



COMUNE DI ALZANO LOMBARDO

PROVINCIA DI BERGAMO

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

APPROVATO DAL CONSIGLIO COMUNALE CON DELIBERAZIONE N. ___ DEL _____

Art. 1 Oggetto e finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della L. 27 dicembre 1997 n. 449, nell'art. 119 del D.Lgs. 18 agosto 2000 n. 267 e negli art. 19, 80 e 151 del D.Lgs. 18 aprile 2016 n. 50.
2. Le iniziative di sponsorizzazione sono finalizzate a sostenere e migliorare i servizi prestati, a valorizzare e tutelare il patrimonio artistico e culturale, realizzare progetti ed erogare servizi a carattere innovativo – sperimentale conseguendo economie di spesa e/o contribuendo a calmierare i costi di gestione e manutenzione di determinate strutture.
3. Allo scopo di agevolare l'intervento degli sponsor nel finanziamento delle attività del Comune, le disposizioni del presente regolamento devono essere interpretate ed applicate nel significato più favorevole alla possibilità di addivenire alla sponsorizzazione.

Art. 2 Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
 - a) per “contratto di sponsorizzazione”: un contratto bilaterale a prestazioni corrispettive mediante il quale una parte, l'amministrazione comunale (sponsee) garantisce ad un terzo (sponsor) la possibilità di pubblicizzare, in appositi spazi, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, i servizi e simili, nei modi previsti dallo stesso contratto, a fronte dell'obbligo dello sponsor di pagare un determinato corrispettivo in denaro, a fornire beni o a prestare servizi o ad eseguire lavori o, comunque, a fornire una prestazione diretta o indiretta a favore del Comune;
 - b) per “sponsor”: il soggetto che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;
 - c) per “sponsee”: il soggetto che si obbliga verso un determinato corrispettivo (somma di denaro o prestazione) ad associare alla propria attività il nome/logo/marchio/immagine/segno distintivo dello sponsor;
 - d) per “sponsorizzazione tecnica”: la sponsorizzazione dove il contributo di un soggetto (sponsor) a favore del Comune (sponsee) è costituito dalla realizzazione di lavori o dalla prestazione di servizi o forniture, direttamente inerenti lo svolgimento dell'attività oggetto di sponsorizzazione;
 - e) per “sponsorizzazione pura o finanziaria”: la sponsorizzazione dove il contributo di un soggetto (sponsor) a favore del Comune (sponsee) è costituito esclusivamente dall'erogazione di una somma di denaro;
 - f) per “sponsorizzazione mista”: la sponsorizzazione risultante dalla combinazione delle due precedenti tipologie;
 - g) per “sponsorizzazione su beni culturali”: la sponsorizzazione relativa a lavori sui beni culturali e alle prestazioni di servizi e forniture in essi inglobati e ad essi strumentali;
 - h) per “spazio pubblicitario”: lo spazio fisico o digitale o qualsiasi altro supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor.

Art. 3 Contenuto delle sponsorizzazioni, destinatari e criteri di ammissibilità

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con operatori economici per realizzare o acquisire, a titolo gratuito, beni, servizi, prestazioni o attività inseriti nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio comunale; il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di un'economia di bilancio, totale o parziale, rispetto allo stanziamento disposto.

2. Possono essere sponsorizzati servizi, attività, forniture, iniziative e lavori pubblici; la sponsorizzazione può coprire in tutto o in parte la spesa che il Comune dovrebbe sostenere e può consistere sia in un conferimento di denaro, sia in un'obbligazione di dare o fare da parte dello sponsor.
3. Il contratto di sponsorizzazione si concretizza in una minore spesa o una maggiore entrata o nella realizzazione anche parziale di uno degli interventi previsti nell'elenco annuale e nel piano triennale delle opere pubbliche.
4. La sponsorizzazione è ammessa, sempre che sia compatibile con la natura istituzionale del Comune, a condizione che siano perseguiti interessi pubblici e previa redazione di un piano finanziario che dimostri la convenienza per il Comune.
5. Allo scadere del periodo di sponsorizzazione lo sponsor non potrà richiedere corrispettivi, rimborsi e/o vantare qualunque altra pretesa economica e/o diritti reali di godimento. Le eventuali opere eseguite ed i beni forniti resteranno di proprietà del Comune di Alzano Lombardo.
6. Nel caso di esecuzione diretta di opere, anche tramite affidamento a ditta di fiducia, lo Sponsor si impegna a realizzare gli interventi di che trattasi a totale sua cura e spese, sollevando contestualmente il Comune di Alzano Lombardo da qualsiasi impegno economico e/o controversie che potrebbero insorgere con i fornitori e/o con le imprese esecutrici.

Art. 4 Individuazione delle iniziative oggetto di sponsorizzazione

1. Il ricorso alle sponsorizzazioni può riguardare tutte le iniziative (beni, servizi, lavori) programmate ed a carico del bilancio comunale.
2. Le iniziative oggetto di sponsorizzazione, salvo quanto previsto al successivo art. 8, vengono prioritariamente individuate dalla Giunta comunale, la quale definisce un elenco annuale tenendo conto, a seconda della tipologia di iniziativa, di criteri di difficoltà e/o complessità gestionale, costi di manutenzione, visibilità, qualità (ambientale, artistica, architettonica...).
3. L'elenco potrà contenere:
 - a) aree a verde pubblico;
 - b) lavori per la realizzazione o per la manutenzione di opere a destinazione pubblica;
 - c) interventi di restauro e manutenzione di beni immobili, mobili e delle superfici decorate di beni architettonici sottoposti a tutela della Soprintendenza per i beni architettonici e per il paesaggio;
 - d) compartecipazione ai costi di gestione e manutenzione di strutture comunali ad uso pubblico;
 - e) eventi comunali culturali, sociali, sportivi.
4. Ove necessario, la Giunta Comunale nell'ambito delle proprie scelte discrezionali e sulla base della programmazione, può apportare nel corso dell'anno giuste variazioni all'elenco stilato. L'elenco viene aggiornato di norma all'inizio di ogni anno.
5. Ogni ulteriore proposta relativa a iniziative di sponsorizzazione a cura dei Responsabili di Area sarà sottoposta alla Giunta comunale per l'approvazione.
6. Per ogni singola progettualità la Giunta Comunale determina condizioni e termini della sponsorizzazione.

Art. 5 Corrispettivo della sponsorizzazione

1. Il corrispettivo offerto per la sponsorizzazione può consistere:
 - a) in una somma di denaro;
 - b) in servizi, lavori e forniture, acquisiti o realizzati a cura e a spese dello sponsor;

2. Nel caso di cui al comma 1 lett. a) (somma di denaro):
 - a) la realizzazione dell'iniziativa, compresa l'individuazione dell'esecutore materiale delle prestazioni, sarà effettuata dal Comune secondo le ordinarie procedure;
 - b) il versamento dell'importo economico necessario alla realizzazione dell'iniziativa di sponsorizzazione, dovrà avvenire contestualmente alla sottoscrizione del contratto di sponsorizzazione o secondo le tempistiche ivi definite.
3. Nel caso di cui al comma 1 lett. b) (servizi, lavori e forniture),
 - a) gli esecutori materiali delle prestazioni individuati dallo sponsor devono essere in possesso di tutti i requisiti specifici necessari per contrattare con le amministrazioni pubbliche;
 - b) lo sponsor acquisisce la qualificazione di committente dei lavori ai fini del D. Lgs. 81/08, restando in capo allo stesso tutti gli adempimenti e le responsabilità correlate.

Art. 6 Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1. L'affidamento di contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi o forniture per importi superiori a 40.000 euro è soggetto esclusivamente alla previa pubblicazione sul sito internet del Comune di Alzano Lombardo, per almeno 30 giorni, di apposito avviso, con il quale si renda nota la ricerca di *sponsor* per specifici interventi, ovvero si comunichi l'avvenuto ricevimento di una proposta di sponsorizzazione.
2. La pubblicazione dell'avviso avviene a cura del Responsabile di Area competente in relazione all'iniziativa da sponsorizzare.
3. L'avviso indica sinteticamente il contenuto del contratto proposto e deve contenere, in particolare:
 - a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti di volta in volta specificati in relazione all'iniziativa oggetto di sponsorizzazione;
 - b) l'esatta determinazione dello spazio pubblicitario utilizzabile e la durata della pubblicità;
 - c) l'importo minimo eventualmente richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
 - d) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione;
 - e) le modalità e i criteri di valutazione delle offerte di sponsorizzazione;
 - f) la disciplina della facoltà di recesso e le modalità di risoluzione contrattuale.
4. L'offerta deve, di regola, contenere:
 - a) i dati relativi al proponente;
 - b) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
 - c) il corrispettivo offerto;
 - d) l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni;
 - e) l'accettazione di tutte le condizioni previste nell'avviso pubblicato/lettera d'invito.
5. L'offerta deve essere accompagnata da autocertificazione attestante l'inesistenza dei motivi di esclusione di cui all'articolo 80 del D.Lgs. 50/2016, riferita, in caso di persona giuridica, a tutti i soggetti muniti di poteri di rappresentanza.
6. In caso di importo inferiore a 40.000,00 euro l'avviso può essere sostituito da un invito ad almeno n. 5 (cinque) operatori economici scelti sulla base di un'indagine ufficiosa di mercato. La lettera d'invito e l'offerta devono contenere tutti gli elementi di cui ai precitati commi 3 e 4.
7. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate, in seduta pubblica, dal Responsabile di Area competente, che può avvalersi di una commissione, nel rispetto dei criteri definiti nell'avviso di sponsorizzazione/lettera d'invito e dei principi di imparzialità e di parità di trattamento.

8. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo Sponsor e dal Responsabile di Area competente.

Art. 7 Non accoglimento delle proposte di sponsorizzazioni

1. Sono in ogni caso escluse le proposte di sponsorizzazioni qualora:
 - a) possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
 - b) si ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla propria immagine o alle proprie iniziative;
 - c) si ravvisino motivi di inopportunità generale;
 - d) si reputi inaccettabile per motivi di pubblico interesse;
 - e) riguardino propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - f) riguardino pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di materiale pornografico o a sfondo sessuale, tabacco, bevande alcoliche, armi, slot machine, scommesse e altro gioco d'azzardo;
 - g) riportino messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, discriminazione, odio o minaccia o comunque lesive della dignità umana, o collegabili a maltrattamenti e/o violenza sugli animali.

Art. 8 Recepimento di offerte spontanee

1. Qualora la proposta di sponsorizzazione sia presentata da soggetti terzi al Comune, i quali offrano spontaneamente beni, servizi, opere, contributi, attrezzature o quanto altro ritenuto necessario a rendere un servizio al cittadino, il Responsabile di Area competente sottopone la relativa proposta alla Giunta comunale che, se la ritiene di proprio interesse, autorizza l'attivazione del conseguente iter gestionale, ponendo a base di gara l'offerta spontanea di sponsorizzazione.
2. L'avviso esplicita l'intento del Comune di procedere al reperimento di sponsorizzazioni finalizzate alla realizzazione di tale attività. Alla scadenza dei termini fissati nell'avviso, si procede, tramite selezione delle proposte pervenute, all'individuazione dello sponsor, sulla base di criteri prestabiliti.
3. L'originario soggetto promotore potrà adeguare la propria proposta a quella giudicata dal Comune più conveniente; in questo caso il promotore sarà individuato come sponsor.

Art. 9 Contratto di sponsorizzazione

1. La sponsorizzazione è formalizzata attraverso un apposito Contratto nel quale, in particolare, sono stabiliti:
 - a) l'oggetto, la finalità e la durata;
 - b) il diritto dello sponsor all'utilizzazione esclusiva, ovvero non esclusiva, degli spazi pubblicitari;
 - c) l'importo della sponsorizzazione;
 - d) le modalità di svolgimento della sponsorizzazione, le garanzie richieste e le responsabilità;
 - e) gli obblighi dello sponsor e la disciplina sanzionatoria in caso di inadempimento;
 - f) la disciplina della facoltà di recesso e le modalità di risoluzione contrattuale;
 - g) le prescrizioni in materia di controversie e di spese contrattuali,
 - h) il termine di emissione della documentazione fiscale.

2. Il contratto di sponsorizzazione non può essere ceduto a terzi, a pena nullità, fatte salve le vicende soggettive dell'esecutore del contratto disciplinate all'art. 106 comma 1 lett. d) n. 2 del del D.Lgs. 50/2016.
3. Tutte le spese, le imposte, le tasse dipendenti e conseguenti al contratto sono a carico dello Sponsor.

Art. 10 Contratto di sponsorizzazione per la sistemazione e manutenzione di aree a verde pubblico

1. La Giunta Comunale individua l'elenco e la classificazione delle aree a verde pubblico soggette a sistemazione e manutenzione, di cui al precedente art. 4 comma 3) lett. a), unitamente al numero, alla tipologia ed alla dimensione dei cartelli pubblicitari da collocarsi presso l'area verde oggetto di sponsorizzazione.
2. Ai relativi contratti di sponsorizzazione si applicano i principi per la scelta dello sponsor, come previsto nel precedente art. 6.
3. Gli interventi finalizzati alla corretta gestione delle aree verdi, da effettuarsi nel rispetto di tutte le norme tecniche e precauzionali ed in conformità ai disposti del d.lgs. 81/2008 e s.m.i., possono riguardare:
 - a) la manutenzione ordinaria;
 - b) la manutenzione straordinaria e la riqualificazione, previa presentazione da parte dello Sponsor di un progetto all'Ufficio Tecnico ed ottenimento di parere favorevole da parte dell'Amministrazione Comunale.
4. Lo Sponsor deve impegnarsi nella realizzazione degli interventi con continuità, prestando la propria opera in conformità a quanto stabilito nel contratto di sponsorizzazione. Impedimenti di qualsiasi natura alla realizzazione o prosecuzione dell'intervento devono essere tempestivamente segnalati all'Amministrazione Comunale affinché possa adottare gli opportuni provvedimenti.
5. La durata dell'affidamento delle singole aree verdi non può essere inferiore a 1 (uno) anno e non può superare i 5 (cinque) anni.
6. Le aree verdi oggetto di contratto di sponsorizzazione mantengono le funzioni ad uso pubblico, in base alle funzioni stabilite dagli strumenti urbanistici preesistenti.

Art. 11 Contratto di sponsorizzazione per la realizzazione di opere pubbliche

1. La Giunta Comunale individua l'elenco e la classificazione dei lavori per la realizzazione o per la manutenzione di opere a destinazione pubblica, di cui al precedente art. 4 comma 3) lett. b), unitamente al numero, alla tipologia ed alla dimensione dei cartelli pubblicitari da collocarsi presso le opere oggetto di sponsorizzazione.
2. Ai relativi contratti di sponsorizzazione si applicano i principi per la scelta dello sponsor, come previsto nel precedente art. 6, nonché le disposizioni vigenti in materia relativi ai requisiti soggettivi dei progettisti e degli esecutori del contratto.
3. I contratti stipulati ai sensi del presente articolo contengono l'esatta individuazione e quantificazione dei lavori da effettuarsi, le modalità di svolgimento degli stessi, nonché i profili utili alla loro correlazione con le attività di veicolazione dei segni distintivi dello sponsor.
4. Nel contratto devono essere definite le modalità di verifica e di controllo, nonché la rispondenza e la conformità dei lavori al progetto o altri parametri ed indicatori di qualità che l'Amministrazione comunale intende richiedere.
5. È di competenza dell'Amministrazione comunale l'approvazione del progetto preliminare, definitivo ed esecutivo, nonché i collaudi, ivi compresi quelli in corso d'opera.
6. Gli sponsor che effettuano direttamente i lavori, definiti come corrispettivo delle sponsorizzazioni, devono possedere i requisiti di qualificazione e le attestazioni per lo

svolgimento di tali attività nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia. I soggetti eventualmente individuati dagli sponsor quali esecutori dei lavori devono possedere i requisiti di qualificazione e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.

7. La durata del contratto di sponsorizzazione sarà definita in relazione al valore economico della prestazione resa.

Art. 12 Contratto di sponsorizzazione di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale

1. La Giunta Comunale individua l'elenco e la classificazione degli interventi di restauro e manutenzione di beni immobili, mobili e delle superfici decorate di beni architettonici sottoposti a tutela della Soprintendenza per i beni architettonici e per il paesaggio, di cui al precedente art. 4 comma 3) lett. c), unitamente al numero, alla tipologia ed alla dimensione dei cartelli pubblicitari da collocarsi presso le opere oggetto di sponsorizzazione.
2. Ai relativi contratti di sponsorizzazione si applicano i principi per la scelta dello sponsor, come previsto nel precedente art. 6, nonché le disposizioni vigenti in materia relativi ai requisiti soggettivi dei progettisti e degli esecutori del contratto.
3. Nel caso in cui l'individuazione dell'esecutore dei lavori sia rimessa allo sponsor, il soggetto scelto deve essere in possesso di tutti i requisiti di qualificazione previsti dalla normativa vigente relativamente alla tipologia dell'intervento.
4. L'Amministrazione impartisce le prescrizioni opportune in ordine alla progettazione, alla direzione ed all'esecuzione dei lavori ed esercita i poteri di sorveglianza, al fine di garantire il rispetto della normativa di settore.
5. I contratti di sponsorizzazione inerenti beni culturali sono preventivamente sottoposti alla Soprintendenza competente in relazione alla tipologia dell'intervento, al fine di ottenere i nulla osta o gli atti di assenso normativamente richiesti e alla Soprintendenza per i beni architettonici e per il paesaggio al fine di assicurare che l'esposizione pubblicitaria sia effettuata in forme compatibili con il carattere artistico o storico, l'aspetto e il decoro del bene.
6. La durata del contratto di sponsorizzazione sarà definita in relazione al valore economico della prestazione resa.

Art. 13 Contratto di sponsorizzazione di compartecipazione ai costi di gestione e manutenzione di strutture comunali ad uso pubblico

1. La Giunta Comunale individua l'elenco e la classificazione delle strutture comunali ad uso pubblico, di cui al precedente art. 4 comma 3) lett. d) che comportino elevati costi di gestione e manutenzione, unitamente al numero, alla tipologia ed alla dimensione dei cartelli pubblicitari da collocarsi presso le strutture oggetto di sponsorizzazione.
2. Ai relativi contratti di sponsorizzazione si applicano i principi per la scelta dello sponsor, come previsto nel precedente art. 6.
3. La durata del contratto di sponsorizzazione sarà definita in relazione al valore economico della prestazione resa/somma di denaro erogata.

Art. 14 Contratto di sponsorizzazione di eventi comunali culturali, sociali, sportivi

1. La Giunta Comunale individua l'elenco e la classificazione delle iniziative comunali culturali, sociali, sportive, di cui al precedente art. 4 comma 3) lett. e), unitamente al numero e/o tipologia di spazi pubblicitari a disposizione in relazione alle singole iniziative oggetto di sponsorizzazione.
2. Ai relativi contratti di sponsorizzazione si applicano i principi per la scelta dello sponsor, come previsto nel precedente art. 6.

3. I contratti stipulati ai sensi del presente articolo, (stipulati esclusivamente in formato digitale) contengono l'esatta individuazione e quantificazione degli spazi pubblicitari, il periodo temporale coperto, le attività di veicolazione del messaggio e, in caso di materiale a stampa, il numero delle copie.
4. La durata del contratto di sponsorizzazione sarà pari al periodo temporale di esposizione pubblicitaria e di svolgimento dell'evento/iniziativa oggetto di sponsorizzazione.

Art. 15 Materiale pubblicitario

1. La competenza degli oneri derivanti dalla realizzazione del materiale pubblicitario è definita nel contratto di sponsorizzazione in relazione alle diverse fattispecie:
 - a) qualora la realizzazione del materiale pubblicitario sia a carico dello sponsor, in sede di offerta dovrà essere presentata la relativa bozza secondo le indicazioni dell'avviso/lettera d'invito;
 - b) qualora la realizzazione del materiale pubblicitario sia a carico del Comune, a seguito della comunicazione relativa all'affidamento del contratto, lo sponsor dovrà depositare entro i successivi 15 giorni il proprio logo in formato idoneo ad essere utilizzato per l'adempimento di tali obblighi. Lo sponsor si impegna altresì a trasmettere ed a comunicare tempestivamente eventuali variazioni dello stesso.

L'ipotesi di cui al punto b) potrà essere effettuata esclusivamente se consentito dalla normativa in vigore in relazione ai vincoli di limitazione di spesa imposti agli enti locali.

2. L'esposizione dei cartelli è assoggettata all'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità con tariffa ridotta alla metà come da art. 27 comma 1 lettera b) del Regolamento comunale approvato dal Consiglio con atto n. 12 del 12/04/1995.

Art. 16 Versamento dei proventi delle sponsorizzazioni

1. Il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione deve essere eseguito con le modalità previste per ciascuna iniziativa, ivi compresa, eventualmente, la costituzione di idonee garanzie.

Art. 17 Aspetti fiscali

1. Qualora il contratto di sponsorizzazione comporti l'erogazione di somme di denaro da parte dello sponsor, il Comune emette fattura per il relativo importo.
2. Qualora il contratto di sponsorizzazione comporti una prestazione di dare o fare da parte dello sponsor, il Comune emette fattura per il valore della promozione d'immagine fornita e lo sponsor emette fattura per il valore dei beni ceduti, ovvero delle prestazioni rese al Comune di pari importo.

Art. 18 Verifiche e controlli

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del responsabile del procedimento della singola iniziativa di sponsorizzazione, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti previsti, per i contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi.
2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente contestate allo sponsor; la contestazione e l'applicazione di eventuali penalità producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

Art. 19 Controversie

1. Ogni controversia relativa all'interpretazione, esecuzione o risoluzione del contratto è devoluta al Foro di Bergamo, con esclusione del deferimento ad arbitri.

Art. 20 Trattamento dei dati personali

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento sono trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste.
2. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dal D.Lgs. 30 giugno 2003, n.196 e successive modifiche ed integrazioni.
3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Alzano Lombardo. Responsabile dei dati è il Responsabile di Area cui è affidata l'iniziativa di sponsorizzazione. I dati, inoltre, possono essere portati a conoscenza dei preposti alla pratica, in qualità di incaricati del trattamento.
4. I dati personali possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento.

Art. 21 Norme di rinvio e adeguamento a norme di legge

1. Per quanto non previsto dal presente regolamento si applica la normativa vigente in materia.
2. Il presente regolamento si intende automaticamente modificato ogni qualvolta norme di legge o aventi valore di legge prevedano disposizioni diverse.

INDICE

Art. 1 Oggetto e finalità	2
Art. 2 Definizioni	2
Art. 3 Contenuto delle sponsorizzazioni, destinatari e criteri di ammissibilità	2
Art. 4 Individuazione delle iniziative oggetto di sponsorizzazione	3
Art. 5 Corrispettivo della sponsorizzazione	3
Art. 6 Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor	4
Art. 7 Non accoglimento delle proposte di sponsorizzazioni	5
Art. 8 Recepimento di offerte spontanee	5
Art. 9 Contratto di sponsorizzazione	5
Art. 10 Contratto di sponsorizzazione per la sistemazione e manutenzione di aree a verde pubblico	6
Art. 11 Contratto di sponsorizzazione per la realizzazione di opere pubbliche	6
Art. 12 Contratto di sponsorizzazione di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale	7
Art. 13 Contratto di sponsorizzazione di compartecipazione ai costi di gestione e manutenzione di strutture comunali ad uso pubblico	7
Art. 14 Contratto di sponsorizzazione di eventi comunali culturali, sociali, sportivi	7
Art. 15 Materiale pubblicitario	8

Art. 16 Versamento dei proventi delle sponsorizzazioni	8
Art. 17 Aspetti fiscali	8
Art. 18 Verifiche e controlli	8
Art. 19 Controversie	9
Art. 20 Trattamento dei dati personali	9
Art. 21 Norme di rinvio e adeguamento a norme di legge	9