



# **CITTÀ DI SQUINZANO**

*PROVINCIA DI LECCE*

oooooooooooooooo

## **REGOLAMENTO COMUNALE PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI**

**approvato dal Consiglio comunale con deliberazione n. 73 del 19/12/2025**

## **ARTICOLO 1 – OGGETTO E FINALITÀ**

1. Il presente regolamento disciplina, in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997 (finanziaria 1998) e nell'art. 119 del D. Lgs. 18.8.2000 n. 267 (Tuel), i presupposti, le condizioni e gli strumenti normativi necessari per attivare procedure di sponsorizzazione nell'ambito di iniziative culturali, sociali, ricreative, sportive e altre promosse dall'Amministrazione comunale per il perseguimento di finalità di pubblico interesse e nell'osservanza dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza che regolano l'operato della Pubblica amministrazione.
2. L'attività di sponsorizzazione è diretta a:
  - a. favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa;
  - b. migliorare la qualità dei servizi prestati;
  - c. realizzare maggiori economie di gestione.

## **ARTICOLO 2 – DEFINIZIONI**

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
  - a. per “Contratto di sponsorizzazione” un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale l'Amministrazione comunale (Sponsee), nell'ambito delle proprie iniziative, offre ad un terzo (Sponsor), che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo in denaro o a fornire una predeterminata prestazione a titolo gratuito, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
  - b. per “Sponsorizzazione” ogni corrispettivo in denaro ovvero ogni prestazione in beni e/o servizi, diretta o indiretta, proveniente da terzi allo scopo di promuovere il proprio nome, marchio, attività o i propri prodotti, servizi e simili ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e, quindi, un beneficio d'immagine;
  - c. per “Sponsor” il soggetto privato (persona fisica o giuridica), l'associazione senza fini di lucro o il soggetto pubblico disponibile a stipulare un contratto di sponsorizzazione alle condizioni date dall'Amministrazione proponente;
  - d. per “Sponsee” il soggetto sponsorizzato, cioè l'Amministrazione comunale;
  - e. per “Spazio pubblicitario” lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune per la pubblicità dello Sponsor.

2. Dal contratto di sponsorizzazione deve conseguire un corrispettivo in denaro ovvero un risparmio di spesa nella realizzazione di un'iniziativa di pubblico interesse.

### **ARTICOLO 3 – OGGETTO E FORME DI SPONSORIZZAZIONE**

1. Il contratto di sponsorizzazione può riguardare:
  - a. attività di carattere culturale e artistico (sostegno a manifestazioni in qualsiasi forma prevista, donazione di opere artistiche quali quadri, sculture, disegni, ecc.);
  - b. interventi in favore del servizio bibliotecario (fornitura di attrezzature, libri, volumi, ecc.);
  - c. interventi in favore della scuola, quali attività di animazione, laboratori, fornitura di materiale, attrezzature didattiche, tecnico-scientifiche e altro;
  - d. interventi in favore delle attività sportive (gare, manifestazioni, fornitura di attrezzature e altro);
  - e. iniziative a sostegno dei servizi sociali (collaborazione per servizi in favore di alunni svantaggiati, trasporto disabili e altro);
  - f. valorizzazione del patrimonio comunale e dell'assetto urbano;
  - g. sistemazione e manutenzione di aree verde pubblico di proprietà comunale;
  - h. ogni altra attività pubblica che il Comune ritenga, nella sua piena discrezionalità, debba essere oggetto di sponsorizzazione.
2. La sponsorizzazione può essere realizzata in una delle seguenti forme:
  - a. cessione gratuita di beni e/o servizi;
  - b. erogazione di contributi in denaro;
  - c. compartecipazione economica diretta alle spese di realizzazione delle varie iniziative promosse dal Comune.

### **ARTICOLO 4 – PROPOSTE DI SPONSORIZZAZIONE**

1. Possono assumere la veste di Sponsor persone fisiche e persone giuridiche comprese associazioni non riconosciute purché formalmente costituite.
2. I soggetti interessati ad assumere il ruolo di Sponsor del Comune di Squinzano possono avanzare la propria proposta.
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.

## **ARTICOLO 5 – MECENATISMO E “ART BONUS”**

1. Per le erogazioni libere di proventi a favore di arte, cultura e spettacolo, si rinvia alle disposizioni vigenti inerenti al cosiddetto “Art Bonus”.
2. Le sponsorizzazioni offerte da privati o da enti e soggetti giuridici privi di finalità di lucro, specie ove il ritorno di natura pubblicitaria appaia del tutto marginale e prevalga l'aspetto di un sostanziale contratto a prestazione economicamente unilaterali con prevalenza di profili del cosiddetto “mecenatismo” da parte dello Sponsor, sono formalizzate a seguito di una procedura e trattativa privata diretta, qualunque sia il valore della prestazione resa.
3. La raccolta di “finanziamento collettivo” (il cosiddetto Crowdfunding) per il sostegno degli interventi di cui al presente articolo, avviene mediante apposite piattaforme online, anche allo scopo di monitorare la provenienza dei flussi finanziari.
4. Il Responsabile, nel rispetto della programmazione dell'Ente e per quanto di propria competenza, individua gli interventi che possono essere oggetto di finanziamento ai sensi del presente articolo.

## **ARTICOLO 6 – PROCEDURA DI AFFIDAMENTO**

Le proposte di sponsorizzazione possono pervenire su iniziativa spontanea di terzi ovvero a seguito della pubblicazione di un avviso da parte dell'Amministrazione. Il procedimento per l'affidamento avviene nel rispetto della normativa vigente in materia ed avviato dal Responsabile del settore competente.

1. L'avviso dovrà contenere, in particolare, i seguenti dati:
  - a. le principali caratteristiche dell'attività, progetto e iniziativa;
  - b. la tipologia di sponsorizzazione (finanziaria, tecnica e/o mista);
  - c. l'individuazione dello spazio pubblicitario nonché la durata del periodo di suo utilizzo da parte dello Sponsor e, se necessario, la preventiva tassa di massima con la competente Soprintendenza per i Beni Architettonici e per il Paesaggio;
  - d. la scadenza per la presentazione dell'offerta;

- e. i valori (complessivi e/o dettagliati per singole attività) stimati per la sua realizzazione. Questi ultimi valori non costituiranno in ogni caso vincolo per la formulazione dell'offerta di sponsorizzazione in quanto è possibile presentare offerta anche di importo inferiore;
  - f. i criteri per la valutazione delle proposte;
  - g. l'Ufficio procedente e il Responsabile del procedimento.
2. In caso di sponsorizzazioni tecniche resta ferma la necessità di verificare il possesso di requisiti degli esecutori nel rispetto dei principi e dei limiti imposti in materia; non trovano applicazione le disposizioni nazionali e regionali in materia di contratti pubblici di lavori, servizi e forniture, ad eccezione di quella sulla qualificazione dei progettisti e degli esecutori. L'Ufficio procedente effettuerà opportuni controlli in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere e/o forniture e alla direzione dei lavori e collaudo degli stessi.
  3. 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 per gli operatori che abbiano manifestato interesse.

#### **ARTICOLO 7 – VALUTAZIONE DELLE OFFERTE**

1. Si procede alla valutazione delle offerte pervenute nel rispetto dei criteri stabiliti nell'avviso medesimo.
2. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal Responsabile del procedimento afferente alla sponsorizzazione nel rispetto dei criteri stabiliti nell'avviso. Per la suddetta valutazione, ci si potrà avvalere di personale di altri uffici competenti nella materia oggetto di valutazione e, nel caso di particolari complessità, di apposita commissione presieduta dal competente Responsabile.
3. L'offerta di sponsorizzazione è approvata con determinazione del competente Responsabile.
4. Nel caso di proposte concorrenti, l'Amministrazione, ove possibile, valuta l'opportunità di favorire cosponsorizzazioni.

#### **ARTICOLO 8 – ELENCO SPONSOR ACCREDITATI**

1. L'Amministrazione individua con procedura aperta i soggetti che si vogliono dichiarare disponibili a partecipare a iniziative di sponsorizzazione che presentino le caratteristiche di massima prefissate redigendone apposito elenco.

## **ARTICOLO 9 – ATTO NEGOZIALE DI SPONSORIZZAZIONE**

1. Il rapporto di sponsorizzazione viene regolato mediante sottoscrizione di un apposito contratto secondo il modello approvato e (di cui si allega copia al presente regolamento), sottoscritto dallo Sponsor e dal competente Responsabile.
2. Il contratto deve stabilire in particolare:
  - a. il diritto dello Sponsor all'utilizzo dello spazio pubblicitario ed alla veicolazione della sua immagine;
  - b. il contenuto, la durata temporale e le modalità di esercizio del diritto dello Sponsor all'utilizzo dello spazio pubblicitario e le specifiche condizioni relative all'eventuale organizzazione di ulteriori attività promozionali;
  - c. la disciplina dettagliata dell'uso del logo, marchio e/o segni distintivi da parte dello Sponsor nonché dell'attività promozionale dei prodotti, servizi e simili esercitabili dallo stesso;
  - d. la definizione degli aspetti economici della sponsorizzazione, con particolare riguardo alla forma del corrispettivo;
  - e. le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze;
  - f. la durata del contratto di sponsorizzazione;
  - g. gli obblighi assunti rispettivamente dallo Sponsor e dallo Sponsee e le relative sanzioni in caso di inadempimento;
  - h. la specifica degli elementi caratteristici veicolati dall'Amministrazione nonché l'impegno dello Sponsor ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti all'esposizione e veicolazione del messaggio pubblicitario;
  - i. l'impegno dello Sponsor a svolgere attività previste senza obbligo per l'Amministrazione di garantire il ritorno pubblicitario dello Sponsor;
  - j. la cauzione prestata dallo Sponsor mediante polizza fidejussoria assicurativa per il corretto adempimento e ogni altra eventuale garanzia, nel caso di contratti di lungo periodo;
  - k. le prescrizioni in materia di controversie, di spese contrattuali e la disciplina della facoltà di recesso.
3. Il contratto dovrà prevedere clausole che in nessun caso pregiudichino o condizionino l'attività dell'Amministrazione.

## **ARTICOLO 10 – VERSAMENTO DEI PROVENTI DELLE SPONSORIZZAZIONI**

Salvo diverso accordo tra le parti, il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione pura o mista dovrà essere eseguito nella somma del 100% al momento della sottoscrizione del contratto presso la Tesoreria Comunale o secondo le modalità previste. Su richiesta dello Sponsor, se ritenuto opportuno dallo Sponsee, il pagamento potrà avvenire entro e non oltre 30 giorni calendariali dalla sottoscrizioni.

## **ARTICOLO 11 – VALUTAZIONE DELLE OFFERTE**

1. Le sponsorizzazioni corrispettive, oggetto del contratto di sponsorizzazione, sono soggette alla normativa fiscale applicabile.
2. Nel caso di sponsorizzazione pura, l'Amministrazione dovrà emettere regolare fattura a titolo di sponsorizzazione per l'importo del contributo economico stabilito nel contratto.
3. Nel caso di sponsorizzazione tecnica, lo Sponsor dovrà emettere regolare fattura all'Amministrazione corrispondente al valore contrattuale dei lavori realizzati o dei beni o servizi ceduti. Il Comune dovrà emettere fattura allo Sponsor di pari importo, a titolo di sponsorizzazione, con compensazione contabile delle due fatture.
4. Resta fermo l'obbligo dello Sponsor di adempiere alle eventuali ed ulteriori obbligazioni tributarie e fiscali inerenti all'attività posta in essere.
5. Qualora si proceda con l'acquisizione di una sponsorizzazione, ove dovesse occorrere, si procederà alla variazione di bilancio necessaria in entrate e spese negli appositi capitoli di bilancio; successivamente con determinazione del competente Responsabile si dovrà procedere con impegno di spesa ed al relativo accertamento.

## **ARTICOLO 12 – AGEVOLAZIONI TRIBUTARIE**

1. In relazione alle sponsorizzazioni attivate ai sensi del presente regolamento, non è dovuto il pagamento del canone patrimoniale di concessione, autorizzazione o esposizione pubblicitaria.
2. L'importo massimo complessivo dei benefici tributari concessi ai sensi del precedente comma 1 del presente articolo, deve essere inferiore al corrispettivo offerto per la sponsorizzazione.
3. Restano salvi gli ulteriori benefici previsti in apposite norme regolamentari comunali

## **ARTICOLO 13 – UTILIZZO DEI RISPARMI DI SPESA DERIVANTI DALLE SPONSORIZZAZIONI**

1. Le somme previste nei capitoli interessati alla sponsorizzazione che risultano non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto, sono considerate risparmi di spesa.
2. I risparmi di spesa di cui al comma 1 del presente articolo, possono essere utilizzati per le seguenti finalità:
  - a. nella misura del 45% per attività aventi natura non obbligatoria (per attività a carattere sociale, culturale, sportiva e per la riqualificazione ambientale);
  - b. nella misura del 50% costituisce economia di bilancio;
  - c. nella misura del 5% alla incentivazione della produttività del personale e della retribuzione di risultato del competente Responsabile del procedimento di sponsorizzazione, come disciplinato dalla contrattazione di comparto.

#### **ARTICOLO 14 – CLAUSOLE DI SALVAGUARDIA**

1. L'Amministrazione Comunale si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione proposta 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 un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
  - c. la reputi inaccettabile per motivi d'opportunità generale.
2. Sono in ogni caso escluse:
  - a. le sponsorizzazioni aventi ad oggetto pubblicità, anche in forma indiretta vietate in tutto o in parte secondo la normativa in vigore o di propaganda da parte dei partiti o altre forme istituzionalmente rappresentate;
  - b. la pubblicità diretta e/o indiretta di materiale pornografico e/o a sfondo sessuale;
  - c. la pubblicità diretta e/o indiretta collegata alla promozione e/o vendita di prodotti pericolosi per la salute o che possano diventarlo, quali sigarette, tabacco e droghe in genere, alcolici, superalcolici etc.
  - d. messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minacce;
  - e. la veicolazione pubblicitaria di un marchio, un logo o un messaggio con contenuti non conformi a quanto previsto dalle normali regole e dagli usi consolidati in materia di disciplina pubblicitaria.
3. Sono esclusi i soggetti che nelle proprie attività non rispettino i seguenti principi:
  - a. rispetto del diritto pari opportunità e trattamento non discriminatorio;

- b. rispetto del diritto alla sicurezza e alla salute delle persone;
  - c. rispetto dei diritti dei lavoratori;
  - d. rispetto degli assetti istituzionali; delle norme giuridiche e delle prassi amministrative, anche consuetudinari; degli interessi pubblici; delle pratiche sociali, economiche e culturali, della trasparenza e correttezza, dei comportamenti imprenditoriali e pubblici, con particolare riferimento al divieto di pratiche corruttive; delle autorità pubbliche degli Stati in cui i predetti soggetti operano;
  - e. rispetto degli obblighi riguardanti la tutela dei consumatori;
  - f. rispetto degli obblighi riguardanti la protezione dell'ambiente.
4. La valutazione del mancato rispetto dei suddetti principi è compiuta sulla base di accertamenti recati da sentenze, decisioni, risoluzioni, inchieste, rapporti o altri atti ufficiali di autorità nazionali o internazionali. A tal fine l'Amministrazione potrà avvalersi di ogni fonte di informazione, ivi compresi i contributi forniti da organizzazioni non governative riconosciute a livello internazionale e/o da associazioni e centri di ricerca presso di esse accreditate.

## **ARTICOLO 15 – UFFICIO SPONSORIZZAZIONI**

1. È possibile prevedere nella dotazione organica, qualora l'Amministrazione lo ritenga opportuno, un "Ufficio Sponsorizzazioni" che svolge la seguente attività:
  - a. organizzazione e coordinamento di tutte le attività relative ai processi di sponsorizzazione del Comune di Squinzano;
  - b. monitoraggio dei contratti di sponsorizzazione stipulati dal Comune attraverso gli uffici dei Settori nelle cui competenze ricade l'oggetto del contratto;
  - c. redazione semestrale di una relazione sull'attività svolta dall'Ufficio e sui contratti di sponsorizzazione stipulati nell'anno;
  - d. trasmissione del contratto stipulato al Settore delegato al controllo e verifica delle obbligazioni assunte in sede contrattuale.
2. Gli uffici dovranno far pervenire tempestivamente all'Ufficio Sponsorizzazioni apposita relazione circa eventuali difformità, notificate allo sponsor, emerse in sede di verifica circa la correttezza degli adempimenti convenuti per quanto attinenti ai contenuti tecnici, quantitativi, qualitativi e temporali. Tali dati sono tenuti in considerazione nella valutazione degli sponsor.

## **ARTICOLO 16 – OBBLIGHI DELLO SPONSOR**

1. Lo sponsor è tenuto a rendere all'Ente il corrispettivo per il ritorno d'immagine del proprio nome/marchio/logo in una delle seguenti forme:
  - a. mediante erogazione diretta all'Ente dell'importo indicato nella proposta di sponsorizzazione e successivamente contrattualizzato;
  - b. con la realizzazione, a propria cura e spese, degli interventi, direttamente avvalendosi di operatori economici qualificati e nel rispetto delle normative di settore.
2. Sono a carico dello sponsor i costi relativi all'installazione e manutenzione di eventuali impianti per la segnalazione della sponsorizzazione che riportino il marchio/logo dello stesso.
3. Nel caso di sponsorizzazione pura, lo sponsor si obbliga al pagamento della somma di denaro, di norma, per una quota pari al 100% al momento della sottoscrizione; su richiesta dello sponsor, il pagamento potrà avvenire per una quota pari al 50% al momento della sottoscrizione del contratto e per la restante parte secondo un piano predisposto dal Responsabile competente; il saldo dovrà comunque avvenire entro e non oltre 30 giorni calendariali come da art. 10 del presente Regolamento.
4. Nel caso di sponsorizzazione tecnica, lo sponsor si obbliga ad eseguire l'intervento secondo il cronogramma approvato dal Responsabile competente.
5. In ogni caso, a garanzia della liquidazione del saldo e/o delle prestazioni assunte, il Responsabile competente potrà richiedere allo sponsor di prestare all'atto della sottoscrizione del contratto, una apposita polizza fidejussoria (bancaria o assicurativa), secondo le modalità di cui all'articolo 117 del codice dei Contratti Pubblici (D. Lgs. 36/2023).

## **ARTICOLO 17 – VERIFICHE E MONITORAGGIO**

1. I Responsabili dei singoli Settori ovvero il Responsabile del procedimento, qualora nominato, verificano la corretta esecuzione del contratto di sponsorizzazione dagli stessi sottoscritto.
2. Ai fini del monitoraggio, i competenti uffici predispongono un elenco dei contratti di sponsorizzazione registrati annualmente a repertorio particolare.

## **ARTICOLO 18 – TRACCIABILITÀ DEI FINANZIAMENTI**

La sponsorizzazione è soggetta alla disciplina sulla tracciabilità in quanto l'apporto correlato alla realizzazione di lavori, servizi e forniture pubblici integra la fattispecie di cui alla normativa vigente ed è pertanto soggetta all'applicazione degli obblighi di tracciabilità.

## **ARTICOLO 19 – ESCLUSIONE E RIFIUTO DI SPONSORIZZAZIONI**

1. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione i soggetti privati, imprese, società, associazioni, enti che non risultano in possesso dei requisiti:
  - insussistenza delle cause di esclusione automatica dalle procedure di gara di cui all'art. 94 del D. Lgs. n. 36/2023 o di esclusione non automatica di cui all'art. 95 del medesimo decreto legislativo;
  - insussistenza di ragioni di decadenza, di sospensione o di divieto previste dall'articolo 67 del codice delle leggi antimafia e delle misure di prevenzione, di cui al D. Lgs. n. 159/2011 o di un tentativo di infiltrazione mafiosa di cui all'articolo 84, comma 4, del medesimo codice;
  - non essersi reso inadempiente o colpevole di negligenza nell'eseguire prestazioni, anche di carattere tributario, per il Comune di Squinzano.
2. Sono altresì esclusi coloro che abbiano in atto con il Comune di Squinzano controversie di natura legale e/o giuridica.
3. L'assenza di motivi di esclusione di cui ai commi precedenti è accertata in sede di gara sulla base delle dichiarazioni sostitutive allegata all'offerta nonché verificate nei confronti dell'aggiudicatario prima della sottoscrizione del relativo contratto, da parte del Responsabile del procedimento.
4. L'Amministrazione, a suo insindacabile giudizio, si riserva la facoltà di rifiutare qualsiasi offerta di sponsorizzazione qualora, anche a seguito di successive verifiche:
  - a. ravvisi l'insussistenza delle condizioni di cui all'art. 3 del presente Regolamento;
  - b. ravvisi un conflitto d'interessi, anche potenziale, tra l'attività pubblica dell'Amministrazione stessa e/o delle sue società partecipate e quella dello sponsor;
  - c. ravvisi un potenziale pregiudizio o danno alla sua immagine ovvero alle proprie iniziative o attività.
5. Sono altresì escluse, oltre le sponsorizzazioni aventi ad oggetto pubblicità, anche in forma indiretta, vietate in tutto o in parte secondo la normativa vigente, quelle di cui all'art. 14 del presente Regolamento a titolo indicativo e non esaustivo.

## **ARTICOLO 20 – SPONSORIZZAZIONI PER INTERVENTI DI RESTAURO E MANUTENZIONE DI BENI DI INTERESSE STORICO, ARTISTICO E CULTURALE.**

1. I contratti di sponsorizzazione possono avere ad oggetto interventi di restauro, di recupero e di manutenzione di beni ed edifici di interesse storico, architettonico, artistico e culturale, ivi compresi beni storici e opere d'arte.
2. Ai contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi e forniture relativi ai beni sottoposti a tutela ai sensi del D. Lgs. 22 gennaio 2004, nr. 42 del Codice dei beni culturali e del paesaggio, si applicano le disposizioni di cui agli artt. 19 e 151 del Codice, nonché del presente Regolamento.
3. Qualora previsto, gli schemi dei contratti di sponsorizzazione sono preventivamente sottoposti alla Sovrintendenza competente in relazione alla tipologia di intervento al fine di ottenere i prescritti nulla osta o atti di assenso normativo richiesti.

## **ARTICOLO 21 - PARTICOLARI FORME DI SPONSORIZZAZIONE: INIZATIVA PER LA MANUTENZIONE/MIGLIORAMENTO DI AREE VERDI COMUNALI**

L'Amministrazione Comunale, ai sensi delle norme fondamentali della sua organizzazione stabilite nello Statuto e ispirate ai principi fondamentali del D. Lgs 267/2000, in particolare al principio di sussidiarietà, promuove il diritto alla partecipazione di tutti i cittadini alla cura dei beni comuni, favorendo peraltro forme di collaborazione tese alla manutenzione/miglioramento delle aree destinate a verde urbano.

Tutte le aree a verde pubblico – intendendo per tali, a titolo esemplificativo e non esaustivo: fioriere, aiuole, rotatorie, spartitraffico, giardini, parchi, alberature ed essenze floreali collocate sui marciapiedi - possono costituire oggetto di affidamento in favore di privati cittadini, imprese, enti del terzo settore, altri organismi regolarmente costituiti ai sensi di legge, ai fini della manutenzione delle stesse o miglioramento attraverso nuove piantumazioni ed eventualmente ulteriori installazioni di arredo urbano.

L'affidatario potrà promuovere la propria immagine attraverso mezzi pubblicitari da posizionare sulla medesima area, con le modalità di cui ai successivi articoli.

## **ART. 22 – INDIVIDUAZIONE DEI SOGGETTI AFFIDATARI**

Potranno ottenere l'affidamento i privati cittadini, le imprese, gli enti del terzo settore ed ogni altro organismo regolarmente costituito in possesso dei requisiti di cui al precedente articolo 19.

## **ART. 23 – PROCEDURA DI AFFIDAMENTO**

L'affidamento potrà essere disposto in favore dei soggetti di cui al precedente articolo che avranno presentato domanda in adesione ad apposito avviso a sportello predisposto dal competente SUAP.

La domanda dovrà essere corredata da una relazione che illustri nel dettaglio gli interventi che si intendono realizzare, con particolare riferimento alla spesa stimata, ai tempi di esecuzione, all'eventuale allestimento dell'area con essenze arboree/piantumazioni diverse da quelle già esistenti, all'eventuale posizionamento di manufatti o elementi di arredo urbano (ad esempio: panchine, statue, etc.).

Dovrà essere inoltre indicato il numero e le caratteristiche dei cartelli pubblicitari che si intende apporre specificando dimensioni, colore, eventuale presenza di sorgenti luminose.

I competenti Uffici comunali potranno richiedere ogni ulteriore chiarimento/documentazione al fine di valutare la fattibilità degli interventi.

Le domande saranno accolte secondo l'ordine di protocollazione.

L'affidamento viene disposto con determinazione del Responsabile del SUAP.

## **ART. 24 - DURATA DELL’AFFIDAMENTO**

Le aree a verde pubblico oggetto di affidamento dovranno essere allestite e mantenute per una durata di anni 5 (cinque) decorrenti dalla data di assegnazione, prorogabili per ulteriori anni cinque su formale richiesta dell'affidatario e accettazione da parte dell'Amministrazione.

## **ART. 25 – OBBLIGHI DELL’AFFIDATARIO**

L'affidatario è responsabile della cura e del decoro dell'area verde assegnatagli, ed è tenuto ad effettuare gli interventi di manutenzione necessari, inclusa l'innaffiatura nel caso in cui non sia presente un impianto di irrigazione (fatte salve espresse disposizioni contrarie), e quelli di pulizia dagli scarti vegetali e/o altri rifiuti eventualmente presenti, secondo necessità. Gli interventi, ove siano di carattere straordinario ovvero riguardino la piantumazione di nuove essenze arboree o floreali oppure ancora il posizionamento di manufatti di qualunque genere, dovranno essere preventivamente autorizzati dai competenti uffici comunali.

Il soggetto affidatario è tenuto altresì a:

- allestire e mantenere l'area assegnata attenendosi alla relazione presentata al Comune e comunque nel rispetto di ogni eventuale prescrizione impartita dai competenti Uffici Comunali;
- riconsegnare l'area in qualsiasi momento l'Amministrazione lo dovesse richiedere per ragioni di interesse pubblico, senza avere nulla a pretendere;
- assumere ogni responsabilità in merito all'esecuzione degli interventi, manlevando l'Amministrazione da responsabilità per danni a persone e cose causati per violazione di quanto impartito dagli Uffici, di quanto previsto nel progetto di manutenzione, o comunque degli obblighi di legge e regolamentari applicabili;
- acquisire ogni ulteriore eventuale permesso/nulla osta/autorizzazione che dovesse rendersi necessario al fine dell'esecuzione degli interventi previsti.

#### **ART. 26 - CARATTERISTICHE DEGLI SPAZI PUBBLICITARI**

L'affidatario potrà apporre all'interno dell'area assegnata, in forma stabile e per tutta la durata dell'affidamento, uno o più cartelli che pubblicizzino l'intervento.

La collocazione del cartello di sponsorizzazione deve garantire la visibilità della segnaletica stradale e non creare confusione o interferenze all'utente della strada; in ogni caso dovranno essere rispettate le prescrizioni impartite dagli Uffici comunali.

Il cartello pubblicitario, se non conforme a quanto stabilito nel provvedimento comunale e nelle norme del Codice della Strada, sarà rimosso con onere a carico dell'affidatario.

#### **ARTICOLO 27 – CONTROVERSIE**

Ogni controversia relativa all'interpretazione, esecuzione o risoluzione del contratto di sponsorizzazione, è sottoposto al competente Foro di Lecce.

#### **ARTICOLO 28 – TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI**

I dati acquisiti in applicazione del presente regolamento, sono trattati dall'Ente esclusivamente per le finalità dallo stesso previste e in osservanza delle disposizioni vigenti relative alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati. Il titolare del relativo trattamento è il Comune di Squinzano.