

# **REGOLAMENTO SULLE SPONSORIZZAZIONI – Comune di Pellezzano (SA)**

**(Approvato con Deliberazione C.C. N. 11 del 31.03.2026)**

## **ART. 1 - OGGETTO, FINALITÀ E PRINCIPI GENERALI**

1. Il presente regolamento disciplina le condizioni e le modalità operative per la sponsorizzazione di lavori, servizi e forniture in favore dell'Amministrazione comunale di Pellezzano, in attuazione e in conformità a quanto previsto dalla vigente normativa legislativa e contrattuale in materia, ivi incluso il D. Lgs. n. 36/2023.
2. L'Amministrazione comunale ricorre alla sponsorizzazione al fine di ottenere miglioramenti della qualità dei servizi erogati, supportare la realizzazione di lavori, servizi e forniture di beni, favorire iniziative di innovazione e processi informativi e formativi promossi dall'Ente, nonché ottimizzare la spesa.

## **ART. 2 - DEFINIZIONI ED AMBITO DI APPLICAZIONE**

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
  - a) per contratto di sponsorizzazione: un contratto atipico, a prestazioni corrispettive, mediante il quale l'Amministrazione (Sponsorizzato o Sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (Sponsorizzante o Sponsor), che si obbliga a fornire a titolo gratuito una determinata prestazione economicamente valutabile, la possibilità di pubblicizzare e veicolare la propria ragione sociale, marchio, logo o altri messaggi a favore dello sponsor, in appositi e definiti spazi a tal fine destinati;
  - b) per "sponsorizzazione tecnica": la sponsorizzazione in cui la prestazione resa da un soggetto (Sponsor) in favore dell'Amministrazione comunale di Pellezzano (Sponsee) è costituita dalla realizzazione di lavori e/o dalla prestazione di servizi o forniture;
  - c) per "sponsorizzazione pura o finanziaria": la sponsorizzazione in cui la prestazione resa da un soggetto (Sponsor) in favore dell'Amministrazione comunale di Pellezzano (Sponsee) è costituita esclusivamente mediante dazione di danaro o accollo del debito, o altre modalità di assunzione del pagamento dei corrispettivi dovuti;
  - d) per "sponsorizzazione mista": la sponsorizzazione risultante dalla combinazione della sponsorizzazione tecnica e della sponsorizzazione finanziaria;
  - e) per Sponsor: il soggetto che intenda stipulare un accordo o un contratto di sponsorizzazione con l'Amministrazione comunale;
  - f) per Sponsee: l'Amministrazione comunale beneficiaria della sponsorizzazione, che rende una prestazione di mezzi consistente nella divulgazione dei segni distintivi dello Sponsor nei modi previsti dal contratto;
  - g) per spazio pubblicitario: lo spazio fisico o **digitale (portali web, App istituzionali, newsletter e social media)** o qualsiasi altro supporto messo a disposizione dall'Amministrazione comunale per promuovere l'immagine dello sponsor;

h) “nome, logo, marchio, immagine o segno distintivo”: le rappresentazioni grafiche, le immagini o le rappresentazioni testuali utilizzate dallo Sponsor come elemento illustrativo della propria attività o del proprio ruolo commerciale da veicolare verso terzi.

i) Ai fini del presente regolamento, non costituisce sponsorizzazione l’offerta a favore dell’Amministrazione comunale di somme di denaro, forniture, servizi e/o lavori quando tali erogazioni siano effettuate dal privato a titolo di liberalità.

j) Non costituiscono ipotesi di sponsorizzazione altre forme speciali di partenariato, disciplinate da diverse normative di settore, anche al fine della fruizione tutela e valorizzazione del patrimonio culturale;

### **ART. 3 - INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE DI SPONSORIZZAZIONE**

1. Il contratto di sponsorizzazione è stipulato su iniziativa dell’Amministrazione comunale o su iniziativa di uno o più soggetti terzi.
2. Nell’ambito degli ordinari documenti di programmazione possono essere individuati i lavori, forniture e servizi necessari al soddisfacimento dei fabbisogni rilevati e valutati dall’Amministrazione come oggetto di contratti di sponsorizzazione.
3. Le iniziative di sponsorizzazione sono definite dalla Giunta comunale con propria deliberazione.
4. La Giunta comunale demanda le fasi attuative e gestionali alla competenza del Responsabile del servizio competente secondo funzionigramma, che vi provvede in base alla presente regolamentazione.
5. Per ogni singola procedura deve essere individuato nell’atto di adozione ovvero nell’atto di avvio relativo ad ogni singolo intervento un responsabile unico del procedimento (RUP) per le fasi della programmazione, della progettazione, dell'affidamento, dell'esecuzione. In ottemperanza al principio di digitalizzazione, il RUP assicura la gestione della procedura tramite le piattaforme telematiche certificate e l'interoperabilità con la BDNCP dell'ANAC.

### **ART. 4 - PROPOSTE DI SPONSORIZZAZIONE**

1. Possono assumere la veste di Sponsor persone fisiche e persone giuridiche comprese le associazioni non riconosciute purché formalmente costituite, nonché altri Enti Pubblici, a condizione che sussistano i requisiti di ordine generale, di idoneità morale e professionale e che non ricorrano cause di esclusione previste dal presente Regolamento.
2. I soggetti interessati ad assumere il ruolo di Sponsor del Comune di Pellezzano possono avanzare la propria proposta secondo le tempistiche e le modalità previste nell’apposito avviso.
3. È possibile presentare una proposta di sponsorizzazione spontaneamente o in risposta ad avviso pubblico di manifestazione di interesse, in forma individuale o associata.
4. In caso di sponsorizzazione tecnica il proponente/esecutore dovrà dichiarare di essere in possesso dei requisiti di qualificazione previsti per la specifica prestazione e di realizzare il servizio/fornitura con maestranze qualificate secondo la vigente legislazione, fornendo altresì le certificazioni di avvenuta realizzazione a regola d’arte.
5. L’Amministrazione comunale si riserva la facoltà di richiedere, sulla base delle proprie esigenze, eventuali modifiche sui contenuti dell’offerta, senza alcun vincolo per lo Sponsor.
6. Le iniziative cui possono essere destinati i contratti di sponsorizzazione devono, comunque, essere dirette al perseguimento di interessi pubblici, devono escludere forme di conflitto di interesse tra l’attività pubblica e quella privata e tra le attività degli Enti e devono comportare risparmi di spesa rispetto agli stanziamenti disposti, oppure migliorare la qualità

o contribuire all'incremento del livello dei servizi resi. Non possono essere accolte proposte da soggetti che abbiano in corso procedimenti amministrativi o istanze per provvedimenti ampliativi che possano generare conflitti di interesse ai sensi del Piano Anticorruzione comunale.

## **ART. 5 - SCELTA DELLO SPONSOR**

1. La scelta dello sponsor è effettuata, in attuazione dell'art. 134 comma 4 del D. Lgs. n. 36/23, nel rispetto dei principi di cui agli Artt. 1, 2 e 8 del Codice dei contratti pubblici;
2. L'Amministrazione comunale si avvale di tutti gli strumenti comunicativi e relazionali che, in base all'oggetto della sponsorizzazione, appaiano più idonei a stimolare l'interesse e il confronto tra i potenziali concorrenti;
3. Alle proposte di sponsorizzazione di lavori, servizi e forniture relativi a beni culturali sottoposti a tutela ai sensi del D. Lgs. n. 42/2004 (cd. "Codice dei Beni Culturali e del Paesaggio") si applicano le specifiche disposizioni previste in materia.
4. In caso di proposta di sponsorizzazione finanziaria, tecnica o mista per prestazioni di importo complessivo superiore a € 40.000,00 la scelta dello sponsor avviene previa pubblicazione per almeno trenta giorni di un apposito avviso pubblico nel sito internet istituzionale dell'Amministrazione Comunale, con il quale si rende noto la ricerca di uno sponsor per specifici interventi, ovvero si comunica l'avvenuto ricevimento della proposta di sponsorizzazione indicando sinteticamente il contenuto del contratto proposto, con invito agli interessati a presentare una proposta secondo le condizioni indicate nell'avviso.
5. L'avviso di cui ai commi precedenti contiene l'indicazione degli interventi in relazione ai quali l'Amministrazione comunale intende pervenire alla stipula del contratto di sponsorizzazione, con l'indicazione degli elementi essenziali per la formulazione delle proposte, tra i quali l'oggetto della sponsorizzazione, i criteri per la valutazione delle proposte quali a titolo esemplificativo, le modalità e i termini di presentazione dell'offerta, eventuali indicazioni e prescrizioni in ordine alla progettazione, nonché alla direzione ed esecuzione del contratto, il diritto di rifiutare o escludere l'offerta, il termine entro il quale, nel caso di pubblicazione della proposta spontanea per l'acquisizione di ulteriore offerte, l'originario promotore è tenuto ad adeguare la propria proposta.
  - Particolare attenzione e valore sarà attribuito alle proposte che promuovano l'eco-sostenibilità, la sensibilizzazione alla raccolta differenziata, il rispetto e la salvaguardia dell'ambiente e del territorio comunale (**Criteri ESG**);
  - maggior valore economico della proposta;
  - migliore qualità dell'intervento;
  - maggior affidabilità ed esperienza dello sponsor rispetto ad esperienze analoghe;
  - idonee modalità di attuazione (es: cronoprogramma, mezzi a disposizione ecc.) che assicurino la cura dell'interesse pubblico in concreto;
  - l'eventualità di co-sponsorizzazioni;
6. Trascorso il periodo di pubblicazione dell'avviso, il contratto può essere liberamente negoziato, purché nel rispetto dei principi di imparzialità e di parità di trattamento, fra gli operatori che abbiano manifestato interesse, a tal fine:
  - viene redatto dal RUP processo verbale della fase di negoziazione che può comportare anche l'adeguamento delle proposte in relazione alla miglior cura dell'interesse pubblico;
  - nell'ipotesi di offerte concorrenti e non confliggenti l'amministrazione favorisce la cosponsorizzazione assicurando la contemporanea presenza di loghi e/o marchi degli sponsor sul relativo materiale promozionale;

- la determinazione di affidamento contiene la motivazione in ordine ai criteri della scelta effettuata tra le proposte di più operatori in conformità ai criteri indicati nell'avviso;
  - in caso di valutazioni tecniche complesse il RUP può richiedere la nomina di una commissione tecnica di supporto;
  - la valutazione non dà luogo ad alcuna graduatoria;
7. In ogni caso, ai sensi dell'art 134 comma 4 D. Lgs 36/23, resta fermo il rispetto degli articoli 66, 94, 95, 97 e 100 in ordine alla verifica dei requisiti degli esecutori e della qualificazione degli operatori economici, nonché del possesso della capacità a contrarre dello sponsor.

## **ART. 6 - MODALITÀ DI PROMOZIONE E INFORMAZIONE**

1. Per promuovere e veicolare il nome, il logo, il marchio, il messaggio pubblicitario e più in generale l'immagine dello sponsor, l'Amministrazione comunale può mettere a disposizione dello stesso "spazi fisici o digitali" - anche nei periodici comunali, nel proprio sito Internet e **tramite servizi di messaggistica/App istituzionali** - di volta in volta individuati in relazione all'iniziativa.
2. La durata dell'esposizione pubblicitaria è pari alla durata del contratto di sponsorizzazione.
3. Qualora siano previsti impianti pubblicitari, targhe o altri supporti, gli stessi sono realizzati a cura e spese dello sponsor nel rispetto della normativa vigente e delle prescrizioni indicate dagli uffici comunali competenti.

## **ART. 7 - CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE**

1. La sponsorizzazione viene regolata mediante un apposito contratto in forma scritta nel quale sono stabiliti: a) il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario con indicazione della forma di veicolazione prevista; b) la durata del contratto di sponsorizzazione; c) gli obblighi assunti a carico dello sponsor; d) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.
2. Il contratto si intende risolto senza alcuna penalità per il Comune di Pellezzano: a) qualora lo sponsor risulti inadempiente in modo grave e/o continuato in relazione agli obblighi assunti; b) qualora cause eccezionali e/o motivi di pubblico interesse non consentano al Comune la realizzazione dell'iniziativa/dell'attività/del progetto; c) qualora gli strumenti attuativi della sponsorizzazione contrastino con prescrizioni di leggi o di regolamenti o non sia diretta al perseguimento di interessi pubblici; d) qualora si verificino forme di conflitto di interessi tra l'attività pubblica e quella privata. e) qualora le modalità di associazione del nome e del marchio dei soggetti terzi siano confliggenti con la natura dell'iniziativa o comunque lesivi della dignità istituzionale del Comune.
3. Il contratto è stipulato mediante scrittura privata in formato elettronico digitale.
4. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile di Area competente, previa adozione di apposita determina a contrarre. Con detto contratto viene concessa anche l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario", di cui al relativo regolamento vigente, ferma restando la disciplina del canone unico patrimoniale e l'acquisizione di eventuali autorizzazioni previste dalla normativa vigente, secondo le modalità, i criteri e la normativa di settore. L'Ente può prevedere che il valore della sponsorizzazione sia al lordo del Canone Unico, provvedendo internamente alle regolarizzazioni contabili.
5. Salvo diversa e specifica disciplina di settore, a tutela della corretta esecuzione del rapporto, l'Amministrazione Comunale in relazione al valore e all'oggetto del contratto può chiedere, in sede di avviso o in fase di negoziazione, idonea garanzia da prestare, prima della sottoscrizione del contratto stesso, ovvero il possesso di polizze RCT da parte dell'esecutore.

6. È vietata la cessione anche parziale del contratto di sponsorizzazione. L'inosservanza di tale divieto comporterà la risoluzione di diritto dello stesso, ai sensi dell'art. 1456 C.C.
7. In caso di svolgimento da parte dello sponsor di una attività di fundraising nei confronti soggetti terzi finanziatori/sostenitori per la realizzazione del progetto, l'utilizzo da parte dello sponsor del nome o altri segni distintivi dell'Ente per tale ricerca deve essere espressamente approvata dall'Amministrazione comunale; la proposta di sponsorizzazione se non espressamente condizionata, in fase di proposta o di negoziazione, al reperimento dei citati fondi si intende da realizzare a prescindere dal reperimento delle risorse; in ogni caso lo sponsor risponde contrattualmente dell'esatto adempimento delle obbligazioni.

## **ART. 8 - LAVORI, SERVIZI E FORNITURE REALIZZATI A CURA E SPESE DELLO SPONSOR**

1. 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 trovino 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, pertanto la stazione appaltante procede alle verifiche dei requisiti esclusivamente nei confronti degli esecutori.
2. Il RUP:
  - Esercita i poteri di sorveglianza al fine di garantire il rispetto del contratto;
  - impartisce le opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere o forniture e alla direzione dei lavori e verifica regolare esecuzione;
3. Compete all'Amministrazione comunale l'approvazione del progetto preliminare, definitivo ed esecutivo, i collaudi (ivi compresi quelli in corso d'opera) e la vigilanza sull'esecuzione.
4. I progetti di sponsorizzazione inerenti beni culturali, qualora necessario, sono preventivamente sottoposti alle Soprintendenze ed agli Enti terzi o uffici competenti, al fine di ottenere i nulla osta e/o gli atti di assenso normativamente richiesti, ovvero le ulteriori prescrizioni necessarie.
5. In caso di sponsorizzazione tecnica di eventi, lo Sponsor o l'esecutore da lui designato assume l'onere dell'organizzazione e della sicurezza ai fini del D.Lgs 81/08 e delle normative Safety & Security.

## **ART. 9 - UTILIZZO DEI RISPARMI DI SPESA DERIVANTI DALLE SPONSORIZZAZIONI**

1. I proventi da sponsorizzazione sono utilizzati solo se producono risparmio di spesa. Sono risparmi di spesa solamente le somme già stanziare nei capitoli di bilancio per quanto oggetto dei contratti di sponsorizzazione e che non vengono utilizzati per effetto degli interventi di sponsorizzazione.
2. La Giunta definisce annualmente la destinazione dei risparmi di spesa di cui al comma 1, assicurando, compatibilmente con le disposizioni al momento vigenti in materia di contenimento della spesa pubblica ed in particolare della spesa del personale, la destinazione di una quota per l'implementazione del fondo risorse decentrate.

## **ART. 10 - SPONSORIZZAZIONE DI EVENTI**

1. Il contratto di sponsorizzazione può riguardare la realizzazione di eventi a carattere culturale o sportivo o di promozione/animazione territoriale, a rilevanza municipale, nel loro complesso o parti di essi.
2. In tal caso le attività di interesse pubblico, consistono nel complesso di servizi e forniture, in conformità ad un programma della manifestazione approvato dall'Amministrazione comunale nella fase negoziale; tali attività sono realizzate:
  - direttamente dall'Amministrazione a mezzo di propri contraenti/appaltatori di servizi, in caso di sponsorizzazione finanziaria;
  - a cura e spese dello sponsor, direttamente o a mezzo di esecutori qualificati per le varie prestazioni, in caso di sponsorizzazione tecnica;
3. Qualora lo svolgimento delle suddette attività di interesse pubblico comporti l'occupazione di spazi o aree pubbliche, la stessa è da intendersi effettuata dall'esecutore, in virtù del rapporto contrattuale con l'Amministrazione comunale (contratto di sponsorizzazione o appalto di servizi), e dunque in nome e per conto dell'Ente pubblico beneficiario.
4. Restano ferme tutte le disposizioni di cui agli articoli precedenti sulle modalità di scelta dello sponsor e verifiche sulla qualificazione degli esecutori.
5. La fattispecie della sponsorizzazione di eventi, resta distinta da quella della concessione del gratuito patrocinio di iniziative/manifestazioni/eventi realizzate da privati, che ad essi esclusivamente si imputano, non comportando alcun procedimento amministrativo di scelta dello sponsor, controllo dei requisiti, approvazione di un programma di attività e stipula di un contratto ad effetti obbligatori.

## **ART. 11 - RIGETTO DELLA PROPOSTA DI SPONSORIZZAZIONI E RECESSO DAL CONTRATTO**

1. L'Amministrazione comunale si riserva il potere discrezionale di rifiutare qualsiasi proposta di sponsorizzazione o di recedere dal contratto sottoscritto qualora: a) ritenga che possa derivare una situazione di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata; b) ravvisi nel messaggio pubblicitario o nell'attività da promuovere un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative o comunque un qualsiasi elemento che possa nuocere al mantenimento della dignità propria di un ente pubblico rappresentativo della comunità locale; c) la reputi inaccettabile perché contraria alla normativa vigente, all'ordine pubblico, al buon costume, ovvero la ritenga ingannevole, pregiudizievole per la salute, la sicurezza, l'ambiente e la tutela dei minori ovvero non accoglibile per motivi di inopportunità. d) le modalità di associazione del nome e del marchio dei soggetti terzi siano confliggenti con la natura dell'iniziativa o comunque lesivi della dignità istituzionale del Comune. e) siano accertate, anche successivamente alla stipula del contratto, l'esistenza o la sopravvenienza di motivi di esclusione di cui al comma 2, o di altre cause ostative previste dalla normativa antimafia e dal Codice dei Contratti Pubblici.
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti: a) qualsivoglia tipo di propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa; b) la pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di armi, tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale; c) i messaggi offensivi, incluse le espressioni di discriminazione, fanatismo, razzismo, odio o minaccia; d) la veicolazione pubblicitaria di un marchio, un logo o un messaggio con contenuti non conformi a quanto previsto dalle norme in materia di pubblicità; e) soggetti (persone fisiche o giuridiche) che abbiano subito condanne definitive per reati che ledono il patrimonio pubblico, la moralità pubblica, o per delitti non colposi contro la pubblica amministrazione, nonché i soggetti per i quali sia stata accertata l'esistenza di cause ostative previste dalla vigente normativa antimafia (es. Camorra, Mafia,

'Ndrangheta, ecc.); f) la pubblicità diretta o collegata al gioco d'azzardo, alle scommesse o ad attività ludiche con vincita di denaro. **g) soggetti che promuovano messaggi palesemente ingannevoli sotto il profilo della sostenibilità (greenwashing).**

## **ART. 12 - TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI**

1. I dati personali raccolti in applicazione delle disposizioni di cui al presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità previste dallo stesso o dagli specifici contratti di sponsorizzazione.
2. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dal D.Lgs. n. 196/2003, come modificato dal D.Lgs. n. 101/2018 e dal Regolamento UE 2016/679 (**GDPR**).
3. I dati saranno trattati, in conformità alle norme vigenti, dagli incaricati appartenenti agli uffici comunali tenuti all'applicazione del presente regolamento. Titolare del trattamento è l'Amministrazione comunale di Pellezzano in persona del Sindaco pro tempore, che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla normativa citata.
4. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento e nel rispetto delle disposizioni incluse nei contratti di sponsorizzazione.

## **ART. 13 - VERIFICHE E CONTROLLI**

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del Responsabile del servizio comunale competente per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti.
2. Le difformità o gli inadempimenti emersi in sede di verifica devono essere tempestivamente comunicati e contestati allo sponsor. La comunicazione e la eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto.

## **ART. 14 - RISERVA ORGANIZZATIVA E AGENZIE SPECIALIZZATE**

1. La gestione delle sponsorizzazioni è di norma effettuata direttamente dall'Amministrazione comunale secondo la disciplina del presente regolamento.
2. E' facoltà dell'Amministrazione comunale prevedere forme di coordinamento organizzativo che assicurino uniformità gestionale delle procedure di sponsorizzazione.
3. È facoltà dell'Amministrazione comunale formulare indirizzi per l'individuazione di soggetti esterni specializzati nel campo pubblicitario o nella raccolta di fondi, qualora ritenga tale modalità più opportuna e conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale per il reperimento delle sponsorizzazioni.
4. In tale eventualità, il soggetto esterno è scelto nel rispetto della normativa vigente sugli affidamenti di servizi.

## **ART. 15 - NORMA DI RINVIO**

1. Per quanto non espressamente previsto nel presente regolamento, si rinvia alle norme di legge vigenti ed applicabili nonché alle disposizioni speciali previste nell'avviso pubblico che costituisce *lex specialis* per l'individuazione dello sponsor.
2. Le norme del presente Regolamento si intendono automaticamente adeguate e modificate per effetto di sopravvenute modifiche alle fonti normative disciplinanti la materia.