



Comune di Marcon
Provincia di Venezia

**REGOLAMENTO
SULLE SPONSORIZZAZIONI
E SUGLI ACCORDI DI COLLABORAZIONE**

**Approvato con deliberazione
del Consiglio Comunale
n. del 00.00.0000**

INDICE

PARTE PRIMA SPONSORIZZAZIONI ED ACCORDI DI COLLABORAZIONE IN GENERALE

Art. 1 – Oggetto

Art. 2 - Normativa applicabile

Art. 3 – Settori d'intervento

Art. 4 – Finalità

Art. 5 - Definizioni

Art. 6 - Esclusioni

Art. 7 - Norme per l'utilizzo del nome e del marchio dello sponsor e dello stemma del Comune di Marcon

Art. 8 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

Art. 9 - Indirizzi generali per la scelta dello sponsor

Art. 10 - Modalità di affidamento per sponsorizzazioni di importo inferiore alla soglia comunitaria

Art. 11 - Modalità di affidamento per sponsorizzazioni di importo pari o superiore alla soglia comunitaria

Art. 12 - Sponsor accreditati

Art. 13 - Sponsorizzazioni miste

Art. 14 - Contratto di sponsorizzazione

Art. 15 - Garanzie e risoluzione automatica

Art. 16 - Riserva organizzativa

Art. 17 - Accordi di collaborazione

Art. 18 - Aspetti contabili e fiscali

Art. 19 - Verifiche e controlli

Art. 20 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti da contratti di sponsorizzazione

Art. 21 - Dichiarazioni in ordine al possesso dei requisiti generali

Art. 22 - Casi di esclusione delle sponsorizzazioni

Art. 23 - Trattamento dei dati personali

PARTE SECONDA
SPONSORIZZAZIONI PER LA REALIZZAZIONE E MANUTENZIONE
DEL VERDE PUBBLICO

Art. 24 - Oggetto

Art. 25 - Finalità

Art. 26 - Individuazione delle aree e programmazione degli interventi

Art. 27 - modalità di gestione

Art. 28 - Modalità di affidamento e soggetti ammessi

Art. 29 - Indirizzi progettuali

Art. 30 - Criteri di affidamento

Art. 31 - Forma del contratto di sponsorizzazione

Art. 32 - Oneri ed obblighi a carico dello sponsor

Art. 33 - Ritorno di immagine: cartelli di sponsorizzazione e sito web

Art. 34 - Vigilanza e controlli

Art. 35 - Aspetti fiscali

Art. 36 - Economie e risparmio di spesa

Art. 37 - Norme finali e di rinvio

Art. 38 - Entrata in vigore

**PARTE PRIMA
SPONSORIZZAZIONI
ED ACCORDI DI COLLABORAZIONE
IN GENERALE**

Art. 1 – Oggetto

Il presente regolamento disciplina la stipulazione di contratti di sponsorizzazione e di accordi di collaborazione con soggetti privati, per attività ed iniziative di interesse collettivo, secondo le finalità indicate nel successivo art. 4, nei settori e nei campi di intervento di cui al successivo art. 3.

Art. 2 - Normativa applicabile

La sottoscrizione dei contratti di sponsorizzazione, contratti atipici, e delle convenzioni che regolano gli accordi di collaborazione avviene nell'ambito della libertà negoziale prevista dal Codice Civile (art. 1322), compatibilmente con le disposizioni dettate dalle seguenti normative:

- art. 43 della Legge 449/1997;
- art. 119 del D.Lgs. 267/2000;
- art. 26 ed art. 119 bis del Codice dei Contratti (D.Lgs. 163/2006);
- art. 11 Legge 241/1990 e ss.mm.ii.;
- art. 15, comma 1, lett. d) del CCNL del 01.04.1999, come sostituito dall'art. 4, comma 4, del CCNL del 05.10.2001 e dell'art. 26, comma 1, lett. b) del CCNL del 23.12.1999 per l'area della dirigenza.

Art. 3 – Settori d'intervento

1. Il Comune può sottoscrivere contratti di sponsorizzazione in relazione ai seguenti ambiti d'intervento generali:

- attività culturali, di spettacolo e del tempo libero, di varia tipologia;
- attività sportive;
- attività nel campo sociale e di assistenza alla persona;
- servizio di assistenza per l'entrata e l'uscita degli alunni dalle scuole;
- attività di promozione turistica;
- attività di manutenzione e/o valorizzazione del patrimonio comunale;
- attività di restauro e di recupero conservativo di edifici comunali;
- attività di miglioramento dell'assetto urbano;
- attività inerenti il servizio di Verde Pubblico e di Arredo Urbano;
- attività inerenti la Protezione Civile;
- ogni altra attività di interesse pubblico e collettivo.

2. In particolare, le sponsorizzazioni potranno riguardare:

- a) i servizi di cui all'allegato II, del Codice dei Contratti (D.Lgs. 163/2006 e ss.mm.ii.);
- b) le forniture disciplinate dal Codice dei Contratti (D.Lgs. 163/2006 e ss.mm.ii.).

Art. 4 – Finalità

1. Il Comune di Marcon si avvale di contratti di sponsorizzazione e di accordi di collaborazione per il conseguimento delle seguenti finalità:

- realizzare maggiori economie di spesa, anche nel rispetto del patto di stabilità interno di cui all'art. 28 della Legge 448/1998 e ss.mm.ii.;
- migliorare la qualità dei servizi prestati;
- favorire l'innovazione all'interno dell'organizzazione amministrativa;
- ogni altra finalità di carattere pubblico a beneficio della collettività.

2. Le iniziative di sponsorizzazione e gli accordi di collaborazione devono essere diretti al perseguimento di interessi pubblici ed escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata.

Art. 5 - Definizioni

Ai fini del presente regolamento si intende:

a) per "**contratto di sponsorizzazione**":

un contratto di pubblicità commerciale a prestazioni corrispettive, (anche plurilaterale in caso di più sponsor contemporaneamente) mediante il quale una parte, il Comune di Marcon (sponsee), garantisce ad un terzo (sponsor) la possibilità di pubblicizzare, in appositi spazi ben individuati, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, i servizi e simili dello sponsor, secondo le condizioni contrattuali previste, a fronte dell'obbligo dello sponsor

di pagare un determinato corrispettivo in denaro (sponsorizzazione monetaria) o di fornire una prestazione diretta o indiretta a favore del Comune (sponsorizzazione tecnica);

b) per “**sponsorizzazione**”:

ogni corrispettivo in denaro (sponsorizzazione monetaria), oppure ogni prestazione diretta o indiretta (sponsorizzazione tecnica), proveniente dallo sponsor allo scopo di promuovere il proprio nome, marchio, attività o i propri prodotti, servizi e simili, oppure conseguire una proiezione positiva di ritorno d'immagine tramite la stipulazione di un contratto di pubblicità commerciale;

c) per “**sponsor**”:

il soggetto di natura commerciale, in forma singola o collettiva, che intenda stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune di Marcon, a fronte delle azioni concordate e previste, volte a garantire la visibilità del marchio e la veicolazione e diffusione positiva della propria immagine;

d) per “**sponsee**” :

il Comune di Marcon, beneficiario delle sponsorizzazioni (monetarie o tecniche o miste);

e) per “**spazio pubblicitario**”:

lo spazio fisico o virtuale o qualsiasi altro supporto atto alla veicolazione del marchio dello Sponsor, messo a disposizione dal Comune di Marcon;

f) per “**accordo di collaborazione**”:

ogni ipotesi di accordo, nato ad iniziativa congiunta tra il Comune di Marcon e un soggetto pubblico o privato, individuale o collettivo, che si proponga di realizzare progetti ed iniziative congiunte di interesse collettivo nell'ambito dei settori d'intervento di cui al precedente art. 3.

Art. 6 - Esclusioni

Ai fini del presente regolamento, non costituisce sponsorizzazione l'offerta, a titolo di liberalità, a favore del Comune di somme di danaro (erogazioni liberali in forma monetaria), di beni o di servizi (erogazioni liberali in forma tecnica) non caratterizzati da un rapporto sinallagmatico di prestazione e controprestazione.

Art. 7 – Norme per l'utilizzo del nome e del marchio dello sponsor e dello stemma del Comune di Marcon

1. I contratti di sponsorizzazione devono includere le clausole relative alle garanzie e alle forme di tutela del marchio dello sponsor, nonché dello stemma del Comune, con specificazione delle modalità di utilizzo dei rispettivi loghi e segni distintivi, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.

2. Le modalità di associazione del nome e del marchio o simbolo del soggetto “sponsorizzato,” ovvero di quello “sponsorizzante” devono presentare caratteri consoni e compatibili alla natura istituzionale e alla immagine del Comune di Marcon.

3. Il Comune può definire, di volta in volta, specifiche clausole relative ai propri segni distintivi.

Art. 8 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

Il Comune individua le iniziative da offrire ai potenziali sponsor, oppure accoglie le proposte formulate da terzi (imprese commerciali, istituti di credito, compagnie assicuratrici ecc.). In particolare, le iniziative o gli interventi devono essere:

a) inseriti nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio comunale; in questo caso il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di una economia di spesa a carico del bilancio, totale o parziale, rispetto alla previsione iniziale;

b) inserite in appositi elenchi allegati al bilancio comunale ma non finanziati, la cui realizzazione è subordinata alla conclusione di contratti di sponsorizzazione o alla disponibilità delle economie di cui alla precedente lett. a);

c) conseguenti a proposte formulate in corso d'anno dalla Giunta Comunale, anche in adesione ad offerte spontanee provenienti da soggetti terzi e giudicate di interesse pubblico.

Art. 9 – Indirizzi generali per la scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor avviene, di norma, con procedure ad evidenza pubblica, secondo modalità che tengano conto e si adattino alla peculiare atipicità dei rapporti in questione, tese a garantire la parità di trattamento tra i soggetti potenzialmente interessati.

2. Per la scelta dello *sponsor* si applicano i principi del Trattato della Comunità Europea, nonché le disposizioni in materia di requisiti soggettivi dei progettisti e degli esecutori del contratto nei relativi settori tecnici d'intervento. In tali ambiti il Comune impartisce le prescrizioni opportune in ordine alla progettazione, nonché alla direzione ed esecuzione del contratto.

3. La modalità di scelta del contraente è commisurata al valore della sponsorizzazione ed avviene secondo le procedure specifiche di cui agli articoli seguenti.

Art. 10 - Modalità di affidamento per sponsorizzazioni di importo inferiore alla soglia comunitaria

A) Beni e servizi

A 1) Nel caso di fornitura di beni e servizi di importo inferiore a € 40.000,00 (iva esclusa), o a quel diverso importo stabilito dalla legge nazionale e comunitaria, il Comune può affidare la sponsorizzazione direttamente al soggetto proponente o interessato.

A 2) Nel caso, invece, di fornitura di beni e servizi di importo pari o superiore a € 40.000,00 (iva esclusa) o a quel diverso importo stabilito dalla legge nazionale e comunitaria, fino al valore della soglia prevista per gli appalti soggetti alla normativa comunitaria, il Comune provvede all'affidamento mediante una procedura di selezione fra almeno cinque soggetti potenzialmente interessati, appositamente invitati a formulare la loro offerta. L'invito, inviato anche tramite fax o altre forme di trasmissione telematica, deve prevedere un termine per la presentazione delle offerte non inferiore a 15 giorni e deve specificare che l'aggiudicazione avverrà a favore del concorrente che ha presentato l'offerta economicamente più vantaggiosa, tenuto conto del valore della sponsorizzazione offerta e degli spazi pubblicitari richiesti o di altri elementi ritenuti idonei a qualificare l'offerta economicamente più vantaggiosa.

B) Beni e servizi con carattere di unicità

E' ammesso l'affidamento diretto di sponsorizzazioni tecniche, previa adeguata motivazione, nelle ipotesi in cui si tratti di forniture di beni e servizi che un solo soggetto sia in grado di offrire con quelle specifiche caratteristiche richieste.

Art 11 - Modalità di affidamento per sponsorizzazioni di importo pari o superiore alla soglia comunitaria

1. Per le sponsorizzazioni di importo pari o superiore alla soglia comunitaria (IVA esclusa), la scelta dello sponsor avviene previo esperimento di procedura ad evidenza pubblica, secondo il criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa, con la pubblicazione di un bando sul sito informatico comunale, su quello dell'Osservatorio Regionale, nonché sul sito della Gazzetta Europea, nel rispetto di quanto previsto dall'art. 26 del D.Lgs 163/2006 e ss.mm.ii.

2. I soggetti presentano le proprie offerte nel rispetto delle modalità e dei termini fissati dal bando di gara.

3. Il bando stabilisce i criteri di valutazione e precisa il valore ponderale attribuito a ciascuno di essi.

4. La valutazione è demandata ad una commissione giudicatrice composta da tre o al massimo cinque membri tra i quali un presidente, nominata con le modalità previste dal regolamento comunale sui contratti.

Art. 12 - Sponsor accreditati

Il Comune ha facoltà di selezionare, mediante pubblicazione di un bando, candidati a cui proporre, per un arco temporale non superiore ad un quinquennio, le occasioni di sponsorizzazione che presentino le caratteristiche di massima prefissate, al fine di costituire un apposito albo di sponsor per tutto il Comune.

Art. 13 - Sponsorizzazioni miste

1. Per quanto riguarda forme di sponsorizzazione che prevedano la contemporanea offerta di diverse categorie di forniture (beni – servizi), l'importo a cui fare riferimento per l'applicazione del presente regolamento è dato dalla somma dei valori delle singole fattispecie.

2. Nel caso di sponsorizzazione plurima, tale limite va riferito all'intervento dei singoli sponsor.

3. Le prestazioni lavorative, oppure le forniture di beni o servizi, oggetto della sponsorizzazione, dovranno essere eseguite da soggetti qualificati nelle rispettive competenze, secondo i vincoli normativi dei rispettivi ambiti di applicazione (commercio, servizi, ecc.).

Art. 14 - Contratto di sponsorizzazione

1. La sponsorizzazione è regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:

a) la qualificazione delle parti contraenti

b) l'oggetto del contratto e la finalità

c) la durata del contratto

d) l'importo economico della sponsorizzazione (iva esclusa) e le relative modalità di pagamento

e) le modalità di svolgimento della sponsorizzazione

f) l'indicazione analitica degli impegni assunti dallo sponsor e quelli del Comune e la definizione dei rapporti reciproci

g) le modalità di controllo da parte del Comune

h) l'indicazione degli spazi o forme pubblicitarie consentiti allo sponsor

i) la definizione degli aspetti fiscali

l) le responsabilità dello sponsor

m) le cause e le modalità di revoca del contratto

n) il divieto di cessione contrattuale.

2. Il contratto di sponsorizzazione viene redatto in forma di scrittura privata da registrarsi soltanto in caso d'uso quando il suo importo non supera i 40.000,00 euro. Per importi pari o superiori a 40.000,00 euro il contratto potrà essere stipulato mediante atto pubblico rogato dal Segretario comunale e registrato, su

congrua motivazione del Responsabile della procedura di sponsorizzazione che ne valuta l'opportunità e la convenienza sulla base della natura dell'intera operazione. Tutte le spese relative alla stipulazione dell'atto sono a carico dello sponsor.

2 bis. E' vietata qualsiasi forma di cessione, anche parziale, del contratto di sponsorizzazione.

3. Nel caso di sponsorizzazioni riguardanti la realizzazione di opere pubbliche, compresa la progettazione, l'esecuzione, la direzione lavori, le certificazioni di lavori, i relativi 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.

4. 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 il Comune intende inserire.

5. Gli sponsor che effettuano direttamente i lavori definiti a corrispettivo delle sponsorizzazioni (sponsorizzazione tecnica diretta) devono possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.

6. I soggetti eventualmente individuati dagli sponsor quali esecutori dei lavori definiti a corrispettivo delle sponsorizzazioni (sponsorizzazione tecnica indiretta) devono possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.

Art. 15 – Garanzie e risoluzione automatica

1. A garanzia dell'adempimento del contratto di sponsorizzazione, il Comune può richiedere allo Sponsor, prima della sottoscrizione del contratto, la costituzione di apposita garanzia a favore del Comune stesso, con le modalità e le prescrizioni di cui agli artt. 75 e 113 del D.Lgs. 163/06.

2. Nell'ipotesi di sponsorizzazione tecnica, lo sponsor deve provvedere a pagare direttamente il fornitore di beni o servizi, o l'esecutore dei lavori (S.T. indiretta), ovvero a fornire i beni o servizi o a realizzare l'opera (S.T. diretta), previo nulla osta del Comune di attestazione dell'avvenuta esecuzione delle prestazioni.

3. Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo (sponsorizzazione monetaria) o adempimento della prestazione (sponsorizzazione tecnica) sarà causa di risoluzione, *ipso iure*, del contratto, fatto salvo il diritto di rivalsa da parte del Comune sulle somme versate dallo sponsor a titolo di garanzia.

Art. 16 - Riserva organizzativa

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

2. E', tuttavia, facoltà del Comune, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario (fund raising), previo esperimento di procedura selettiva.

3. I requisiti di partecipazione alla selezione dovranno tenere conto dei seguenti elementi:

- volume d'affari dell'operatore economico (*fund raiser*) dell'ultimo triennio;
- struttura organizzativa (numero dipendenti, filiali ecc.);
- precedenti incarichi di reperimento delle sponsorizzazioni per enti pubblici e/o soggetti privati;
- *curriculum* professionale degli agenti.

4. L'offerta economica verrà valutata sulla base del compenso richiesto dall'agente, da esprimersi in termini di percentuale sul fatturato da sponsorizzazioni procacciate (*royalties*), in base alla tipologia delle iniziative oggetto del contratto di agenzia.

Art. 17 - Accordi di collaborazione

1. La stipulazione di accordi di collaborazione, come definiti all'art. 5 del presente regolamento, avviene mediante convenzione.

2. Nella convenzione sono definiti gli impegni e gli oneri a carico di ciascun soggetto per la realizzazione dell'iniziativa, oltre alle responsabilità reciproche; tale forma di collaborazione esula dal regime dei contratti a prestazioni corrispettive.

3. Nel caso in cui nell'ambito della collaborazione si configurino fattispecie di sponsorizzazione come definite all'art. 5 del presente regolamento, legate ad aspetti di pubblicità del marchio di un soggetto commerciale, l'accordo verrà concluso sotto la forma di contratto a prestazioni corrispettive.

Art. 18 - 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 singole fattispecie di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale vigente in quanto applicabile.

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. Quando il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione è costituito da forniture di beni o servizi o da lavori da effettuare dallo *sponsor* (operazioni permutative), è fatto obbligo di doppia fatturazione, ovvero di fatturazione dello *sponsor* al Comune del valore del bene, del servizio o del lavoro, soggetto ad IVA, e di fatturazione del Comune allo *sponsor* di un pari importo, soggetto ad IVA, per l'attività di sponsorizzazione.

Art. 19 - Verifiche e controlli

1. I contratti di sponsorizzazione sono soggetti a periodiche verifiche da parte dell'unità organizzativa competente per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti contrattuali.

2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente contestate allo *sponsor* a cui deve essere richiesto l'adempimento in forma specifica entro un congruo termine, salvo l'eventuale risarcimento del danno.

Art. 20 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti da contratti di sponsorizzazione

1. Le somme previste nei capitoli interessati alla sponsorizzazione che risultano non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto, sono considerate risparmi di spesa.

2. Le economie di gestione di cui al comma 1) sono utilizzate secondo gli indirizzi definiti annualmente dalla Giunta Comunale per le seguenti finalità:

a) una quota pari almeno al 50% costituisce economia di bilancio;

b) la restante quota, e dunque fino ad un massimo del 50%, può essere destinata alle risorse decentrate ai sensi dell'art.15 comma 1 lett. d) del CCNL 01/04/99 e successive modificazioni ed integrazioni.

Art. 21 – Dichiarazioni in ordine al possesso dei requisiti generali

1. I soggetti *sponsor* affidatari del contratto di sponsorizzazione devono dichiarare nell'ambito del procedimento preliminare alla conclusione del contratto:

- la non appartenenza a organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;

- l'inesistenza dello stato di fallimento, liquidazione coatta o concordato preventivo o di procedure concorsuali in corso, per la dichiarazione di una delle suindicate situazioni;

- di essere in regola con le norme che disciplinano il diritto al lavoro dei disabili, ai sensi della Legge n. 68/99 e ss.mm.ii., ovvero, di non essere tenuti al rispetto delle norme che disciplinano il diritto al lavoro dei disabili;

- che non sono state comminate sanzioni interdittive che importino il divieto di contrattare con la Pubblica Amministrazione o il divieto di pubblicizzare i propri beni o servizi, e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità medesima.

2. L'inesistenza di impedimenti derivanti dalla normativa antimafia o dalla sottoposizione a misure di prevenzione.

Art. 22 - Casi di esclusione delle sponsorizzazioni

1. Il Comune, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare la sponsorizzazione qualora:

a) ritenga che dalla stessa possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;

b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;

c) reputi la sponsorizzazione incompatibile con le proprie finalità.

2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni la cui pubblicità abbia ad oggetto:

a) propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;

b) promozione di tabacco, prodotti alcolici e farmaceutici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, armi;

c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo ed esaltazione del razzismo.

3. Il Comune, con deliberazione della Giunta Comunale, adeguatamente motivata, può rifiutare le sponsorizzazioni che, pur non rientrando fra i casi previsti dai precedenti commi, siano ritenute in contrasto con le proprie finalità istituzionali.

Art. 23 - Trattamento dei dati personali

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste; i singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti del D.Lgs. 196/2003 e ss.mm.ii.

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

PARTE SECONDA
SPONSORIZZAZIONI PER LA REALIZZAZIONE E MANUTENZIONE
DEL VERDE PUBBLICO

Art. 24 - Oggetto

Il presente Regolamento disciplina, in applicazione dell'art. 43 della legge 449/1997 ed in conformità dell'art. 119 del D.P.R. 267/2000, la stipulazione di contratti di sponsorizzazione con soggetti pubblici o privati per la realizzazione, sistemazione e manutenzione ordinaria e straordinaria di aree verdi pubbliche, (quali rotatorie, aiuole, piccoli spazi verdi ad uso pubblico o aree gioco ecc.), site nel territorio del Comune di Marcon.

Art. 25 - Finalità

1. Con il presente regolamento s'intende perseguire non soltanto la finalità di ridurre la spesa pubblica destinata alla cura delle aree verdi comunali, ma anche quella di coinvolgere i cittadini e le imprese a partecipare alla gestione dei beni comuni.
2. Le sponsorizzazioni consentono alle aziende di avere un ritorno di immagine associato ad iniziative pregevoli di interesse pubblico, contribuendo alla cura ed al rispetto del verde come bene di tutta la collettività, consistente nella possibilità di installare nell'area cartelli informativi o di avere una visibilità sul sito web del Comune in apposita sezione, oltre a benefici fiscali previsti dalla legge.

Art. 26 – Individuazione delle aree e programmazione degli interventi

1. Con propria deliberazione, di norma in sede di approvazione annuale del PEG, la Giunta Comunale provvederà ad individuare, di volta in volta, le aree oggetto di sponsorizzazione con la modalità di gestione che si intende realizzare, compreso il periodo minimo di manutenzione, comunque non inferiore all'anno, e quello massimo di realizzazione.
2. Potranno, altresì, essere ammessi, previa apposita valutazione ed approvazione da parte della Giunta stessa, interventi su aree proposte ad iniziativa di parte.
3. Il programma degli interventi e le condizioni di assegnazione delle aree saranno resi pubblici mediante pubblicazione all'Albo e sul sito internet comunali.
4. Spetta alla Giunta, in sede di programmazione, individuare le specifiche di massima degli interventi sulle aree oggetto di sponsorizzazione, stabilendo limiti e principali vincoli conseguenti alla tipologia e conformazione delle aree stesse, nonché, ove necessario, determinare il valore commerciale di tutta l'operazione.
5. Gli spazi gestiti mediante sponsorizzazione dovranno mantenere totalmente la loro funzione di bene pubblico con la medesima destinazione di uso conferita dalle vigenti disposizioni previste negli atti di programmazione urbanistica.

Art. 27 – Modalità di gestione

La gestione può concernere una o entrambe (a seconda dei casi stabiliti) le seguenti forme:

- a) manutenzione ordinaria dell'area, come valore minimo, che consiste a titolo esemplificativo e non esaustivo:
 - nella cura, conservazione e mantenimento in buono stato dei tappeti erbosi e degli arbusti (ivi compresi ad es. i trattamenti contro infestanti, la concimazione, lo sfalcio, la potatura di piante ed arbusti con l'eliminazione di tutte le piante crescenti spontaneamente, ecc.);
 - nella pulizia dell'area, con la raccolta e lo smaltimento della vegetazione di risulta;
 - nella cura e il mantenimento degli impianti esistenti;
- b) nuova formazione o riqualificazione dell'area verde, oltre alle attività elencate nel punto a), previo progetto presentato in sede di partecipazione alla procedura per la selezione dello sponsor, che potrà prevedere, a seconda della tipologia dell'area, uno o più dei seguenti elementi:
 - arredo verde;
 - impianto di irrigazione;
 - impianto di illuminazione;
 - giochi per bambini (fornitura dei beni in regola con le norme di sicurezza, con monitoraggio e controllo periodico degli impianti e delle attrezzature ai fini della sicurezza, sostituzione delle parti mancanti o danneggiate anche da atti vandalici);
 - arredo in genere.

Art. 28 – Modalità di Affidamento e soggetti ammessi

1. Si può pervenire alla stipulazione di un contratto di sponsorizzazione di area verde a seguito di:

A) **individuazione dello Sponsor mediante procedura ad evidenza pubblica**, previa pubblicazione di un bando di gara sul sito web del Comune di Marcon.

In tal caso la domanda di partecipazione, contenente le generalità del richiedente, la ragione sociale dell'impresa, il referente responsabile (con relativo recapito telefonico, fax, e-mail), dovrà essere corredata di:

- dichiarazione attestante l'assenza di impedimenti di qualsiasi natura a stipulare contratti con Pubbliche Amministrazioni;
- relazione tecnica illustrativa e progetto grafico, conformi al bando, redatti e sottoscritti da professionisti abilitati in ragione della tipologia progettuale presentata, che descrivano minuziosamente la proposta di realizzazione/gestione, costituito da idonea planimetria in scala adeguata, riportante il tipo di arbusti o simili da piantumare e la relativa posizione all'interno dell'area; nel caso fosse già allestita, il censimento degli arbusti esistenti e le eventuali modifiche e/o integrazioni che si intende apportare;
- eventuale schema degli impianti tecnologici (es. impianto di irrigazione, di illuminazione) da realizzare con relativo allacciamento;
- indicazione dei tempi di realizzazione;
- calendario del piano di manutenzione, secondo il contenuto minimo di cui al precedente art. 26);
- computo metrico estimativo degli interventi proposti;
- bozzetto a colori dei cartelli di sponsorizzazione, conformi alle indicazioni del bando ed indicazione del loro posizionamento nell'area, nel rispetto delle prescrizioni di cui al successivo articolo 33);

Le domande di partecipazione dovranno pervenire al protocollo del Comune in busta chiusa riportante la seguente dicitura: "Proposta di sponsorizzazione per la gestione dell'area (nome dell'area indicata nell'avviso)", entro la data prevista nell'avviso che, in ogni caso, non potrà essere inferiore a 15 giorni dalla pubblicazione dell'avviso stesso.

B) iniziativa dello sponsor che propone un progetto di sistemazione dell'area richiesta in uso, anche se non prevista nella programmazione dell'Ente. In questo caso il Comune valuta l'interesse pubblico di tale iniziativa e la compatibilità urbanistica dopodiché, in assenza di bando, l'iniziativa stessa viene resa pubblica sul sito web comunale. Se non si presentano altri soggetti interessati, l'ufficio, dopo aver valutato il progetto e prescritto possibili variazioni allo stesso, procede a sottoscrivere un accordo con l'impresa proponente.

Diversamente, nel caso l'area fosse d'interesse anche di altri soggetti, si procede alla pubblicazione di un bando con le modalità di cui alla precedente lett. a).

2. Possono stipulare contratti di sponsorizzazione, in qualità di sponsor, con il Comune di Marcon, in qualità di sponsee, soggetti privati di natura commerciale, in forma singola o collettiva ed associazioni, senza fini di lucro, costituite con atto notarile.

Art. 29 – Indirizzi progettuali

1. Il progetto presentato dai concorrenti deve tenere conto, oltre che di quanto indicato nelle prescrizioni del bando, anche delle seguenti limitazioni:

- il progetto non può contenere elementi riconducibili in maniera specifica e dettagliata alle attività o ai prodotti commercializzati dallo sponsor;
- il progetto deve garantire il rispetto delle norme sulla sicurezza della circolazione stradale con particolare attenzione alle distanze di visibilità;
- è vietata la messa a dimora di siepi o alberature nell'area a margine della strada che, per tipologia o altezza, possano creare ostacolo alla visibilità dei veicoli in transito o che, in caso di ribaltamento, vadano ad interessare il piano viabile;
- il progetto dovrà porre particolare attenzione al paesaggio ed al contesto circostante.

2. Alla scadenza del contratto di sponsorizzazione, gli elementi e le strutture presenti sull'area verde che pubblicizzano la denominazione dello sponsor dovranno essere rimossi senza alcun nocumento per l'area stessa dal punto di vista estetico e del suo perfetto utilizzo.

Art. 30 – Criteri di Affidamento

1. La domanda sarà valutata dal Comune di Marcon a mezzo di apposita Commissione presieduta dal Responsabile del Settore Lavori Pubblici - Patrimonio e composta dal Comandante della Polizia Locale e da un terzo componente, anche appartenente ad altra Pubblica Amministrazione o Ente.

In caso di comprovata impossibilità da parte di uno dei predetti soggetti a far parte della Commissione e/o qualora sussistessero, in capo ad uno dei predetti Commissari, cause di incompatibilità, per cui lo stesso non possa far parte della Commissione, della stessa farà parte il Segretario Comunale in qualità di Presidente, oltre a due responsabili di Settore individuati da quest'ultimo.

2. La Commissione predisporrà una graduatoria per l'individuazione degli sponsor ed affiderà la sponsorizzazione al concorrente il cui progetto ha ottenuto il punteggio complessivo più alto.

3. La graduatoria sarà il risultato dell'assegnazione di un punteggio, attribuito sulla base di criteri determinati di volta in volta nel bando in riferimento ad esempio alla convenienza economica del progetto da intendersi come valore dell'intervento dello sponsor; resta inteso che l'amministrazione valuterà l'opportunità e

l'economicità dell'operazione anche in prospettiva al momento in cui si concluderà la sponsorizzazione ed il Comune dovrà accollarsi l'onere della gestione dell'area; alla durata del periodo di manutenzione mediante sponsorizzazione; alla tempistica di realizzazione della nuova area; alla qualità tecnico-artistica della proposta; al programma di manutenzione (tempistica e tipologia di interventi); all'effetto ed originalità della proposta; alla qualità dei servizi offerti all'utenza (frequenza pulizia dell'area, frequenza di cura delle aiuole e della rasatura dell'erba...) o ad altri aspetti stabiliti dall'amministrazione sulla base della volontà concreta di realizzazione, manutenzione e valorizzazione di una specifica area.

4. La graduatoria in questione sarà utilizzata esclusivamente per l'intervento a cui la stessa è riferita.

5. L'assegnazione della gestione allo sponsor richiedente, con riferimento a ciascuna area, avverrà anche in presenza di una sola domanda, purché il progetto risulti qualitativamente idoneo.

6. La Commissione esaminatrice si riserva la facoltà di non prendere in considerazione proposte di sponsorizzazioni che violano le normative vigenti e/o in contrasto con i progetti comunali di sistemazione ed ampliamento delle aree e della viabilità.

7. Ogni sponsor non può essere affidatario di più di un'area sul territorio comunale, a meno che non vi siano altri richiedenti.

8. L'Amministrazione si riserva la facoltà di non accettare proposte di sponsorizzazione in relazione ad attività particolari degli sponsor che siano in contrasto con gli indirizzi istituzionali dell'Amministrazione stessa, costituenti pregiudizio o danno all'immagine e alle iniziative dell'Ente o che creino conflitto di interessi tra l'attività pubblica e privata.

9. Non saranno prese in considerazione, inoltre, proposte pubblicitarie riguardanti messaggi offensivi, propaganda di natura politica, sindacale, filosofica, religiosa o quant'altro che, a giudizio insindacabile dell'Amministrazione comunale, possano ritenersi inopportune e sconvenienti.

10. Per le aree eventualmente non assegnate, sarà possibile procedere tramite affidamento diretto, valutando proposte presentate successivamente alla chiusura della procedura ad evidenza pubblica.

Art. 31 – Forma del contratto di sponsorizzazione

1. Il rapporto tra il Comune di Marcon e lo sponsor sarà disciplinato da apposito contratto di sponsorizzazione redatto in forma di scrittura privata da registrarsi soltanto in caso d'uso. Tutte le spese relative alla stipulazione dell'atto sono a carico dello sponsor.

2. E' vietata qualsiasi forma di cessione, anche parziale, del contratto di sponsorizzazione.

Art. 32 – Oneri ed obblighi a carico dello sponsor

1. L'assegnazione definitiva dell'area verrà effettuata con determinazione della Responsabile del Settore Lavori Pubblici - Patrimonio e sarà immediatamente vincolante per l'assegnatario, mentre per l'Amministrazione il rapporto diventerà vincolante solo alla sottoscrizione del contratto di sponsorizzazione.

2. L'assunzione del servizio, in proprio o attraverso ditta specializzata, implica in capo allo sponsor la conoscenza di tutte le norme generali e particolari che lo regolano, sia nella fase di realizzazione del progetto sia in quella della manutenzione dell'area verde, in modo tale che lo stesso abbia piena cognizione di tutte le condizioni e circostanze che gli consentano di valutare da subito la convenienza ad assumere la prestazione.

3. In particolare, lo sponsor:

- dovrà avvalersi di personale tecnico qualificato in relazione agli interventi progettati e da realizzare; soprattutto in caso di realizzazione di lavori che richiedano un'organizzazione tecnica di impresa o di interventi specialistici (sistema di illuminazione, irrigazione, ecc.); la qualificazione dei soggetti esecutori dovrà essere comprovata, prima della sottoscrizione del contratto, a norma di legge e/o certificata da un direttore dei lavori iscritto ad apposito albo professionale;
- assumerà tutte le spese per la sistemazione, manutenzione e cura dello spazio interessato per il periodo indicato nell'offerta in modo tale da garantire l'esecuzione di tutte le operazioni indicate e di tutte quelle normalmente necessarie, anche se non indicate, per mantenere in buono stato e decoro le aree avute in gestione;
- assumerà, inoltre, totalmente la responsabilità derivante da danni imputabili alla cattiva manutenzione dell'area; in particolare, dovrà verificare che rami, arbusti o erba non impediscano la visibilità della segnaletica stradale all'interno delle aree (corone di rotazione, aiuole spartitraffico, bordi laterali); dovrà, altresì, segnalare tempestivamente agli uffici comunali qualsiasi danno alla segnaletica viaria insistente sulle strade comunali;
- in caso di formazione e riqualificazione di nuova area, provvederà alla fornitura di nuovi giochi per bambini, ove richiesti, con tutte le certificazioni di sicurezza a norma di legge e con successiva manutenzione e vigilanza al fine di garantirne la sicurezza ed il ripristino in caso di furto o danneggiamento;
- in caso di gestione di area già esistente sulla quale vi siano giochi per bambini, provvederà alla loro manutenzione, con controlli e vigilanza al fine di garantirne la sicurezza ed il ripristino in caso di furto o danneggiamento;

- dovrà avere l'approvazione del Comune per qualsiasi variazione, innovazione, eliminazione o addizione rispetto alle pattuizioni stabilite nel contratto;
- assumerà tutte le spese relative al consumo di energia elettrica ed acqua derivante dai lavori e dalla manutenzione, nonché ogni altra spesa derivante dal rapporto stipulato con l'Amministrazione;
- si impegna al versamento dell'imposta comunale sulla pubblicità e/o di occupazione del suolo pubblico relativamente ai cartelli pubblicitari installati;
- assumerà a proprio carico gli oneri derivanti dall'adozione dei provvedimenti e delle cautele necessarie ed obbligatorie per garantire l'incolumità agli operai, alle persone addette alla gestione ed ai terzi, nonché per evitare danni ai beni pubblici e privati;
- assumerà a proprio carico ogni responsabilità, sia civile che penale, in caso di infortuni, sollevando l'Amministrazione Comunale da qualunque vertenza in merito; a tale fine stipulerà apposita polizza assicurativa di durata pari al periodo contrattuale, di cui un originale andrà consegnato, prima della stipula del contratto, all'Amministrazione Comunale;
- dovrà eseguire tutte le lavorazioni su strada come prescritto dal Codice della Strada e dalla normativa vigente in tema di sicurezza dei lavoratori (realizzare idoneo POS, valutazione dei rischi, adeguata segnaletica di cantiere, ecc.). Lo sponsor, pertanto, si assume totalmente la responsabilità derivante da danni e/o sanzioni correlate direttamente od indirettamente al mancato adempimento delle normative citate;
- verserà una cauzione a favore del Comune pari al 10% dell'importo previsto per la realizzazione delle opere e per l'espletamento del servizio di gestione, finalizzata a garantire il compimento degli impegni assunti. Tale cauzione verrà svincolata e restituita al termine del periodo contrattuale;
- non potrà in alcun modo recintare di sua iniziativa l'area concessa e dovrà consentire l'uso pubblico della stessa; in particolare dovrà essere sempre consentito l'accesso al Comune e per suo conto alle ditte incaricate della manutenzione di impianti e manufatti insistenti sull'area.
Inoltre, qualsiasi elemento arboreo, impiantistico e di arredo urbano inserito nell'area dallo sponsor si intende acquisito al patrimonio comunale al momento della sua realizzazione e lo sponsor non potrà, al termine della gestione, nulla pretendere a titolo di rimborso per qualsiasi onere e spesa sostenuta per l'allestimento e la cura dell'area. Su tali aree l'Amministrazione si riserva, al fine di non incorrere in eccessive spese di gestione, di disporre il ripristino dello stato dei luoghi, che dovrà essere eseguito entro un mese dalla richiesta, a cura e spese dello sponsor; al momento della restituzione dell'area, la medesima dovrà essere in perfette condizioni di manutenzione.

Art. 33 – Ritorno di immagine: cartelli di sponsorizzazione e sito web

1. A fronte della fornitura dei beni e/o servizi offerti dallo sponsor a titolo gratuito, l'Amministrazione Comunale concede un ritorno di immagine mediante la possibilità, per la ditta affidataria dell'area, di installare nell'area stessa cartelli acquistati ed installati a cura e spese dello sponsor il cui numero, forma e dimensione sono stabiliti di volta in volta dalla Giunta, in relazione alle caratteristiche dell'area in questione.
2. I cartelli, oltre a dover prevedere lo stemma comunale e la scritta "Comune di Marcon", dovranno riportare la seguente dicitura: "La realizzazione e la cura di quest'area sono offerte da *Logo, nome e indirizzo della ditta*", nel caso di formazione o riqualificazione di un nuovo spazio verde, *oppure* "La cura di quest'area è offerta da *Logo, nome e indirizzo della ditta*", nel caso in cui lo sponsor fornisca solo la manutenzione di uno spazio verde pubblico già esistente.
3. E' assolutamente vietato modificare il testo sopraccitato, così come è vietato collocare sull'area pubblicità di altre ditte.
4. I cartelli devono essere realizzati con materiale resistente agli agenti atmosferici ed avere le strutture di sostegno e di fondazione calcolate per resistere alla spinta del vento; a tale fine deve essere presentata all'Amministrazione Comunale, prima della sottoscrizione del contratto, idonea dichiarazione tecnica, sottoscritta da professionista abilitato, relativa ai cartelli, attestante che la struttura, compresi gli ancoraggi, è realizzata e posta in opera tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento in modo da garantirne la stabilità e la sicurezza.
5. Inoltre, i cartelli non devono generare confusione con la segnaletica stradale.
6. L'Amministrazione può, per motivate necessità di interesse pubblico, occupare l'area e, se necessario, sciogliere il contratto di sponsorizzazione, senza che nulla possa essere preteso dallo sponsor, prevedendo un rimborso per le eventuali spese effettive sostenute dallo sponsor e appositamente documentate per la cura o formazione dell'area.
7. Nel caso di formazione o riqualificazione di un nuovo spazio verde, l'Amministrazione Comunale concede altresì, un ritorno di immagine alla ditta affidataria dell'area segnalando l'autore e l'oggetto dell'intervento sul sito web dell'Ente.

Art. 34 – Vigilanza e controlli

1. Gli Uffici Comunali, in particolare l'Ufficio Tecnico e l'Ufficio di Polizia Locale, ognuno per le proprie competenze, effettueranno la vigilanza ed il controllo sul rispetto degli obblighi contrattuali assunti dallo sponsor.
2. Qualsiasi carenza o mancanza rilevata a carico dello sponsor sarà contestata allo stesso con le forme ed i modi che, a seconda dell'urgenza, saranno ritenuti più opportuni.
3. La ditta, entro 15 (quindici) giorni, potrà presentare le proprie deduzioni ed osservazioni, dopo di che, anche se non pervenute ed in assenza dell'adozione, da parte della stessa, degli adeguati provvedimenti atti alla risoluzione delle inadempienze contestate, l'Amministrazione adotterà i provvedimenti del caso, ivi compresa la risoluzione del contratto di sponsorizzazione con effetto immediato, tramite semplice raccomandata A.R., incamererà la cauzione ed acquisirà gratuitamente tutti gli impianti e le attrezzature a servizio dell'area.
4. In tal caso lo sponsor dovrà rimuovere, entro 10 (dieci) giorni i cartelli installati ed, in difetto, il Comune vi provvederà d'ufficio addebitando eventuali spese allo sponsor.

Art. 35 – Aspetti fiscali

Qualora la sponsorizzazione abbia per oggetto i servizi di manutenzione del "verde pubblico" con collocazione di cartelli pubblicitari su un'area appartenente al demanio o al patrimonio indisponibile dell'Ente pubblico risulta integrato il presupposto impositivo della tassa per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche (c.d. TOSAP) di cui all'art. 38 del D.Lgs. 507/93, con la conseguenza che la prestazione resa dall'Ente pubblico riveste natura tributaria ed è quindi irrilevante agli effetti dell'IVA per carenza del presupposto oggettivo di cui all'art. 3 del DPR 633/72, mentre i servizi di manutenzione effettuati a titolo gratuito dallo *sponsor* sono imponibili ai fini IVA sulla base del loro valore normale secondo quanto previsto dall'art. 13, comma 2, lett. d) DPR 633/72. In questo caso, pertanto, il solo sponsor dovrà emettere fattura all'Ente per la prestazione di manutenzione effettuata gratuitamente.

Art. 36 – Economie e risparmio di spesa

I risparmi di spesa derivanti dai contratti di sponsorizzazione saranno destinati nella percentuale di volta in volta stabilita dalla Giunta Comunale ad implementare il fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività e la restante percentuale andrà a costituire economia di bilancio.

Art. 37 – Norme finali e di rinvio

Per quanto non espressamente previsto nel presente regolamento, si fa riferimento alle norme vigenti in materia, in particolare, al Codice Civile, al Codice della Strada ed al relativo Regolamento di attuazione, alle prescrizioni comunali, al regolamento comunale sulle sponsorizzazioni in generale e a quanto contenuto di volta in volta nel bando di gara per la selezione dello sponsor.

Art. 38 – Entrata in vigore

1. Il presente regolamento entra in vigore dopo la pubblicazione all'Albo, intervenuta l'esecutività della deliberazione di approvazione del Consiglio Comunale.
2. Il presente regolamento viene, altresì, ripubblicato all'Albo per ulteriori 15 giorni dall'esecutività e pubblicato sul sito web del Comune, al fine di garantirne la massima conoscibilità.