



COMUNE DI OTTATI

Provincia di Salerno



Via XXIV Maggio, 53 – C.A.P. 84020
Sito Web: www.comune.ottati.sa.it

Tel. e Fax : 0828 966002 – 966244 C.F 00547700658
Pec: protocollo.ottati@asmepec.it

COPIA

DELIBERA CONSIGLIO COMUNALE N. 10 DEL 03/09/2020

Oggetto: Approvazione Regolamento Comunale sulle Sponsorizzazioni.

L'anno 2020, addì tre, del mese di Settembre, alle ore 18:30, nella usuale sala delle adunanze del Consiglio Comunale della Sede Municipale, sita in Via XXIV Maggio n. 53, a seguito di convocazione disposta dal Sindaco, notificata a ciascun Consigliere Comunale nelle forme di Legge, si è legalmente radunato il Consiglio Comunale in seduta pubblica e ordinaria. A seguito di appello nominale, risultano i seguenti Consiglieri Comunali:

NR.	COGNOME	NOME	CARICA	PRESENTI	ASSENTI
1	Guadagno	Elio	Sindaco	X	
2	Fasano	Franco		X	
3	Luongo	Martino		X	
4	Pepe	Maria Teresa		X	
5	Costantino	Angelo		X	
6	Pugliese	Davide		X	
7	Francione	Antonio	Capogruppo di Maggioranza	X	
8	Sabetta	Basilio		X	
9	Doddato	Eduardo	Capogruppo di Minoranza	X	
10	Monaco	Daniele			X
11	Marino	Biagio		X	
TOTALE PRESENTI ED ASSENTI				10	1

PRESIEDE la seduta il Sindaco, Elio Guadagno.

PARTECIPA alla seduta il Segretario Comunale, Dott. Carlo Onnembo, il quale assume funzioni consultive, referenti e verbalizzante.

Attestata dal sig. Elio Guadagno, la regolarità e correttezza dell'azione amministrativa mediante parere favorevole di regolarità tecnica sul presente provvedimento, espresso ai sensi dell'art.

49, comma, 1 del T.U. n. 267/2000, come introdotto dall'art. 3 co. 5 del D.L. 10.10.2012, n. 174, convertito con Legge n. 213/2012.

Il Responsabile dell'Area Amministrativa

F.to Elio Guadagno

IL CONSIGLIO COMUNALE

PREMESSO:

- che con l'entrata in vigore della legge di riforma dell'ordinamento delle autonomie locali n. 142/90 è stata riconosciuta autonomia normativa agli enti locali;
- che siffatta potestà, statutaria e regolamentare, è stata ribadita dal Testo Unico Enti Locali che all'art. 7, rubricato "*Regolamenti*" statuisce *expressis verbis*: "*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 delle funzioni.*"
- che sulla stessa linea si è posta la Costituzione, che a seguito della novellazione attuata dalla legge di riforma n. 3/2001, all'art. 117, comma 6, prevede: "*I Comuni, le Province e le Città metropolitane hanno potestà regolamentare in ordine alla disciplina dell'organizzazione e dello svolgimento delle funzioni loro attribuite.*"
- che, salvo l'ipotesi residuale del regolamento sull'ordinamento degli uffici e dei servizi demandato alla Giunta Comunale, l'esercizio del potere normativo spetta al Consiglio Comunale ex art. 42, comma 1 lett. a);

CONSIDERATO che il Comune di Ottati intende adottare un Regolamento disciplinante le sponsorizzazioni passive ovvero sia un contratto atipico a prestazioni corrispettive mediante il quale lo *sponsor* offre le proprie prestazioni nei confronti della pubblica amministrazione (*sponsee*), la quale si obbliga verso il primo a pubblicizzare in appositi spazi nome, logo, marchio o prodotti durante lo svolgimento di determinate attività;

VISTO l'articolo 19 del D.Lgs. n. 50/2016 che stabilisce:

"L'affidamento di contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi o forniture per importi superiori a quarantamila euro, mediante dazione di danaro o accollo del debito, o altre modalità di assunzione del pagamento dei corrispettivi dovuti, è soggetto esclusivamente alla previa pubblicazione sul sito internet della stazione appaltante, per almeno trenta giorni, di apposito avviso, con il quale si rende nota la ricerca di sponsor per specifici interventi, ovvero si comunica l'avvenuto ricevimento di una proposta di sponsorizzazione, indicando sinteticamente il contenuto del contratto proposto. Trascorso il periodo di pubblicazione dell'avviso, il contratto può essere liberamente negoziato, purchè nel rispetto dei principi di imparzialità e di parità di trattamento fra gli operatori che abbiano manifestato interesse, fermo restando il rispetto dell'articolo 80.

2. *Nel caso in cui lo sponsor intenda realizzare i lavori, prestare i servizi o le forniture direttamente a sua cura e spese, resta ferma la necessità di verificare il possesso dei requisiti degli esecutori, nel rispetto dei principi e dei limiti europei in materia e non trovano applicazione le disposizioni nazionali e regionali in materia di contratti pubblici di lavori, servizi e forniture, ad eccezione di quelle sulla qualificazione dei progettisti e degli esecutori. La stazione appaltante impartisce*

opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere o forniture e alla direzione dei lavori e collaudo degli stessi.

VISTO lo schema di regolamento allegato al presente deliberato;

ACQUISITO il prescritto parere di regolarità tecnica ex art. 97 del Tuel;

CON VOTI favorevoli n. 08, astenuti n. 02 (Consiglieri Doddato e Marino) legalmente resi,

DELIBERA

- 1. DI APPROVARE** l'allegato Regolamento comunale disciplinante i contratti di sponsorizzazione;
- 2. DI PUBBLICARE** il medesimo atto regolamentare nell'apposita Sezione di *"Amministrazione Trasparente"*;
- 3. DI DICHIARARE** il presente deliberato immediatamente esecutivo ai sensi e per gli effetti dell'art. 134, comma 4, del D. Lgs. n. 267/2000 con ulteriore e separata votazione avente il medesimo esito.



COMUNE DI OTTATI

Provincia di Salerno

**REGOLAMENTO COMUNALE
SULLE SPONSORIZZAZIONI**

INDICE

- Art. 1 - Oggetto e finalità**
- Art. 2 - Definizione**
- Art. 3 – Individuazione, programmazione e gestione delle sponsorizzazioni**
- Art. 4 – Diritto di rifiuto, esclusioni oggettive e soggettive**
- Art. 5 – Corrispettivo delle sponsorizzazioni**
- Art. 6 – Pagamento del corrispettivo in denaro della sponsorizzazione**
- Art. 7 – Esclusiva generale e commerciale**
- Art. 8 – Scelta dello sponsor**
- Art. 9 – Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor**
- Art. 10 – Affidamento diretto**
- Art. 11 – Qualificazione dello sponsor**
- Art. 12 – Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione**
- Art. 13 – Sponsorizzazione accessorie a contratti d'appalto**
- Art. 14 – Sponsorizzazione di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela
artistica, architettonica e culturale**
- Art. 15 – Affidamento del servizio di ricerca dello sponsor**
- Art. 16 – Aspetti contabili e fiscali**
- Art. 17 – Controlli**
- Art. 18 – Incentivazione della produttività**
- Art. 19 – Rinvio**
- Art. 20 – Entrata in vigore**

Regolamento Comunale sulle Sponsorizzazioni

ART. 1

OGGETTO E FINALITÀ

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione di iniziative organizzate e gestite dal Comune, in attuazione delle disposizioni dell'art. 43 della Legge 449/1997, dell'art. 119 del D. Lgs. 267/2000, dell'art. 120 del D. Lgs. 42/2004, del D. Lgs. 50/2016, e con riferimento all'art- 1, comma 1-bis, della Legge 241/1990.
2. Il ricorso alle sponsorizzazioni costituisce un'opportunità innovativa di finanziamento delle attività del Comune ed è finalizzato a favorire il miglioramento organizzativo e l'ottenimento di proventi di entrata o risparmi di spesa nel perseguimento del pubblico interesse.

ART. 2

DEFINIZIONI

1. Ai fini del presente regolamento, si intende:
 - a) per "contratto di sponsorizzazione": un contratto 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 (*sponsee*) la quale le 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 e non di risultato, pertanto esse deve intendersi adempiuta quando vi sia stata la realizzazione dell'evento, iniziativa o progetto dedotto nel contratto, indipendentemente dall'effettivo ritorno di immagine;
 - b) per "sponsorizzazione" o "sponsor": il soggetto che, al fine di incrementare la notorietà dei propri segni distintivi, stipula il contratto di sponsorizzazione;
 - c) per "sponsorizzato" o "sponsee": il soggetto che rende la prestazione di mezzi consistente nel mettere a disposizione la possibilità di pubblicizzare i segni distintivi dello sponsor nell'ambito di propri eventi, iniziative o progetti;
 - d) per "spazio pubblicitario": lo spazio fisico o digitale o qualsiasi altro supporto atto alla veicolazione di informazioni, messo a disposizione dello sponsor.

A titolo esemplificativo, i progetti di sponsorizzazione possono essere classificati in due tipologie generali:

- **Progetti di sponsorizzazione il cui veicolo è rappresentato dallo svolgimento di attività dell'ente, tra questi:**
 1. **sponsorizzazione di eventi sportivi, culturali, formativi, sociali, turistici, etc.;**
 2. **cura di aree verdi affidate a terzi (il marchio del terzo è esposto presso l'area verde curata dall'ente a spese del terzo o curata direttamente dal terzo);**
 3. **servizi di manutenzione e altri servizi erogati dallo sponsor come corrispettivo (illuminazione natalizie, pulizia giardini, pulizia scuole o impianti sportivi, e simili);**

4. fornitura di beni (es. panchine, cestini gettacarta, fioriere, rastrelliere porta biciclette, altro);
 5. fornitura di infopoint e altri strumenti digitali diretti a dare informazioni al cittadino sui servizi erogati dall'ente;
 6. sponsorizzazione di opere pubbliche, progettazioni, lavori, direzione lavori, nel rispetto di quanto previsto dal D. Lgs. 50/2016;
- **Progetti di sponsorizzazione il cui veicolo è rappresentato da spazi e immagini riconducibili all'ente; tra questi:**
1. sponsorizzazioni sul sito internet dell'ente (possibilità di inserire sul sito appositi spazi pubblicitari per le imprese riservandosi la clausola di gradimento);
 2. concessione del marchio dell'Ente come strumento promozionale (si intende il marchio commerciale di derivazione dello stesso stemma istituzionale, che può essere concesso ad imprese per l'apposizione dello stesso sui propri prodotti o sulle insegne, in abbinamento ai loghi aziendali);
 3. utilizzo, a fini pubblicitari, di spazi all'interno dell'Ente (es. bacheche, ascensori, sale riunioni ritenute idonee, palestre, piscine, impianti sportivi, etc.);
 4. utilizzo, a fini pubblicitari, di spazi su documentazione dell'ente (es. materiale di informazione turistica, avvisi di pagamento e fatture, parking voucher, etc.);
 5. abbinamenti commerciali (es. abbinamento ad un'azienda di un monumento, di un'isola pedonale, di una fontana, di una pensilina, etc.);
 6. predisposizione di gadget (forniti e venduti dallo sponsor) con l'abbinamento all'Ente, al suo simbolo, etc.;
 7. altri interventi simili a quelli riportati nei precedenti punti.
2. Ai fini del presente regolamento, non costituisce sponsorizzazione la mera offerta al Comune, a titolo di liberalità, di somme di denaro o di altre utilità, effettuata in occasione di iniziative organizzate dal Comune stesso e priva di controprestazione.

ART. 3

INDIVIDUAZIONE, PROGRAMMAZIONE E GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. Le iniziative di sponsorizzazioni da offrire ai potenziali sponsor sono, di norma, individuate e programmate dalla Giunta Comunale nell'ambito degli strumenti di programmazione dell'ente comunale. Nel corso dell'anno la Giunta può, altresì, formulare indirizzi specifici per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione;
2. Possono essere individuate spese e attività la cui realizzazione è vincolata alla conclusione di contratti di sponsorizzazione;
3. I responsabili dei servizi, nell'ambito della propria competenza, predispongono i progetti operativi delle iniziative di sponsorizzazione e adottano gli atti di gestione necessari al raggiungimento degli obiettivi amministrativi.

ART. 4

DIRITTO DI RIFIUTO, ESCLUSIONI OGGETTIVE E SOGGETTIVE

1. Il Comune di Ottati rifiuta qualsiasi proposta di sponsorizzazione e recede dal contratto eventualmente sottoscritto qualora:
 - a) ritenga che possa derivare un conflitto di interessi tra l'attività pubblica e quella dello sponsor;
 - b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla propria immagine od alle proprie iniziative;
 - c) reputi la sponsorizzazione inaccettabile per motivi di pubblico interesse.
2. Sono escluse, in ogni caso, le sponsorizzazioni aventi per oggetto:
 - a) Propaganda di natura politica, sindacale, religiosa o filosofica;
 - b) Pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, medicinali o cure mediche;
 - c) Messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, discriminazione, odio o minaccia.
3. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione i soggetti che:
 - a) Non sono in possesso dei requisiti di ordine generale previsti dall'art. 80 del D.Lgs. 50/2016;
 - b) Si trovano in condizioni di incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione;
 - c) Non dichiarano di rispettare o, comunque, non rispettano i seguenti principi definiti dalla Risoluzione 2003/16 del 13 Agosto 2003 della sottocommissione della Nazioni Unite sulla Promozione e Protezione dei Diritti Umani:
 - Diritto di pari opportunità e al trattamento non discriminatorio;
 - Diritto alla sicurezza e alla salute delle persone;
 - Diritti dei lavoratori;
 - Rispetto degli assetti istituzionali, delle norme giuridiche e delle prassi amministrative, degli interessi pubblici, delle politiche sociali, economiche e culturali, della trasparenza e correttezza dei comportamenti imprenditoriali e pubblici;
 - Obblighi riguardanti la tutela dei consumatori;
 - Obblighi riguardanti la protezione dell'ambiente.

ART. 5

CORRISPETTIVO DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. I contratti di sponsorizzazione nei quali il Comune è parte possono prevedere, a titolo di corrispettivo dovuto dallo sponsor:
 - a) somme di denaro;
 - b) forniture di beni, servizi o lavori, acquisiti o realizzati a cura e spese dello sponsor.

ART. 6

PAGAMENTO DEL CORRISPETTIVO IN DENARO DELLA SPONSORIZZAZIONE

1. Ove il corrispettivo della sponsorizzazione sia costituito da una somma di denaro, il pagamento avviene, di norma, almeno nella misura del 30% al momento della conclusione del contratto e nella misura restante entro i 15 giorni successivi alla conclusione dell'iniziativa correlata;
2. Se richiesto dal Comune, lo sponsor deve prestare apposita garanzia fideiussoria per il pagamento del corrispettivo, costituita mediante fideiussione bancaria o polizza assicurativa, contenente le clausole di cui al D. Lgs. 50/2016.

ART. 7

ESCLUSIVA GENERALE E COMMERCIALE

1. Il comune può definire contratti di sponsorizzazione in esclusiva generale o commerciale ove lo ritenga opportuno per reperire maggiori risorse o per conseguire sponsorizzazione di miglior profilo qualitativo;
2. le ipotesi di esclusiva sono le seguenti:
 - a) esclusiva generale: comportante la conclusione del contratto di sponsorizzazione con un oggetto in veste di sponsor unico del Comune per un determinato periodo;
 - b) esclusiva commerciale: con conclusione di più contratti di sponsorizzazione con diversi sponsor, ciascuno individuato come controparte unica per una specifica iniziativa, evento, progetto, categoria merceologica o di attività;
3. Ove il Comune intenda concludere contratti di sponsorizzazione in esclusiva generale o commerciale, evidenzia la sussistenza di dette clausole in tutti gli atti preliminari alla conclusione dei contratti. Le clausole di esclusiva devono essere espressamente previste.

ART. 8

SCELTA DELLO SPONSOR

1. L'affidamento dei contratti di sponsorizzazione avviene nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità;
2. La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura selettiva concorrenziale, con pubblicazione di apposito avviso, salvo quanto previsto dal successivo art. 9;
3. L'avviso è pubblico all'albo pretorio, sul profilo di committente del Comune e con altre eventuali modalità ritenute di volta in volta le più adeguate in relazione alla specifica procedura, al corrispettivo atteso ed ai potenziali partecipanti;
4. L'avviso deve indicare almeno:
 - l'oggetto della sponsorizzazione;
 - i requisiti di partecipazione alla procedura selettiva;
 - le modalità ed il termine per la presentazione delle offerte, che non può essere inferiore a 30 giorni;
 - l'eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale;
 - i criteri di valutazione delle offerte;
 - l'eventuale importo minimo, a base della procedura selettiva, richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
 - l'eventuale diritto di prelazione a norma del successivo art. 9;
 - l'ufficio procedente ed il responsabile del procedimento;

5. Scaduto il termine fissato nell'avviso, si procede alla valutazione delle offerte pervenute nel rispetto dei criteri stabili nell'avviso medesimo;
6. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve contenere, fra l'altro:
 - le dichiarazioni richieste dall'avviso;
 - l'accettazione incondizionata di quanto previsto nell'avviso e nel presente regolamento;
 - l'impegno ad assumere tutte le responsabilità ed a farsi carico degli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario, alle relative autorizzazioni, al pagamento di eventuali tributi o canoni.

ART. 9

RECEPIMENTO DI PROPOSTE SPONTANEE DI POTENZIALI SPONSOR

1. Nel caso in cui, da parte di un potenziale sponsor, pervenga al Comune una proposta spontanea di sponsorizzazione, il Responsabile dell'ufficio competente valuta la rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento e, deliberata l'opportunità della proposta da parte della giunta, predispone apposito avviso, da pubblicare con le prescrizioni di cui al precedente art. 8, che preveda come importo minimo a base di selezione quello offerto dal soggetto promotore nonché il diritto di prelazione a favore dell'originario promotore ai sensi della 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 la propria proposta a quella giudicata più conveniente dal Comune, in questo caso, il promotore originario è dichiarato aggiudicatario.

ART. 10

AFFIDAMENTO DIRETTO

1. Si può procedere all'affidamento diretto dei contratti di sponsorizzazione nei seguenti casi:
 - a) in caso sia stata esperita infruttuosamente la procedura selettiva di cui all'art. 8;
 - b) in casi eccezionali, adeguatamente motivati, in cui la particolare natura e caratteristiche dell'evento o iniziativa oggetto di sponsorizzazione limitino la trattativa ad un unico determinato soggetto;
 - c) nel caso di sponsorizzazione il cui valore sia inferiore ad € 40.000.00 (IVA esclusa);

ART. 11

QUALIFICAZIONE DELLO SPONSOR

1. Qualora i lavori, i servizi e le forniture siano acquisiti o realizzati a cura dello sponsor, lo stesso, oltre a quanto previsto all'art. 4 del presente regolamento, deve essere in possesso dei requisiti di qualificazione per gli esecutori dei contratti pubblici;
2. per i lavori pubblici, le imprese esecutrici devono possedere i requisiti di qualificazione previsti dalla normativa vigente al momento dell'affidamento.

ART. 12

CONTENUTI MINIMI DEL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

1. La sponsorizzazione viene regolata da apposito contratto nel quale, in particolare, sono almeno definiti:
 - a) l'oggetto del contratto;
 - b) gli obblighi della parti;
 - c) il valore del corrispettivo della sponsorizzazione;
 - d) la durata del contratto;
 - e) l'eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale;
 - f) i controlli sull'attività dello sponsor;
 - g) la facoltà di recesso da parte del Comune;
 - h) la risoluzione del contratto per inadempimento;
 - i) la competenza del foro di Salerno in caso di controversie;
 - j) 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;
3. deve essere inoltre 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. 13

SPONSORIZZAZIONI ACCESSORIE A CONTRATTI D'APPALTO

1. Il Comune 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;
2. In tal caso, la valutazione della sponsorizzazione deve costituire elemento con peso meramente marginale rispetto alla valutazione complessiva dell'offerta.

ART. 14

SPONSORIZZAZIONE 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 dei 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 e degli esecutori del contratto, 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. l'ufficio competente impartisce le prescrizioni opportune in ordine alla progettazione, alla

- direzione ed all'esecuzione dei lavori ed esercita i poteri di alta sorveglianza procedurale al fine di garantire il rispetto della normativa di settore;
5. i contratti di sponsorizzazione inerenti beni culturali sono preventivamente sottoposti alla soprintendenza competente in relazione alla tipologia dell'intervento, al fine di ottenere i nulla osta o gli atti di assenso normativamente richiesti, per assicurare che l'esposizione pubblicitaria sia effettuata in forme compatibili con il carattere artistico o storico, l'aspetto e il decoro del bene.

ART. 15

AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI RICERCA DELLO SPONSOR

Il Comune, previa valutazione di convenienza sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, può affidare il servizio di ricerca degli sponsor a soggetti da individuare tramite la procedura per gli appalti di servizi previste dal D. Lgs. 50/2016 e dai regolamenti in materia di contratti pubblici.

ART. 16

ASPETTI CONTABILI E FISCALI

1. I corrispettivi dei contratti di sponsorizzazione sono previsti nel bilancio di previsione 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, mentre, 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 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;

ART. 17

CONTROLLI

1. L'ufficio procedente impartisce le prescrizioni opportune in ordine all'esecuzione del contratto di sponsorizzazione e vigila sul suo adempimento;
2. i contratti di sponsorizzazione sono inoltre soggetti a controlli da parte dell'ufficio individuato come competente, al fine di accertare la correttezza di quanto convenuto sia sotto il profilo normativo che per gli aspetti procedurali, tecnici, organizzativi e finanziari.

ART. 18

INCENTIVAZIONE DELLA PRODUTTIVITÀ

1. Al fine di incentivare la produttività ed il miglioramento organizzativo, nel rispetto dei contratti collettivi nazionali di lavoro vigenti, il fondo per trattamento economico accessorio dei dipendenti ed il fondo per la retribuzione di posizione e di risultato della dirigenza possono essere incrementati di una quota percentuale dei corrispettivi (IVA inclusa) effettivamente

introitati nell'anno dal Comune per contratti di sponsorizzazione, con esclusione delle sponsorizzazioni reperite ai sensi del precedente art. 15

ART. 19

RINVIO

Per ogni aspetto che non trovi esplicita disciplina nel presente regolamento si fa rinvio alle norme di legge ed ai regolamenti comunali applicabili.

ART. 20

ENTRATA IN VIGORE

Il presente regolamento entra in vigore decorsi 10 giorni dalla pubblicazione all'Albo pretorio della delibera di approvazione.

Il presente verbale, salvo ulteriore lettura e sua definitiva approvazione nella prossima seduta, viene approvato e sottoscritto come segue:

Il Sindaco
f.to *Elio Guadagno*

Il Segretario Comunale
F.to *Dott. Carlo Onnembo*

IL PRESENTE VERBALE è COPIA CONFORME ALL'ORIGINALE

Ottati 03/05/2020



Il Segretario Comunale
Dott. *Carlo Onnembo*

ATTESTATO DI PUBBLICAZIONE

Il sottoscritto, visti gli atti d'ufficio,

ATTESTA

che la presente deliberazione è pubblicata in data odierna per rimanervi per quindici giorni consecutivi, mediante affissione all'albo pretorio comunale (art. 124, c. 1, del Testo Unico 18.08.2000, n. 267) informatico di questo Comune, ai sensi dell'art. 124, c. 1, della Legge 18 Giugno 2009, n. 69, rubricata al Reg. n. _____ del _____

Dalla Residenza Municipale, _____

Il Responsabile dell'Area Amministrativa
f.to *Elio Guadagno*

CERTIFICATO DI ESEGUITA PUBBLICAZIONE ALL'ALBO PRETORIO INFORMATICO

Il sottoscritto, visti gli atti d'ufficio,

ATTESTA

che la presente deliberazione:

- è stata affissa all'albo pretorio comunale e pubblicata nel sito informatico di questo Comune per quindici giorni consecutivi dal _____ al _____ Reg. n. _____ del _____;
- è divenuta esecutiva oggi, decorsi 10 giorni dall'ultimo di pubblicazione (art. 134, c. 3 del T.U. n. 267/2000);
- è stata resa immediatamente eseguibile, ai sensi dell'art. 134, c. 4 del TUEL D. Lgs. 267/2000.

Dalla Residenza Municipale, _____

Il Responsabile dell'Area Amministrativa
f.to *Elio Guadagno*