



REGOLAMENTO PER LA GESTIONE DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE

Approvato con Deliberazione consiliare n. ____ del _____

TITOLO I – CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE

ARTICOLO 1 – Oggetto

1. Il presente Titolo disciplina le condizioni normative interne all'Ente necessarie per la gestione delle attività di sponsorizzazione ed è approvato in ottemperanza ai principi delle seguenti norme di carattere generale:

- art. 43 della Legge 27 dicembre 1997, n. 449 e s.m.i.;
- art. 119 D.Lgs. 18 agosto 2000, n. 267 e s.m.i.;
- art. 26 D.Lgs. 12 aprile 2006, n. 163;
- art. 199-bis D.Lgs. 12 aprile 2006, n. 163;
- art. 120 D.Lgs. 42/2004.

2. Le procedure di affidamento e le altre attività amministrative nella materia disciplinata dal presente Titolo, si svolgono, oltre che in ottemperanza a quanto previsto dalla normativa sopra richiamata, nel rispetto delle disposizioni sul procedimento amministrativo di cui alla Legge 7 agosto 1990, n. 241 e ss.mm.ii. e, per quanto in essa non espressamente previsto, nel rispetto delle disposizioni stabilite dal Codice Civile.

ARTICOLO 2 – Finalità

1. Le disposizioni del presente Titolo sono finalizzate a definire una disciplina organica delle iniziative di sponsorizzazione allo scopo di assicurare il rispetto della normativa vigente e i principi di efficienza, trasparenza, buon andamento e imparzialità che regolano l'attività della Pubblica Amministrazione.

ARTICOLO 3 – Definizioni

1. Ai fini del presente Titolo, si intende:

- a. per “contratto di sponsorizzazione” o “contratto di sponsorizzazione ordinaria o permutativa”: un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale un soggetto (Sponsor) offre un contributo in denaro o una determinata prestazione al Comune di Cattolica (Sponsee) il quale si obbliga verso il primo a pubblicizzare o a consentire la pubblicizzazione del suo nome/logo/marchio/immagine/segno distintivo nei modi previsti dal contratto stesso;
- b. per “contratto di sponsorizzazione non ordinaria o non permutativa”: un contratto mediante il quale un soggetto (Sponsor) offre un contributo in denaro o una determinata prestazione al Comune di Cattolica (Sponsee), il quale autorizza l'installazione di cartelli pubblicitari su beni demaniali o patrimoniali indisponibili;

- c. per “sponsorizzazione”: ogni contributo che può consistere in una somma di denaro, nella fornitura di beni o nella prestazione di servizi, nella realizzazione di lavori, opere pubbliche e/o di pubblica utilità o in altre utilità provenienti da terzi, allo scopo di promuovere il nome, il logo, il marchio, l’immagine, il segno distintivo di un soggetto (Sponsor);
- d. per “sponsorizzazione tecnica”: la sponsorizzazione dove il contributo di un soggetto (Sponsor) a favore del Comune di Cattolica (Sponsee) è costituito dalla realizzazione di lavori o dalla prestazione di servizi o forniture;
- e. per “sponsorizzazione pura o finanziaria”: la sponsorizzazione dove il contributo di un Soggetto (Sponsor) a favore del Comune di Cattolica (Sponsee) è costituito esclusivamente da una somma di denaro;
- f. per “sponsorizzazione mista”: la sponsorizzazione risultante dalla combinazione della sponsorizzazione tecnica e della sponsorizzazione finanziaria;
- g. per “sponsorizzazione su beni culturali”: la sponsorizzazione relativa ai lavori sui beni culturali e alle prestazioni di servizi e di forniture in essi inglobati e ad essi strumentali;
- h. per “Sponsor”: il soggetto, parte del contratto di sponsorizzazione, che si assume l’obbligo di corrispondere una determinata somma di denaro o una determinata prestazione a favore del Comune di Cattolica (Sponsee) in cambio della veicolazione del proprio nome/logo/marchio/immagine/segno distintivo attuata o consentita dal Comune di Cattolica nell’ambito della propria attività;
- i. per “Sponsee”: il soggetto, Comune di Cattolica, 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;
- j. per “spazio pubblicitario”: lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni messe a disposizione dal Comune di Cattolica (Sponsee) per la pubblicità dello Sponsor.

2. Ai fini del presente Titolo sono individuati:

- a. come ‘Amministrazione’, il Comune di Cattolica parte di un contratto di sponsorizzazione;
- b. come 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 a fini pubblicitari.

ARTICOLO 4 – Finalità delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione devono promuovere e incentivare la collaborazione tra pubblico e privato e l’innovazione nell’organizzazione tecnica e amministrativa dell’Ente realizzando:

- una valorizzazione delle competenze, delle professionalità, della disponibilità di persone, enti, associazioni e aziende attivi sul territorio;
- una migliore qualità nei servizi/prestazioni erogati alla collettività;

- economie di spesa.

ARTICOLO 5 – Vincoli

1. Le iniziative di sponsorizzazione sono soggette ai seguenti vincoli di buona amministrazione:
 - a. devono essere dirette al perseguimento di interessi pubblici;
 - b. devono escludere conflitti di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
 - c. devono essere compatibili con la natura istituzionale del Comune e garantire la posizione di neutralità di questo;
 - d. devono produrre risparmi di spesa.

ARTICOLO 6 – Ambito di applicazione

1. Il Comune può stipulare contratti di sponsorizzazione con soggetti privati e pubblici.

ARTICOLO 7 – Individuazione e approvazione iniziative

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere attivati:
 - a. su iniziativa dell'Amministrazione;
 - b. su iniziativa di soggetti terzi.
2. Le iniziative di sponsorizzazione di cui alle precedenti lettere a. e b. devono, a prescindere dall'importo, essere approvate dalla Giunta Comunale nelle linee generali a livello di progettazione preliminare.
3. Il valore economico di ogni sponsorizzazione, tecnica o finanziaria, deve risultare a bilancio dell'Ente secondo quanto stabilito dalla normativa vigente in materia contabile e fiscale, dai relativi provvedimenti attuativi e interpretativi, nonché dai principi contabili.
4. Le iniziative che attengono l'ambito dei lavori pubblici, dovranno inoltre risultare, secondo i presupposti di legge e, quindi, per interventi di valore superiore ad Euro 100.000,00, anche in apposito Allegato al Programma Triennale dei lavori di cui all'articolo 128 del D.Lgs. 163/2006.

ARTICOLO 8 – Oggetto e Contenuto

La Sponsorizzazione a favore dell'Ente, a carattere tecnico o finanziario, può avere ad oggetto:

- a. la fornitura di materiale/attrezzature/beni;

- b. la realizzazione di un'opera o di un lavoro;
- c. la fornitura di una prestazione di servizio;
- d. la gestione di un'opera o di un'area;
- e. la gestione di un servizio.

2. La sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni in favore del Comune di Cattolica, fra le quali si indicano a titolo esemplificativo e non esaustivo:

- a. eventi sportivi e/o di rilevanza sociale;
- b. utilizzo a fini pubblicitari di spazi all'interno del Comune (es: bacheche, sale riunioni, impianti sportivi, coperture con teli di opere e/o lavori);
- c. servizi di manutenzione e gestione di aree verdi pubbliche, aree diverse e immobili comunali, arredo urbano;
- d. d. fornitura di beni con riferimento, a titolo esemplificativo, ad attrezzature informatiche di vario genere ed alla fornitura di arredo urbano;
- e. attività di progettazione, direzione lavori, esecuzione di opere pubbliche o di pubblica utilità;
- f. realizzazione di mostre, concerti, spettacoli e, in genere, attività culturali;
- g. gestione di sportelli informa-giovani, marketing e promozione territoriale;
- h. attività di comunicazione, realizzazione di periodici.

ARTICOLO 9 – Contratti assimilabili - Esclusioni

1. Il presente Titolo disciplina i contratti di sponsorizzazione in cui il Comune riveste il ruolo di Sponsee e i contratti a questi assimilabili secondo prassi vigente.

2. Sono esclusi dalla disciplina del presente Titolo le prestazioni prive di significativo ritorno di natura pubblicitaria, nelle quali prevalgono gli elementi del contratto a prestazioni unilaterali, con profili di mero mecenatismo.

ARTICOLO 10 – Presupposto per la stipula dei contratti di sponsorizzazione

1. Presupposto necessario per la stipula dei contratti di sponsorizzazione di qualsiasi tipologia - Tecnica, Finanziaria e relativa ai Beni Culturali - è il possesso in capo allo Sponsor e al Soggetto Esecutore della prestazione qualora diverso dallo Sponsor, dei requisiti di carattere generale necessari per poter contrarre con una Pubblica Amministrazione.

ARTICOLO 11 – Sponsorizzazione Tecnica

1. Nei contratti di sponsorizzazione aventi ad oggetto lavori, servizi o forniture, quando questi sono acquisiti o realizzati a cura e a spese dello Sponsor, la scelta dello Sponsor è effettuata in base al valore economico della sponsorizzazione, secondo le seguenti modalità.

2. A) I contratti di importo inferiore o pari a Euro 40.000,00 (o comunque alla soglia prevista dall'attuale articolo 26 del Codice dei contratti pubblici) possono essere affidati direttamente dall'Amministrazione, senza alcuna procedura comparativa, a soggetto in possesso, oltre che dei necessari requisiti di carattere generale, di adeguata capacità tecnica secondo valutazione dell'Ente e nel rispetto delle normative tecniche di settore (es: possesso di particolari certificazioni – abilitazioni – autorizzazioni), operante nel rispetto delle norme in materia di sicurezza sul lavoro e dotato di copertura assicurativa per l'attività oggetto della prestazione e/o il personale impiegato a svolgere la prestazione, se occorrente.

Qualora il Soggetto Esecutore sia soggetto diverso dallo Sponsor, detti requisiti dovranno essere posseduti dal Soggetto Esecutore.

3. L'Amministrazione ha sempre la facoltà, tenuto conto del valore e della tipologia contrattuale:

- in caso di iniziativa di soggetto terzo, di non accettare la proposta di sponsorizzazione o di avviare sulla stessa una procedura comparativa con eventuale diritto di prelazione del soggetto proponente;
- in caso di iniziativa propria, di avviare una procedura comparativa.

4. L'Amministrazione dovrà impartire le prescrizioni opportune in ordine alla progettazione nonché all'esecuzione del contratto.

5. L'Amministrazione ha il controllo sull'esecuzione del contratto.

6. B) I contratti di importo superiore ad Euro 40.000,00 (o comunque alla soglia prevista dall'attuale articolo 26 del Codice dei contratti pubblici) e inferiore ad Euro 207.000,00 (o comunque alla soglia prevista per servizi e forniture di rilevanza comunitaria) per forniture e servizi e ad Euro 1.000.000,00 per lavori sono affidati tramite procedura negoziata, ristretta o aperta, tenuto conto della specificità dell'oggetto del contratto.

7. C) I contratti di importo pari o superiore ad Euro 207.000,00 (o comunque alla soglia prevista per servizi e forniture di rilevanza comunitaria) per servizi e forniture e ad Euro 1.000.000,00 per lavori devono essere affidati mediante procedura aperta o ristretta secondo la motivazione del Dirigente del Settore competente.

8. Il Bando, sia nel caso di procedura aperta sia nel caso di procedura ristretta, deve essere pubblicato per almeno 30 giorni all'Albo Pretorio on-line dell'Ente e, per estratto, su due quotidiani a diffusione nazionale.

Norme comuni alle sponsorizzazioni di cui alle lettere B) e C)

9. Gli Sponsor che effettuano direttamente i lavori/servizi/forniture o i Soggetti Esecutori, qualora diversi dallo Sponsor nonché i soggetti progettisti eventualmente utilizzati, devono essere in possesso, oltre che dei requisiti di carattere generale, dei requisiti di qualificazione tecnica previsti

dal Codice dei Pubblici Contratti e dal relativo Regolamento di Attuazione.

10. Il Bando e la Lettera d'Invito devono contenere:

- a. la volontà del Comune e i riferimenti di legge;
- b. gli obiettivi della sponsorizzazione;
- c. le opportunità per lo Sponsor;
- d. la tipologia, la durata e il valore contrattuale;
- e. la modalità per la veicolazione dei segni distintivi dello Sponsor;
- f. le modalità e i termini di presentazione delle offerte;
- g. i requisiti di partecipazione/qualificazione/obblighi in materia di sicurezza/obblighi assicurativi;
- h. le modalità e i criteri di valutazione delle offerte;
- i. le prescrizioni tecniche progettuali ed esecutive.

11. Il Comune procede alla stipula del contratto di sponsorizzazione con il soggetto che ha proposto l'offerta realizzativa giudicata migliore.

12. In caso di iniziativa di soggetto terzo, l'Amministrazione ha sempre facoltà, in relazione a qualsiasi procedura di affidamento scelta, di prevedere il diritto di prelazione - a parità di condizioni offerte dal soggetto miglior offerente - a favore del soggetto proponente.

13. Nel caso in cui la procedura negoziata o la procedura aperta o ristretta siano andate deserte o non sia stata presentata alcuna offerta appropriata, ovvero tutte le offerte presentate siano risultate irregolari ovvero inammissibili rispetto al disposto del Codice dei Contratti Pubblici o non siano rispondenti ai requisiti formali della procedura, il Comune può ricercare di propria iniziativa lo sponsor con cui negoziare il contratto di sponsorizzazione, ferme restando la natura e le condizioni essenziali delle prestazioni richieste nella sollecitazione pubblica.

14. L'Amministrazione ha il controllo sull'esecuzione del contratto.

ARTICOLO 12 – Sponsorizzazione finanziaria

1. Nei contratti di Sponsorizzazione pura o finanziaria, la scelta dello Sponsor è effettuata secondo le seguenti modalità.

2. A) I contratti di importo inferiore o pari a Euro 40.000,00, (o comunque, per analogia, alla soglia prevista dall'attuale articolo 26 del Codice dei contratti pubblici) possono essere affidati direttamente dall'Amministrazione, con facoltà dell'Ente di avviare procedure comparative tramite pubblicazione di avviso esplorativo.

3. B) I contratti di importo superiore, sono affidati mediante pubblicazione di un Bando all'Albo Pretorio on-line dell'Ente per almeno 30 giorni e dell'estratto del Bando stesso su due quotidiani a diffusione nazionale.

4. Il Bando deve contenere:

- a. la volontà del Comune e i riferimenti di legge;
- b. gli obiettivi della Sponsorizzazione;
- c. le opportunità per lo Sponsor;
- d. il valore contrattuale;
- e. la modalità per la veicolazione dei segni distintivi dello Sponsor;
- f. le modalità e i termini di presentazione delle offerte;
- g. i requisiti di partecipazione.

5. Il Comune procede alla stipula del contratto di sponsorizzazione con il soggetto che ha offerto il finanziamento maggiore. Nel caso di contributo economico superiore al valore della prestazione, l'eccedenza rimarrà vincolata al finanziamento di prestazioni analoghe/simili.

6. Nel caso in cui non sia stata presentata alcuna offerta o alcuna offerta appropriata, ovvero tutte le offerte presentate siano risultate irregolari ovvero inammissibili o non siano rispondenti ai requisiti formali della procedura, il Comune può ricercare di propria iniziativa lo Sponsor con cui negoziare il contratto di sponsorizzazione, ferme restando la natura e le condizioni essenziali delle prestazioni richieste nella sollecitazione pubblica.

ARTICOLO 13 – Sponsorizzazione su beni culturali

1. I contratti di sponsorizzazione di beni culturali comprendono ogni contributo, anche in beni o servizi, erogato per la progettazione o l'attuazione di iniziative in ordine alla tutela ovvero alla valorizzazione del patrimonio culturale.

2. I contratti di sponsorizzazione su beni culturali, come sopra definiti, richiedono necessariamente che la promozione del nome, del marchio, del logo o dell'immagine avvenga in forme compatibili con il carattere artistico o storico, l'aspetto e il decoro del bene culturale da tutelare o valorizzare.

3. La Sponsorizzazione può essere tecnica, finanziaria o mista. Nel caso di sponsorizzazione mista, questa è valutata secondo il criterio dell' 'Offerta Economicamente più Vantaggiosa'.

4. Per gli interventi sui beni culturali di qualsiasi importo (comma 5.A) e comma 7.B) i Soggetti Esecutori devono essere in possesso dei requisiti di qualificazione tecnica previsti dall'articolo 201 del Codice dei Pubblici Contratti approvato con D.Lgs. 163/2006 e ss.mm.ii., dal relativo Regolamento di Attuazione, approvato con DPR 207/2010, dalle normative specifiche di settore per i beni e le attività culturali.

5. A) Nel caso di interventi su beni culturali di importo inferiore o pari ad Euro 40.000,00 (o comunque, per analogia, alla soglia prevista dall'attuale articolo 26 del Codice dei contratti pubblici), sia la sponsorizzazione tecnica sia la sponsorizzazione finanziaria possono essere affidate direttamente.

6. L'Amministrazione ha sempre la facoltà, tenuto conto del valore e della tipologia contrattuale:

- in caso di iniziativa di soggetto terzo, di non accettare la proposta di sponsorizzazione o di avviare sulla stessa una procedura comparativa con eventuale diritto di prelazione del soggetto proponente;
- in caso di iniziativa propria, di avviare una procedura comparativa.

7. B) Nel caso di interventi su beni culturali di importo superiore ad Euro 40.000,00, (o comunque, per analogia, alla soglia prevista dall'attuale articolo 26 del Codice dei contratti pubblici) la ricerca dello Sponsor avviene mediante bando pubblicato all'Albo Pretorio on - line del Comune per almeno 30 giorni. Di detta pubblicazione è dato avviso su almeno due dei principali quotidiani a diffusione nazionale e nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana nonché, per i contratti di importo superiore alle soglie europee, anche nella Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea.

8. Il Bando contiene:

- a. una sommaria descrizione dell'intervento;
- b. l'indicazione del valore di massima;
- c. l'indicazione dei tempi di realizzazione;
- d. se si intende acquisire una sponsorizzazione di puro finanziamento anche mediante accollo da parte dello sponsor delle obbligazioni di pagamento dei corrispettivi dell'appalto dovuti dal Comune, ovvero una sponsorizzazione tecnica consistente in una forma di partenariato estesa alla progettazione e alla realizzazione di parte o di tutto l'intervento a cura e a spese dello sponsor;
- e. i requisiti di partecipazione;
- f. nel caso di sponsorizzazione finanziaria, la richiesta di offerte in aumento sull'importo di finanziamento minimo indicato;
- g. nel caso di sponsorizzazione tecnica, gli elementi e i criteri di valutazione delle offerte;
- h. il termine, non inferiore a 60 giorni, entro il quale i soggetti interessati possono far pervenire offerte impegnative di sponsorizzazione.

9. La pubblicazione del bando deve essere preceduta, secondo legge, dall'integrazione Programma Triennale dei lavori di cui all'articolo 128 del Codice dei Pubblici Contratti con un apposito allegato, che indica i lavori, i servizi e le forniture in relazione ai quali si intende ricercare Sponsor per il finanziamento o la realizzazione di questi interventi. Al fine dell'inserimento di questo Elenco, il Comune provvede a predisporre i relativi studi di fattibilità, anche semplificati, o i progetti preliminari.

10. Il Comune procede alla stipula del contratto di sponsorizzazione con il soggetto che ha offerto:

- il finanziamento maggiore, in caso di sponsorizzazione pura;
- l'offerta giudicata migliore, in caso di sponsorizzazione tecnica;
- l'offerta economicamente più vantaggiosa, nel caso di sponsorizzazione mista.

11. Nel caso in cui non sia stata presentata alcuna offerta o alcuna offerta appropriata, ovvero tutte le offerte presentate siano risultate irregolari ovvero inammissibili rispetto al disposto del Codice dei Contratti Pubblici o non siano rispondenti ai requisiti formali della procedura, il Comune può, nei successivi sei mesi, ricercare di propria iniziativa lo Sponsor con cui negoziare il contratto di sponsorizzazione, ferme restando la natura e le condizioni essenziali delle prestazioni richieste nella sollecitazione pubblica.

12. I progetti per i quali non sono pervenute offerte utili possono essere nuovamente pubblicati nell'allegato al Programma Triennale dei lavori dell'anno successivo.

ARTICOLO 14 – Diritto di rifiuto

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

- a. ritenga possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
- b. ravvisi nei mezzi utilizzati dall'azienda 'Sponsor' un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine/iniziativa/attività;
- c. reputi inaccettabile la proposta per motivi di opportunità generale.

2. Sono comunque esclusi, quali aziende Sponsor, i soggetti che, nelle proprie attività, non garantiscano:

- a. il rispetto del diritto alle pari opportunità e al trattamento non discriminatorio delle persone;
- b. il rispetto del diritto alla sicurezza e alla salute delle persone;
- c. il rispetto dei diritti dei lavoratori;
- d. il rispetto degli assetti istituzionali, delle norme e delle prassi amministrative, degli interessi pubblici, delle politiche sociali, economiche e culturali;
- e. il rispetto degli obblighi riguardanti la tutela dei consumatori ai sensi della normativa vigente (specie in relazione alla qualità e sicurezza dei prodotti, alla trasparenza di etichette e prezzi, alla pubblicità ingannevole, a politiche di 'dumping', all'impiego di prodotti e processi basati su mutazioni genetiche non sicure);
- f. il rispetto degli obblighi riguardanti la protezione dell'ambiente (specie in relazione ai danni o minacce alla biodiversità, a processi industriali causa di effetto serra e di distruzione della

fascia di ozono, alla distruzione di risorse naturali, agli inquinamenti chimici).

3. Sono inoltre escluse le sponsorizzazioni riguardanti:

- a. la propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- b. la pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco o prodotti alcolici;
- c. messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia;
- d. messaggi contrari al decoro o alla morale pubblica.

ARTICOLO 15 – Contratto di sponsorizzazione

1. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo Sponsor e dal responsabile del Settore Competente.

2. Il contratto, in particolare, deve contenere i seguenti elementi:

- a. l'indicazione analitica degli impegni assunti dallo Sponsor secondo i contenuti dello specifico progetto di sponsorizzazione;
- b. le obbligazioni che il Comune garantisce allo Sponsor in termini di pubblicità dell'iniziativa supportata dallo stesso (modalità di utilizzazione del marchio e di presenza del logo dello sponsor sul materiale di propaganda, etc.);
- c. le modalità di controllo del Comune, a cura del Responsabile del Procedimento, sull'esatta esecuzione del contratto;
- d. le clausole inerenti le garanzie e le forme di tutela dei marchi con specificazione dell'utilizzo dei loghi e dei segni distintivi dello Sponsor;
- e. la definizione degli aspetti fiscali;
- f. le eventuali sanzioni in caso di inadempienza;
- g. la disciplina di eventuali contenziosi;
- h. le cause e le modalità di recesso del contratto da parte dell'Amministrazione.

3. I rapporti contrattuali sono tenuti dal Settore interessato.

ARTICOLO 16 – Verifiche e controlli

1. Le 'sponsorizzazioni' sono soggette a periodiche verifiche da parte del Settore Interessato al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti.

2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo Sponsor.

La notifica e l'eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

ARTICOLO 17 – Norma di rinvio

Per quanto non disciplinato nel presente Titolo, si applicano le disposizioni di legge e regolamentari vigenti nel settore oggetto del contratto di sponsorizzazione.

Tutti i richiami alle norme contenuti nel presente Titolo devono intendersi effettuati alle disposizioni vigenti al momento dell'attuazione concreta del Titolo stesso, senza necessità di adeguamento espresso del presente regolamento (c.d. rinvio dinamico).

TITOLO II – NORME FINALI

ARTICOLO 18 – Entrata in vigore

1. Il presente Regolamento diventa esecutivo con l'entrata in vigore della deliberazione che lo approva.
2. Sono abrogate le norme dei Regolamenti comunali e degli atti aventi natura regolamentare che risultino in contrasto con quanto disposto dal presente Regolamento.

SOMMARIO

TITOLO I – CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE

| | |
|--|----|
| ARTICOLO 1 - Oggetto | 2 |
| ARTICOLO 2 - Finalità | 2 |
| ARTICOLO 3 - Definizioni | 2 |
| ARTICOLO 4 - Finalità delle iniziative di sponsorizzazione | 4 |
| ARTICOLO 5 - Vincoli | 4 |
| ARTICOLO 6 - Ambito di applicazione | 4 |
| ARTICOLO 7 - Individuazione e approvazione iniziative | 4 |
| ARTICOLO 8 - Oggetto e Contenuto | 5 |
| ARTICOLO 9 - Contratti assimilabili - Esclusioni | 5 |
| ARTICOLO 10 - Presupposto per la stipula dei contratti di sponsorizzazione | 5 |
| ARTICOLO 11 - Sponsorizzazione Tecnica | 6 |
| ARTICOLO 12 - Sponsorizzazione finanziaria | 7 |
| ARTICOLO 13 - Sponsorizzazione su beni culturali | 8 |
| ARTICOLO 14 - Diritto di rifiuto | 10 |
| ARTICOLO 15 - Contratto di sponsorizzazione | 11 |
| ARTICOLO 16 - Verifiche e controlli | 11 |
| ARTICOLO 17 - Norma di rinvio | 12 |

TITOLO II – NORME FINALI

| | |
|--------------------------------------|----|
| ARTICOLO 18 -Entrata in vigore | 23 |
|--------------------------------------|----|