



*Città di Susa*  
CITTÀ METROPOLITANA DI TORINO

# **REGOLAMENTO PER LA STIPULAZIONE DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE E DEGLI ACCORDI DI COLLABORAZIONE**

*Approvato con deliberazione del Consiglio Comunale n. 35 in data 30 NOVEMBRE 2020*

## **INDICE**

### TITOLO I - OGGETTO E FINALITA'

- Art. 1 – Oggetto.
- Art. 2 – Finalità e obiettivi del Regolamento.
- Art. 3 – Definizioni.

### TITOLO II - CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE, ACCORDI DI COLLABORAZIONE

- Art. 4 - Condizioni
- Art. 5 - Ambito di applicazione dei contratti di sponsorizzazione/accordi di collaborazione.
- Art. 6 – Individuazione, programmazione e gestione delle sponsorizzazioni/accordi di collaborazione.
- Art. 7 - Le figure dello sponsor.
- Art. 8 - Modalità di scelta del contraente in caso di iniziativa dell'amministrazione comunale.
- Art. 9 - Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor.
- Art. 10 - Affidamento diretto.
- Art. 11 – Affidamenti di importo inferiore ai 40.000 euro.
- Art. 12 - Affidamenti di valore superiore ai 40.000 euro.
- Art. 13 - Sponsorizzazione di lavori, servizi e forniture aventi ad oggetto beni culturali.
- Art. 14 - Contratti di sponsorizzazione di opere pubbliche e aree verdi.
- Art. 15 – Stipulazione dei contratti di sponsorizzazione/accordi di collaborazione.
- Art. 16 - Obblighi a carico del Comune.
- Art. 17 – Diritto di rifiuto, esclusioni oggettive e soggettive.
- Art. 18 - Pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione in denaro.

### TITOLO III - DISPOSIZIONI CONCLUSIVE

- Art. 19 - Aspetti fiscali.
- Art. 20 - Verifiche e controlli.
- Art. 21 Risparmi di spesa.
- Art. 22 – Trattamento dati personali e privacy.
- Art. 23 - Rinvio dinamico.
- Art. 24 - Entrata in vigore.

## **TITOLO I - OGGETTO E FINALITA'**

### **Art. 1 – Oggetto.**

1. Il presente regolamento disciplina i criteri e le modalità di stipulazione dei contratti di sponsorizzazione e degli accordi di collaborazione, con soggetti pubblici e privati comprese le associazioni senza fini di lucro, su iniziative promosse, organizzate o gestite dal Comune di Susa, in attuazione delle disposizioni di seguito indicate e con riferimento all'art. 1, comma 1-bis, della Legge 241/1990:
  - art. 43 della Legge 27.12.1997, n. 449 "Contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione, convenzioni con soggetti pubblici o privati, contributi dell'utenza per i servizi pubblici non essenziali e misure di incentivazione della produttività";
  - art. 119 del D.Lgs. 18.08.2000, n. 267 "Contratti di sponsorizzazione, accordi di collaborazione e convenzioni";
  - art. 120 del D.Lgs. n. 42/2004 "Sponsorizzazione di beni culturali";
  - artt. 19 "Contratti di sponsorizzazione" e 151 "Sponsorizzazioni e forme speciali di partenariato" del D.Lgs 18.04.2016, n. 50;
  - art. 15 "Risorse per le politiche di sviluppo delle risorse umane e per la produttività" del C.C.N.L. del Comparto del personale delle Regioni - Autonomie Locali sottoscritto il 1° aprile 1999;
2. Le disposizioni del presente regolamento si applicano, in quanto compatibili, anche alle "Convenzioni" previste dall'art. 43, comma 3 della L. 27.12.1997, n. 449, stipulate dal Comune con soggetti pubblici e privati, dirette a fornire ai medesimi, a titolo oneroso, consulenze o servizi aggiuntivi rispetto a quelli ordinari. Ai ricavi derivanti da dette convenzioni si applica la disciplina prevista dall'articolo richiamato.

### **Art. 2 – Finalità e obiettivi del Regolamento.**

1. Le disposizioni del presente Regolamento definiscono una disciplina organica delle sopracitate forme contrattuali al fine di assicurare il rispetto delle norme vigenti e dei criteri di economicità, efficienza, efficacia, trasparenza, parità di trattamento e proporzionalità che regolano l'operato della pubblica amministrazione.
2. Il ricorso ai contratti di sponsorizzazione/accordi di collaborazione costituisce un'opportunità di finanziamento delle attività del Comune ed è finalizzato a favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa, a realizzare maggiori economie e ad assicurare una migliore qualità dei servizi prestati, nel perseguimento del pubblico interesse.
3. Con il presente Regolamento si perseguono i seguenti obiettivi:
  - favorire la partecipazione e la socializzazione nell'attività cittadina;
  - promuovere e incentivare la collaborazione tra pubblico e privato;
  - favorire l'attrazione delle risorse di soggetti privati.

### **Art. 3 – Definizioni.**

1. Ai fini del presente Regolamento si intende:
  - per "**contratto di sponsorizzazione**": un contratto mediante il quale una parte (*sponsor*) si obbliga a versare una somma di denaro o a fornire beni, prestare servizi o eseguire lavori a favore di un terzo, il Comune di Susa (*sponsee*), che a sua volta si impegna, nell'ambito delle proprie iniziative destinate al pubblico, a pubblicizzare in predeterminati spazi e/o a diffondere il nome dello sponsor tramite prestazioni

accessorie di veicolazione del marchio, del logo e di altri messaggi, a favore dello sponsor.

- per "**sponsor**": il soggetto che, al fine di incrementare la notorietà dei propri segni distintivi, corrisponde finanziamenti od altre utilità ad altro soggetto (sponsee), veicolatore, a fini pubblicitari, del segno distintivo dello sponsor;
- per "**sponsee**": il soggetto sponsorizzato - Comune di Susa - che rende una prestazione di mezzi, consistente nella divulgazione dei segni distintivi dello sponsor secondo le modalità del relativo contratto;
- per "**sponsorizzazione**": ogni corrispettivo in denaro, beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi, allo scopo di promuovere il proprio nome, ragione sociale, marchio, attività, prodotti, servizi e simili ovvero conseguire un beneficio d'immagine;
- per "**sponsorizzazione di puro finanziamento**" il contratto mediante il quale lo sponsor si obbliga a versare una somma di denaro;
- per "**sponsorizzazione tecnica**" il contratto mediante il quale lo sponsor si obbliga a fornire beni o servizi o ad effettuare lavori;
- per "**spazio pubblicitario**" lo spazio fisico o il supporto di veicolazione o le modalità operative concrete per la veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor;
- per "**accordo di collaborazione**": contratto con il quale due o più soggetti, pubblici o privati, si accordano per svolgere in modo coordinato alcune attività, coadiuvandosi a vicenda, per il perseguimento di un interesse pubblico;

## **TITOLO II - CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE, ACCORDI DI COLLABORAZIONE**

### **Art. 4 - Condizioni**

1. Il ricorso al contratto di sponsorizzazione/accordo di collaborazione è ammesso ove sussistano, contemporaneamente, le seguenti condizioni:
  - a) il perseguimento di interessi pubblici;
  - b) l'esclusione di forme di conflitto di interesse tra attività pubblica e privata;
  - c) il conseguimento dei vantaggi di cui all'art. 2, comma 2, e cioè un corrispettivo in denaro ovvero un risparmio di spesa, nella realizzazione di un'iniziativa di pubblico interesse e in coerenza con i documenti di programmazione dell'Ente;
  - d) il rispetto delle prescrizioni di legge o di regolamenti.

### **Art. 5 - Ambito di applicazione dei contratti di sponsorizzazione/accordi di collaborazione.**

1. La sponsorizzazione a favore dell'Ente può avere ad oggetto a titolo esemplificativo:
  - l'erogazione di una somma di denaro;
  - la fornitura di materiale, attrezzature, beni;
  - la realizzazione di un'opera o di un lavoro;
  - la fornitura di una prestazione di servizio;
  - la gestione di un'opera o di un'area;
  - la gestione di un servizio.
2. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione/accordi di collaborazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni, oggetto dell'attività dell'Ente, fra le quali si indicano a titolo esemplificativo:

- a. eventi o manifestazioni a rilevanza artistica, culturale, turistica promossi od organizzati dal Comune, sia direttamente che indirettamente;
- b. eventi sportivi e/o di rilevanza sociale;
- c. attività di programmazione turistica;
- d. servizi di manutenzione e gestione di aree verdi pubbliche, rotatorie, parchi, giardini, aree diverse e immobili comunali, interventi di arredo urbano;
- e. fornitura di beni quali, ad esempio, attrezzature informatiche di varia natura, pannelli informativi e similari;
- f. progettazione ed esecuzione di opere pubbliche, attività riguardanti contratti di lavori, servizi o forniture relativi a beni culturali, nonché sostegno degli istituti e dei luoghi della cultura, di cui all'articolo 101 del D.Lgs. n. 22/01/2004 n. 42 e s.m. e i., in applicazione dell'articolo 151 del D.Lgs. n. 50/2016 e s.m. e i.;
- g. gestione di sportelli informa-giovani;
- h. marketing e promozione territoriale, attività di comunicazione, realizzazione e stampa di periodici e simili.

3. Indipendentemente dall'attivazione di specifici progetti di sponsorizzazione, riguardanti le iniziative e le attività anzidette, il Comune è legittimato ad inserire, a propria discrezione, la clausola "sponsor" in qualunque procedimento di gara, in modo tale che in caso di aggiudicazione, il partecipante abbia l'obbligo di sponsorizzare attività comunque rientranti nelle fattispecie di cui al comma precedente, purché la sponsorizzazione, ai fini dell'aggiudicazione, non divenga criterio preponderante.

**Art. 6 – Individuazione, programmazione e gestione delle sponsorizzazioni/accordi di collaborazione.**

- 1. Le iniziative di sponsorizzazione/accordi di collaborazione, da offrire ai potenziali sponsor sono, di norma, individuate e programmate dalla Giunta Comunale nell'ambito del Documento Unico di Programmazione (D.U.P.) e del Piano Esecutivo di Gestione. Nel corso dell'anno la Giunta può altresì formulare indirizzi specifici per l'attivazione di tali iniziative.
- 2. Il ricorso alle forme contrattuali di cui al primo comma può comunque riguardare tutti i beni ed i servizi a carico del bilancio comunale.
- 3. I Responsabili di Area, nell'ambito delle proprie competenze, predispongono i progetti operativi delle iniziative di sponsorizzazione/accordi di collaborazione e adottano gli atti di gestione necessari al raggiungimento degli obiettivi.

**Art. 7 - Le figure dello sponsor.**

- 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, quali le società di persone e di capitali, le imprese individuali, le società cooperative (ex art. 2511 c.c.), le assicurazioni mutue (ex art. 1804 c.c.) e i consorzi imprenditoriali (ex art. 2602 c.c.);
  - c. le Associazioni senza fini di lucro, generalmente costituite con atto notarile, le cui finalità statuarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali del Comune di Susa;
  - d. Enti ed Istituzioni Pubbliche.
- 2. Di norma la ricerca degli sponsor è svolta dal Comune secondo il presente regolamento. Previa valutazione di convenienza sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, il Comune può affidare il servizio di ricerca degli sponsor a soggetti idonei da individuare tramite procedura trasparente e pubblica secondo le norme del Codice dei contratti pubblici.

**Art. 8 - Modalità di scelta del contraente in caso di iniziativa dell'amministrazione comunale.**

- 1. La procedura finalizzata alla stipulazione delle sopra richiamate tipologie contrattuali può essere

attivata:

- a. su iniziativa di soggetti privati.
- b. su iniziativa dell'Amministrazione Comunale, di norma su programmazione;

3. Nell'ipotesi di iniziativa dell'Amministrazione Comunale, l'affidamento dei contratti di sponsorizzazione avviene nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità.
4. E' fatto salvo quanto previsto nell'art. 9 in merito alle proposte spontanee di sponsorizzazione.
5. Il procedimento di scelta dello sponsor è effettuato mediante procedura selettiva concorrenziale, con pubblicazione di apposito avviso.
6. L'avviso pubblico, unitamente ad un eventuale disciplinare, è approvato con determinazione del Responsabile del settore competente che sarà individuato nella delibera di Giunta Comunale, adottata per l'avvio della procedura.
7. L'avviso, pubblicato all'albo pretorio online, è inserito nel sito internet del Comune e/o altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione, e deve indicare i seguenti elementi minimi:
  - a) l'oggetto della sponsorizzazione;
  - b) gli obblighi a carico dello sponsor/collaboratore;
  - c) le clausole operative riguardanti le prestazioni a carico dello sponsor per la pubblicizzazione di segni distintivi dello sponsor;
  - d) le modalità e i termini per la presentazione dell'offerta proposta;
  - e) i requisiti di capacità generale e di qualificazione degli operatori economici coinvolti nell'attività sponsorizzata;
  - f) i criteri di valutazione delle offerte presentate (meramente a titolo esemplificativo: componenti economiche della proposta, qualità tecnica ed estetica del prodotto finito, modalità di gestione dell'intervento, mezzi economici, umani e strumentali a disposizione ecc.);
  - g) l'eventuale importo minimo, a base della procedura selettiva, richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
  - h) l'eventuale diritto di prelazione, a parità di condizioni offerte, a norma dell'art. 9;
  - i) l'eventuale compresenza di altri sponsor nell'ambito dello stesso oggetto sponsorizzato;
  - j) l'ufficio procedente ed il responsabile del procedimento.
8. Scaduto il termine fissato nell'avviso, si procede alla valutazione a cura del Responsabile del settore, delle offerte pervenute nel rispetto dei criteri stabiliti nell'avviso medesimo e nell'eventuale disciplinare.
9. Per la suddetta valutazione, nel caso di offerta economicamente più vantaggiosa, ci si potrà avvalere di apposita Commissione Giudicatrice presieduta dal Responsabile del settore competente.
10. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve contenere i seguenti elementi:
  - a) le dichiarazioni richieste dall'avviso;
  - b) l'accettazione incondizionata di quanto previsto nell'avviso e nel presente Regolamento;
  - c) l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e a farsi carico degli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario, alle relative autorizzazioni, al pagamento di eventuali tributi o canoni, salvo eventuali esenzioni ove consentito.
11. Per ogni iniziativa può essere prevista la sottoscrizione di più contratti di sponsorizzazione/contratti di collaborazione. 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. 9 - Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor.**

1. Nel caso in cui pervenga al Comune una proposta spontanea di sponsorizzazione da parte di un potenziale sponsor, il Responsabile del settore competente valuta la rispondenza alle

prescrizioni del presente Regolamento e, deliberata l'opportunità della proposta da parte della Giunta, procede, a seconda dell'importo a norma dei successivi artt. 11 e 12 (a seconda che l'entità della sponsorizzazione sia superiore od inferiore a 40.000 euro).

2. Nel caso in cui venga attivata una procedura concorrenziale, all'originario promotore è riservato, entro un termine prestabilito, il diritto di adeguare, ove necessario, la propria proposta a quella giudicata più conveniente dal Comune. In questo caso, il promotore originario è dichiarato aggiudicatario.

#### **Art. 10 - Affidamento diretto.**

1. Si può procedere all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazioni nei seguenti casi:
  - a. in caso sia stata esperita infruttuosamente la procedura selettiva di cui all'art. 8;
  - b. in casi eccezionali, adeguatamente motivati, in cui la particolare natura e caratteristiche dell'evento o iniziativa oggetto di sponsorizzazione limitino la trattativa ad un unico determinato soggetto;
  - c. nelle altre ipotesi previste e disciplinate dal presente regolamento (vedi art. 11).
2. In ogni caso, l'affidamento diretto avviene previa valutazione di congruità da parte del Responsabile del settore procedente.

#### **Art. 11 – Affidamenti di importo inferiore ai 40.000 euro.**

1. L'Amministrazione Comunale si riserva la facoltà di procedere con affidamento diretto alle proposte di sponsorizzazioni quando l'importo stimato dei lavori ovvero il valore dei beni o servizi offerti non sia superiore a 40.000,00 euro.
2. Nei casi di cui al precedente comma il contratto si perfeziona con l'accettazione della proposta senza altre formalità che la forma scritta.
3. Tutte le sponsorizzazioni di modesta entità saranno pubblicate in apposito elenco disponibile sul sito internet comunale.

#### **Art. 12 - Affidamenti di valore superiore ai 40.000 euro.**

1. In attuazione di quanto disposto all'art. 19 del vigente "Codice dei contratti pubblici" D.Lgs. n. 50/2016, si stabilisce che l'affidamento di contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi o forniture per importi superiori a 40.000.00 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 cui 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.
2. 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 eventualmente manifestato interesse, fermo restando il rispetto dell'art. 80 del medesimo Codice dei Contratti Pubblici.
2. Nel caso di ricevimento di più candidature si procederà, ove possibile, nel rispetto di quanto specificato al precedente art. 8.
3. Nel caso in cui lo sponsor intenda realizzare i lavori, prestare i servizi e/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. L'ufficio procedente impartisce opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere e/o forniture e alla direzione dei lavori e collaudo degli stessi.

**Art. 13 - Sponsorizzazione di lavori, servizi e forniture aventi ad oggetto beni culturali.**

1. 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.
2. Alle sponsorizzazioni di lavori, servizi e forniture aventi per oggetto beni culturali, si applicano le disposizioni previste dal D.Lgs. n. 50/2016 e s.m. e i. e, per quanto con esse compatibili, le norme del presente Regolamento.
3. Qualora sia richiesta, l'apposizione di targhette o messaggi sui beni vincolati dovrà essere confacente alla natura dell'immobile e, comunque, dovrà ottenere il nulla osta della Soprintendenza competente per materia.

**Art. 14 - Contratti di sponsorizzazione di opere pubbliche e aree verdi.**

1. L'Amministrazione può individuare come corrispettivo delle prestazioni da essa rese in qualità di sponsee anche la progettazione, l'esecuzione, la direzione lavori, le certificazioni di lavori per la realizzazione o la manutenzione di opere a destinazione pubblica.
2. I contratti stipulati contengono l'esatta individuazione dei lavori da effettuare e le modalità di svolgimento dei lavori stessi, nonché tutti gli elementi utili per la loro correlazione con le attività di veicolazione dei segni distintivi dello sponsor.
3. Nel contratto di cui al precedente comma, devono essere definite le modalità di verifica e controllo, nonché la rispondenza e la conformità dei lavori al progetto o altri parametri ed indicatori di qualità che l'Amministrazione Comunale intende inserire.
4. E' di competenza dell'Amministrazione Comunale l'approvazione del progetto preliminare, definitivo ed esecutivo nonché i collaudi, ivi compresi quelli in corso d'opera.
5. Gli sponsor che effettuano direttamente i lavori definiti a corrispettivo delle sponsorizzazioni devono possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.
6. Con specifico riferimento alla sponsorizzazione di aree verdi, di norma il Comune procede all'individuazione delle aree comunali destinate a verde pubblico da assegnare in dotazione a Società, associazioni, organizzazioni o privati in genere. L'adozione consiste nell'obbligo dello sponsor di provvedere alla realizzazione dell'impianto dell'area e/o alla manutenzione della stessa. Il progetto tecnico dell'intervento deve essere presentato dallo sponsor ed approvato con deliberazione della Giunta Comunale su conforme parere della Direzione Tecnica. La realizzazione del progetto e/o la gestione e cura dell'area vengono attuati direttamente dallo sponsor o da Ditta specializzata avente i requisiti richiesti per contrattare con la P.A. e di qualificazione oppure dal Comune a mezzo dei propri servizi nel rispetto delle vigenti disposizioni del Codice dei contratti.

**Art. 15 – Stipulazione dei contratti di sponsorizzazione/accordi di collaborazione.**

1. Il contratto di sponsorizzazione determina, a fronte di un corrispettivo costituito da una somma di denaro ovvero dalla prestazione materiale in lavori, forniture di beni e/o servizi prestati dallo sponsor a vantaggio del Comune di Susa, le modalità con cui l'Amministrazione Comunale si obbliga a divulgare il nome o il marchio del soggetto sponsorizzante nelle varie estrinsecazioni della propria attività, promuovendone l'immagine.
2. Il Responsabile di Area competente in relazione all'oggetto del contratto formalizza, con propria determinazione, la scelta del contraente e stipula con lo stesso un atto di natura contrattuale in forma scritta, nel quale sono specificati gli obblighi ed i diritti delle parti, nonché tutte le

condizioni, termini e modalità della prestazione.

3. Il contratto deve prevedere clausole che in nessun caso pregiudichino o condizionino l'attività dell'Amministrazione.
4. In particolare il contratto deve contenere:
  - gli obblighi assunti rispettivamente dall'Ente e dallo sponsor, secondo i contenuti dello specifico eventuale disciplinare (o progetto) di sponsorizzazione, nonché le relative sanzioni in caso di eventuale inadempimento (clausola di tutela);
  - il diritto del contraente all'utilizzazione degli spazi e degli altri strumenti di veicolazione concessi dall'Ente, nonché le modalità ed i limiti di esercizio dello stesso;
  - la durata del contratto, nonché l'eventuale possibilità di proroga o rinnovo dello stesso;
  - il valore del corrispettivo della sponsorizzazione/collaborazione/convenzione e i termini di pagamento del corrispettivo stesso; nel caso di operazioni permutative, il controvalore monetario di tali operazioni;
  - le eventuali garanzie richieste;
  - le eventuali clausole di esclusiva;
  - l'attestazione delle avvenute verifiche contrattuali;
  - la facoltà dell'ente di recedere unilateralmente per sopravvenuti motivi di interesse pubblico ai sensi dell'art. 11 della L. n. 241/1990, e s.m. e i.;
  - la clausola risolutiva espressa nel caso in cui lo sponsor rechi danno all'immagine del Comune, fermo restando il diritto al risarcimento del danno;
  - le disposizioni in materia di eventuali controversie e delle spese contrattuali.
5. La stipulazione del contratto è subordinata all'acquisizione delle necessarie autorizzazioni o nulla osta o concessioni previsti per l'installazione su suolo pubblico di cartelli pubblicitari e per la diffusione delle comunicazioni da pubblicizzare.

#### **Art. 16 - Obblighi a carico del Comune.**

1. Il Comune, quale contro-prestazione ai beni e/o ai servizi forniti dallo sponsor, potrà realizzare alcune delle forme pubblicitarie che si indicano di seguito a titolo esemplificativo:
  - a) riproduzione del marchio-logo o delle generalità dello sponsor sul materiale pubblicitario delle iniziative oggetto della sponsorizzazione (manifesti, volantini, ecc.) e/o sul sito WEB 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, 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.

#### **Art. 17 – Diritto di rifiuto, esclusioni oggettive e soggettive.**

1. L'Amministrazione Comunale si riserva la facoltà di esaminare ogni iniziativa di sponsorizzazione, di rifiutare qualsiasi proposta disciplinata dal presente Regolamento e di recedere dal contratto eventualmente sottoscritto, qualora ritenga che non sussistano le condizioni di cui ai precedenti articoli.

2. L'Amministrazione si riserva altresì, mediante apposito provvedimento di Giunta Comunale di rifiutare, a suo insindacabile giudizio, qualsiasi sponsorizzazione/accordo di collaborazione qualora:
  - a. ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella dello sponsor;
  - b. sussistano controversie di natura legale o giudiziaria con l'Amministrazione Comunale;
  - c. ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
  - d. reputi la sponsorizzazione inaccettabile per motivi di pubblico interesse.
3. Sono escluse, in ogni caso, le sponsorizzazioni aventi per oggetto:
  - a. propaganda di natura politica, sindacale, religiosa o filosofica;
  - b. pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, medicinali o cure mediche, produzione, commercializzazione e finanziamento di armi di qualunque genere;
  - c. messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, discriminazione, odio o minaccia.
4. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione i soggetti che:
  - a. non sono in possesso dei requisiti di ordine generale di cui all'art. 80 del D.Lgs. n. 50/2016;
  - b. non dichiarano di rispettare o, comunque, non rispettano i seguenti principi definiti dalla Risoluzione 2003/16 del 13 agosto 2003 della Sottocommissione delle Nazioni Unite sulla Promozione e Protezione dei Diritti Umani:
    - diritto di pari opportunità e al trattamento non discriminatori;
    - diritto alla sicurezza e alla salute delle persone;
    - diritti dei lavoratori;
    - rispetto degli assetti istituzionali, delle norme giuridiche e delle prassi amministrative degli interessi pubblici, delle politiche sociali, economiche e culturali, della trasparenza e correttezza dei comportamenti imprenditoriali e pubblici;
    - obblighi riguardanti la tutela dei consumatori;
    - obblighi riguardanti la protezione dell'ambiente.
5. L'interessato attesta il possesso dei requisiti di cui al precedente comma mediante dichiarazione sostitutiva ai sensi del D.P.R. 445/2000 e s.m. e i.

**Art. 18 - Pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione in denaro.**

1. Ove il corrispettivo della sponsorizzazione sia costituito da una somma di denaro (c.d. sponsorizzazioni a carattere finanziario o pura), il pagamento avviene, di norma, almeno nella misura del 40% al momento della conclusione del contratto e il restante secondo un piano predisposto dal Responsabile di Area competente a cui spetterà la valutazione delle modalità.
2. Se richiesto dal Comune, lo sponsor deve prestare apposita garanzia fideiussoria per il pagamento del corrispettivo, almeno di entità pari alla entità della quota residua, costituita mediante fideiussione bancaria o polizza assicurativa, nel rispetto delle prescrizioni di cui al D.Lgs. n. 50/2016 e s.m. e i.

**TITOLO III - DISPOSIZIONI CONCLUSIVE**

**Art. 19 - Aspetti fiscali.**

1. Le iniziative derivanti dai contratti di sponsorizzazione/accordi di collaborazione sono soggette alla vigente normativa in materia fiscale e in materia di tributi locali per la cui applicazione il presente Regolamento fa rinvio.

2. In relazione alla natura della prestazione resa a favore del Comune e del concreto vantaggio per l'Amministrazione comunale, si definiranno le opportune intese con lo sponsor per quanto concerne il canone per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche e l'imposta di pubblicità.
3. I corrispettivi dei contratti di sponsorizzazione sono previsti in bilancio nel rispetto dell'ordinamento finanziario e contabile.
4. La regolamentazione contabile del rapporto di sponsorizzazione, a seconda delle forme di realizzazione dello stesso, si effettuerà come di seguito indicato:
  - a. contributi economici: il Comune emetterà fattura al soggetto finanziatore per un importo pari al contributo pattuito nel contratto;
  - b. realizzazione lavori e/o 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, con compensazione contabile delle due fatture;
  - c. 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 a carico dello sponsor 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/accordo di collaborazione nei casi previsti dalla legge è a carico dello sponsor.
6. Nell'applicazione delle disposizioni di cui al presente articolo sono fatte salve eventuali esenzioni e agevolazioni previste dalle disposizioni normative.

**Art. 20 - Verifiche e controlli.**

1. La struttura comunale competente per materia accerta periodicamente la correttezza degli adempimenti convenuti e dei relativi contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi.
2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate alla controparte. La notifica e l'eventuale diffida producono gli effetti previsti nei relativi contratti.
3. Tutti i contratti di sponsorizzazione sono soggetti a pubblicizzazione prima della effettiva esecuzione a cura e responsabilità del Responsabile di Area e/o suo delegato.

**Art. 21 Risparmi di spesa.**

1. Sono considerati risparmi di spesa:
  - le somme previste in Bilancio e non utilizzate a motivo dell'intervento dello sponsor, nei limiti del valore economico della sponsorizzazione;
  - le somme in denaro corrisposte dallo sponsor a fronte della concessione di spazi pubblicitari all'interno di proprie iniziative e/o manifestazioni.
2. I benefici economici derivanti dalle sponsorizzazioni sono destinati al finanziamento dei servizi o iniziative comunali oppure ad economie di bilancio nella misura minima del 50%.
3. La restante parte del beneficio economico può essere destinata all'incentivazione della produttività dei dipendenti e dei responsabili nel rispetto e secondo i criteri dei Contratti Collettivi Nazionali in vigore sulla base degli indirizzi che la Giunta Comunale approverà di anno in anno in relazione alla contrattazione decentrata integrativa.

**Art. 22 – Trattamento dati personali e privacy.**

1. Tutti i dati personali raccolti in applicazione del presente Regolamento sono gestiti esclusivamente per le finalità oggetto della normativa regolamentare comunale e nel rispetto delle vigenti disposizioni in materia di privacy e di trattamento dati, a cura e responsabilità degli Uffici Comunali competenti.
2. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Susa in persona del Sindaco pro-tempore che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla normativa.

**Art. 23 - Rinvio dinamico.**

1. Per quanto non previsto dal presente regolamento, si applicano le disposizioni di legge in materia.
2. Le disposizioni del presente regolamento si intendono modificate per effetto di sopravvenute norme vincolanti statali e regionali. In tali casi, in attesa della formale modificazione del presente regolamento, si applica la normativa sovraordinata.

**Art. 24 - Entrata in vigore.**

1. Il presente Regolamento entra in vigore il giorno in cui diventa esecutiva la deliberazione che lo approva e sarà affisso permanentemente sul sito web del Comune nella sezione "Amministrazione Trasparente".