



COMUNE DI GUBBIO
Provincia di Perugia

REGOLAMENTO
SULLA DISCIPLINA DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE

Approvato con Deliberazione di Consiglio Comunale n. 36 del
21.02.2012

INDICE

- Art. 1 – Oggetto e finalità
- Art. 2 - Definizione di contratto.
- Art. 3 - La forma contrattuale
- Art. 4 - Ambito di applicazione
- Art. 5 - Limitazioni generali
- Art. 6 – il Procedimento e le competenze
- Art. 7 - lo sponsor ed il collaboratore istituzionale
- Art. 8 - scopi dei contratti di sponsorizzazione e degli accordi di collaborazione
- Art. 9 - Iniziativa spontanea o per azione di terzi
- Art. 10 - Sponsorizzazioni plurime
- Art. 11 - Regole generali e comuni
- Art. 12 - Gli accordi di collaborazione
- Art. 13 - L'offerta di sostanziale mecenatismo
- Art. 14 - La valutazione delle offerte
- Art. 15 – Modalità di pubblicizzazione dello sponsor
- Art. 16 - Versamento e utilizzo proventi delle sponsorizzazioni
- Art. 17 – Utilizzo risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni
- Art. 18 - Rinvio
- Art. 19 - Aspetti fiscali
- Art. 20 - Verifiche e controlli
- Art. 21 – Riserva organizzativa
- Art. 22 - Entrata in vigore

ARTICOLO 1: Oggetto e finalità

1. Le norme del presente Regolamento costituiscono la disciplina generale per la realizzazione di rapporti afferenti la sponsorizzazione e la conclusione di accordi di collaborazione, relativi allo svolgimento di attività ed iniziative di interesse per il Comune di Gubbio nei settori di intervento specificati all'art.6 e per le finalità indicate nell'art.5.
2. Il Regolamento viene adottato in sostanziale attuazione delle previsioni generali di cui all'art.43 della L. n.449 del 27/12/1997, all'art. 119 del D.lgs. n.267/2000 e successive modificazioni ed integrazioni, comprese le limitazioni di cui dell'art.6, commi 8 e 9 del D.Lgs. n.78/2010.
3. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere, attraverso istituti contrattuali atipici ed innovativi rispetto al passato che in via pratica necessiteranno di volta in volta comunque di apposita e specifica istruttoria in relazione alle varie fattispecie concrete:
 - a favorire l'innovazione dell'organizzazione tecnica e amministrativa dell'Ente;
 - a realizzare maggiori economie di spesa in conformità ai fini istituzionali dell'ente;
 - a migliorare la qualità dei servizi istituzionali prestati.

ARTICOLO 2: Definizione di contratto.

Per contratto di sponsorizzazione, si intende quel contratto mediante il quale il Comune di Gubbio (sponsee), nell'ambito delle proprie iniziative, offre a un terzo (sponsor), che si obbliga a fornire un corrispettivo costituito da una somma di denaro ovvero forniture di beni e/o servizi a titolo gratuito a vantaggio del Comune di Gubbio, la possibilità di divulgare il nome o il marchio del soggetto sponsorizzante nelle varie estrinsecazioni dell'attività del soggetto stesso.

Per contratto di collaborazione, si intende quel contratto che, a fronte di investimenti privati di peculiare rilevanza a vantaggio del Comune, oltre al ritorno pubblicitario sopra indicato, determina altresì la possibilità economica di ricavare direttamente una redditività specifica dalla collaborazione con il Comune in favore del soggetto c.d. collaborante, estrinsecandosi in forniture di servizi e di beni caratterizzati da potenzialità di redditività.

ARTICOLO 3: La forma contrattuale

1. I contratti di sponsorizzazione stipulati dal Comune di Gubbio prevedono necessariamente clausole inerenti le garanzie e le forme di tutela dei marchi con specificazione dell'utilizzo dei loghi e dei segni distintivi dello sponsor, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.
2. Le modalità di associazione del nome e del marchio del soggetto "*sponsorizzante o sponsee*" ovvero di quello "*collaborante o sponsor*" devono presentare caratteri consoni e compatibili alla natura istituzionale ed alla immagine di pubblica autorità neutrale proprie del Comune.
3. L'utilizzazione sia dello strumento della sponsorizzazione che di quello degli accordi di collaborazione avviene sempre attraverso la stipula di apposito contratto scritto.
4. Il Comune può definire, in relazione ai contratti di sponsorizzazione, specifiche clausole relative ai propri segni distintivi qualificando, con appositi atti, lo stemma ufficiale come segno distintivo con tutela pari al marchio.

ARTICOLO 4: AMBITO DI APPLICAZIONE

1. Il Comune di Gubbio ricorre a forme di sponsorizzazione per realizzare e promuovere principalmente le seguenti attività:

- attività culturali di varia natura connesse anche all'immagine dell'ente e del suo territorio;
- attività connesse all'informazione istituzionale;
- attività sportive e di promozione turistica;
- attività di valorizzazione del patrimonio comunale;
- attività di restauro e di recupero conservativo di beni artistici, culturali ed ambientali;
- attività di esecuzione di scavi archeologici;
- attività di miglioramento dell'assetto urbano;
- attività inerenti il servizio di Verde Pubblico e di Arredo Urbano;
- attività inerenti la Protezione Civile ed i Lavori Pubblici;
- ogni altra attività ritenuta residualmente di rilevante interesse pubblico.

2. Con riferimento poi agli accordi di collaborazione, costituiscono attività privilegiate la concessione:

- di edifici monumentali in degrado a soggetti privati i quali, purché venga fatta salva la destinazione d'uso, provvedano al recupero od al restauro e li utilizzino anche per proprie sedi, per lo stretto tempo necessario per recuperare, attraverso i costi di locazione di mercato, le spese sostenute;
- di istituzioni museali ed espositive, ovvero settori di attività delle stesse;
- di impianti sportivi di proprietà comunale;
- per il restauro, il recupero, l'adeguamento funzionale, la messa a norma e la gestione di qualsiasi bene pubblico, appartenente al demanio o al patrimonio indisponibile del Comune (residualmente).

3. Con riferimento ai beni culturali oggetto di contratti di sponsorizzazioni si fa richiamo espresso all'art.199-bis del D.lgs. n.163/2006 come introdotto dal D.L. n.05/2012.¹

¹ Art. 199-bis D.lgs. n.163/2006 come introdotto dal D.L. n.05/2012 (Disciplina delle procedure per la selezione di sponsor): "1. Al fine di assicurare il rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza, proporzionalità, di cui all'articolo 27, le amministrazioni aggiudicatrici competenti per la realizzazione degli interventi relativi ai beni culturali integrano il programma triennale dei lavori di cui all'articolo 128 con un apposito allegato che indica i lavori, i servizi e le forniture in relazione ai quali intendono ricercare sponsor per il finanziamento o la realizzazione degli interventi. A tal fine provvedono a predisporre i relativi studi di fattibilità, anche semplificati, o i progetti preliminari. In tale allegato possono essere altresì inseriti gli interventi per i quali siano pervenute dichiarazioni spontanee di interesse alla sponsorizzazione. La ricerca dello sponsor avviene mediante bando pubblicato sul sito istituzionale dell'amministrazione procedente per almeno trenta 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 contratti di importo superiore alle soglie di cui all'articolo 28, nella Gazzetta Ufficiale dell'Unione europea. L'avviso contiene una sommaria descrizione di ciascun intervento, con l'indicazione del valore di massima e dei tempi di realizzazione, con la richiesta di offerte in aumento sull'importo di finanziamento minimo indicato. Nell'avviso è altresì specificato 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 dall'amministrazione, 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. Nel bando, in caso di sponsorizzazione tecnica, sono indicati gli elementi e i criteri di valutazione delle offerte. Nel bando e negli avvisi è stabilito il termine, non inferiore a sessanta giorni, entro il quale i soggetti interessati possono far pervenire offerte impegnative di sponsorizzazione. Le offerte pervenute sono esaminate direttamente dall'amministrazione aggiudicatrice o, in caso di interventi il cui valore stimato al netto dell'imposta sul valore aggiunto sia superiore a un milione di euro e nei casi di particolare complessità, mediante una commissione giudicatrice. L'amministrazione procede a stilare la graduatoria delle offerte e può indire una successiva fase finalizzata all'acquisizione di ulteriori offerte migliorative, stabilendo termine ultimo per i rilanci. L'amministrazione procede, quindi, alla stipula del contratto di sponsorizzazione con il soggetto che ha offerto il finanziamento maggiore, in caso di sponsorizzazione pura, o ha proposto l'offerta realizzativa giudicata migliore, in caso di sponsorizzazione tecnica. 2. Nel caso in cui non sia stata presentata nessuna offerta, o nessuna offerta appropriata, ovvero tutte le offerte presentate siano irregolari ovvero inammissibili, in ordine a quanto disposto dal presente codice in relazione ai requisiti degli offerenti e delle offerte, o non siano rispondenti ai requisiti formali della procedura, la stazione appaltante 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. I progetti per i quali non sono pervenute offerte utili, ai sensi del precedente periodo, possono essere nuovamente pubblicati nell'allegato del programma triennale dei lavori dell'anno successivo. 3. Restano fermi i presupposti e i requisiti di compatibilità stabiliti dall'articolo 120 del decreto legislativo 22 gennaio 2004 n.42 e successive modificazioni, recante il codice dei beni culturali e del paesaggio, nonché i requisiti di partecipazione di ordine generale dei partecipanti stabiliti nell'articolo 38 del presente codice, nonché, per i soggetti incaricati di tutta o di parte della realizzazione degli interventi, i requisiti di idoneità professionale, di qualificazione per eseguire i lavori pubblici, di capacità economica e finanziaria, tecnica e professionale dei fornitori e dei prestatori di servizi, di cui agli articoli 39, 40, 41 e 42, oltre ai requisiti speciali e ulteriori di cui all'articolo 201 del presente codice".

ARTICOLO 5: Limitazioni generali

1. Il ricorso al contratto di sponsorizzazione oggetto del presente regolamento é ammesso ove sussistano le seguenti condizioni:
 - a) il perseguimento di interessi pubblici;
 - b) l'esclusione di forme di conflitto di interesse tra attività pubblica e privata;
 - c) il conseguimento di risparmi di spesa.
2. L'amministrazione comunale si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:
 - a) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
 - b) la reputi inaccettabile per motivi di interesse generale.
- 3) Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:
 - propaganda di natura politica, sindacale o religiosa;
 - pubblicità diretta o collegata alla produzione e/o distribuzione di tabacchi, di prodotti alcolici, di materiale pornografico o a sfondo sessuale e di armi da guerra;
 - messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

ARTICOLO 6: - Il procedimento e le competenze

1. Il Consiglio Comunale, una volta approvato il contenuto del presente Regolamento, autorizza la Giunta Comunale ad avvalersi di sponsorizzazioni e collaborazioni concluse nel rispetto del regolamento, per il conseguimento di finalità d'interesse pubblico.
2. La Giunta Comunale nel rispetto del presente Regolamento, autorizza per le attività del Comune di Gubbio il ricorso al finanziamento tramite sponsorizzazioni o collaborazioni, in via generale con l'approvazione del Piano performance - PEG (Piano Esecutivo di Gestione) e successive variazioni oppure, per iniziative specifiche, con apposite deliberazioni.
3. Tutte le conseguenti fasi attuative e gestionali inerenti le procedure di sponsorizzazioni e collaborazioni sono demandate alla competenza del Dirigente preposto al Settore amministrativo interessato, anche in posizione di coordinamento di altri settori comunque coinvolti nel rispetto delle procedure del presente regolamento e dei criteri generali di cui all'art.26² del D.lgs. n.163/2006 e ss. mm. ii.
4. la giunta comunale e' tenuta a rendicontare trimestralmente al consiglio comunale circa l'attività effettuata ai sensi del presente regolamento. Per importi superiori ad Euro 50.000 la Giunta si impegna a dare tempestiva comunicazione al Consiglio Comunale.

ARTICOLO 7: lo sponsor ed il collaboratore istituzionale

Possono assumere la veste di sponsor ovvero di collaboratore istituzionale i seguenti soggetti:

² Art.26 del D.lgs. n.163/2006 e ss. mm. ii (Contratti di sponsorizzazione) :” 1. Ai contratti di sponsorizzazione e ai contratti a questi assimilabili, di cui siano parte un'amministrazione aggiudicatrice o altro ente aggiudicatore e uno sponsor che non sia un'amministrazione aggiudicatrice o altro ente aggiudicatore, aventi ad oggetto i lavori di cui all'allegato I, nonché gli interventi di restauro e manutenzione di beni mobili e delle superfici decorate di beni architettonici sottoposti a tutela ai sensi del decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42, ovvero i servizi di cui all'allegato II, ovvero le forniture disciplinate dal presente codice, quando i lavori, i servizi, le forniture sono acquisiti o realizzati a cura e a spese dello sponsor, si applicano i principi del Trattato per la scelta dello sponsor nonché le disposizioni in materia di requisiti di qualificazione dei progettisti e degli esecutori del contratto.

2. L'amministrazione aggiudicatrice o altro ente aggiudicatore beneficiario delle opere, dei lavori, dei servizi, delle forniture, impartisce le prescrizioni opportune in ordine alla progettazione, nonché alla direzione ed esecuzione del contratto”.

- qualsiasi persona fisica, purché in possesso dei requisiti di legge per contrattare ordinariamente con la Pubblica Amministrazione;
- qualsiasi persona giuridica, avente o meno scopo o finalità commerciali, quali le società di persone e di capitali, le imprese individuali, quelle cooperative (ex art. 2511 cod. civ.), le mutue di assicurazioni e i consorzi imprenditoriali (ex art.2602 cod. civ.), i liberi professionisti anche in forma associata;
- le associazioni senza fini di lucro costituite con atto notarile, le cui finalità statutarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali del Comune di Gubbio.

ARTICOLO 8: scopi dei contratti di sponsorizzazione e degli accordi di collaborazione

1. La sponsorizzazione e gli accordi di collaborazione, fermo restando il rispetto cogente delle normative sui pubblici appalti ai sensi dell'art.26 e dell'art.27³ del D.lgs. n.163/2006 e ss. mm. ii., rappresentano strumenti tramite i quali il Comune realizza o acquisisce a titolo gratuito interventi, servizi, prestazioni, beni o attività inseriti nei programmi di spesa ordinari attraverso finanziamenti a carico del bilancio dell'Ente. Il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di un'economia di bilancio totale o parziale rispetto alla previsione di spesa, in relazione alla totale o parziale acquisizione del previsto risultato da parte dello sponsor.

2. Si specifica altresì che la sponsorizzazione e gli accordi di collaborazione potranno anche consistere nella esecuzione di opere e lavori pubblici e di pubblico interesse espletati direttamente o per suo diretto strumento dal soggetto sponsorizzato o collaborante.

ARTICOLO 9: Iniziativa spontanea o per azione di terzi

1. La sponsorizzazione e gli accordi di collaborazione possono avere origine per iniziativa del Comune di Gubbio o di uno qualsiasi dei soggetti elencati all'art.7.

2. Qualora l'iniziativa si correli alla proposta di soggetti terzi, essa, ferme restando le modalità di scelta del contraente di cui agli articoli che seguono del presente regolamento, deve essere dichiarata "utile" agli interessi dell'ente e confacente agli scopi ed alle finalità istituzionali dello stesso con riferimento alle sue componenti economiche, qualitative ed organizzative.

3. Il riconoscimento della utilità della proposta dovrà avvenire mediante l'inserimento della stessa nell'apposito P.E.G. (Piano Esecutivo di Gestione) oppure attraverso deliberazione di Giunta che dia atto della corrispondenza dell'iniziativa con le finalità dell'Ente.

ARTICOLO 10: Sponsorizzazioni plurime

Sono sempre ammesse le sponsorizzazioni plurime di una singola manifestazione o iniziativa.

ARTICOLO 11: Regole generali e comuni

³Art.27 D.lgs. n.163/2006 e ss. mm. ii. (Principi relativi ai contratti esclusi): "1. L'affidamento dei contratti pubblici aventi ad oggetto lavori, servizi forniture, esclusi, in tutto o in parte, dall'ambito di applicazione oggettiva del presente codice, avviene nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza, proporzionalità. L'affidamento deve essere preceduto da invito ad almeno cinque concorrenti, se compatibile con l'oggetto del contratto.

2. Si applica altresì l'articolo 2, commi 2, 3 e 4.

3. Le amministrazioni aggiudicatrici stabiliscono se è ammesso o meno il subappalto, e, in caso affermativo, le relative condizioni di ammissibilità. Se le amministrazioni aggiudicatrici consentono il subappalto, si applica l'articolo 118".

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura negoziata, sia quando la proposta provenga per iniziativa di uno qualsiasi dei soggetti indicati nell'art.7, sia qualora la proposta avvenga su iniziativa spontanea del Comune, preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso e, comunque, da adeguate forme di pubblicità.
2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'Albo Pretorio, inserimento nel sito internet del Comune, invio alle associazioni di categoria e attraverso altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza.
3. L'avviso deve contenere:
 - a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor;
 - b) l'esatta determinazione dello spazio pubblicitario utilizzabile e la durata della pubblicità;
 - c) le modalità ed i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione;
 - d) l'importo minimo richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione.
4. L'offerta va presentata per iscritto e deve indicare:
 - a) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende pubblicizzare;
 - b) il corrispettivo della sponsorizzazione;
 - c) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato o il progetto di sponsorizzazione.
5. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
 - a) per le persone fisiche:
 - l'inesistenza della condizione di incapacità a contrarre con la Pubblica Amministrazione e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
 - l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
 - l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprenditore);
 - la non rappresentanza di organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.
 - b) per le persone giuridiche:
 - il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti per ciascuno dei quali devono essere prodotte le autocertificazioni sopra elencate.
6. L'offerta deve, inoltre, contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti il messaggio pubblicitario e le relative autorizzazioni.

ARTICOLO 12: Gli accordi di collaborazione

1. Gli accordi di collaborazione, stante la loro natura di spiccata valenza economica e di interesse imprenditoriale del contraente, sono più puntualmente sottoposti al rispetto delle regole dell'evidenza pubblica e previo regime di raffronto fra più possibili concorrenti.

ARTICOLO 13: L'offerta di sostanziale mecenatismo

Le sponsorizzazioni offerte o proposte da privati o da enti e soggetti giuridici privi di finalità di lucro, specie ove il ritorno di natura pubblicitaria appaia del tutto tenue e prevalga l'aspetto di un sostanziale contratto a prestazioni economicamente unilaterali, con la prevalenza di profili c.d. di "*mero mecenatismo*" da parte dello sponsor, sono formalizzate come procedure di trattativa privata diretta, qualunque sia il valore della prestazione resa.

ARTICOLO 14: La valutazione delle offerte

1. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate – sulla base dei criteri definiti nel capitolato, nel progetto o nella delibera di Giunta – dal Dirigente del settore che organizza l'iniziativa o

l'evento, dal Dirigente all'uopo incaricato dal Sindaco in presenza di situazioni diverse ovvero da apposita commissione all'uopo costituita.

2. In presenza di più offerte accettabili viene predisposta ed approvata con determinazione dirigenziale una graduatoria per ognuna delle iniziative per le quali è prevista la sponsorizzazione.

3. La graduatoria è formata in ragione della maggiore utilità economica per il Comune o sulla base dei punteggi attribuiti in ragione dei criteri qualitativo-economici fissati nell'avviso.

ARTICOLO 15: Modalità di pubblicizzazione dello sponsor

1. L'attività di pubblicizzazione dello sponsor da parte del Comune è realizzata nei seguenti modi:

a) nel caso di manifestazioni e progetti di tipo culturale, informativo, sportivo e sociale, finanziati con risorse economiche derivanti dalla sponsorizzazione, il logo dello sponsor potrà essere inserito sia nel materiale pubblicitario relativo alle iniziative, sia nel sito web del Comune.

b) nel caso di interventi mirati alla valorizzazione del territorio, del patrimonio comunale e dell'assetto urbano, il Comune consentirà apposite forme di pubblicizzazione particolarmente visibili all'esterno quali, ad esempio, il posizionamento di cartelli o di targhe indicanti lo sponsor che finanzia l'intervento o fornisce i beni.

2. Il materiale pubblicitario di cui alla lettera b) del comma 1 è realizzato a spese dello sponsor nel rispetto delle prescrizioni indicate dal competente servizio comunale. Sono, altresì, a carico dello sponsor l'acquisizione di eventuali pareri e/o autorizzazioni previsti dalla normativa vigente e tutti gli oneri derivanti dal pagamento dei tributi dovuti a livello locale.

ARTICOLO 16: Versamento e utilizzo proventi delle sponsorizzazioni

1. Il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione deve essere eseguito in misura non inferiore al 40% (quaranta per cento) al momento della sottoscrizione del contratto e nell'importo restante a conclusione dell'evento. Qualora il corrispettivo superi l'importo di €uro 50.000,00 (cinquantamila/00), a garanzia e quale condizione essenziale per procedere alla formalizzazione dei rapporti di sponsorizzazione, lo sponsor dovrà costituire, sempre al momento della sottoscrizione del contratto, apposita polizza fideiussoria a favore del Comune di Gubbio.

2. Nei casi in cui il contratto preveda la fornitura di beni e/o servizi di terzi, lo sponsor dovrà provvedere a pagare direttamente il fornitore, previa attestazione da parte del Comune dell'avvenuta esecuzione delle prestazioni. Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza *ipso iure* del contratto, fatto salvo il diritto di rivalsa da parte del Comune sulle somme versate dallo sponsor a titolo di garanzia previste nel contratto di sponsorizzazione.

ARTICOLO 17: Utilizzo risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

1. Le somme previste nei capitoli interessati alla sponsorizzazione sono considerate risparmi di spesa

2. I risparmi di spesa di cui al comma 1 sono utilizzati per le seguenti finalità:

a) quanto al 10% (dieci per cento), per l'implementazione del fondo delle risorse decentrate del personale dipendente di cui all'art.31 del CCNL 22/01/20004, nonché del fondo della retribuzione di risultato della dirigenza di cui all'art.26 del CCNL del 23/12/1999, da ripartirsi tra dipendenti e dirigenti che hanno curato l'istruttoria del procedimento ed adottato i relativi atti, sulla base della qualità e quantità dell'apporto individuale e delle rispettive responsabilità;

b) quanto al 90% (novanta per cento), per il finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni di bilancio.

Gli importi eccedenti i 200.000,00 Euro e 100.000,00 Euro per quelli provenienti dall'attività prevista all'art.21 comma 2 non vengono considerati risparmi di spesa ai fini del presente articolo.

ARTICOLO 18: Rinvio

Per quanto non esplicitamente previsto e specificamente stabilito dal presente Regolamento si fa espresso rinvio alle leggi e normative vigenti in materia di disciplina dei rapporti con la Pubblica Amministrazione, allo Statuto ed ai Regolamenti adottati dal Comune di Gubbio.

ARTICOLO 19: Aspetti fiscali

1. Il valore della fatturazione per la sponsorizzazione è pari al corrispettivo concordato nell'accordo tra sponsor e sponsee.
2. La sponsorizzazione oggetto del presente Regolamento, quando prevede quale corrispettivo della stessa la fornitura di beni e/o servizi da parte dello sponsor, si configura come operazione permutativa e trova quindi applicazione la disciplina sull'I.V.A. secondo le previsioni dell'art.11 del D.P.R. n. 633 del 26/10/1972.
3. Allo sponsor compete il pagamento della somma dovuta per imposta sulla pubblicità e dei tributi dovuti a livello locale.

ARTICOLO 20: Verifiche e controlli

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del Dirigente di ogni settore competente in materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per contenuti tecnici, qualitativi e quantitativi.
2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor. La notifica e l'eventuale diffida producono gli effetti previsti dal contratto di sponsorizzazione.

ARTICOLO 21: Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dal Comune di Gubbio secondo la disciplina del presente Regolamento.
2. E' tuttavia facoltà del Comune, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare in convenzione l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario, secondo le vigenti normative degli appalti dei servizi.

ARTICOLO 22: Entrata in vigore

1. Il presente Regolamento entrerà in vigore dalla data di esecutività della Deliberazione Consiliare di approvazione.
2. Copia del Regolamento esecutivo verrà consegnata a cura della Segreteria Comunale a tutti i Dirigenti dei Settori ed al Collegio dei Revisori dei Conti.