazione e/o accordi di collaborazione da attuare secondo gli indirizzi dell'Amministrazione.

2. La Giunta comunale approva un progetto od una bozza di contratto stabilendo altresì come saranno utilizzati i proventi derivanti dalla sponsorizzazione o dall'accordo di collaborazione; la Giunta potrà anche fissare il corrispettivo minimo che dovrà essere versato al Comune per la sponsorizzazione dell'iniziativa di volta in volta interessata, rispetto al quale coloro che manifesteranno interesse a partecipare alla gara dovranno effettuare un'offerta in aumento.

3. Tutte le conseguenti fasi attuative e gestionali inerenti alle iniziative oggetto di sponsorizzazione e/o di collaborazione sono demandate alla competenza del Responsabile di servizio/ufficio preposto al settore interessato, che vi provvede attraverso appositi atti di determina .

4. La scelta dello sponsor è preceduta dalla pubblicazione di apposito bando/avviso pubblico sull'Albo Pretorio on-line del sito istituzionale del Comune, contenente l'invito alla stipula di contratti di sponsorizzazione e/o di collaborazione.

5. Il bando/avviso pubblico di cui al comma precedente dovrà contenere, in particolare, i seguenti elementi:

a) l'oggetto della sponsorizzazione e/o contratto di collaborazione ed i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico progetto di sponsorizzazione
b) l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario
c) le modalità ed i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione
d) le modalità per la veicolazione dei segni distintivi dello sponsor
e) le modalità ed i criteri di valutazione delle offerte di sponsorizzazione, nel caso siano presentate più offerte.

6. Nell'offerta devono essere indicati:

a) la somma di denaro, il bene, l'attività, il servizio o la prestazione che s'intende offrire a titolo di sponsorizzazione, ovvero la somma corrispondente
b) l'accettazione delle condizioni previste nel bando/avviso pubblico, nonché quelle previste dal progetto di sponsorizzazione
c) il contenuto del messaggio che costituirà oggetto del contratto o l'impegno, da parte dello sponsor, ad informare preventivamente il Comune sul contenuto del messaggio pubblicitario che egli intenderà utilizzare ai fini della sponsorizzazione
d) la dichiarazione espressa di assunzione diretta di responsabilità in merito agli adempimenti contrattuali.

7. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

a) **per i soggetti privati:**

se persone fisiche:

- a.1) l'inesistenza delle condizioni di incapacità a contrarre con la Pubblica Amministrazione di cui agli artt. 120 e seguenti della Legge 24/11/1981 n. 689 ed al D.lgs. n. 50/2016 e in ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale
- a.2) l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia
- a.3) l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari
- a.4) l'eventuale qualificazione in caso di effettuazione di lavori pubblici
- a.5) l'obbligo da parte dello sponsor ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario, alle relative autorizzazioni e realizzazioni.

se persone giuridiche:

- a.6) il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti
- a.7) le autocertificazioni di cui al punto precedente riferite al legale rappresentante e, in generale, a tutti i soggetti muniti di potere di rappresentanza

b) per i soggetti pubblici:

- b.1) il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.

Art. 13 – Affidamento. Disposizioni comuni

1. E' possibile l'affidamento del contratto di sponsorizzazione a trattativa privata diretta con un solo contraente quando il valore complessivo della sponsorizzazione (corrispondente all'importo della somma versata dallo sponsor od al valore in denaro del servizio, fornitura od intervento prestati gratuitamente) non superi i 40.000,00 euro.
2. Ai sensi del comma 1, art. 19, del D.Lgs. n. 50/2016, la scelta dello sponsor ovvero, l'affidamento di contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi o forniture per importi superiori a 40.000 euro, mediante dazione di danaro o accollo del debito, o altre modalità di assunzione del pagamento dei corrispettivi dovuti, è soggetto esclusivamente alla previa pubblicazione sul sito internet della stazione appaltante, per almeno trenta giorni, di apposito avviso, con il quale si rende nota la ricerca di sponsor per specifici interventi, ovvero si comunica l'avvenuto ricevimento di una proposta di sponsorizzazione, indicando sinteticamente il contenuto del contratto proposto. Trascorso il periodo di pubblicazione dell'avviso, il contratto può essere liberamente negoziato, purché nel rispetto dei principi di imparzialità e di parità di trattamento fra gli operatori che abbiano manifestato interesse, fermo restando il rispetto dell'art. 80 (Motivi di esclusione) del medesimo D.Lgs. n. 50/2016.
3. Nel caso in cui lo sponsor intenda realizzare i lavori, prestare i servizi o le forniture direttamente a sua cura e spese, resta ferma la necessità di verificare il possesso dei requisiti degli esecutori, nel rispetto dei principi e dei limiti europei in materia e non trovano applicazione le disposizioni nazionali e regionali in materia di contratti pubblici di lavori, servizi e forniture, ad eccezione di quelle sulla qualificazione dei progettisti e degli esecutori. La stazione appaltante impartisce opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere o forniture e alla direzione dei lavori e collaudo degli stessi (comma 2, art. 19, del D.Lgs. n. 50/2016).

Art. 14 – Affidamento dell’incarico e stipulazione del contratto

1. Le modalità di scelta del contraente e tutti i contenuti contrattuali, come più in generale l’intera gestione della pratica e del rapporto, si radicano nelle competenze del Responsabile di servizio/ufficio.
2. L’individuazione del/dei soggetto/i con cui sarà stipulato il contratto di sponsorizzazione e/o l’accordo di collaborazione è formalizzata mediante determinazione adottata dal competente responsabile.
3. Il ricorso, da parte dell’Amministrazione, a forme di sponsorizzazione e/o ad accordi di collaborazione, anche laddove l’iniziativa provenga da terzi, va sempre formalizzato con apposito atto scritto di natura contrattuale, sottoscritto da parte dello sponsor e del Responsabile del Servizio competente e nel quale sono, in particolare, stabiliti:
 - l’individuazione dell’oggetto del contratto ed il contenuto della sponsorizzazione
 - il diritto dello Sponsor all’utilizzazione “esclusiva” ovvero “non esclusiva” dello spazio pubblicitario nel corso degli eventi culturali, sociali, ricreativi, sportivi ed altro per i quali sia prevista la sponsorizzazione
 - gli impegni e/o gli obblighi dello sponsee e le modalità di veicolazione pubblicitaria della ragione sociale e/o marchio dello sponsor da parte dello sponsee
 - gli impegni e/o gli obblighi dello sponsor
 - la durata del contratto di sponsorizzazione
 - le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze
 - l’eventuale cauzione da richiedere nelle ipotesi di prestazioni continuative
 - spese e disposizioni contrattuali finali.
4. In ogni contratto deve essere prevista la clausola risolutiva espressa per i seguenti casi, e fermo restando l’eventuale risarcimento del danno:
 - a) mancata attuazione dell’iniziativa oggetto della sponsorizzazione o rinvio della stessa. La risoluzione del contratto non comporta, in tal caso, alcun diritto, da parte dello sponsor, a pretese o danni di qualsiasi natura
 - b) mancata ottemperanza ad una qualsiasi delle obbligazioni poste a carico dello sponsor.
 - c) laddove il soggetto privato rechi danno all’immagine del Comune
5. Al termine del rapporto derivante dalla stipulazione del contratto, lo sponsor è tenuto, con oneri a proprio carico, alla rimozione del messaggio pubblicitario.
6. Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo o la scorretta erogazione, da parte dello sponsor, di quanto pattuito sono causa di decadenza dall’affidamento, e lo sponsor è tenuto alla rimozione del messaggio pubblicitario con oneri a proprio carico.
7. Lo sponsor è tenuto al corrispettivo pattuito od alla corretta erogazione di quanto pattuito anche se non realizza il ritorno pubblicitario sperato.
8. L’approvazione della bozza di accordo di collaborazione e la successiva stipula del contratto devono comunque essere precedute da apposito atto di indirizzo della Giunta Comunale che ne delimiti il quadro fondamentale, a meno che tali elementi non siano già contenuti in altri atti fondamentali o a contenuto generale.

Art. 15 – Offerta di sostanziale 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 «mero mecenatismo» o spirito di liberalità da parte dello sponsor, non sono soggette a procedure selettive di sorta, bensì vengono formalizzate con provvedimento di affidamento diretto del Responsabile di servizio/ufficio, qualunque sia il valore della prestazione resa.

Art. 16 – Aspetti contabili e fiscali

1. Le iniziative derivanti da contratto di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale sulle imposte dirette, per quanto applicabili, sulle imposte indirette e sui tributi locali, per la cui applicazione il presente regolamento fa rinvio.

2. Il contratto di sponsorizzazione costituisce attività rilevante ai fini IVA e soggetta ad aliquota di legge vigente. Il contributo specificato dal contratto dovrà essere sempre espresso con la dicitura “oltre ad IVA di legge”, e l'importo erogato dovrà pertanto essere sempre comprensivo d'IVA. Gli importi utilizzabili ai fini dell'evento o dell'iniziativa finanziata saranno pertanto rappresentati dai contributi stessi al netto di quanto di competenza erariale per IVA.

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

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

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

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

- compartecipazione economica alle spese di realizzazione delle varie attività organizzate dal Comune o assunzione diretta delle spese medesime: lo sponsor prenderà in carico il pagamento della fattura che dovrà essere emessa dal/i fornitore/i

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

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

6. L'emissione di fattura da parte del Comune nei confronti dello sponsor avverrà subito dopo la sottoscrizione del contratto di sponsorizzazione e/o dell'accordo di collaborazione.

7. Nel caso in cui il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione sia previsto in denaro, per i contratti aventi durata non superiore ad un anno esso dovrà essere effettuato dopo la firma del contratto, mentre, per i contratti di durata pluriennale, andrà effettuato annualmente in forma anticipata.

Art. 17 – Responsabilità

1. Il Comune è sollevato da qualsiasi responsabilità di natura civile o penale conseguente all'allestimento ed allo svolgimento delle attività di promozione e pubblicità da parte dello sponsor.

2. Lo sponsor è responsabile a tutti gli effetti del personale eventualmente incaricato dell'esecuzione degli interventi, sia per quanto riguarda la capacità operativa che per gli eventuali infortuni e responsabilità civili verso terzi. A tal fine, tutti i prestatori d'opera dovranno essere assicurati.

Art. 18 – Verifiche e controlli

1. Le "sponsorizzazioni" potranno essere assoggettate a periodiche verifiche da parte del servizio comunale competente per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti per i contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi.

2. Le eventuali difformità emerse in sede di verifica dovranno essere tempestivamente notificate allo sponsor; la notifica e l'eventuale diffida produrranno gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

Art. 19 – Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

1. L'amministrazione comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:

- a) ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
- b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
- c) la reputi inaccettabile per motivi di inopportunità generale.

Art. 20 – Trattamento dei dati personali

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste nel rispetto del D.Lgs n. 196/2003 e successive modificazioni e degli atti normativi ed organizzativi adottati in materia dal Comune di Arnara.

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

Art. 21 – Normativa di rinvio

1. Per quanto non esplicitamente previsto e stabilito nel presente regolamento, si fa formale rinvio alle leggi e normative vigenti in materia di disciplina dei rapporti con la pubblica Amministrazione, ed in particolare:

- alla Legge 27 dicembre 1997 n. 449
- al Decreto legislativo 18/08/2000 n. 267

- al Decreto legislativo 18/04/2016 n. 50
- alla normativa del Codice civile e dalle altre leggi vigenti riguardanti la peculiare materia dei contratti e, più genericamente, delle obbligazioni
- alla normativa contenuta nello Statuto e nei Regolamenti adottati dal Comune.

Art. 21 – Normativa di rinvio

1. Sono abrogate le norme dei regolamenti comunali e degli atti aventi natura regolamentare che risultino in contrasto con quanto disposto dal presente regolamento.