



## COMUNE DI SANTA MARIA A VICO

*Provincia di Caserta*

### VERBALE DI DELIBERAZIONE DEL CONSIGLIO COMUNALE

**DATA: 28-04-2022**  
**N° DELIBERA: 18**

### OGGETTO: APPROVAZIONE REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE

L'anno duemilaventidue addì ventotto del mese di Aprile alle ore 17:45 presso SALA ADUNANZE, previo invito, si è riunito il Consiglio comunale, in seduta ordinaria:

Componente	Presente	Assente	Componente	Presente	Assente
PIROZZI ANDREA	X		DE LUCIA CARMINE -1958		X
BIONDO VERONICA	X		PASCARELLA TIZIANA	X	
CIOFFI ANNA	X		CRISCI PASQUALE		X
GRIECO ROSSELLA	X		SIGNORIELLO CLELIA	X	
NUZZO GIUSEPPE	X		DE LUCIA FRANCESCO		X
VIGLIOTTI VINCENZO	X		PISCITELLI CESARE		X
AFFINITA CLEMENTE	X		NUZZO IGINO		X
DE LUCIA CARMINE -1973	X				
MONIELLO VINCENZO	X				
FERRARA MARCANTONIO	X				

Presiede il sig. **CARMINE DE LUCIA** (1973)

Partecipa alla seduta il **Segretario Generale** - Dott.ssa **CLAUDIA FILOMENA IOLLO**

Il Presidente dichiara aperta la seduta, dopo aver constatato la sussistenza del numero legale. Invita i Consiglieri Comunali a trattare, discutere e definire l'argomento all'ordine del giorno.

**Il Presidente dà la parola all'Assessore esterno Marcantonio Ferrara che** illustra il contenuto del Regolamento per la disciplina e la gestione dei contratti di sponsorizzazione evidenziando che la bozza predisposta è stata esaminata ed approvata dalla Commissione Statuto e Regolamenti nella seduta del 24/03/2022.

## **IL CONSIGLIO COMUNALE**

Udito l'intervento

Esaminato l'allegata proposta di deliberazione;

Ritenuto la stessa sufficientemente motivata e condividendo e facendo proprio senza riserve il contenuto della medesima, al quale integralmente si rimanda anche per quanto riguarda i riferimenti normativi.

Visto i pareri espressi, ai sensi dell'art. 49 comma 1° e art. 147 bis comma 1 del D.Lgs. 267/2000, dai Responsabili di Servizio in ordine alla regolarità tecnica e contabile.

Con voti favorevoli unanimi, espressi per alzata di mano

## **D E L I B E R A**

**Di approvare** la proposta di deliberazione che forma parte integrante e sostanziale del presente provvedimento.

## Proposta di deliberazione del Consiglio Comunale

**Oggetto: Approvazione Regolamento per la disciplina e la gestione dei contratti di sponsorizzazione.**

### IL SINDACO

**Premesso:**

che il Comune intende dotarsi di uno specifico regolamento interno che disciplini la gestione dei contratti di sponsorizzazione;

che con l'approvazione di tale regolamento si intende:

Favorire un'opportunità innovativa di finanziamento delle attività del Comune;

Promuovere e incentivare la collaborazione tra pubblico e privato;

Valorizzare le competenze, le professionalità, la disponibilità di persone, enti, associazioni e aziende attivi sul territorio;

Migliorare la qualità nei servizi/prestazioni erogati alla collettività;

che, pertanto, è stato dato mandato al settore affari generali di predisporre una bozza di regolamento;

che la bozza predisposta è stata esaminata ed approvata dalla Commissione Statuto e Regolamenti nella seduta del 24/03/2022;

**Visto** lo schema di regolamento per la disciplina e la gestione dei contratti di sponsorizzazione e ritenuto rispondente alle finalità di Questa Amministrazione.

**Richiamato** l'art.7 del D.lgs 18 agosto 2000 n.267 il quale dispone che "nel rispetto dei principi fissati dalla legge e dello Statuto, il Comune e la Provincia adottano regolamenti nelle materie di propria competenza ed in particolare per l'organizzazione e il funzionamento delle istituzioni e degli organismi di partecipazione, per il funzionamento degli organi e degli uffici e per l'esercizio di funzioni";

**Visto** il Decreto legislativo 18 agosto 2000, n.267 ed in particolare l'art. 42, comma 2, lett.a), che attribuisce al Consiglio Comunale la competenza in ordine all'approvazione dei Regolamenti.

Visto lo Statuto Comunale;

### PROPONE

**Per quanto in premessa**

**Di approvare** il Regolamento per la disciplina e la gestione dei contratti di sponsorizzazione, che viene allegato al presente atto per costituirne parte integrante e sostanziale;

**Di dare atto** che il Regolamento per la disciplina e la gestione dei contratti di sponsorizzazione entra in vigore dalla data di esecutività della presente deliberazione di approvazione.

Santa Maria a Vico li 27.04.2022

Il Sindaco

Andrea Pirozzi

Deliberazione n. 18 del 28-04-2022

Letto, confermato e sottoscritto.

Il Presidente del Consiglio  
CARMINE DE LUCIA

Il Segretario Generale  
CLAUDIA FILOMENA IOLLO

---

Deliberazione dichiarata immediatamente eseguibile ai sensi dell' art. 134, comma 4, del D.Lgs. 267/2000 e.ss.mm.ii.

Deliberazione esecutiva ad ogni effetto di legge decorso il decimo giorno di pubblicazione, ai sensi dell'art. 134, comma 3, del D.Lgs n. 267/2000 e.ss.mm.ii.

Il Segretario Generale  
CLAUDIA FILOMENA IOLLO

---

**Documento informatico sottoscritto con firma digitale ai sensi dell'art.24 del D.Lgs. n.82/2005 e ss.mm.ii.**



**Comune di Santa Maria a Vico**  
Provincia di Caserta

**OGGETTO: APPROVAZIONE REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE  
DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE**

---

**P A R E R E   D I   R E G O L A R I T A '   T E C N I C A**

(Artt. 49, comma 1, e 147 bis, comma 1, del D.Lgs 18.08.2000 n.267 e ss.mm.ii.)

Il Responsabile del AFFARI GENERALI E DEMOGRAFICI, ai sensi dell'art.147 – comma 1 del D.Lgs. 18.08.2000 n.267 e ss.mm.ii., esprime parere favorevole di regolarità tecnica attestante la regolarità e la correttezza dell'azione amministrativa.

Addì, 27-04-2022

**Il Responsabile del Servizio**  
*IOLLO CLAUDIA FILOMENA*

---

**Documento informatico sottoscritto con firma digitale ai sensi dell'art.24 del D.Lgs. n.82/2005 e ss.mm.ii.**



**Comune di Santa Maria a Vico**  
Provincia di Caserta

**OGGETTO: APPROVAZIONE REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE  
DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE**

---

**P A R E R E D I R E G O L A R I T A ' C O N T A B I L E**

(Artt. 49, comma 1, e 147 bis, comma 1, del D.Lgs 18.08.2000 n.267 e ss.mm.ii.)

Il Responsabile del Servizio economico finanziario e tributario, ai sensi dell'art.147 – comma 1 del D.Lgs. 18.08.2000 n.267 e ss.mm.ii., esprime parere Favorevole di regolarità contabile.

Vengono espresse le seguenti note:

Addì, 27-04-2022

**Il Responsabile del Servizio**  
*MORGILLO VINCENZO*

---

**Documento informatico sottoscritto con firma digitale ai sensi dell'art.24 del D.Lgs. n.82/2005 e ss.mm.ii.**



**Comune di Santa Maria a Vico**  
Provincia di Caserta

**DELIBERAZIONE N. 18 DEL 28-04-2022**

**OGGETTO: APPROVAZIONE REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE**

**CERTIFICATO DI PUBBLICAZIONE**

Il sottoscritto responsabile della pubblicazione ANNA IZZO certifica che copia della presente deliberazione viene pubblicata il giorno 11-05-2022 all'Albo Pretorio ove rimarrà affissa per 15 giorni consecutivi sino al 26-05-2022 ,

Addì, 11-05-2022

Il Responsabile della pubblicazione  
ANNA IZZO

**Documento informatico sottoscritto con firma digitale ai sensi dell'art.24 del D.Lgs. n.82/2005 e ss.mm.ii.**



**Comune di Santa Maria a Vico**  
Provincia di Caserta

**DELIBERAZIONE N. 18 DEL 28-04-2022**

**OGGETTO: APPROVAZIONE REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE**

**CERTIFICATO DI ESECUTIVITA'**

Si certifica che la deliberazione è immediatamente eseguibile ai sensi dell' art. 134, comma 4, del D.Lgs. 267/2000 e.ss.mm.ii.

Deliberazione esecutiva ad ogni effetto di legge decorso il decimo giorno di pubblicazione, ai sensi dell'art. 134, comma 3, del D.Lgs n. 267/2000 e.ss.mm.ii.

Addì, 11-05-2022

Il Responsabile AAGG  
ANNA IZZO

**Documento informatico sottoscritto con firma digitale ai sensi dell'art.24 del D.Lgs. n.82/2005 e ss.mm.ii.**

## **REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE**

COMUNE SANTA MARIA A VICO (CE) piazza Roma 81028 Codice Fiscale:  
80004570612 Partita I.V.A. 01299510618  
[protocollo@pec.comunesantamariaavico.it](mailto:protocollo@pec.comunesantamariaavico.it)





## **INDICE**

### **CAPO I – PRINCIPI GENERALI**

**Art.1 – Oggetto e finalità**

**Art. 2 - Definizioni**

**Art. 3 - Individuazione, programmazione e gestione della sponsorizzazioni**

**Art. 4 – La figura dello Sponsor**

### **CAPO II AMBITO DI APPLICAZIONE DEL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE**

**Art. 5– Ambito di applicazione delle sponsorizzazioni**

**Art. 6 – Pagamento del corrispettivo in denaro della sponsorizzazione**

**Art. 7 - Sponsorizzazioni di aree verdi e rotatorie**

**Art. 8 - Sponsorizzazioni accessorie a contratti d'appalto**

**Art. 9 - Sponsorizzazioni di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale**

**Art. 10 - Partenariato pubblico privato per i beni culturali**

**Art. 11 - Diritto di rifiuto, esclusioni oggettive e soggettive**

**Art. 12 - Sponsorizzazioni plurime**

### **CAPO III SCELTA DELLO SPONSOR E CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE**

**Art. 13 – Scelta dello sponsor per contratti di valore inferiore a € 40.000,00 e superiore ad € 10.000,00.**

**Art. 14 - Scelta dello sponsor per contratti di valore superiore a € 40.000,00**

**Art. 15 - Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor per contratti di valore superiore a 40.000,00**

**Art. 16 - Affidamento diretto**

**Art. 17 - Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione**

**Art. 18 - Obblighi a carico del Comune**

**Art. 19 - Affidamento del servizio di ricerca dello sponsor**

### **CAPO IV DISPOSIZIONI FINALI**

**Art.20 - Aspetti contabili e fiscali**

**Art. 21 - Controlli e verifiche**

**Art. 22 - Trattamento dati personali**

**Art. 23 – Utilizzo dei proventi e dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni**

**Art. 24– Rinvio**

**Art. 25 - Entrata in vigore**



## CAPO I – PRINCIPI GENERALI

### Art. 1 – Oggetto e finalità

1. Il presente Regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione di iniziative organizzate e gestite dal Comune di Santa Maria a Vico (Ce).
2. Le disposizioni del presente Regolamento sono finalizzate a definire una disciplina organica delle iniziative di sponsorizzazione allo scopo di assicurare il rispetto della normativa vigente e i principi di efficienza, trasparenza, buon andamento e imparzialità che regolano l'attività della Pubblica Amministrazione.
3. Il ricorso alle sponsorizzazioni costituisce un'opportunità innovativa di finanziamento delle attività del comune ed è finalizzato a promuovere e incentivare la collaborazione tra pubblico e privato e a favorire il miglioramento organizzativo realizzando:
  - una valorizzazione delle competenze, delle professionalità, della disponibilità di persone, enti, associazioni e aziende attivi sul territorio;
  - una migliore qualità nei servizi/prestazioni erogati alla collettività;
  - economie di spesa.

### Art. 2 – Definizioni

1. Ai fini del presente Regolamento:
  - a) per **“contratto di sponsorizzazione”** si intende un contratto a titolo oneroso e a prestazioni corrispettive mediante il quale una parte (sponsor) si obbliga a versare una somma di denaro, a fornire beni o servizi o ad effettuare lavori a favore dell'altra parte e/o finanziare, anche mediante accollo, le obbligazioni di pagamento dei corrispettivi d'appalto dovuti dal Comune di Santa Maria a Vico (sponsee) il quale garantisce, nell'ambito di propri eventi, iniziative o progetti, la possibilità di pubblicizzare, in appositi spazi, il nome, il marchio, l'immagine, l'attività, prodotti o servizi o simili, ovvero di distribuire prodotti o servizi a titolo promozionale, nei modi previsti dal contratto; l'obbligazione dello sponsee costituisce obbligazione di mezzi non di risultato, pertanto essa deve intendersi adempiuta quando vi sia stata la realizzazione dell'evento, iniziativa o progetto dedotto nel contratto, indipendentemente dall'effettivo ritorno d'immagine;
  - b) per **“sponsorizzazione”** si intende ogni contributo in beni, prestazioni di servizi, realizzazione di lavori, corrispettivo in denaro o altra utilità proveniente al Comune a parte di terzi nell'ambito applicativo dei “contratti di sponsorizzazione”;
  - c) per **“sponsor”** si intende il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico che intenda stipulare un contratto di sponsorizzazione;
  - d) per **“sponsorizzato o sponsee”** si intende il comune di Santa Maria a Vico, titolare dei benefici economici apportati dalla stipula dei contratti di sponsorizzazione;
  - e) per **“spazio pubblicitario”** si intende lo spazio fisico e digitale o qualsiasi altro supporto atto alla veicolazione di informazioni, messo a disposizione dello sponsor;
  - f) per **“sponsorizzazione pura – finanziaria”** si intende l'impegno dello sponsor di riconoscere esclusivamente un contributo economico (in cambio del diritto di sfruttare spazi per fini pubblicitari);
  - g) per **“sponsorizzazione tecnica”**: si intende una forma di partenariato estesa alla progettazione e alla realizzazione di parte o di tutto l'intervento (lavori, servizi, forniture sia se strumentali o non) a cura e aspesse dello sponsor.

### Art. 3 - Individuazione, programmazione e gestione della sponsorizzazioni

1. Le iniziative di sponsorizzazione da offrire ai potenziali sponsor sono, di norma, individuate e programmate nell'ambito del Piano Esecutivo di Gestione e possono riguardare tutti i beni ed i servizi a carico del bilancio del Comune. Nel corso dell'anno possono essere attivate ulteriori iniziative di sponsorizzazione, nel rispetto dei principi del presente regolamento.
2. Nei documenti di programmazione del Comune di Santa Maria a Vico, possono essere individuate spese ed attività la cui realizzazione è vincolata alla conclusione di contratti di sponsorizzazione.

#### **Art. 4 – La figura dello Sponsor**

1. Il comune può stipulare contratti di sponsorizzazione con soggetti pubblici e privati singoli o associati. Nei documenti di programmazione dell'Ente possono essere individuate spese ed attività la cui realizzazione è vincolata alla conclusione di contratti di sponsorizzazione.
2. 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.
3. Per i lavori pubblici, le imprese esecutrici devono possedere i requisiti di qualificazione previsti dalla normativa vigente al momento dell'affidamento.
3. I contratti di sponsorizzazione possono essere attivati sia su iniziativa dell'Amministrazione che su iniziativa di soggetti terzi.
4. I responsabili dei Servizi, nell'ambito della loro competenza, predispongono gli avvisi, i progetti operativi delle iniziative di sponsorizzazione e adottano gli atti di gestione necessari al raggiungimento degli obiettivi amministrativi.

### **CAPO II AMBITO DI APPLICAZIONE DEL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE**

#### **Art. 5– Ambito di applicazione delle sponsorizzazioni**

1. La sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni in favore del Comune di Santa Maria a Vico (CE).
2. La Sponsorizzazione a favore dell'Ente, a carattere tecnico o finanziario, può prevedere a titolo dicorrispettivo dovuto dallo sponsor:
  - a) dazione di somme di denaro;
  - b) forniture di materiali, attrezzature, beni;
  - c) accollo del pagamento delle obbligazioni verso i terzi che svolgono le attività sponsorizzate;
  - d) la realizzazione di un'opera o di un lavoro (acquisita o realizzata a cura e spese dello sponsor);
  - e) la fornitura di una prestazione di servizio (acquisita o realizzata a cura e spese dello sponsor);
  - f) la gestione di un'opera o di un'area;
  - g) la gestione di un servizio.
2. Nel caso di cui al punto 2.c), si assume quale controvalore monetario del contratto il valore di mercato della fornitura dei beni, dei servizi o dei lavori, effettuati dallo sponsor.

#### **Art. 6 – Pagamento del corrispettivo in denaro della sponsorizzazione**

1. Ove il corrispettivo della sponsorizzazione sia costituito dalla dazione di una somma di denaro, il pagamento avviene, di norma, almeno nella misura del 70% al momento della conclusione del contratto e il restante entro e non oltre 5 giorni dalla realizzazione dell'evento.
2. Se richiesto dal Comune, lo sponsor deve prestare apposita garanzia fideiussoria per il pagamento del corrispettivo, costituita mediante fideiussione bancaria o polizza assicurativa.

#### **Art. 7 - Sponsorizzazioni di aree verdi e rotatorie**

1. Il Comune di Santa Maria a Vico individuerà le aree destinate a verde pubblico e/o a rotatorie che potranno essere assegnate in "adozione" a enti, società, associazioni o privati in genere, affidandone l'allestimento, la gestione e la manutenzione in cambio dell'autorizzazione alla posa di mezzi finalizzati alla sponsorizzazione.
2. L'adozione consiste nell'obbligo dello sponsor di provvedere alla realizzazione del primo impianto allestimento dell'area e/o alla manutenzione della stessa.
3. Lo sponsor dovrà presentare, sia per la realizzazione dell'impianto/allestimento che per la manutenzione, un progetto tecnico che, approvato dal comune, costituirà allegato al contratto di sponsorizzazione.
4. Il progetto potrà anche essere fornito dal Comune. In ogni caso, esso dovrà contenere l'indicazione delle spese necessarie per le relative operazioni.
5. I soggetti affidatari, se non appartenenti o operanti nel settore del verde, dovranno far eseguire l'allestimento e la manutenzione a ditte specializzate ed in possesso dei requisiti in materia di sicurezza, contributiva e di ordine generale.
6. L'Impresa che esegue i lavori, in proprio o per conto dell'affidatario, avrà l'obbligo di adottare, durante l'esecuzione dei lavori, tutti i provvedimenti e le cautele necessarie per garantire l'incolumità degli operai e di terzi e per non produrre danni ai beni pubblici e privati, rimanendo espressamente inteso e convenuto che essa si assumerà ogni responsabilità sia civile che penale, nel caso di infortuni o danni.
7. L'installazione di mezzi pubblicitari avverrà a titolo gratuito nell'area verde o per le rotatorie in spazi indicati dal Comune nei due sensi di marcia principali seguendo le vigenti regole del codice della strada. Le dimensioni e caratteristiche dei mezzi pubblicitari ed i criteri per il loro posizionamento verranno definiti nelle norme tecniche.
8. Nella scelta e nell'abbinamento dei colori si dovranno evitare combinazioni tali da generare confusione con i cartelli della segnaletica stradale. Si dovrà evitare in particolare l'uso della gradazione di rosso prevista per i segnali stradali e l'uso della gradazione di azzurro impiegato per le frecce d'obbligo.
9. Non è ammessa un'illuminazione specifica per i cartelli in quanto potrebbe provocare disturbo con conseguente pericolo per la sicurezza della circolazione stradale.
10. Dovrà essere presentata idonea dichiarazione tecnica relativa ai cartelli attestante che la struttura, compresi gli ancoraggi al terreno, è realizzata e posta in opera tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento in modo da garantirne la stabilità.
11. I requisiti fondamentali che la vegetazione deve possedere sono i seguenti:
  - rusticità, ossia capacità di adattarsi ad una svariata tipologia di situazioni non ideali per lo sviluppo dei vegetali (stress idrici e termici, inquinamento dell'aria, ecc.)
  - basso livello di manutenzione: le piante devono necessitare di un ridotto numero di interventi di potatura.
12. 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.
13. Il contratto di sponsorizzazione dovrà avere una durata pari a quella indicata nel progetto.
14. 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, nei limiti previsti dalle disposizioni normative vigenti.
15. Trattandosi di affidamento delle aree al fine di ottenere la valorizzazione ed il mantenimento delle stesse il contratto in oggetto non costituisce atto di concessione.

### **Art. 8 - Sponsorizzazioni accessorie a contratti d'appalto**

1. Il Comune di Santa Maria a Vico può prevedere, nell'ambito di procedure per l'aggiudicazione di appalti di lavori, servizi o forniture, clausole inerenti sponsorizzazioni come prestazioni accessorie al contratto principale (c.d. clausola sponsor).
2. In tal caso la valutazione della sponsorizzazione deve costituire elemento con peso marginale rispetto allavalutazione complessiva dell'offerta.

## **Art. 9 - Sponsorizzazioni di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale**

1. Ai contratti di sponsorizzazione aventi ad oggetto interventi di restauro e manutenzione di beni immobili, mobili e delle superfici decorate di beni architettonici sottoposti a tutela ai sensi del D.Lgs. 42/2004, si applicano, oltre alle norme previste nel presente Regolamento, le disposizioni in materia di requisiti di qualificazione dei progettisti nel caso in cui la realizzazione dell'intervento sia a cura dello sponsor.
2. Nel caso in cui l'individuazione dell'esecutore dei lavori sia rimessa allo sponsor, il soggetto indicato dovrà essere un soggetto qualificato relativamente alla tipologia dell'intervento.
3. Qualora le imprese esecutrici rivestano la qualità di sponsor del Comune attraverso la realizzazione diretta di interventi di restauro e 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 ed all'esecuzione dei lavori.
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 o storico, l'aspetto e il decoro del bene.

## **Art. 10 - Partenariato pubblico privato per i beni culturali**

1. Ai sensi dell'art. 151 c.3 del D.lgs 50/2016, a fini della fruizione del patrimonio culturale e della ricerca scientifica applicata alla tutela, sono consentite forme speciali di partenariato con enti e organismi pubblici e con soggetti privati dirette a consentire il recupero, il restauro, la manutenzione programmata, la gestione, l'apertura alla pubblica fruizione, la valorizzazione di beni culturali immobili. Sono ammesse forme speciali di partenariato anche per le attività di conservazione, studio, divulgazione, catalogazione.
2. La scelta del soggetto partner può avvenire mediante procedure semplificate analoghe a quelle previste per la sponsorizzazione.
3. La forma contrattuale che regola il partenariato è la convenzione. Esso viene elaborata sentita la Soprintendenza competente.

## **Art. 11 - Diritto di rifiuto, esclusioni oggettive e soggettive**

1. Il comune rifiuta qualsiasi proposta di sponsorizzazione e recede dal contratto eventualmente sottoscritto qualora:
  - a) ritenga possa derivare un conflitto di interessi tra l'attività pubblica e quella dello sponsor;
  - b) ravvisi nel messaggio pubblicitario o nei mezzi utilizzati dallo Sponsor un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative/attività;
  - c) reputi la sponsorizzazione inaccettabile per motivi di pubblico interesse.
2. Sono escluse, in ogni caso, le sponsorizzazioni aventi per oggetto:
  - a) la propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
  - b) la pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti superalcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, medicinali o cure mediche, gioco d'azzardo;
  - c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, discriminazione, odio o minaccia;
  - d) messaggi contrari al decoro o alla morale pubblica.

3. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione i soggetti che:
  - a) non dichiarano il possesso dei requisiti di ordine generale necessari per poter contrarre con una Pubblica Amministrazione, di cui all'art. 80 del D. Lgs, 18 aprile 2016, n. 50, per quanto applicabile.
  - b) abbiano in atto controversie con l'Amministrazione Comunale.
4. L'interessato attesta il possesso dei requisiti di cui al precedente punto 3 mediante dichiarazione sostitutiva ai sensi del D.P.R. 445/2000.

## **Art. 12 - 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.

## **CAPO III SCELTA DELLO SPONSOR E CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE**

### **Articolo 13 – Scelta dello sponsor per contratti di valore inferiore a € 40.000,00 e superiore a 10.000,00 €.**

1. Per i contratti di sponsorizzazione di valore inferiore a 40.000,00 e superiore a 10.000,00 il Responsabile del servizio competente pubblica un avviso per almeno 15 gg. sul sito istituzionale dell'Ente e all'Albo pretorio per la ricerca dello sponsor alle iniziative proposte dall'Ente.
2. Nell'istanza di adesione dovrà essere dichiarato di non trovarsi nelle condizioni di esclusione di cui all'art. 80 del D.Lgs. 50/2016.
3. In caso di più adesioni di sponsor si procederà ad una selezione comparativa delle offerte presentate con i criteri individuati nella proposta di sponsorizzazione.
4. Restano fermi i principi secondo cui in caso di sponsorizzazione tecnica le proposte del Comune devono contenere opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere, servizi e forniture ed alla direzione dei lavori e collaudo degli stessi.
7. Per sponsorizzazioni riguardanti beni sottoposti a tutela ai sensi del D.Lgs. 42/2006 e ss.mm.ii. si applicano comunque le disposizioni di cui all'art. 9 del presente Regolamento.
8. Nel caso in cui da parte di un potenziale sponsor pervenga una proposta spontanea di sponsorizzazione dell'importo inferiore ad € 40.000,00 e superiore a 10.000,00, valutata la rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento e decretata l'opportunità della proposta da parte della Giunta comunale, il Responsabile del Servizio competente predisponde un apposito avviso, da pubblicare con le modalità di cui ai paragrafi precedenti, che preveda come importo minimo a base di selezione quello offerto dal soggetto promotore nonché il diritto di prelazione a parità di condizioni a favore dell'originario promotore. 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. 14 - Scelta dello sponsor per contratti di valore superiore a € 40.000,00**

1. In attuazione di quanto disposto dall'art. 19 del D.Lgs. 50/2016, per contratti di sponsorizzazione di importo superiore a € 40.000,00 al fine di assicurare il rispetto dei principi di trasparenza, imparzialità e parità di trattamento, l'affidamento è soggetto esclusivamente alla previa pubblicazione sul sito istituzionale della Comune di Santa Maria a Vico e all'Albo pretorio per trenta giorni, di un apposito avviso con il quale si rende nota la ricerca di sponsor per specifici interventi. Nell'istanza di adesione dovrà essere dichiarato di non trovarsi nelle condizioni di esclusione di cui all'art. 80 del D.Lgs. 50/2016.
2. All'avviso saranno allegate schede dettagliate di ogni singola iniziativa contenenti:
  - il programma di massima di ogni specifica iniziativa/evento,

- la tipologia di sponsorizzazione (finanziaria e/o tecnica),
  - la scadenza per la presentazione dell'offerta,
  - i valori (complessivi e/o dettagliati per singole attività afferenti l'evento) stimati (IVA esclusa) per la sua realizzazione. Questi ultimi valori non costituiscono in ogni caso vincolo per la formulazione dell'offerta di sponsorizzazione in quanto è possibile presentare offerte anche di importo inferiore.
  - l'ufficio procedente e il responsabile di procedimento
3. In caso di sponsorizzazioni tecniche resta ferma la necessità di verificare il possesso dei 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, 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.
4. 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.
5. Si procede alla valutazione delle offerte pervenute nel rispetto dei criteri stabiliti nell'avviso medesimo. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal Responsabile del Servizio afferente la sponsorizzazione nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato. Per la suddetta valutazione, nel caso di particolare complessità, ci si potrà avvalere di apposita commissione presieduta dal Responsabile del Servizio indicato.

#### **Art. 15 - Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor per contratti di valore superiore a € 40.000,00**

1. Nel caso in cui, da parte di un potenziale sponsor, pervenga una proposta spontanea di sponsorizzazione, valutata la rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento e decretata l'opportunità della proposta da parte della Giunta Comunale, il Responsabile del Servizio competente predispone un apposito avviso, da pubblicare con le modalità di cui all'art. 14, che preveda come importo minimo a base di selezione quello offerto dal soggetto promotore nonché il diritto di prelazione a parità di condizioni a favore dell'originario promotore ai sensi del comma 2 del presente articolo. Alla pubblicazione dell'avviso segue l'espletamento della selezione.
2. Terminata la procedura di selezione, all'originario promotore è riservato, entro un termine prestabilito, il diritto di adeguare, ove necessario, la propria proposta a quella giudicata più conveniente dal comune.. In questo caso, il promotore originario è dichiarato aggiudicatario.
3. 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. 9.

#### **Art. 16 - Affidamento diretto**

1. Si può procedere all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazione nei seguenti casi:
  - a) In caso di contratti di sponsorizzazione di valore inferiore ai 10.000,00 €.
  - b) in caso sia stata esperita infruttuosamente la procedura di cui agli articoli 13,14 e 15.
  - c) 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.
2. In ogni caso, l'affidamento diretto avviene previa valutazione di congruità e di rispondenza alle esigenze di interesse pubblico e previa acquisizione di pareri della Soprintendenza, se si tratta di beni tutelati di cui al D.lgs. 42/2004.

## **Art. 17 - Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione**

1|. La sponsorizzazione viene regolata da apposito contratto nel quale, in particolare, sono almeno stabiliti:

- a) l'oggetto del contratto;
- b) gli obblighi delle parti e le modalità di attuazione della sponsorizzazione;
- c) l'obbligo dello sponsor di rispettare, per quanto compatibili, le norme contenute nel DPR 62/2014 e nel codice di comportamento aziendale e le sanzioni in caso di mancato rispetto;
- d) il valore del corrispettivo della sponsorizzazione;
- e) la durata del contratto che non può essere superiore ad anni cinque;
- f) i controlli sull'attività dello sponsor e le penali in caso d'inadempimento;
- g) la facoltà di recesso da parte del Comune;
- h) la risoluzione del contratto per inadempimento;
- i) la competenza del foro di Santa Maria Capua Vetere in caso di controversie;
- l) la disciplina delle spese contrattuali.

2. Nel contratto deve essere prevista la facoltà del Comune di recedere prima della scadenza, previa tempestiva e formale comunicazione allo sponsor; deve inoltre essere prevista la clausola risolutiva espressa nel caso in cui lo sponsor rechi danno all'immagine del Comune, fermo restando il diritto al risarcimento del danno.

## **Art. 18 - 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:

- 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 istituzionale del Comune, all'interno dello spazio informativo dell'attività interessata;
- posizionamento di targhe o cartelli indicanti il marchio-logo o le generalità dello sponsor sui beni o locali oggetto della sponsorizzazione;
- utilizzo a fini pubblicitari di spazi all'interno del Comune (es. bacheche, ascensori, sale riunioni, impianti sportivi, androni, coperture conteli di opere e/o lavori, ecc.);
- utilizzo a fini pubblicitari di spazi su documentazione del Comune (ricevute, bollette, carta intestata, etc.);

2. Le forme di pubblicità possono riguardare tutte o solo alcune delle modalità previste dal presente articolo. Le stesse sono riportate nel contratto.

3. L'imposta sulla pubblicità, ove dovuta, grava sullo sponsor nella misura di legge.

## **Art. 19 - Affidamento del servizio di ricerca dello sponsor**

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dal Comune secondo la disciplina del presente Regolamento.

2. Il Comune, previa valutazione di convenienza sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, può tuttavia affidare il servizio di ricerca degli sponsor a soggetti da individuare tramite procedure sugli appalti di servizi previste dal "codice dei contratti" (D.Lgs.50/2016).

## **CAPO IV DISPOSIZIONI FINALI**

### **Art. 20- Aspetti contabili e fiscali**

1. I corrispettivi dei contratti di sponsorizzazione sono previsti in bilancio e nel P.E.G. ad inizio anno, o durante l'anno con variazione, nel rispetto dell'ordinamento finanziario e contabile. I corrispettivi

costituiti da proventi di entrata sono contabilizzati tra le entrate; i corrispettivi costituiti da risparmi di spesa sono comunque contabilizzati a bilancio in entrata ed in spesa per pari importo, al fine di assicurare il rispetto del principio di integrità del bilancio e la normativa fiscale.

2. Le 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.

3. 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.

4. 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.

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

a) contributi economici: il comune emetterà fattura al soggetto finanziatore per un importo pari al contributo pattuito nel contratto;

b) 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;

6. Ogni spesa contrattuale inerente e conseguente alla stipulazione ed alla registrazione del contratto di sponsorizzazione è a carico dello sponsor.

7. L'emissione di fattura da parte del Comune nei confronti dello sponsor avverrà ad avvenuto pagamento.

## **Art. 21 - Controlli e verifiche**

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del Servizio competente per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, qualitativi e quantitativi.

2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor a mezzoraccomandata a/r o PEC.

3. Il mancato rispetto delle norme contrattuali produce la risoluzione del contratto; è fatto salvo il risarcimento del danno.

## **Art. 22 - Trattamento dati personali**

I dati personali raccolti in applicazione del presente Regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste; i soggetti interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti ai sensi del D.Lgs. n. 196/2003 e s.m.i.e del Regolamento Europeo (679/2016)

2. I dati, trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti degli uffici comunali tenuti all'applicazione del presente regolamento, possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici o privati in relazione alle finalità del regolamento.

3. Il Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Santa Maria a Vico in persona del Sindaco pro-tempore che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge citata.

4. Lo *sponsor* autorizza, senza alcuna riserva, la pubblicazione del proprio logo, della denominazione societaria in targhette e pubblicazioni o simili. La proposta di sponsorizzazione implica altresì una

implicita autorizzazione, salvo che il contratto di sponsorizzazione non disponga diversamente, alla divulgazione su tutti i media dell'avvenuta sponsorizzazione e/o atto di mecenatismo

### **Art. 23 – Utilizzo dei proventi e dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni**

1. Le somme acquisite a seguito delle sponsorizzazioni possono consistere:
  - a) in un corrispettivo direttamente versato dallo sponsor al Comune;
  - b) in un risparmio di spesa derivante dalla mancata utilizzazione delle somme previste nei capitoli di bilancio e destinate al finanziamento della iniziativa oggetto della sponsorizzazione.
2. Le somme di cui al comma 1, in conformità alle indicazioni deliberate annualmente dalla Giunta Comunale, possono essere:
  - a) utilizzate per il finanziamento di altre iniziative istituzionali;
  - b) finalizzate a costituire economia di bilancio.

### **Art. 24 – Rinvio**

1. Per ogni aspetto che non trovi esplicita disciplina nel presente regolamento si fa rinvio alle norme di legge applicabili.
2. Tutti i richiami alle norme contenuti nel presente Regolamento devono intendersi effettuati alle disposizioni vigenti al momento dell'applicazione concreta del Regolamento stesso, senza necessità di suo adeguamento espresso.

### **Art. 25 - Entrata in vigore**

1. Il presente regolamento entra in vigore dall'esecutività della deliberazione che lo approva.
2. Sono abrogate le norme dei regolamenti comunali e degli atti aventi natura regolamentare che risultino in contrasto.