

REGOLAMENTO SULLE SPONSORIZZAZIONI

ART. 1 OGGETTO, FINALITÀ E PRINCIPI GENERALI

- 1) Il presente regolamento è adottato in attuazione dell'art. 43 della legge 27 dicembre 1997, n. 449, dell'art. 119 del D. lgs. 18 agosto 2000 n. 267 e ss.mm.ii, dell'art. 120 del D.lgs. 22 gennaio 2004, n. 42, degli articoli 8 e 134 del D. lgs. 36/2023 e ss.mm.ii, dell'art. 67 comma 3 lett. a) del CCNL del 21 maggio 2018 disciplina le condizioni e le modalità operative per la sponsorizzazione di lavori, servizi e forniture in favore dell'Amministrazione comunale.
- 2) L'Amministrazione comunale ricorre alla sponsorizzazione al fine di ottenere miglioramenti della qualità dei servizi erogati, supportare la realizzazione di opere e servizi, favorire iniziative di innovazione ed ottimizzare la spesa.
- 3) Il ricorso alla sponsorizzazione si conforma ai seguenti principi generali:
 - a) il perseguimento di interessi pubblici;
 - b) l'esclusione di qualsiasi conflitto di interesse tra attività pubblica e attività privata;
 - c) il risparmio di spesa, sia attraverso la realizzazione di economie sulle poste iscritte nel bilancio comunale, sia attraverso il finanziamento di lavori, servizi e forniture che non trovano copertura finanziaria ordinaria.

ART. 2 DEFINIZIONI ED AMBITO DI APPLICAZIONE

1) Ai fini del presente regolamento si intende:

- a) per contratto di sponsorizzazione: un contratto atipico, a titolo oneroso ed a prestazioni corrispettive, mediante il quale un soggetto (denominato Sponsor) si obbliga a versare in tutto o in parte denaro ovvero ad eseguire lavori, servizi e/o forniture in favore dell'Amministrazione comunale (denominata Sponsee) che a sua volta si obbliga, nell'ambito delle proprie iniziative, eventi, progetti e contratti, a diffondere il nome dello Sponsor tramite veicolazione del nome, del marchio, dell'immagine, dell'attività, dei prodotti, dei servizi e simili nei modi previsti dal contratto di sponsorizzazione;
- b) per "sponsorizzazione tecnica": la sponsorizzazione in cui la prestazione resa da un soggetto (Sponsor) in favore dell'amministrazione comunale (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 (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 o qualsiasi altro supporto messo a disposizione dall'Amministrazione comunale e utilizzato 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, o di mero "mecenatismo". L'accettazione di tali erogazioni da parte dell'Amministrazione comunale è subordinata ad una verifica dell'interesse pubblico e delle condizioni di cui all'art. 15.
- j) non costituiscono ipotesi di sponsorizzazione, bensì contratti a titolo gratuito di cui all'art. 8 comma 1 del D. Lgs. 36/03:
 - l'adozione di aree a verde appartenenti al patrimonio comunale disciplinata con Delibera della Giunta n. 323 del 21/05/2021 e s.m.i.;

- gli interventi a carattere occasionale o continuativo, di cura o di gestione condivisa degli spazi pubblici e degli edifici, periodicamente individuati dall'Amministrazione o proposti dai cittadini attivi disciplinati mediante accordi di collaborazione disciplinati con delibera C.C. n. 2015/00020 "Regolamento sulla collaborazione tra cittadini e Amministrazione per la cura e rigenerazione dei beni comuni urbani";
 - altre forme speciali di partenariato, disciplinate da diverse normative di settore, anche al fine della fruizione tutela e valorizzazione del patrimonio culturale;
- k) L'amministrazione può altresì ricevere per donazione beni o prestazioni rispondenti all'interesse pubblico senza obbligo di gara; per tali ipotesi si applicano le disposizioni del codice civile in materia di forma, revocazione e azione di riduzione delle donazioni;

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 nell'ambito del Piano Integrato di Attività ed Organizzazione (PIAO) di cui all'art. 6 del D.L. n. 80/2021, convertito con modificazioni in Legge n. 113/2021 e ss.mm.ii. La Giunta comunale può comunque approvare nel corso dell'anno, con propria deliberazione, ulteriori iniziative o formulare indirizzi specifici ai dirigenti competenti.
- 4) La Giunta comunale demanda le fasi attuative e gestionali alla competenza del dirigente del servizio 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.

Art. 4 PROPOSTE DI SPONSORIZZAZIONE

- 1) Possono assumere la veste di Sponsor persone fisiche e persone giuridiche comprese le associazioni non riconosciute purchè formalmente costituite
- 2) I soggetti interessati ad assumere il ruolo di Sponsor del Comune di Bari possono avanzare la propria proposta mediante l'area "sponsorizzazione" del portale comunale compilando la modulistica allegata (All. 1).
- 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.

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 art 1, 2 e 8 del Codice;
- 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 disposizioni di cui agli articoli 19 e 151 del Codice dei Contratti pubblici;
- 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 trenta giorni di un avviso pubblico con il quale si rende noto l'avvenuto ricevimento della proposta di sponsorizzazione indicando sinteticamente il contenuto del contratto proposto con invito agli interessati a presentare una proposta per la medesima sponsorizzazione 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:

- a) l'oggetto della sponsorizzazione o, nel caso di sponsorizzazione tecnica, l'indicazione dei lavori, servizi e forniture e del loro valore;
 - b) gli obblighi dello sponsor;
 - c) le modalità di promozione dello sponsor, l'individuazione dell'eventuale spazio per la veicolazione dell'immagine del privato e la durata del periodo di suo utilizzo;
 - d) i requisiti dei partecipanti e degli eventuali esecutori del contratto individuati dallo sponsor;
 - e) l'eventuale diritto di esclusiva;
 - f) l'importo minimo eventualmente richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
 - g) i criteri per la valutazione delle proposte quali a titolo esemplificativo:
 - 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
 - h) l'eventualità di co-sponsorizzazioni;
 - i) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta;
 - j) eventuali indicazioni e prescrizioni in ordine alla progettazione, nonché alla direzione ed esecuzione del contratto;
 - k) il diritto di rifiutare o escludere l'offerta;
 - l) 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.
- 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 co-sponsorizzazione assicurando la contemporanea presenza di loghi e/o marchi degli sponsor sul relativo materiale promozionale; in tal caso rapporti saranno disciplinati da separati contratti
 - 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) Si può procedere all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazione
- nel caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore ad €40.000 (IVA esclusa);
 - nel caso di infruttuosa pubblicazione dell'avviso di cui al comma 7 ;
 - in casi eccezionali, adeguatamente motivati, in cui la particolare natura e le particolari caratteristiche dell'iniziativa oggetto di sponsorizzazione ovvero l'urgenza qualificata di conseguire la prestazione limitino la trattativa ad un unico determinato soggetto.
- 8) In ogni caso, l'affidamento diretto avviene previa valutazione di congruità da parte del RUP o del Dirigente del settore competente alla valutazione del servizio/lavoro/fornitura
- 9) In ogni caso, ai sensi dell'art 134 comma 4 Dlgs 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 e nel proprio sito Internet - di volta in volta individuati in relazione all'iniziativa.
- 2) 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.
- 3) Nell'informazione giornalistica dell'Amministrazione comunale riguardante attività istituzionali oggetto di

sponsorizzazione viene esclusa qualsiasi forma di comunicazione commerciale del privato. L'Amministrazione si riserva, in ogni caso, la facoltà di citare, per completezza della notizia, il nome dello sponsor.

- 4) Ove necessario in relazione alle modalità di sponsorizzazione, prima di attivare la procedura o, in caso di offerte spontanee avanzate dallo sponsor prima di accettare la proposta, il dirigente del servizio precedente valuta le modalità di promozione dello sponsor con gli uffici competenti in materia di comunicazione e pubblicità nonché con gli altri servizi interessati all'iniziativa, acquisendone i relativi ed eventuali pareri.

ART. 7 CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

- 1) La sponsorizzazione viene regolata, di norma, 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 Bari:
 - 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 la sponsorizzazione e gli strumenti attuativi della stessa contrasti con prescrizioni di leggi o di regolamenti o non sia diretta al perseguimento di interessi pubblici;
 - d) qualora si verificano 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;
- 4) Il contratto di sponsorizzazione deve prevedere clausole inerenti la 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.
- 5) L'Amministrazione può definire nel contratto di sponsorizzazione specifiche clausole relative all'utilizzo dei propri segni distintivi e della propria immagine.
- 6) Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal dirigente competente, previa adozione di apposita determina a contrarre. Con detto contratto viene concessa anche l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario", ferma restando la disciplina del canone unico patrimoniale di cui al relativo regolamento (DCC 9/2021) e l'acquisizione di eventuali autorizzazioni previste dalla normativa vigente, secondo le modalità, i criteri e la normativa di settore, ivi compreso il regolamento comunale della pubblicità, il regolamento edilizio vigente, le norme tecniche di attuazione del piano generale degli impianti pubblicitari, nonché le NTA dei piani particolareggiati già approvati o adottati al momento della richiesta di parere alla ripartizione competente;
- 7) 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.
- 8) 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.
- 9) 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 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, 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 alla Soprintendenza e agli altri uffici competenti, al fine di ottenere i nulla osta o gli atti di assenso normativamente richiesti, ovvero le ulteriori prescrizioni necessarie ai sensi dell'art. 151, comma 2, del D. Lgs. n. 50/2016.

ART. 9 UTILIZZO DELLE SPONSORIZZAZIONI IN RELAZIONE A PROCEDURE DI APPALTO E CONCESSIONE

- 1) L'Amministrazione comunale può prevedere, nell'ambito di bandi o avvisi di gara per l'affidamento di appalti o concessioni di lavori, servizi o forniture, specifiche clausole inerenti la valutazione di proposte di sponsorizzazione, a parziale scomputo dell'onere previsto a carico dell'ente.
- 2) Gli elementi valutativi inerenti la sponsorizzazione non devono comunque costituire un criterio con peso preponderante in relazione a quello complessivo previsto per l'affidamento del contratto.
- 3) Sono fatte salve in base al criterio di specialità le disposizioni di cui al vigente Regolamento per l'installazione degli impianti pubblicitari e PGIP per la concessione degli spazi pubblicitari o lotti

ART. 10 UTILIZZO DEI RISPARMI DI SPESA DERIVANTI DALLE SPONSORIZZAZIONI

- 1) Sono considerati risparmi di spesa le risorse finanziarie di spesa corrente, assegnate con il Piano Integrato di Attività ed Organizzazione (PIAO), che dovessero risultare non utilizzate a seguito della stipula di un contratto 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 di cui all'art. 67 del CCNL del 21 maggio 2018 che richiama l'art. 15 comma 1 lett. d) del CCNL dell'1.04.1999 come modificato dall'art. 4, comma 4, del CCNL del 5.10.2001.

ART. 11 ADEMPIMENTI CONTABILI E FISCALI

- 1) Le iniziative di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale sulle imposte dirette, per quanto applicabile, sulle imposte indirette e sui tributi locali, alla cui disciplina si rinvia.
- 2) Nel caso di sponsorizzazioni tecniche si applica l'art 11 del D.P.R. 633/1972 e di conseguenza non trova applicazione il meccanismo della scissione dei pagamenti (ex art. 17-ter D.P.R. 633/1972) alla luce delle circolari dell'Agenzia delle Entrate 15/E del 2015 e 27/E del 2017.
- 3) La prestazione posta in essere dallo Sponsor è sempre imponibile iva con aliquota ordinaria, per cui l'amministrazione emetterà fattura nei confronti dello Sponsor.
- 4) La prestazione/fornitura resa dallo sponsor è imponibile iva se lo stesso è soggetto IVA, ed in tal caso verrà da questi emessa fattura nei confronti dello Sponsor con applicazione dell'aliquota prevista dal D.P.R. 633/1972. Nel caso in cui lo Sponsor non sia soggetto IVA lo stesso emetterà nota di addebito fuori campo iva. Sia in quest'ultimo caso, che in caso di applicazione di aliquota ridotta/agevolata, lo Sponsor verserà al Comune di Bari l'iva a debito a seguito della liquidazione dell'imposta relativa alla sponsorizzazione.
- 5) Il valore della sponsorizzazione (sia tecnica che finanziaria), corrispondente all'imponibile della fatturazione di cui ai punti precedenti equivale al corrispettivo indicato nel contratto tra Sponsor e Sponsor.
- 6) Eventuali ipotesi di esenzione dal pagamento del canone unico patrimoniale di concessione, autorizzazione o esposizione pubblicitaria, relative a contratti di sponsorizzazione, sono disciplinate nello specifico Regolamento adottato con deliberazione del Consiglio Comunale n. 09/2021 del 1° febbraio 2021 e s.m.i., anche in relazione all'importo della sponsorizzazione
- 7) Al fine di fruire delle agevolazioni fiscali va specificata la durata della esposizione pubblicitaria o

ART 12 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 cittadina o 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. L'occupazione, pertanto, imputandosi all'amministrazione stessa, non è soggetta a provvedimenti concessori di suolo pubblico e alla conseguente imposizione fiscale, ma resta subordinata alle necessarie verifiche/pareri tecnici circa la conformità al Codice della Strada, il rispetto delle prescrizioni di decoro urbano, la conformità alla normativa di pubblica sicurezza in caso di pubblici spettacoli, da parte delle competenti Commissioni, in conformità Regolamento Consiglio Comunale n.128 del 29/12/2021 e s.m.i.
5. Restano ferme tutte le disposizioni di cui agli articoli precedenti sulle modalità di scelta dello sponsor e verifiche sulla qualificazione degli esecutori
6. 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. 13 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.
- 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.

Art. 14 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.
- 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 Bari 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. 15 INIZIATIVE MUNICIPALI

I Municipi hanno facoltà di reperire sponsor secondo quanto disposto dalle norme di legge e dal presente Regolamento, con riferimento a eventi culturali, sociali, ricreativi, sportivi, nonché lavori, servizi o forniture di valenza strettamente territoriale.

ART. 16 VERIFICHE E CONTROLLI

- 1) Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del dirigente 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. 17 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. 18 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.

ART. 19 ENTRATA IN VIGORE

Il presente Regolamento entra in vigore ad intervenuta esecutività della deliberazione di approvazione.