



CITTA' DI PETILIA POLICASTRO

Provincia di Crotona

Settore n. 6 - Servizi sociali Istruzione

**REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E
LA GESTIONE DELLE
SPONSORIZZAZIONI**

Approvato con deliberazione del Consiglio comunale n. _____ del _____

INDICE

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI.....	1
Capo I - Principi generali	4
Art. 1 - Oggetto finalità e principi generali	4
Art. 2 - Definizioni	5
Capo II - Ambito di applicazione del contratto di sponsorizzazione	6
Art. 3 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione.....	6
Art. 4 - Oggetto e forme della sponsorizzazione	6
Art. 5 - Sponsorizzazione di eventi	8
Art. 6 - Proposte di sponsorizzazione.....	8
Art. 7 - Obblighi a carico dello Sponsor	9
Art. 8 - Obblighi a carico dello Sponsee	9
Art. 9 - Utilizzo delle sponsorizzazioni in relazione a procedure di appalto e concessione ..	10
Art. 10 - Sponsorizzazioni di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale	10
Capo III – Procedure di selezione dello Sponsor	11
Art. 11 - Scelta dello Sponsor	11
Art. 12 - Elenco degli Sponsor per importo inferiore a € 150.000,00 per lavori ed € 140.000,00 per servizi e forniture	13
Art. 13 - Scelta dello Sponsor per importi superiori a € 150.000,00 per lavori e € 140.000,00 per servizi e forniture	14
Art. 14 - Recepimento di proposte spontanee di potenziali Sponsor	15
Art. 15 - Contratto di sponsorizzazione	16
Art. 16 - Modalità di promozione e informazione	18
Art. 17 - Diritto di rifiuto alle sponsorizzazioni ed esclusioni.....	18
Art. 18 - Risoluzione del contratto.....	19
Capo IV – Disposizioni finali	20
Art. 19 - Adempimenti contabili e fiscali	20
Art. 20 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni	21
Art. 21 - Trattamento dei dati personali	21
Art. 22 - Verifiche e controlli.....	21
Art. 23 - Riserva organizzativa e agenzie specializzate	21
Art. 24 - Norma di rinvio	22
Art. 25 - Controversie	22

Via D. Aligeri 88837 PETILIA POLICASTRO - Tel. 0962/4338212 – 4338204 – 4338218

C.F. P.I. 00297950792

<https://comune.petiliapolicastro.it> - Pec: protocollo.petiliapolicastro@asmepec.it

Art. 26 - Entrata in vigore	22
Note di chiusura	Errore. Il segnalibro non è definito.

Capo I - Principi generali

Art. 1 - Oggetto finalità e principi generali

1. Il presente Regolamento disciplina, i presupposti, le condizioni e gli strumenti normativi necessari per attivare procedure di sponsorizzazione, nell'ambito di iniziative culturali, sociali, ricreative, sportive e altre promosse dall'Amministrazione comunale per il perseguimento di finalità di pubblico interesse e nell'osservanza dei criteri di economicità, efficienza, efficacia, imparzialità, trasparenza e proporzionalità.
2. Il presente Regolamento è adottato in attuazione:
 - dell'art.1, comma 1-bis della Legge 7 agosto 1990, n. 241;
 - dell'art. 43 della legge 27 dicembre 1997, n. 449;
 - dell'art. 119 del D. Lgs. 18 agosto 2000 n. 267;
 - dell'art. 120 del D. Lgs. 22 gennaio 2004, n. 42;
 - degli articoli 8 e 134 del D. Lgs. 31 marzo 2023, n. 36;
 - dell'art. 67 comma 3 lett. a) del CCNL del 21 maggio 2018;
 - dell'art. 20, comma 1, lett. h), alinea 6 e dell'art. 79, comma 2, lett. a) del CCNL 16 novembre 2022;
 - delle disposizioni contenute negli artt. 1174 e 1322 del Codice civile.
3. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a:
 - promuovere e incentivare la collaborazione tra pubblico e privato favorendo il miglioramento organizzativo attraverso la valorizzazione delle competenze, delle professionalità, della disponibilità di persone, di enti, di associazioni e aziende, per raggiungere una migliore qualità nei servizi e prestazioni erogati alla collettività, oltre che a permettere la realizzazione di economie di spesa;
 - favorire l'innovazione dell'organizzazione;
 - supportare la realizzazione di opere e servizi;
 - recuperare maggiori risorse e realizzare 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;
 - migliorare la qualità dei servizi erogati alla collettività;
 - promuovere attività ed eventi di pubblico interesse e utilità;
 - realizzare obiettivi di maggiore visibilità dell'azione amministrativa e dei suoi risultati nella comunità e collettività;
 - realizzare sinergie con il settore privato.
4. Costituisce prerogativa esclusiva del Comune la scelta o meno di attivare rapporti e/o contratti di sponsorizzazione, interpretandosi l'adozione del Regolamento esclusivamente come atto di disciplina e attivazione conseguente ad un iter valutativo interno che riserva sempre all'Amministrazione la relativa facoltà.

Art. 2 - Definizioni

1. Ai fini del presente Regolamento si intende:
 - a) per “contratto di sponsorizzazione”, un contratto atipico, a titolo oneroso e a prestazioni corrispettive, mediante il quale un soggetto (denominato Sponsor) si obbliga a versare in tutto o in parte denaro ovvero a eseguire, a titolo gratuito, lavori, servizi e/o forniture in favore dell’Amministrazione comunale (denominata Sponsee), che, a sua volta, si obbliga, nell’ambito delle proprie iniziative, eventi, progetti e contratti, 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 pura o finanziaria”, la sponsorizzazione in cui la prestazione resa da un soggetto (Sponsor) in favore dell’Amministrazione comunale (Sponsee) è costituita esclusivamente mediante dazione di danaro o accollo del debito o altre modalità di assunzione del pagamento dei corrispettivi dovuti;
 - d) per “sponsorizzazione mista”, la sponsorizzazione risultante dalla combinazione della sponsorizzazione tecnica e della sponsorizzazione finanziaria;
 - e) per “Sponsor”, il soggetto privato (persona fisica o giuridica), l’associazione senza fini di lucro, costituita con atto notarile, o il soggetto pubblico che intenda stipulare un accordo o un contratto di sponsorizzazione con l’Amministrazione comunale;
 - f) per “Sponsee”, l’Amministrazione comunale beneficiaria della sponsorizzazione, che rende una prestazione consistente nella divulgazione dei segni distintivi dello Sponsor nei modi previsti dal contratto;
 - 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) per “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 commerciale, da veicolare verso terzi.
2. 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”.
3. Non costituiscono, inoltre, ipotesi di sponsorizzazione, bensì contratti a titolo gratuito di cui all’art. 8 comma 1, del D. Lgs. 31 marzo 2023, n. 36:
 - a) l’adozione di aree a verdi appartenenti al patrimonio comunale;
 - b) gli interventi, a carattere occasionale o continuativo, di cura o di gestione condivisa degli spazi pubblici e degli edifici, periodicamente individuati dall’Amministrazione o proposti dai cittadini attivi, disciplinati mediante accordi di collaborazione;

- c) altre forme speciali di partenariato, disciplinate da diverse normative di settore, anche al fine della fruizione tutela e valorizzazione del patrimonio culturale;

Capo II - Ambito di applicazione del contratto di sponsorizzazione

Art. 3 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Il contratto di sponsorizzazione è stipulato su iniziativa dell'Amministrazione comunale o su iniziativa di uno o più soggetti terzi.
2. Nell'ambito degli ordinari documenti di programmazione, possono essere individuati i lavori, le forniture e i servizi necessari al soddisfacimento dei fabbisogni rilevati e valutati dall'Amministrazione come oggetto di contratti di sponsorizzazione.
3. Le iniziative di sponsorizzazione sono definite dalla Giunta comunale nell'ambito del Piano Integrato di Attività ed Organizzazione (PIAO), di cui all'art. 6 del D. L. 9 giugno 2021, n. 80. La Giunta comunale può, comunque, approvare, nel corso dell'anno, con propria deliberazione, ulteriori iniziative o formulare indirizzi specifici ai dirigenti competenti.
4. La Giunta comunale demanda le fasi attuative e gestionali alla competenza del Responsabile del Settore competente, che vi provvede in base alla presente regolamentazione.
5. Per ogni singola procedura, deve essere individuato nell'atto di adozione, ovvero nell'atto di avvio relativo a ogni singolo intervento, un responsabile unico del procedimento (RUP) per le fasi della programmazione, della progettazione, dell'affidamento, dell'esecuzione.

Art. 4 - Oggetto e forme della sponsorizzazione

1. Il contratto di sponsorizzazione può riguardare:
 - a) attività di carattere culturale e artistico (sostegno a manifestazioni in qualsiasi forma prevista, donazione di opere artistiche quali quadri, sculture, disegni, ecc.);
 - b) interventi in favore del servizio bibliotecario (fornitura di attrezzature, libri, volumi, ecc.);
 - c) interventi in favore della scuola, quali attività di animazione, laboratori, fornitura di materiale, attrezzature didattiche, tecnico-scientifiche e altro;
 - d) interventi in favore delle attività sportive (gare, manifestazioni, fornitura di attrezzature e altro);
 - e) iniziative a sostegno dei servizi sociali (collaborazione per servizi in favore di alunni svantaggiati, trasporto disabili e altro);
 - f) valorizzazione del patrimonio comunale e dell'assetto urbano;
 - g) sistemazione e manutenzione di aree verde pubblico di proprietà comunale;
 - h) ogni altra attività pubblica che il Comune ritenga, nella sua piena discrezionalità, debba essere oggetto di sponsorizzazione.
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 essere a carattere finanziario, tecnico o prestazionale e può essere realizzata in una delle seguenti forme:
- a) erogazione di contributi in denaro;
 - b) fornitura di materiali, attrezzature, beni, strumenti acquisiti e/o realizzati a cura e spese dello Sponsor;
 - c) fornitura di una prestazione di servizio a cura e spese dello Sponsor;
 - d) realizzazione integrale o parziale di opere e di lavori pubblici (es.: attività di progettazione, direzione lavori, esecuzione e collaudo di opere pubbliche, in relazione ai quali si rinvia alle specifiche disposizioni applicabili contenute nel Codice degli Appalti vigente);
 - a) realizzazione di interventi sugli elementi architettonici e sulle superfici decorate di beni del patrimonio culturale, sottoposti alle disposizioni di tutela, di cui al D. Lgs. 22 gennaio 2004, n. 42 “*Codice dei beni culturali e del paesaggio*”;
 - b) l'offerta di servizi manutentivi, ricreativi, culturali, sportivi, nonché ogni altra utilità che risponda a peculiari finalità di interesse pubblico nell'ambito della programmazione comunale;
 - c) compartecipazione economica diretta alle spese di realizzazione delle varie iniziative promosse dal Comune.
4. In caso di operazioni permutative, si assume quale controvalore del contratto, con corrispettivo imponibile da sottoporre a fatturazione, il valore di mercato della fornitura dei beni, dei servizi o dei lavori effettuati dallo Sponsor.
5. Ove il corrispettivo della sponsorizzazione sia costituito da una somma di denaro, salvo diverso accordo tra le parti, il pagamento del relativo corrispettivo è eseguito, di norma, almeno nella misura del 50% al momento della sottoscrizione del contratto e nella misura del restante 50%, alla conclusione.
6. Il Responsabile del Settore, in caso di sponsorizzazione inerenti progetti che si articolano su periodi che superano i sei mesi e di somme superiori a € 40.000,00, possono concordare delle tempistiche diverse di pagamento, purché il saldo termini in corrispondenza con la fine dell'iniziativa sponsorizzata.
7. Nei casi in cui il contratto possa prevedere pagamenti del corrispettivo derivante dalla sponsorizzazione in tempi successivi allo svolgimento delle attività previste a carico del Comune e in presenza di importi di significativa rilevanza, l'Amministrazione potrà richiedere adeguate forme di garanzia per l'adempimento della controparte. In tale quadro, se richiesto dal Comune, lo Sponsor, in caso di parziale o totale sponsorizzazione tecnica o di parziale o totale accollo del debito dell'Amministrazione, deve prestare apposita garanzia fidejussoria per il pagamento del corrispettivo o di parte dello stesso, costituita mediante fidejussione bancaria o polizza assicurativa, secondo quanto previsto all'art. 106 del D. Lgs. 31 marzo 2023, n. 36 a prima richiesta, senza il beneficio della preventiva escussione.

8. Nei casi in cui il contratto preveda il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione a soggetto “terzo”, lo Sponsor dovrà provvedere a pagare direttamente il fornitore, di norma con le medesime modalità previste nel precedente comma 5, previo *nulla osta* dell’Amministrazione comunale.
9. Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza, ipso jure, del contratto, fatto salvo il diritto di rivalsa dal parte dell’Amministrazione comunale sulle garanzie prestate dallo Sponsor, qualora previste nel contratto di sponsorizzazione.

Art. 5 - Sponsorizzazione di eventi

1. Il contratto di sponsorizzazione può riguardare la realizzazione di eventi a carattere culturale o sportivo o di promozione/animazione territoriale.
2. In tal caso le attività di interesse pubblico, consistono nel complesso di servizi e forniture, in conformità a un programma della manifestazione approvato dall’Amministrazione comunale nella fase negoziale. Tali attività sono realizzate:
 - direttamente dall’Amministrazione comunale, a mezzo di propri contraenti/appaltatori di servizi, in caso di sponsorizzazione finanziaria;
 - a cura e spese dello *Sponsor*, direttamente o a mezzo di esecutori qualificati per le varie prestazioni, in caso di sponsorizzazione tecnica;
3. Qualora lo svolgimento delle suddette attività di interesse pubblico comporti l’occupazione di spazi o aree pubbliche, la stessa è da intendersi effettuata dall’esecutore, in virtù del rapporto contrattuale con l’Amministrazione comunale, e, dunque, in nome e per conto dell’Ente pubblico beneficiario.
4. L’occupazione, pertanto, imputandosi all’Amministrazione stessa, non è soggetta a provvedimenti concessori di suolo pubblico e alla conseguente imposizione fiscale, ma resta subordinata alle necessarie verifiche/pareri tecnici circa la conformità al Codice della Strada, il rispetto delle prescrizioni di decoro urbano, la conformità alla normativa di pubblica sicurezza in caso di pubblici spettacoli.
5. Restano ferme tutte le disposizioni di cui agli articoli precedenti sulle modalità di scelta dello *Sponsor* e verifiche sulla qualificazione degli esecutori
6. La fattispecie della sponsorizzazione di eventi, resta distinta da quella della concessione del gratuito patrocinio di iniziative/manifestazioni/eventi realizzate da privati, che a essi esclusivamente si imputano, non comportando alcun procedimento amministrativo di scelta dello *Sponsor*, controllo dei requisiti, approvazione di un programma di attività e stipula di un contratto a effetti obbligatori.

Art. 6 - Proposte di sponsorizzazione

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e associazioni senza fini di lucro, costituita con atto notarile, per realizzare o acquisire, a titolo gratuito, interventi, servizi, prestazioni, beni o attività inseriti nei programmi di spesa dell’Ente.
2. I soggetti interessati ad assumere il ruolo di Sponsor del Comune di Petilia Policastro possono avanzare la propria proposta mediante la compilazione dell’apposita modulistica,

disponibile nell'home page del Comune di Petilia Policastro al seguente indirizzo <https://www.comune.petiliapolicastro.kr.it/> e seguendo le istruzioni ivi riportate.

3. È possibile presentare una proposta di sponsorizzazione spontaneamente o in risposta ad avviso pubblico di manifestazione di interesse, in forma individuale o associata.
4. In caso di sponsorizzazione tecnica, il proponente/esecutore 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.
5. 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.

Art. 7 - Obblighi a carico dello Sponsor

1. Lo Sponsor si obbliga a fornire un corrispettivo in denaro o una prestazione in beni, lavori e/o servizi, diretta o indiretta, allo scopo di promuovere il proprio nome, marchio, attività o i propri prodotti e conseguire una proiezione positiva di ritorno di immagine.
2. Il corrispettivo non potrà in alcun modo subire variazioni di importo, anche a fronte di ritorno pubblicitario/comunicativo per lo Sponsor inferiore a quello previsto.
3. Lo Sponsor si impegna a fornire al Comune adeguati strumenti (riproduzioni tipografiche, files, ecc.) per la riproduzione del marchio o del logotipo scelto.
4. Qualora i lavori, i servizi e le forniture siano acquisiti o realizzati a cura dello Sponsor, lo stesso deve essere in possesso dei requisiti di qualificazione per gli esecutori dei contratti pubblici.
5. Per i lavori pubblici, le imprese esecutrici devono possedere i requisiti di qualificazione previsti dalla normativa vigente al momento dell'affidamento.

Art. 8 - Obblighi a carico dello Sponsee

1. Il Comune, quale controprestazione al denaro o ai beni, lavori e/o servizi ricevuti, si obbliga a pubblicizzare lo Sponsor come di seguito indicato:
 - a) nel caso di manifestazioni e progetti di tipo culturale, ricreativo, sociale e sportivo, il logo dello Sponsor potrà essere inserito sia nel materiale pubblicitario relativo alle iniziative (manifesti, volantini, inviti, *depliant*, ecc.), sia sul proprio sito web, nello spazio informativo sulle attività organizzate dal Comune a beneficio della cittadinanza, che sulle sue pagine social;
 - b) nel caso di interventi mirati alla valorizzazione del territorio, del patrimonio comunale e dell'assetto urbano, il Comune realizzerà apposite forme di pubblicizzazione particolarmente visibili all'esterno, quali, a esempio, il posizionamento di cartelli o di targhe.
2. Lo Sponsee si impegna, inoltre, a:
 - citare nelle comunicazioni ufficiali relative all'iniziativa, attività o progetto la società o l'associazione, come Sponsor ufficiale;

- autorizzare la produzione, a spese dello Sponsor, di articoli pubblicitari e *gadgets* con il proprio marchio comunque associato a quello dell'iniziativa;
 - consentire allo Sponsor la pubblicizzazione a sua cura, nelle forme d'uso, del suo intervento in detta qualità.
3. Le forme di pubblicità sono rapportate all'entità della sponsorizzazione offerta. Esse possono riguardare tutte o solo alcune delle modalità previste nel presente articolo, secondo quanto previsto in sede di stipulazione del contratto.

Art. 9 - Utilizzo delle sponsorizzazioni in relazione a procedure di appalto e concessione

1. L'Amministrazione comunale può prevedere, nell'ambito di bandi o avvisi di gara per l'affidamento di appalti o concessioni di lavori, servizi o forniture, specifiche clausole inerenti alla valutazione di proposte di sponsorizzazione, a parziale scomputo dell'onere previsto a carico dell'ente.
2. In tal caso, la valutazione della sponsorizzazione deve costituire elemento con peso meramente marginale rispetto alla valutazione complessiva dell'offerta.

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

1. Ai contratti di sponsorizzazione aventi a 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. 22 gennaio 2004, n. 42, 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.
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, 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.
4. In caso di sponsorizzazione tecnica, la Soprintendenza competente impartisce le prescrizioni opportune in ordine alla progettazione alla direzione e all'esecuzione dei lavori. Il Comune eserciterà un'attività di sorveglianza, 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 l'esposizione pubblicitaria sia effettuata in forme compatibili con il carattere artistico e/o storico, l'aspetto e il decoro del bene.
6. L'affidamento di contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi o forniture per importi superiori a € 40.000,00, mediante dazione di danaro o accollo del debito, o altre modalità di assunzione del pagamento dei corrispettivi dovuti, ivi compresi quelli relativi a beni culturali, nonché ai contratti di sponsorizzazione finalizzati al sostegno degli istituti e dei luoghi della cultura, di cui all'articolo 101 del "*Codice dei beni culturali e del paesaggio*", 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 degli articoli 66, 94, 95, 97 e 100 del Codice degli appalti, in ordine alla verifica dei requisiti degli esecutori e della qualificazione degli operatori economici. 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, a eccezione di quelle sulla qualificazione dei progettisti e degli esecutori. La stazione appaltante e l'Amministrazione preposta alla tutela dei beni culturali impartiscono opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere o forniture e alla direzione dei lavori e collaudo degli stessi.

Capo III – Procedure di selezione dello Sponsor

Art. 11 - Scelta dello Sponsor

1. La scelta dello Sponsor è effettuata, in attuazione dell'art. 134, comma 4, del D. Lgs. 31 marzo 2023, n. 36 e nel rispetto dei principi di cui agli artt. 1, 2 e 8 del Codice dei contratti pubblici.
2. L'Amministrazione comunale si avvale di tutti gli strumenti comunicativi e relazionali che, in base all'oggetto della sponsorizzazione, appaiano più idonei a stimolare l'interesse e il confronto tra i potenziali concorrenti.
3. In caso di proposta di sponsorizzazione finanziaria, tecnica o mista per prestazioni di importo complessivo superiore o uguale a € 140.000,00 (IVA esclusa) per servizi e forniture e a € 150.000,00 per lavori (IVA esclusa), la scelta dello Sponsor avviene, previa pubblicazione per trenta giorni di un avviso pubblico, con il quale si rende nota la ricerca di Sponsor per specifici interventi, ovvero si comunica l'avvenuto ricevimento della proposta di sponsorizzazione, indicando sinteticamente il contenuto del contratto proposto.
4. L'avviso, di cui ai commi precedenti, 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) la volontà dell'Amministrazione di ricorrere alla sponsorizzazione;
 - b) lo scopo della sponsorizzazione;
 - c) l'oggetto della sponsorizzazione o, nel caso di sponsorizzazione tecnica, l'indicazione dei lavori, servizi e forniture e del loro valore;
 - d) la durata del contratto;
 - e) gli obblighi dello Sponsor;
 - f) le modalità e i termini di presentazione delle offerte;

- g) 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;
 - h) i requisiti dei partecipanti e degli eventuali esecutori del contratto individuati dallo Sponsor;
 - i) l'eventuale diritto di esclusiva;
 - j) l'importo minimo eventualmente richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
 - k) 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 a esperienze analoghe;
 - idonee modalità di attuazione (es: cronoprogramma, mezzi a disposizione ecc.), che assicurino la cura dell'interesse pubblico in concreto;
 - l) l'eventualità di co-sponsorizzazioni;
 - m) eventuali indicazioni e prescrizioni in ordine alla progettazione, nonché alla direzione di esecuzione del contratto;
 - n) il diritto di rifiutare o escludere l'offerta;
 - o) 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.
5. 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. A tal fine:
- o viene redatto dal RUP processo verbale della fase di negoziazione, che può comportare anche l'adeguamento delle proposte, in relazione alla miglior cura dell'interesse pubblico;
 - o nell'ipotesi di offerte concorrenti e non confliggenti, l'amministrazione favorisce la co-sponsorizzazione, assicurando la contemporanea presenza di loghi e/o marchi degli Sponsor sul relativo materiale promozionale; in tal caso i rapporti saranno disciplinati da separati contratti;
 - o la determinazione di affidamento contiene la motivazione in ordine ai criteri della scelta effettuata tra le proposte di più operatori, in conformità ai criteri indicati nell'avviso;
 - o in caso di valutazioni tecniche complesse, il RUP può richiedere la nomina di una commissione tecnica di supporto.
6. Si può procedere all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazione:
- nel caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore a € 140.000,00 (IVA esclusa) per servizi e forniture e ad € 150.000,00 per lavori (IVA esclusa);
 - nel caso di infruttuosa pubblicazione dell'avviso di cui al comma 3;

- 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 a un unico determinato soggetto.
7. L'affidamento diretto avviene previa valutazione di congruità da parte del RUP o del Responsabile del Settore competente del servizio/lavoro/fornitura e, nel caso di beni tutelati, di cui al D. Lgs. 22 gennaio 2004, n. 42, previa valutazione di congruità e di rispondenza alle esigenze di interesse pubblico e previa acquisizione di pareri della Soprintendenza da parte del Responsabile di Settore precedente.
 8. In ogni caso, ai sensi dell'art 134, comma 4 D Lgs. 31 marzo 2023, n. 36, 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.

Art. 12 - Elenco degli Sponsor per importo inferiore a € 150.000,00 per lavori e € 140.000,00 per servizi e forniture

1. Il Comune di Petilia Policastro si riserva la facoltà a procedere con affidamento diretto alle proposte di sponsorizzazioni quando il contenuto delle forniture o dei servizi offerti, ivi compresi i servizi di ingegneria e architettura e l'attività di progettazione, non sia superiore a € 140.000,00, anche senza consultazione di più operatori economici, assicurando che siano scelti soggetti in possesso di documentate esperienze pregresse idonee all'esecuzione delle prestazioni contrattuali, anche individuati tra gli iscritti in elenchi o albi istituiti dalla stazione appaltante.
2. Parimenti, può farsi ricorso all'affidamento diretto di lavori, per importi non superiori a € 150.000,00, anche senza consultazione di più operatori economici, assicurando che siano scelti soggetti in possesso di documentate esperienze pregresse idonee all'esecuzione delle prestazioni contrattuali anche individuati tra gli iscritti in elenchi o albi istituiti dalla stazione appaltante.
3. Al fine di consentire una maggiore trasparenza e imparzialità, può essere prevista la costituzione di un elenco di Sponsor a cui proporre iniziative di sponsorizzazioni di importi inferiori a € 140.000,00 per forniture e servizi e € 150.000,00 per lavori.
4. L'iscrizione all'elenco avverrà dietro presentazione di un'istanza di un potenziale Sponsor nella quale si dichiara la disponibilità a valutare eventuali richieste di sponsorizzazioni proposte dall'Ente. Nell'istanza, si dichiarerà inoltre di non trovarsi nelle condizioni d'esclusione di cui agli artt. 94 e 95 del D. Lgs. 31 marzo 2023, n. 36.
5. In caso di più adesioni di Sponsor a un'iniziativa, verrà eseguita una selezione comparativa sulla base della presentazione dell'offerta, con i criteri individuati nella proposta di sponsorizzazione.
6. Qualora non vi fossero adesioni tra gli Sponsor dell'elenco, verrà pubblicato sul sito istituzionale del Comune una scheda dell'intervento da finanziare.
7. Restano fermi i principi secondo cui, in caso di sponsorizzazione tecnica, le proposte del Comune di Petilia Policastro contengano opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere o delle forniture e alla direzione dei lavori e collaudo degli stessi.

8. Per sponsorizzazioni riguardanti beni sottoposti a tutela ai sensi del D. Lgs. 22 gennaio 2004, n. 42, si applicano comunque le disposizioni di cui all'art. 10 del presente Regolamento.
9. Resta fermo il rispetto del principio di rotazione di cui all'art. 49 del Codice degli appalti cui è consentito derogare per gli affidamenti diretti di importo inferiore a € 5.000,00.

Art. 13 - Scelta dello Sponsor per importi superiori a € 150.000,00 per lavori e € 140.000,00 per servizi e forniture

1. In caso di affidamento di contratti di sponsorizzazione pura di lavori di importo superiore a € 150.000,00, di servizi e forniture, ivi compresi i servizi di ingegneria e architettura e l'attività di progettazione, per importi superiori a € 140.000,00, è prevista la preventiva pubblicazione sul sito internet del Comune per trenta giorni, di un apposito avviso con il quale si renda nota la ricerca di Sponsor per specifici interventi.
2. In caso di sponsorizzazioni tecniche, il Comune dovrà verificare i requisiti degli esecutori nel rispetto dei principi e dei limiti europei in materia; non trovano applicazione le disposizioni nazionali e regionali in materia di contratti pubblici di lavori, servizi e forniture, a eccezione di quelle sulla qualificazione dei progettisti e degli esecutori. Il Settore procedente impartisce opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere e/o forniture e alla direzione dei lavori e collaudo degli stessi.
3. L'avviso è pubblicato all'albo pretorio e sul sito istituzionale del Comune per trenta giorni e potrà riguardare una o più iniziative anche di carattere pluriennale. All'avviso saranno allegare schede dettagliate di ogni singola iniziativa contenenti:
 - l'indicazione dell'attività, progetto o iniziativa oggetto della sponsorizzazione, la tipologia di sponsorizzazione (finanziaria e/o tecnica) richiesta;
 - l'esatta determinazione dello spazio pubblicitario utilizzabile e la durata della pubblicità;
 - le modalità e i termini per la presentazione dell'offerta;
 - l'importo minimo richiesto quale corrispettivo per la sponsorizzazione (complessivi e/o dettagliati per singole attività afferenti all'evento);
 - altre particolari richieste per la positiva riuscita del progetto;
 - il Settore procedente e il Responsabile di procedimento.
4. I valori non costituiscono in ogni caso vincolo per la formulazione dell'offerta di sponsorizzazione in quanto è possibile presentare offerte anche di importo inferiore.
5. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve indicare almeno:
 - l'attività, il progetto o l'iniziativa che si intende pubblicizzare;
 - il corrispettivo della sponsorizzazione.
6. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti dichiarazioni, redatte ai sensi della vigente normativa e sottoscritte dal soggetto munito dei relativi poteri di rappresentanza attestanti:
 - per i soggetti privati (persone fisiche e giuridiche):

- i. l'inesistenza della condizione di incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
 - ii. l'inesistenza di adempimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
 - iii. l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo su impresa);
 - iv. l'inesistenza di una delle cause di esclusione, di cui all'art. 17 del presente Regolamento;
 - v. il possesso, se la proposta prevede una sponsorizzazione tecnica, dei requisiti tecnico professionali, desumibili dall'art. 100 del D. Lgs 31 marzo 2023, n. 36;
- per i soggetti pubblici:
- i. l'inesistenza della condizione di incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
 - ii. il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti

In ogni caso, lo Sponsor deve possedere i requisiti di ordine generale di cui agli artt. 94 e 95 del D. Lgs 31 marzo 2023, n. 36.

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.

I soggetti proponenti, sia pubblici che privati, devono altresì documentare, se richiesta dall'Amministrazione, anche attraverso l'autocertificazione, la rispondenza della loro attività complessiva ai requisiti e ai criteri etici di cui all'art. 17 del presente Regolamento.

7. Trascorso il periodo di pubblicizzazione, il contratto può essere liberamente negoziato, purché nel rispetto di imparzialità e parità di trattamento fra gli operatori che abbiano manifestato interesse, fermo restando il rispetto dei requisiti di ordine generale, ovvero delle clausole di esclusione automatica e non automatica previste dal Codice degli Appalti.
8. Ove pervengano più offerte, conclusa l'istruttoria, il Responsabile del Settore competente approva con proprio atto la relativa graduatoria. Essa è formata in ragione della maggiore utilità economica per l'Ente o sulla base di punteggi attribuiti in ragione dei criteri qualitativo-economici fissati nel relativo avviso.

Art. 14 - Recepimento di proposte spontanee di potenziali Sponsor

1. Ove pervenga all'Amministrazione, da parte di un soggetto Sponsor promotore, una proposta di sponsorizzazione di iniziativa finalizzata a un determinato evento, riconducibile a lavori, forniture e servizi di importo pari o superiore a € 140.000,00 (forniture e servizi) o a € 150.000,00 (lavori), il Responsabile del Settore competente, valutandone l'opportunità e la rispondenza alle prescrizioni del presente Regolamento nonché la convenienza per l'interesse pubblico, predispone apposito avviso pubblico che preveda come importo minimo richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione quello fissato dal soggetto proponente.

2. L'avviso manifesta l'intento dell'Amministrazione di procedere al reperimento di sponsorizzazioni finalizzate al finanziamento dell'evento a migliori condizioni. Alla scadenza dei termini fissati nell'avviso, pubblicato sul sito internet istituzionale per un arco temporale non inferiore a 30 gg., il Responsabile di Settore competente procederà, tramite selezione delle proposte pervenute, all'individuazione dell'aggiudicatario, sulla base dei criteri che tengano conto di elementi qualitativi, oltre che al prezzo. L'originario soggetto promotore, entro 15 gg., potrà adeguare la propria proposta a quella giudicata dall'Amministrazione Comunale più conveniente. In questo caso, il promotore risulterà aggiudicatario con diritto di prelazione della sponsorizzazione. Nel caso non pervengano offerte entro il termine fissato, il promotore originario è dichiarato aggiudicatario e si procede alla stipula del relativo contratto di sponsorizzazione.
3. L'acquisizione di una proposta di sponsorizzazione non è vincolante per il Comune e, nel caso in cui non sarà ritenuta ammissibile, verrà comunicato per iscritto al proponente.
4. Nel caso in cui la proposta di sponsorizzazione ritenuta d'interesse risulta lacunosa, il dirigente può chiedere chiarimenti o integrazioni.
5. Il Comune si riserva la facoltà di aderire direttamente alle proposte di sponsorizzazioni quando il valore dei beni o servizi offerti non sia superiore a € 140.000,00 o a € 150.000,00 per lavori, previa valutazione della convenienza dell'offerta per l'Amministrazione comunale e, comunque, nel rispetto delle prescrizioni di cui al presente Regolamento.
6. Se oggetto della proposta spontanea di sponsorizzazione riguarda beni mobili o immobili di interesse storico, artistico, archeologico, culturale, è necessario il rispetto delle specifiche di cui all'art. 10 del presente Regolamento.

Art. 15 - Contratto di sponsorizzazione

1. La sponsorizzazione viene regolata mediante un apposito contratto in forma scritta e costituisce, unitamente alla deliberazione di Giunta municipale e/o la determinazione del Responsabile del Settore competente, la documentazione che regola la sponsorizzazione.
2. Il contratto deve riportare i seguenti elementi essenziali:
 - a) l'oggetto e le finalità del contratto di sponsorizzazione;
 - b) la durata del contratto di sponsorizzazione, che, di norma, non può essere superiore ad anni cinque, salvo i casi in cui l'entità o la natura della sponsorizzazione rendano necessario un termine maggiore, che andrà comunque motivato;
 - c) gli obblighi assunti rispettivamente dallo Sponsor e dal Sponsee;
 - d) le modalità di promozione, comunicazione e pubblicità, i limiti dello sfruttamento dell'immagine a fini pubblicitari, le modalità di utilizzazione del marchio e di presenza del logo dello Sponsor sul materiale di propaganda e di pubblicità;
 - e) il diritto dello Sponsor all'utilizzazione dello spazio pubblicitario, con indicazione della forma di veicolazione prevista;
 - f) il diritto dello Sponsor all'utilizzazione "esclusiva" ovvero "non esclusiva" dello spazio pubblicitario, nel corso degli eventi per i quali sia prevista la sponsorizzazione;
 - g) il corrispettivo della sponsorizzazione;

- h) i controlli sulle attività dello Sponsor e le penali in caso di inadempimento;
 - i) le clausole di tutela in caso di eventuali inadempienze;
 - j) le prescrizioni in materia di controversie e di spese contrattuali;
 - k) le cause di risoluzione del contratto;
 - l) le eventuali garanzie a supporto del rispetto degli obblighi dello sponsor;
 - m) l'obbligo al pagamento del canone unico patrimoniale, se dovuto, nella misura di legge;
 - n) l'obbligo della rimozione di eventuali installazioni relative alla sponsorizzazione, al termine del contratto, a totale carico dello sponsor;
 - o) la competenza del Tribunale di Crotone, in caso di controversie;
 - p) quant'altro ritenuto necessario in rapporto alla tipologia della sponsorizzazione.
3. Il contratto si intende risolto senza alcuna penalità per il Comune qualora:
- a) lo Sponsor risulti inadempiente in modo grave e/o continuato, in relazione agli obblighi assunti;
 - b) cause eccezionali e/o motivi di pubblico interesse non consentano al Comune la realizzazione dell'iniziativa, dell'attività o del progetto;
 - c) la sponsorizzazione e gli strumenti attuativi della stessa contrastino con prescrizioni di leggi o di regolamenti o non siano diretti al perseguimento di interessi pubblici;
 - d) si verificano forme di conflitto di interessi tra l'attività pubblica e quella privata;
 - e) qualora le modalità di associazione del nome e del marchio dei soggetti terzi siano confliggenti con la natura dell'iniziativa o comunque lesivi della dignità istituzionale del Comune.
4. L'Amministrazione comunale, nel contratto di sponsorizzazione, può definire specifiche clausole relative all'utilizzo dei propri segni distintivi e della propria immagine.
5. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo Sponsor e dal Responsabile di Settore, previa adozione di apposita decisione a contrarre. Con detto contratto, viene concessa anche l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario", ferma restando la disciplina del canone unico patrimoniale di cui al relativo regolamento e l'acquisizione di eventuali autorizzazioni previste dalla normativa vigente, secondo le modalità, i criteri e la normativa di settore, ivi compreso il regolamento comunale di disciplina del canone unico patrimoniale e il regolamento edilizio.
6. Salvo diversa e specifica disciplina di settore, a tutela della corretta esecuzione del rapporto, l'Amministrazione Comunale, in relazione al valore e all'oggetto del contratto può chiedere, in sede di avviso o in fase di negoziazione, idonea garanzia fidejussoria, costituita mediante fidejussione bancaria o polizza assicurativa, secondo quanto previsto all'art. 106 del D. Lgs. 31 marzo 2023, n. 36 a prima richiesta, senza il beneficio della preventiva escussione e da prestare, prima della sottoscrizione del contratto stesso, e il possesso di polizze RCT da parte dell'esecutore.

7. È vietata la cessione anche parziale del contratto di sponsorizzazione. L'inosservanza di tale divieto comporta la risoluzione di diritto dello stesso, ai sensi dell'art. 1456 Codice civile.
8. In caso di svolgimento da parte dello Sponsor di una attività di raccolta fondi nei confronti di soggetti terzi finanziatori/sostenitori per la realizzazione del progetto, l'utilizzo da parte dello Sponsor del nome o altri segni distintivi del Comune per tale ricerca deve essere espressamente approvata dall'Amministrazione comunale.

Art. 16 - 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 sul proprio sito Internet e sulle sue pagine social - 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. Nell'informazione giornalistica dell'Amministrazione comunale, riguardante attività istituzionali oggetto di sponsorizzazione, viene esclusa qualsiasi forma di comunicazione commerciale del privato. L'Amministrazione si riserva, in ogni caso, la facoltà di citare, per completezza della notizia, il nome dello Sponsor.
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 Responsabile del Settore procedente valuta le modalità di promozione dello Sponsor con gli altri servizi interessati all'iniziativa, acquisendone i relativi ed eventuali pareri.

Art. 17 - Diritto di rifiuto alle sponsorizzazioni ed esclusioni

1. L'Amministrazione comunale si riserva il potere discrezionale di rifiutare qualsiasi proposta di sponsorizzazione qualora:
 - a) ritenga che possa derivare una situazione di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
 - b) ravvisi, nel messaggio pubblicitario o nell'attività da promuovere, un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative o, comunque, un qualsiasi elemento che possa nuocere al mantenimento della dignità propria di un ente pubblico rappresentativo della comunità locale;
 - c) reputi la proposta inaccettabile perché contraria alla normativa vigente, all'ordine pubblico, al buon costume, ovvero la ritenga ingannevole, pregiudizievole per la salute, la sicurezza, l'ambiente e la tutela dei minori, ovvero non degna di accoglimento per motivi di inopportunità.
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:
 - a) qualsivoglia tipo di propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - b) la pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di armi, tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, uso di sostanze vietate, gioco d'azzardo, medicinali o cure mediche;

- c) i messaggi offensivi, incluse le espressioni di discriminazione, fanatismo, razzismo, odio o minaccia;
 - d) la veicolazione pubblicitaria di un marchio, un logo o un messaggio con contenuti non conformi a quanto previsto dalle norme in materia di pubblicità;
3. Sono esclusi i soggetti che, nell'esercizio delle proprie attività, non rispettino i 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, per il mancato rispetto:
- a) del diritto pari opportunità e a trattamento non discriminatorio (con speciale attenzione alle donne, alle popolazioni indigene e alle minoranze etniche);
 - b) del diritto alla sicurezza e alla salute delle persone;
 - c) dei diritti dei lavoratori (inclusi specificatamente l'esclusione del lavoro forzato, del lavoro minorile, di salari inferiori ai redditi reali di sussistenza e del mancato rispetto delle legislazioni locali di tutela);
 - d) degli assetti istituzionali, delle norme giuridiche e delle prassi amministrative, anche consuetudinari, e degli interessi pubblici;
 - e) delle politiche sociali, economiche e culturali;
 - f) della trasparenza e correttezza dei comportamenti imprenditoriali e pubblici, con particolare riferimento al divieto di pratiche corruttive delle autorità pubbliche degli Stati con cui i predetti soggetti operano;
 - g) degli obblighi riguardanti la tutela dei consumatori;
 - h) degli obblighi riguardanti la protezione dell'ambiente.
4. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione tutti i soggetti che non sono in possesso dei requisiti di cui agli artt. 94 e 95 del Codice degli Appalti, nonché quei soggetti privati, ditte, imprese, associazioni o altri organismi che abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria con il Comune.

Art. 18 - Risoluzione del contratto

1. L'Amministrazione comunale si riserva la facoltà di chiedere, ai sensi dell'art. 1456 del Codice civile, la risoluzione del contratto, con apposita dichiarazione di volontà in tal senso, nei seguenti casi:
- a) mancata attuazione dell'iniziativa o rinvio della stessa per cause eccezionali o motivi di pubblico interesse. In tal caso, nessuna pretesa o danno può essere vantata dallo Sponsor, se non la restituzione del corrispettivo in denaro versato al momento della sottoscrizione del contratto;
 - b) mancata ottemperanza a una o più obbligazioni poste a carico dello Sponsor. La risoluzione avviene per fatti e colpa dello Sponsor per cui l'Ente ha diritto al risarcimento dei danni;
 - c) in tutti i casi in cui venga accertata la sussistenza, anche sopravvenuta, di una delle cause di cui al precedente art. 17

Capo IV – Disposizioni finali

Art. 19 - Adempimenti contabili e fiscali

1. Le iniziative di sponsorizzazione sono definite dalla Giunta comunale nel bilancio e nel Piano Integrato di Attività ed Organizzazione (PIAO), di cui all'art. 6 del D. L. 9 giugno 2021, n. 80, a inizio anno, o durante l'anno con variazione, nel rispetto dell'ordinamento finanziario e contabile. I corrispettivi da proventi di entrata sono contabilizzati tra le entrate; i corrispettivi costituiti da risparmi di spesa sono comunque contabilizzati a bilancio in entrata e in spesa, per pari importo, al fine di assicurare il rispetto del principio di integrità del bilancio e la normativa fiscale.
2. Le iniziative di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale sulle imposte dirette, per quanto applicabile, sulle imposte indirette e sui tributi locali, alla cui disciplina si rinvia.
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. Eventuali ipotesi di esenzione dal pagamento del canone unico patrimoniale di concessione, autorizzazione o esposizione pubblicitaria, relative a contratti di sponsorizzazione, andranno disciplinati nello specifico regolamento comunale, anche in relazione all'importo della sponsorizzazione.
5. Nel caso di sponsorizzazioni tecniche, si applica l'art 11 del D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633 e, di conseguenza, non trova applicazione il meccanismo della scissione dei pagamenti, di cui all'17-ter del citato D.P.R. 633/1972, alla luce delle circolari dell'Agenzia delle Entrate 15/E del 2015 e 27/E del 2017.
6. La prestazione posta in essere dallo Sponsee è sempre imponibile IVA con aliquota ordinaria, per cui l'Amministrazione emetterà fattura nei confronti dello Sponsor.
7. La prestazione/fornitura resa dallo Sponsor è imponibile IVA, se lo stesso è soggetto IVA e, in tal caso, verrà da questi emessa fattura nei confronti dello Sponsee, con applicazione dell'aliquota prevista dal citato D.P.R. 633/1972. Nel caso in cui lo Sponsor non sia soggetto IVA, lo stesso emetterà nota di addebito fuori campo IVA. Sia in quest'ultimo caso, che in caso di applicazione di aliquota ridotta/agevolata, lo Sponsor verserà al Comune di Petilia Policastro l'IVA a debito, a seguito della liquidazione dell'imposta relativa alla sponsorizzazione.
8. Il valore della sponsorizzazione (sia tecnica che finanziaria), corrispondente all'imponibile della fatturazione, di cui ai punti precedenti, equivale al corrispettivo indicato nel contratto tra Sponsor e Sponsee.
9. Ogni spesa contrattuale inerente e conseguente alla stipulazione e alla registrazione del contratto di sponsorizzazione è a carico dello sponsor.
10. Al fine di fruire delle agevolazioni fiscali, va specificata la durata della esposizione pubblicitaria o dell'occupazione di suolo pubblico.
11. Trovano applicazione le norme sull'assolvimento degli oneri relativi alla tracciabilità finanziaria, di cui all'art. 3 della Legge 13 agosto 2010, n. 136.

Art. 20 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

1. Sono considerati risparmi di spesa le risorse finanziarie di spesa corrente, assegnate con il Piano Integrato di Attività ed Organizzazione (PIAO), che dovessero risultare non utilizzate a seguito della stipula di un contratto di sponsorizzazione.
2. La Giunta definisce annualmente, previo atto di indirizzo, la destinazione dei risparmi di spesa di cui al comma 1, secondo le disposizioni contenute:
 - nell'art. 67 comma 3 lett. a) del CCNL del 21 maggio 2018;
 - nell'art. 20, comma 1 lett. h), alinea 6 e nell'art. 79, comma 2, lett. a) del CCNL 16 novembre 2022;

Art. 21 - Trattamento dei dati personali

1. I dati personali raccolti in applicazione delle disposizioni di cui al presente Regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità previste dallo stesso o dagli specifici contratti di sponsorizzazione.
2. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dal D. Lgs. 30 giugno 2003, n. 196, come modificato dal D. Lgs. 10 agosto 2018, n. 101 e dal Regolamento UE 2016/679.
3. I dati saranno trattati, in conformità alle norme vigenti, dagli incaricati appartenenti agli uffici comunali tenuti all'applicazione del presente Regolamento. Titolare del trattamento è l'Amministrazione comunale di Petilia Policastro, in persona del Sindaco *pro tempore*, che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla normativa citata.
4. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del Regolamento e nel rispetto delle disposizioni incluse nei contratti di sponsorizzazione.

Art. 22 - Verifiche e controlli

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del Responsabile del Settore competente per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti.
2. Le difformità o gli inadempimenti, emersi in sede di verifica, devono essere tempestivamente comunicati e contestati allo Sponsor. La comunicazione e la eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto.

Art. 23 - Riserva organizzativa e agenzie specializzate

1. La gestione delle sponsorizzazioni è di norma effettuata direttamente dall'Amministrazione comunale secondo la disciplina del presente Regolamento.
2. È facoltà dell'Amministrazione comunale prevedere forme di coordinamento organizzativo che assicurino uniformità gestionale delle procedure di sponsorizzazione.
3. È facoltà dell'Amministrazione comunale formulare indirizzi per l'individuazione di soggetti esterni specializzati nel campo pubblicitario o nella raccolta di fondi, qualora ritenga tale modalità più opportuna e conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale per il reperimento delle sponsorizzazioni.

4. In tale eventualità, il soggetto esterno è scelto nel rispetto della normativa vigente sugli affidamenti di servizi

Art. 24 - Norma di rinvio

1. Per quanto non espressamente previsto nel presente Regolamento, si rinvia alle norme di legge vigenti e applicabili, nonché alle disposizioni speciali previste nell'avviso pubblico che costituisce *lex specialis* per l'individuazione dello Sponsor.
2. Le norme del presente Regolamento si intendono automaticamente adeguate e modificate per effetto di sopravvenute modifiche alle fonti normative disciplinanti la materia.

Art. 25 - Controversie

1. Per ogni controversia relativa all'interpretazione, esecuzione o risoluzione del contratto di sponsorizzazione è competente il Foro di Crotona.

Art. 26 - Entrata in vigore

1. Il presente Regolamento entra in vigore a decorrere dalla data di esecutività della presente deliberazione.