



COMUNE DI BARLASSINA

Piazza Cavour, 3 - 20825 - BARLASSINA (MB) - Tel. 0362.57701 - Fax 0362.561570
Cod. fiscale 01516690151 - P. I.V.A. 00715910964

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DELLE SPONSORIZZAZIONI E DEGLI ACCORDI DI COLLABORAZIONE

**Approvato con deliberazione
del Consiglio Comunale
n. 6 del 18/02/2026**

INDICE

Titolo I

SPONSORIZZAZIONI ED ACCORDI DI COLLABORAZIONE

Art. 1 - Oggetto

Art. 2 - Disposizioni applicabili

Art. 3 - Ambiti d'intervento

Art. 4 - Finalità

Art. 5 - Definizioni

Art. 6 – Esclusioni

Art. 7 - Norme per l'utilizzo del nome e del marchio dello sponsor e dello stemma del Comune

Art. 8 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

Art. 9 - Indirizzi generali per la scelta dello sponsor

Art. 10 - Modalità di stipula dei contratti di sponsorizzazione

Art. 11 – Qualificazione del personale impiegato dagli sponsor e prescrizioni in caso di sponsorizzazioni comportanti lavori

Art. 12 – Albo degli sponsor accreditati

Art. 13 - Contratto di sponsorizzazione

Art. 14 - Garanzie e risoluzione automatica

Art. 15 - Riserva organizzativa

Art. 16 – Altre forme di sponsorizzazione: gli accordi di collaborazione

Art. 17 - Verifiche e controlli

Art. 18 - Aspetti contabili e fiscali

Art. 19 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti da contratti di sponsorizzazione

Art. 20 - Casi di esclusione delle sponsorizzazioni

Art. 21 - Trattamento dei dati personali

Titolo II

SPONSORIZZAZIONI PER LA REALIZZAZIONE E MANUTENZIONE DEL VERDE PUBBLICO

Art. 22 – Aree verdi pubbliche comunali

Art. 23 – Individuazione delle aree e programmazione degli interventi

Art. 24 – Modalità di gestione

**Art. 25 – Contenuto minimo della documentazione per la stipula del contratto di sponsorizzazione delle
aree verdi pubbliche comunali**

Art. 26 – Prescrizioni progettuali

Art. 27 – Oneri ed obblighi a carico dello sponsor

Art. 28 – Modalità di comunicazione e promozione del nome (ditta/marchio) dello sponsor

Art. 29 - Vigilanza e controlli specifici sui contratti di sponsorizzazione delle aree verdi pubbliche comunali

Art. 30 - Aspetti fiscali dei contratti di sponsorizzazione delle aree verdi pubbliche comunali

Art. 31 - Norme finali e di rinvio

Art. 32 - Entrata in vigore

Titolo I

SPONSORIZZAZIONI ED ACCORDI DI COLLABORAZIONE

Art. 1 - Oggetto

Il presente regolamento disciplina la stipulazione di contratti di sponsorizzazione e di accordi di collaborazione con soggetti privati, per attività ed iniziative di interesse collettivo, secondo le finalità indicate nel successivo art. 4 e negli ambiti di intervento di cui al successivo art. 3.

Art. 2 - Disposizioni applicabili

La sottoscrizione dei contratti di sponsorizzazione, contratti atipici, e delle convenzioni che regolano gli accordi di collaborazione avviene nell'ambito della libertà negoziale prevista dal Codice Civile (ex art. 1322), tenuto conto di quanto previsto:

- dall'art. 43 della Legge 449/1997;
- dall'art. 119 del D. Lgs. 267/2000;
- dall'art. 120 del D. Lgs. 42/2004;
- dall'art. 134 del Codice dei Contratti (D. Lgs. 36/2023);
- dall'art. 11 Legge 241/1990 e ss.mm.ii.;
- dall'art. 15, comma 1, lett. d) del CCNL del 01/04/1999, come sostituito dall'art. 4, comma 4, del CCNL del 05/10/2001;
- dalla L. n. 223/1990;
- dalla determinazione dell'Autorità per la Vigilanza sui LL.PP. n. 24/2001;

Art. 3 - Ambiti d'intervento

1. Il Comune può sottoscrivere contratti di sponsorizzazione con riferimento alle seguenti attività e in tutti i casi nei quali essi possano risultare funzionali all'interesse della collettività amministrata:

- culturali, di spettacolo e del tempo libero;
- sportive;
- sociali e di assistenza alla persona;
- scolastiche;
- di promozione turistica;
- di manutenzione e/o valorizzazione del patrimonio comunale;
- di restauro e di recupero conservativo di edifici comunali;
- di assetto ed arredo urbano;
- di verde pubblico;
- di Protezione Civile.

2. Le sponsorizzazioni possono riguardare i lavori, i servizi e le forniture di cui al D. Lgs. 36/2023 e ss.mm.ii.

Art. 4 - Finalità

1. Il Comune, avendo cura di evitare l'insorgere di conflitti di interesse e garantendo trasparenza ed integrità nei rapporti con i privati, si avvale di contratti di sponsorizzazione e di accordi di collaborazione per il conseguimento delle seguenti finalità:

- realizzare economie di spesa;
- ampliare l'offerta e migliorare la qualità dei servizi prestati;
- promuovere la sussidiarietà orizzontale, favorendo il concorso dei privati nel perseguimento dell'interesse pubblico;

Art. 5 - Definizioni

Ai fini del presente regolamento si intende:

1. per "contratto di sponsorizzazione":

un contratto di pubblicità commerciale a prestazioni corrispettive (anche plurilaterale in caso di sponsorizzazioni simultanee) mediante il quale una parte, il Comune (sponsee), garantisce ad un terzo (sponsor) la possibilità di pubblicizzare, negli spazi fisici o virtuali deputati, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, i servizi e simili dello sponsor, secondo le condizioni contrattuali previste, a fronte dell'obbligo dello sponsor di pagare un determinato corrispettivo in denaro (sponsorizzazione monetaria) o di fornire una prestazione diretta o indiretta a favore del Comune (sponsorizzazione tecnica);

2. per "sponsorizzazione":

ogni corrispettivo in denaro (sponsorizzazione monetaria), oppure ogni prestazione diretta o indiretta (sponsorizzazione tecnica), proveniente dallo sponsor allo scopo di promuovere il proprio nome, marchio,

attività o i propri prodotti, servizi e simili, oppure conseguire una proiezione positiva di ritorno d'immagine tramite la stipulazione di un contratto di pubblicità commerciale;

3. per "sponsor": il soggetto di natura commerciale, in forma singola o collettiva, che intenda stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune, a fronte delle azioni concordate e previste, volte a garantire la visibilità del marchio e la veicolazione e diffusione positiva della propria immagine;
4. per "sponsee": il Comune beneficiario delle sponsorizzazioni (monetarie o tecniche o miste);
5. per "accordo di collaborazione": ogni ipotesi di accordo, nato ad iniziativa congiunta del Comune e di un soggetto pubblico o privato (individuale o collettivo), che si proponga di realizzare (nell'ambito delle attività di cui al precedente art. 3) progetti ed iniziative congiunte di interesse collettivo, mediante la condivisione di obiettivi, risorse, compiti e rischi;
6. per "spazio pubblicitario": lo spazio fisico o digitale o qualsiasi altro supporto atto alla veicolazione di informazioni, messo a disposizione dello sponsor dal Comune;
7. per "strumenti pubblicitari": i manufatti (cartelli, insegne o altri elementi pubblicitari) idonei a promuovere il nome (ditta/marchio) dello sponsor.

Art. 6 - Esclusioni

Ai fini del presente regolamento non costituisce sponsorizzazione la semplice offerta, a titolo di liberalità, a favore del Comune di somme di danaro (erogazioni liberali in forma monetaria), di beni o di servizi (erogazioni liberali in forma tecnica) che non integri un rapporto obbligatorio di tipo sinallagmatico di prestazione e controprestazione tra il privato e il Comune.

Art. 7 - Norme per l'utilizzo del nome e del marchio dello sponsor e dello stemma del Comune

1. I contratti di sponsorizzazione devono indicare le modalità di utilizzo dei loghi e dei segni distintivi e devono includere le clausole relative alle garanzie e alle forme di tutela del marchio dello sponsor e dello stemma del Comune.
2. L'associazione del nome e del marchio o simbolo del soggetto "sponsorizzante" con quello dell'ente deve risultare compatibile con la natura istituzionale del Comune e preservare l'immagine dello stesso.
3. Il Comune, in caso di particolari necessità, può definire specifiche clausole relative ai propri segni distintivi.

Art. 8 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Il Comune individua le iniziative da proporre ai potenziali sponsor, oppure accoglie le proposte formulate da terzi (imprese commerciali, istituti di credito, compagnie assicuratrici ecc.).
2. Le iniziative o gli interventi devono essere:
 - a) inseriti nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio comunale; in questo caso il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di una economia di spesa a carico del bilancio, totale o parziale, rispetto alla previsione iniziale;
 - b) compresi in appositi elenchi allegati al bilancio comunale ma non finanziati, la cui realizzazione è subordinata alla conclusione di contratti di sponsorizzazione o alla disponibilità delle economie di cui alla precedente lett. a);
 - c) conseguenti a proposte formulate in corso d'anno dalla Giunta Comunale, anche in adesione ad offerte spontanee provenienti da soggetti terzi e giudicate di interesse pubblico.

Art. 9 - Indirizzi generali per la scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor avviene in conformità a quanto previsto dall'art. 134 del D. Lgs. 36/2023.
2. Nella procedura di scelta dello *sponsor* il Comune garantisce il rispetto dei principi di imparzialità e parità di trattamento.
3. La modalità di scelta del contraente è commisurata al valore della sponsorizzazione ed avviene secondo le procedure specifiche di cui agli articoli seguenti.

Art. 10 - Modalità di stipula dei contratti di sponsorizzazioni

1. Nel caso di contratti di sponsorizzazioni di beni, servizi e lavori di importo fino a € 40.000,00 (iva esclusa), il Comune può affidare la sponsorizzazione direttamente al soggetto proponente o interessato.
2. Nel caso di contratti di sponsorizzazioni di beni e servizi di importo superiore a € 40.000,00 (iva esclusa), il Comune provvede all'affidamento previa pubblicazione sul proprio sito internet, per almeno 30 giorni, di apposito avviso, nel quale devono essere indicati sinteticamente il contenuto del contratto e le modalità di presentazione dell'istanza di partecipazione alla procedura selettiva.

Art 11 – Qualificazione del personale impiegato dagli sponsor e prescrizioni in caso di sponsorizzazioni comportanti lavori

1. Il Comune verifica preliminarmente che i soggetti contraenti abbiano (nel caso di sponsorizzazione tecnica diretta) o si avvalgano di (nel caso di sponsorizzazione tecnica indiretta) personale idoneo e qualificato a realizzare le attività oggetto di sponsorizzazione, specie con riferimento ai lavori, premurandosi di impartire le prescrizioni necessarie in ordine alla progettazione, all'esecuzione, alla direzione e al collaudo degli stessi.

Art 12 – Albo degli sponsor accreditati

1. Il Comune, previa pubblicazione di apposito bando, può costituire l'albo degli sponsor, provvedendo a selezionare i soggetti che vi abbiano interesse a partecipare e che presentino i necessari requisiti di idoneità.
2. Una volta costituito l'albo degli sponsor, che deve essere periodicamente aggiornato anche solo ad istanza di parte, il Comune può provvedere ad individuare il soggetto con cui stipulare il relativo contratto, tenuto conto della tipologia e natura dell'attività da realizzare con la sponsorizzazione e garantendo il rispetto dei già richiamati principi di imparzialità e parità di trattamento, anche mediante il ricorso al criterio di rotazione tra gli iscritti.

Art. 13 - Contratto di sponsorizzazione

1. La sponsorizzazione è regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:
 - la qualificazione delle parti contraenti;
 - l'oggetto del contratto e la finalità;
 - la durata del contratto;
 - l'importo economico della sponsorizzazione (iva esclusa) e le relative modalità di pagamento;
 - le modalità di svolgimento della sponsorizzazione;
 - l'indicazione analitica degli impegni assunti dallo sponsor e quelli del Comune e la definizione dei rapporti reciproci;
 - le modalità di controllo da parte del Comune;
 - l'indicazione degli spazi o forme pubblicitarie consentiti allo sponsor;
 - la definizione degli aspetti fiscali;
 - le responsabilità dello sponsor;
 - m) le cause e le modalità di revoca del contratto;
 - n) il divieto di cessione contrattuale.
2. Il contratto di sponsorizzazione viene redatto di norma in forma di scrittura privata soggetta a registrazione solo in caso d'uso o in forma pubblica amministrativa, quando risulti utile o opportuno in relazione al singolo contratto. Tutte le spese inerenti la stipula del contratto sono a carico dello sponsor.
3. È vietata qualsiasi forma di cessione, anche parziale, del contratto di sponsorizzazione.

Art. 14 - Garanzie e risoluzione automatica

1. Al fine di assicurare il corretto adempimento delle obbligazioni contrattuali, il Comune può richiedere allo Sponsor, prima della sottoscrizione del contratto, la costituzione di apposita garanzia, come previsto dagli artt. 106 e 117 del D. Lgs. 36/2023.
2. Il mancato pagamento del corrispettivo (nel caso della sponsorizzazione monetaria) o il mancato adempimento della prestazione (nel caso della sponsorizzazione tecnica) costituiscono causa legittima di risoluzione, *ipso iure*, del contratto, fatto salvo il diritto del Comune di escutere la garanzia prestata dallo sponsor per la stipulazione del contratto di sponsorizzazione.

Art. 15 - Riserva organizzativa

1. Il Comune, di norma, gestisce direttamente le sponsorizzazioni, secondo la disciplina prevista nel presente regolamento.
2. Lo stesso Comune, qualora lo ritenga maggiormente utile sul piano gestionale o più conveniente su quello economico, può affidare al mercato la ricerca delle sponsorizzazioni, conferendo il relativo incarico, attraverso idonea procedura selettiva, a soggetti specializzati nella raccolta di risorse (fund raising).

Art. 16 – Altre forme di sponsorizzazione: gli accordi di collaborazione

1. La stipula degli accordi di collaborazione di cui all'art. 5 del presente regolamento (e fuori dai casi previsti dall'art. 82-bis del D. Lgs. 36/2023 e dall'art. 2 dell'allegato II-6 bis del medesimo decreto), avviene mediante sottoscrizione di apposita convenzione.
2. Nella convenzione sono indicati: l'oggetto e la finalità della collaborazione; descritta l'attività; stabiliti compiti, modalità e termini dell'agire dei soggetti coinvolti; fissate le clausole per la risoluzione delle eventuali controversie.
3. Gli accordi di collaborazione non integrano la fattispecie dei contratti a prestazioni corrispettive, salvo che in essi siano presenti caratteri tipici del contratto di sponsorizzazione, come ad esempio la promozione del marchio di un soggetto commerciale.

Art. 17 - Verifiche e controlli

1. Il Comune in corso di rapporto accerta che le obbligazioni o gli impegni assunti dagli sponsor vengano rispettati e adeguatamente adempiuti.
2. Ogni violazione degli accordi contrattualmente pattuiti viene dal Comune tempestivamente contestata allo

sponsor, assegnando allo stesso un congruo termine entro il quale adempiere in forma specifica e fatta salva ogni ulteriore azione prevista dall'ordinamento.

Art. 18 - Aspetti contabili e fiscali

1. I corrispettivi dei contratti di sponsorizzazione, sotto il profilo finanziario, rientrano tra le entrate extratributarie (rectius proventi diversi) e vanno quindi iscritte a bilancio nell'anno in cui sorge l'obbligazione.
2. Sotto il profilo economico-patrimoniale, invece, qualora la sponsorizzazione consista nella fornitura di beni o servizi o nella realizzazione di lavori, il Comune, registrato il documento contabile dello sponsor, è tenuto ad emettere a sua volta fattura, dato che la sponsorizzazione si configura come prestazione a titolo oneroso con finalità commerciale.
3. Le sponsorizzazioni, in ragione della loro tipologia, seguono il regime fiscale previsto per esse dall'ordinamento; mentre il contratto di sponsorizzazione non esonera lo *sponsor* dall'obbligo del pagamento di eventuali tributi e/o canoni a cui le sponsorizzazioni sono soggette, né è sostitutivo di tale obbligo.

Art. 19 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti da contratti di sponsorizzazione

1. Le economie di bilancio che conseguono alla stipula dei contratti di sponsorizzazione costituiscono risparmi di spesa che, sulla base degli indirizzi della Giunta Comunale, possono essere impiegate:
 - a) per finanziare altre poste di bilancio, nella misura di almeno il 50%;
 - b) per incrementare le risorse del fondo decentrato, come previsto dell'art. 15, comma 1, lett. d) del CCNL 01/04/99 (nel testo sostituito dall'art. 4, comma 4, del CCNL del 05/10/2001);

Art. 20 - Casi di esclusione delle sponsorizzazioni

1. Il Comune può rifiutare di aderire ad una proposta di sponsorizzazione qualora:
 - a) ritenga che dalla stessa possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
 - b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
 - c) reputi la sponsorizzazione incompatibile con le proprie finalità.
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni la cui pubblicità abbia ad oggetto:
 - a) propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - b) promozione di tabacco, prodotti alcolici e farmaceutici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, armi;
 - c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo ed esaltazione del razzismo.
3. Il Comune, con deliberazione della Giunta Comunale, adeguatamente motivata, può rifiutare le sponsorizzazioni che, pur non rientrando fra i casi previsti dai precedenti commi, siano ritenute in contrasto con le proprie finalità istituzionali.

Art. 21 - Trattamento dei dati personali

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità nello stesso indicate ed in conformità con quanto previsto dal Regolamento UE 2016/679 e, per le parti ancora vigenti, dal D. Lgs. 196/2003 e ss.mm.ii.
2. Fermi restando gli obblighi di trattamento previsti dall'ordinamento, i dati raccolti dal Comune a seguito della stipula dei contratti di sponsorizzazione o degli accordi di collaborazione possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati ove ciò risulti necessario per la realizzazione delle finalità previste nel presente regolamento.

Titolo II

SPONSORIZZAZIONI PER LA REALIZZAZIONE E MANUTENZIONE DEL VERDE PUBBLICO

Art. 22 – Aree verdi pubbliche comunali

I contratti di sponsorizzazione con soggetti pubblici o privati per la realizzazione, sistemazione e manutenzione ordinaria e straordinaria di aree verdi pubbliche (quali rotatorie, aiuole, aree gioco ecc.) site nel territorio del Comune sono disciplinate dal presente regolamento.

Art. 23 - Individuazione delle aree e programmazione degli interventi

1. In sede di programmazione annuale il Comune provvede ad individuare le aree oggetto di sponsorizzazione, definendo la modalità di gestione e il periodo di manutenzione che non dovrà essere inferiore ad 1 anno.
2. I soggetti interessati alla sponsorizzazione possono presentare proposte di intervento su aree verdi comunali secondo le modalità previste nel presente regolamento.
3. Le aree verdi comunali oggetto di sponsorizzazione conservano la loro natura giuridica di bene pubblico e di destinazione d'uso, in conformità con quanto previsto dall'ordinamento in materia urbanistica e di gestione del

territorio.

Art. 24 - Modalità di gestione

La gestione delle aree verdi pubbliche comunali oggetto di sponsorizzazione può essere realizzata in forma di:

- a) manutenzione ordinaria dell'area, come valore minimo, che consiste a titolo esemplificativo e non esaustivo:
 - nella cura, conservazione e mantenimento in buono stato dei tappeti erbosi e degli arbusti (ivi compresi ad es. i trattamenti contro infestanti, la concimazione, lo sfalcio, la potatura di piante ed arbusti con l'eliminazione di tutte le piante crescenti spontaneamente, ecc.);
 - nella pulizia dell'area, con la raccolta e lo smaltimento della vegetazione di risulta;
 - nella cura e il mantenimento degli impianti esistenti;
- b) nuova formazione o riqualificazione dell'area verde, oltre alle attività elencate nel punto a), previo progetto presentato all'atto della formalizzazione della proposta di sponsorizzazione o di partecipazione alla procedura per la selezione dello sponsor, che può prevedere, a seconda della tipologia dell'area, uno o più dei seguenti elementi:
 - arredo verde;
 - impianto di irrigazione;
 - impianto di illuminazione;
 - giochi per bambini (fornitura dei beni in regola con le norme di sicurezza, con monitoraggio e controllo periodico degli impianti e delle attrezzature ai fini della sicurezza, sostituzione delle parti mancanti o danneggiate anche da atti vandalici);
 - arredo in genere.

Art. 25 – Contenuto minimo della documentazione per la stipula del contratto di sponsorizzazione delle aree verdi pubbliche comunali

1. Ai fini della stipula del contratto per la sponsorizzazione di aree verdi pubbliche comunali, a corredo della proposta (nel caso di iniziativa di parte) o dell'istanza di partecipazione all'avviso del Comune, deve essere presentata la documentazione, asseverata da professionisti abilitati, di seguito indicata:

- relazione tecnica illustrativa;
 - progetto grafico;
 - planimetria in scala adeguata, riportante il tipo di arbusti o simili da piantumare e la relativa posizione all'interno dell'area;
 - computo metrico estimativo degli interventi proposti;
 - censimento degli arbusti esistenti e le eventuali modifiche e/o integrazioni che si intendono apportare;
 - schema degli impianti tecnologici da realizzare con relativo allacciamento, nel caso di impianti di irrigazione, illuminazione o altro;
2. In aggiunta alla predetta documentazione, inoltre, devono essere forniti i seguenti documenti ed informazioni:
- bozzetto a colori dei cartelli di sponsorizzazione;
 - indicazione dei tempi di realizzazione,
 - calendario del piano di manutenzione;

Art. 26 - Prescrizioni progettuali

1. La proposta di sponsorizzazione deve garantire che:

- non siano presenti elementi precipuamente riconducibili alla promozione dei prodotti commercializzati dallo sponsor;
 - siano rispettate le norme sulla sicurezza della circolazione stradale con particolare attenzione alle distanze di visibilità;
 - la messa a dimora di siepi o alberature nell'area a margine della strada che, per tipologia o altezza, non crei ostacolo alla visibilità dei veicoli in transito o che, in caso di loro ribaltamento, non invadano il piano viabile;
 - sia rispettato il paesaggio e il decoro del contesto urbano circostante.
2. Alla scadenza del contratto di sponsorizzazione gli elementi e le strutture presenti sull'area verde che pubblicizzano la denominazione dello sponsor dovranno essere rimossi senza alcun documento per l'area stessa dal punto di vista estetico e del suo perfetto utilizzo.

Art. 27 - Oneri ed obblighi a carico dello sponsor

1. Con la sottoscrizione del contratto, lo sponsor si impegna:

- ad avvalersi di personale tecnico qualificato in relazione agli interventi progettati e da realizzare, specie con riguardo all'esecuzione di lavori che richiedano un'organizzazione tecnica di impresa o di interventi specialistici (sistema di illuminazione, irrigazione, ecc.), la cui direzione deve essere affidata ad un professionista accreditato;
- a farsi carico tutte le spese per la sistemazione, manutenzione e cura dello spazio interessato per il periodo indicato nell'offerta, al fine di garantire l'esecuzione di tutte le operazioni indicate e di tutte quelle normalmente necessarie, anche se non indicate, per mantenere in buono stato e decoro le aree avute in gestione;
- a rispondere dei danni imputabili alla cattiva manutenzione dell'area, verificando che rami, arbusti o erba non impediscano la visibilità della segnaletica stradale all'interno delle aree (corone di rotazione, aiuole spartitraffico, bordi laterali) e segnalando tempestivamente agli uffici comunali qualsiasi danno alla segnaletica viaria insistente

- sulle strade comunali;
- a provvedere, laddove prevista, alla fornitura di nuovi giochi per bambini, fornendone la relativa certificazione di sicurezza e garantendone la vigilanza, la manutenzione ed il ripristino in caso di furto o danneggiamento;
- ad ottenere l'autorizzazione del Comune per apportare qualsiasi variazione, innovazione, addizione o eliminazione si rendesse necessaria da realizzare;
- a farsi carico delle spese relative al consumo di energia elettrica ed acqua derivante dai lavori e dalla manutenzione, nonché di ogni altra spesa scaturente dal rapporto obbligatorio costituito con il contratto di sponsorizzazione;
- al versamento dell'imposta comunale sulla pubblicità e/o di occupazione del suolo pubblico correlata ai cartelli pubblicitari installati;
- a garantire l'incolumità del personale impiegato nella realizzazione e gestione dell'area oggetto di sponsorizzazione;
- a stipulare apposita polizza assicurativa di durata pari al periodo contrattuale e finalizzata a tenere indenne l'Amministrazione Comunale dai danni scaturenti ai terzi dalla realizzazione e gestione del contratto di sponsorizzazione su aree verdi pubbliche comunali;
- a realizzare le opere previste nel contratto di sponsorizzazione in conformità con quanto prescritto dal Codice della Strada;
- a versare una cauzione a favore del Comune pari al 10% dell'importo previsto per la realizzazione delle opere e per l'espletamento del servizio di gestione, finalizzata a garantire l'esatto adempimento degli obblighi assunti con il contratto di sponsorizzazione;
- ad accettare che qualsiasi aggiunta di elementi arborei, impiantistici e di arredo urbano effettuata nell'area oggetto di sponsorizzazione si intende acquisita al patrimonio comunale al momento della sua realizzazione e che al termine della gestione non abbia nulla a pretendere a titolo di rimborso in relazione agli oneri o alle spese sostenuti per l'allestimento e la cura dell'area.
- a riconoscere che sulle aree oggetto del contratto di sponsorizzazione l'Amministrazione abbia diritto, al fine di contenere le spese di gestione, di ottenere a richiesta il ripristino dello stato dei luoghi e di realizzarlo a proprie cure e spese entro un mese dalla richiesta dell'ente concedente;
- a restituire l'area oggetto di sponsorizzazione, una volta spirato il termine di durata del relativo contratto, in perfette condizioni di manutenzione.

Art. 28 – Modalità di comunicazione e promozione del nome (ditta/marchio) dello sponsor

1. Il Comune, a fronte della fornitura dei beni e/o servizi offerti dallo sponsor a titolo gratuito, consente allo stesso di installare sull'area oggetto di affidamento insegne, cartelli o altri elementi pubblicitari atti a promuovere il nome o la ditta/marchio, il cui numero, forma e contenuto sono preventivamente concordati con l'ente concedente.
2. Tutti i costi e gli oneri di produzione e installazione dei predetti strumenti pubblicitari sono a totale carico dello sponsor.
3. I predetti strumenti pubblicitari, oltre a contenere lo stemma comunale e la scritta "Comune di Barlassina", devono riportare una delle seguenti diciture:
 - **"La realizzazione e la cura di quest'area sono offerte da Logo, nome e indirizzo della ditta**, nel caso di formazione o riqualificazione di un nuovo spazio verde;
 - **"La cura di quest'area è offerta da Logo, nome e indirizzo della ditta"**, nel caso in cui lo sponsor fornisca solo la manutenzione di uno spazio verde pubblico già esistente.
4. È fatto in ogni caso divieto allo sponsor di modificare le diciture predette, così come di collocare sull'area pubblicità di altri operatori economici.
5. Gli strumenti pubblicitari devono essere realizzati con materiale resistente agli agenti atmosferici ed avere le strutture di sostegno e di fondazione calcolate per resistere alla spinta del vento; a tale fine deve essere presentata al Comune, prima della sottoscrizione del contratto, idonea dichiarazione tecnica, sottoscritta da professionista abilitato, attestante che lo strumento pubblicitario da installarsi, compresi gli ancoraggi, è realizzato e posto in opera tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento in modo da garantirne la stabilità e la sicurezza.
6. Detti strumenti pubblicitari, inoltre, devono essere tali da non ingenerare confusione con la segnaletica stradale.
7. Il Comune si riserva in ogni caso il diritto di occupare l'area oggetto di sponsorizzazione per motivate ragioni di interesse pubblico, e, ove risulti necessario o opportuno, alla luce della rivalutazione dell'interesse pubblico all'uso dell'area stessa, di rescindere il contratto di sponsorizzazione, provvedendo al rimborso delle spese effettive sostenute dallo sponsor per la realizzazione e la gestione dell'area oggetto di concessione.
8. Il Comune a seguito della stipula del contratto di sponsorizzazione, si impegna a rendere nota l'iniziativa e a promuovere il nome dello sponsor sui propri canali di comunicazione istituzionale: portale internet, periodico comunale ecc.

Art. 29 - Vigilanza e controlli specifici sui contratti di sponsorizzazioni delle aree verdi pubbliche comunali

1. Fermo restando quanto previsto dal precedente art. 17 in tema di controlli e vigilanza sui contratti di sponsorizzazione in generale, in caso di inadempimento degli obblighi contrattuali relativi a quelli per le aree verdi municipali trova applicazione la seguente disciplina integrativa:
 - il Comune, accertata l'inadempienza, deve tempestivamente contestare allo sponsor l'inadempimento a mezzo

- notifica;
- lo sponsor ha diritto di presentare, entro 15 giorni dalla notifica dell'inadempimento, le proprie deduzioni ed osservazioni;
 - il Comune qualora valuti dette deduzioni ed osservazioni non giustificatorie degli inadempimenti contestati, ordina allo sponsor di adempiere in forma specifica e ove questo si rifiuti ulteriormente di adempiere adotta il provvedimento di risoluzione del contratto, notificandolo allo sponsor nei modi e nei tempi previsti dall'ordinamento;
 - a seguito della risoluzione il Comune, escussa la garanzia prestata dallo sponsor, acquisisce al patrimonio gli impianti e le attrezzature posti a servizio dell'area oggetto di sponsorizzazione;
 - lo sponsor, una volta risolto il contratto, è tenuto a rimuovere, entro 10 (dieci) giorni dalla notifica di risoluzione, gli strumenti pubblicitari installati;
 - il Comune, ove lo sponsor non liberi l'area nel termine di 10 giorni predetto, vi provvede d'ufficio addebitandogli le eventuali spese.

Art. 30 - Aspetti fiscali dei contratti di sponsorizzazione delle aree verdi pubbliche comunali

1. La sponsorizzazione che ha per oggetto i servizi di manutenzione del "verde pubblico" con collocazione di strumenti pubblicitari su un'area appartenente al demanio o al patrimonio indisponibile dell'ente pubblico integra il presupposto impositivo della tassa per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche (c.d. TOSAP, di cui all'art. 38 del D. Lgs. 507/93), facendo assumere alla prestazione resa dal Comune natura tributaria, quindi irrilevante agli effetti della disciplina dell'imposta sul valore aggiunto per carenza di presupposto oggettivo (ex art. 3 del D.P.R. n. 633/1972; mentre la prestazione resa dallo sponsor (i servizi di manutenzione effettuati a titolo gratuito) risulta rilevante ai fini dell'imposta sul valore aggiunto (ex art. 13, comma 2, lett. d del citato D.P.R. 633/1972), obbligando quest'ultimo ad emettere la relativa fattura.

Art. 31 - Norme finali e di rinvio

- 1 Per quanto non espressamente previsto nel presente regolamento si richiamano le norme del Codice Civile, del Codice della Strada, del Regolamento attuativo di quest'ultimo, nonché le altre dell'ordinamento che risultino applicabili.

Art. 32 - Entrata in vigore

1. Il presente regolamento entra in vigore dopo la pubblicazione all'Albo Pretorio online, intervenuta l'esecutività della deliberazione di approvazione del Consiglio Comunale.
2. Il presente regolamento viene, altresì, ripubblicato all'Albo Pretorio online per ulteriori 15 giorni dall'esecutività e pubblicato sul portale web del Comune, al fine di garantirne la massima conoscibilità.