

CITTÀ METROPOLITANA DI FIRENZE
REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E GESTIONE DELLE
SPONSORIZZAZIONI



Sommario

CAPO I - PRINCIPI GENERALI.....	3
Art. 1 – Oggetto e finalità.....	3
Art. 2 – Definizioni	3
Art. 3 – La figura dello sponsor	4
Art. 4 – Esclusiva dello sponsor.....	4
Art. 5 – Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione	5
Art. 6 – Corrispettivo delle sponsorizzazioni.....	5
Art. 7 – Attività di supporto alla ricerca di sponsor su istanza del comune facente parte dell'area metropolitana.....	6
CAPO II - AMBITO DI APPLICAZIONE DEL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE.....	6
Art. 8 – Sponsorizzazioni per la gestione e manutenzione di aree verdi e rotatorie.....	6
Art. 9 – Sponsorizzazioni relative a beni culturali	7
CAPO III - SCELTA DELLO SPONSOR E CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE	7
Art. 10 – Elenco degli sponsor per importi inferiori a euro 40.000	7
Art. 11 – Scelta dello sponsor per importi superiori a euro 40.000.....	8
Art. 12 – Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor.....	9
Art. 13 – Affidamento diretto.....	10
Art. 14 – Sponsorizzazioni plurime	10
Art. 15 – Casi di esclusione e rifiuto	10
Art. 16 – Pagamento del corrispettivo in denaro della sponsorizzazione.....	11
Art. 17 – Monitoraggio	11
CAPO IV - DISPOSIZIONI FINALI	12
Art. 18 – Mecenatismo e Art Bonus	12
Art. 19 – Aspetti contabili e fiscali	12
Art. 20 – Verifiche e controlli	13
Art. 21 – Obblighi di trasparenza	13
Art. 22 – Trattamento dei dati personali.....	13
Art. 23 – Rinvio	14
Art. 24 – Entrata in vigore.....	14

CAPO I - PRINCIPI GENERALI

Art. 1 – Oggetto e finalità

1. Il presente Regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione di iniziative e attività organizzate e gestite dalla Città metropolitana di Firenze, in attuazione dell'art. 43 della Legge 27 dicembre 1997, n. 449, dell'art. 119 del Decreto legislativo 18 agosto 2000, n. 267 (TUEL) e dell'art. 134, comma 4, del Decreto legislativo 31 marzo 2023, n. 36 (Codice dei contratti pubblici), al fine di assicurare il rispetto della normativa vigente nonché dei principi di efficienza, trasparenza, buon andamento e imparzialità che regolano l'attività della Pubblica Amministrazione.
2. Le iniziative di sponsorizzazione sono finalizzate a:
 - favorire l'innovazione dell'organizzazione;
 - migliorare la qualità dei servizi istituzionali;
 - conseguire economie di bilancio.
3. Le iniziative di sponsorizzazione da offrire ai potenziali sponsor sono, di norma, individuate e programmate nell'ambito del Documento Unico di Programmazione e possono riguardare beni, servizi, attività, progetti ed eventi a carico del bilancio dell'Ente.
Nel corso dell'anno i dirigenti possono altresì attivare ulteriori iniziative di sponsorizzazione nell'ambito delle tipologie di intervento oggetto di sponsorizzazione individuate con deliberazione di Consiglio Metropolitan. I dirigenti, nell'ambito delle rispettive competenze, predispongono i progetti operativi e adottano i conseguenti atti di gestione.
4. Nei documenti di programmazione dell'Ente possono essere individuate spese e attività la cui realizzazione è subordinata alla conclusione di contratti di sponsorizzazione.
5. La Città metropolitana può affidare il servizio di ricerca degli sponsor a soggetti individuati mediante le procedure di affidamento previste per gli appalti di servizi dal Decreto legislativo 31 marzo 2023, n. 36 e dal regolamento metropolitano in materia di contratti.
6. La Città metropolitana di Firenze, nell'espletamento delle sue funzioni di supporto e sviluppo dell'area metropolitana, metterà a disposizione dei comuni del territorio, che intendessero attivare sponsorizzazioni per iniziative di loro competenza, le proprie strutture e la visibilità del suo sito internet e degli altri suoi mezzi di comunicazione al fine di reperire eventuali sponsor.

Art. 2 – Definizioni

Ai fini del presente Regolamento si intende per:

- **“Contratto di sponsorizzazione”**: il contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale una parte (sponsor) si obbliga a versare una somma di denaro, a fornire beni o servizi, a realizzare lavori ovvero a finanziare, anche mediante accollo, obbligazioni di pagamento derivanti da contratti di appalto dovute dalla Città metropolitana di Firenze (sponsee), la quale, nell'ambito di propri eventi, iniziative o progetti, riconosce allo sponsor la possibilità di ottenere forme di visibilità istituzionale, mediante esposizione del nome o del logo o

supporti, il nome, il marchio, l'immagine, l'attività, i prodotti o i servizi, secondo le modalità previste dal contratto.

L'obbligazione assunta dallo sponsee ha natura di obbligazione di mezzi e non di risultato e si intende adempiuta con la realizzazione dell'evento, iniziativa o progetto oggetto del contratto, indipendentemente dall'effettivo ritorno di immagine per lo sponsor.

- **“Sponsorizzazione”**: ogni contributo in denaro, beni, servizi, lavori o altre utilità economicamente valutabile, proveniente da terzi a favore della Città metropolitana di Firenze nell'ambito di un contratto di sponsorizzazione.
- **“Sponsor”**: il soggetto, pubblico o privato, persona fisica o giuridica, che intende stipulare o che stipula un contratto di sponsorizzazione
- **“Sponsorizzato” o “Sponsee”**: la Città metropolitana di Firenze, quale soggetto beneficiario dei contributi economici o delle utilità derivanti dal contratto di sponsorizzazione.
- **“Spazio o supporto di visibilità istituzionale”**: lo spazio fisico o digitale, ovvero qualsiasi altro supporto idoneo alla veicolazione di messaggi informativi o promozionali, messo a disposizione dello sponsor.
- **“Sponsorizzazione pura”**: la sponsorizzazione che comporta esclusivamente l'erogazione di un contributo economico in favore della Città metropolitana, a fronte della concessione di spazi o strumenti di visibilità.
- **“Sponsorizzazione tecnica”**: la sponsorizzazione che consiste nella progettazione e/o realizzazione, totale o parziale, di lavori, servizi o forniture, strumentali o meno all'intervento, a cura e a spese dello sponsor.
- **“Sponsorizzazione mista”**: la sponsorizzazione che combina elementi della sponsorizzazione pura e della sponsorizzazione tecnica.

Art. 3 – La figura dello sponsor

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti pubblici o privati, persone fisiche o giuridiche, singolarmente o in forma associata.
2. Qualora la sponsorizzazione comporti l'esecuzione diretta, da parte dello sponsor, di lavori, servizi o forniture, lo stesso deve essere in possesso dei requisiti di ordine generale e speciale previsti dalla normativa vigente in materia di contratti pubblici, in relazione alla natura e all'importo delle prestazioni da eseguire.
3. In caso di sponsorizzazione tecnica avente ad oggetto lavori pubblici, le imprese esecutrici devono essere in possesso dei requisiti di qualificazione previsti dalla normativa vigente al momento dell'affidamento, nonché delle ulteriori abilitazioni eventualmente richieste dalla legislazione di settore.

Art. 4 – Esclusiva dello sponsor

1. La Città metropolitana di Firenze può prevedere contratti di sponsorizzazione con clausola di esclusiva, generale o commerciale, al fine di reperire maggiori risorse ovvero di conseguire sponsorizzazioni di più elevato profilo qualitativo.
2. Le forme di esclusiva sono le seguenti:
 - a) **esclusiva generale**, consistente nella conclusione di un contratto di sponsorizzazione con un unico soggetto, individuato quale sponsor esclusivo della Città metropolitana di Firenze per un determinato periodo di tempo;
 - b) **esclusiva commerciale**, consistente nella conclusione di uno o più contratti di

sponsorizzazione con diversi sponsor, ciascuno individuato quale controparte esclusiva per una specifica iniziativa, evento, progetto o attività.

3. Qualora la Città metropolitana intenda avvalersi di clausole di esclusiva, generale o commerciale, la relativa previsione deve essere espressamente indicata in tutti gli atti preliminari alla conclusione dei contratti, nonché nel contratto medesimo.

Art. 5 – Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione

1. La sponsorizzazione è disciplinata da apposito contratto nel quale sono almeno definiti:
 - a) l'oggetto del contratto;
 - b) gli obblighi delle parti;
 - c) il valore della sponsorizzazione e le modalità di corresponsione del contributo;
 - d) la durata del contratto;
 - e) l'eventuale clausola di esclusiva;
 - f) le modalità di controllo;
 - g) la facoltà di recesso;
 - h) la risoluzione per inadempimento;
 - i) la competenza del Foro;
 - j) la disciplina delle spese contrattuali;
 - k) le forme di visibilità e riconoscimento istituzionale attribuite allo sponsor.
2. Il contratto deve prevedere:
 - a) la facoltà della Città metropolitana di recedere anticipatamente per sopravvenuti motivi di interesse pubblico, previa formale e tempestiva comunicazione allo sponsor, con regolazione degli effetti economici maturati;
 - b) una clausola risolutiva espressa ai sensi dell'articolo 1456 del Codice civile nel caso in cui lo sponsor ponga in essere comportamenti idonei a ledere l'immagine, il prestigio o il decoro istituzionale della Città metropolitana, fatto salvo il diritto al risarcimento del danno.
3. Le forme di visibilità riconosciute allo sponsor possono consistere esclusivamente in:
 - a) esposizione del nome o del logo;
 - b) citazione nei materiali informativi e istituzionali;
 - c) menzione in occasione di eventi;
 - d) installazione di targhe o pannelli identificativi.

È vietata qualsiasi forma di comunicazione commerciale invasiva o non coerente con il decoro urbano e istituzionale e che non sia corrispondente alle norme vigenti. Non è ammessa la cessione a terzi degli spazi o della visibilità riconosciuta allo sponsor

Art. 6 – Corrispettivo delle sponsorizzazioni

1. Le sponsorizzazioni possono assumere le seguenti tipologie:
 - a) sponsorizzazione finanziaria: erogazione di somme di denaro, accollo del debito o altre modalità di assunzione del pagamento dei corrispettivi dovuti;
 - b) sponsorizzazione tecnica: fornitura di beni, servizi o lavori;

c) sponsorizzazione mista: combinazione delle precedenti;

2. Il valore della sponsorizzazione è determinato:

- in caso di sponsorizzazione finanziaria, dall'importo erogato;
 - in caso di sponsorizzazione tecnica o mista, dal valore dei beni, servizi oggetto o lavori forniti della singola cessione o prestazione, determinato dall'ammontare complessivo di tutti i costi riferibili alla cessione o prestazione resa da ciascun soggetto
3. Nelle sponsorizzazioni aventi natura permutativa, il valore determinato ai sensi del comma precedente costituisce base per la contabilizzazione in bilancio e per l'applicazione della normativa fiscale vigente.

Art. 7 – Attività di supporto alla ricerca di sponsor su istanza del comune facente parte dell'area metropolitana

1. I comuni dell'area metropolitana interessati ad attivare sponsorizzazioni, legate alle funzioni di loro competenza, possono richiedere il supporto della Città Metropolitana di Firenze tramite presentazione di istanza alla Città Metropolitana che, valutata la richiesta, in caso di accettazione, informerà il dirigente competente per materia.

2. L'attività congiunta di ricerca degli sponsor sarà disciplinata da apposita convenzione stipulata fra il comune richiedente e la Città Metropolitana di Firenze che definirà i compiti ed i ruoli di ciascun ente.

CAPO II - AMBITO DI APPLICAZIONE DEL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

Art. 8 – Sponsorizzazioni per la gestione e manutenzione di aree verdi e rotatorie

1. La Città metropolitana di Firenze individua le aree destinate a verde pubblico, ivi comprese le rotatorie e le aree verdi lungo le piste ciclabili, che possono essere affidate in "adozione" a soggetti pubblici o privati, singoli o associati.
2. L'adozione può riguardare interventi di manutenzione, riqualificazione, allestimento verde o installazione di elementi decorativi o opere, nel rispetto della normativa vigente e delle condizioni di sicurezza della circolazione stradale.
3. Gli interventi sono subordinati a preventiva autorizzazione della Città metropolitana, sulla base di una proposta tecnica descrittiva presentata dallo sponsor, idonea a consentire la valutazione della compatibilità con le esigenze di sicurezza, visibilità e decoro urbano.
4. Qualora lo sponsor non operi nel settore del verde, l'esecuzione degli interventi deve essere affidata a imprese in possesso dei requisiti di ordine generale, tecnico-professionale e di regolarità contributiva previsti dalla normativa vigente.
L'impresa esecutrice è tenuta ad adottare tutte le misure di sicurezza previste dalla legislazione in materia, assumendo ogni responsabilità civile e penale per eventuali danni a persone o cose derivanti dall'esecuzione degli interventi, restando esclusa ogni responsabilità della Città metropolitana per fatti imputabili allo sponsor o ai soggetti dallo stesso incaricati.
5. È ammessa esclusivamente l'installazione di una targa identificativa recante il nome o il logo dello sponsor, secondo le dimensioni e modalità stabilite dall'Amministrazione, nel rispetto delle disposizioni del Codice della strada e del relativo regolamento di esecuzione e di attuazione di cui al D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495, nonché del regolamento vigente in

materia di Canone unico patrimoniale (CUP).

Le dimensioni, le caratteristiche e i criteri di posizionamento della targa identificativa sono definiti nel disciplinare tecnico allegato al contratto.

6. Il contratto di sponsorizzazione ha durata pari a quella indicata nel progetto approvato. Il rinnovo con il medesimo sponsor è ammesso, previa valutazione positiva dei risultati conseguiti e nel rispetto delle disposizioni normative vigenti. L'affidamento delle aree ai fini della loro valorizzazione e manutenzione non costituisce concessione di bene pubblico, né attribuisce diritti reali o di godimento esclusivo sull'area.
7. Nell'ambito delle sponsorizzazioni relative a rotatorie e aree verdi, può essere prevista, per periodi limitati dell'anno e in occasione di festività o ricorrenze, l'installazione temporanea di allestimenti decorativi, ivi compresi alberi di Natale o altre strutture ornamentali, nel rispetto delle disposizioni del Codice della strada, delle norme in materia di sicurezza, nonché delle prescrizioni tecniche impartite dalla Città metropolitana. Tali installazioni non devono compromettere la visibilità, la sicurezza della circolazione o il decoro urbano e sono rimosse al termine del periodo autorizzato.

Art. 9 – Sponsorizzazioni relative a beni culturali

1. I contratti di sponsorizzazione aventi ad oggetto interventi su beni immobili o mobili sottoposti a tutela ai sensi del Decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42 e successive modificazioni, sono soggetti alle disposizioni del presente Regolamento nonché alla normativa vigente in materia di tutela dei beni culturali.
2. L'esecuzione di interventi su beni sottoposti a tutela è subordinata all'acquisizione dei nulla osta, autorizzazioni o altri atti di assenso previsti dalla normativa vigente, ove richiesti.
3. Le forme di visibilità eventualmente riconosciute allo sponsor devono essere compatibili con il carattere storico-artistico, il decoro e la destinazione del bene tutelato.
4. La Città metropolitana può promuovere la stipula di protocolli d'intesa o accordi con la Soprintendenza competente, al fine di definire criteri generali e modalità operative per la gestione delle sponsorizzazioni relative ai beni culturali.

CAPO III - SCELTA DELLO SPONSOR E CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

Art. 10 – Elenco degli sponsor per importi inferiori a euro 40.000

1. Per sponsorizzazioni di valore inferiore a euro 40.000,00 (IVA esclusa), la Città metropolitana di Firenze può procedere mediante affidamento diretto, nel rispetto dei principi di trasparenza, imparzialità, rotazione e parità di trattamento.
2. Al fine di assicurare maggiore trasparenza e imparzialità, è istituito un elenco di operatori economici interessati a sponsorizzazioni di importo inferiore a euro 40.000,00 (IVA esclusa).
L'iscrizione all'elenco avviene su istanza del soggetto interessato, con dichiarazione di disponibilità a valutare eventuali proposte di sponsorizzazione formulate dall'Ente e attestazione dell'assenza dei motivi di esclusione di cui agli articoli 94 e seguenti del Decreto legislativo 31 marzo 2023, n. 36.
3. Qualora l'Amministrazione intenda acquisire una sponsorizzazione mediante consultazione dell'elenco, trasmette ai soggetti iscritti uno schema contenente almeno:
 - la descrizione dell'attività o dell'iniziativa oggetto di sponsorizzazione;

- le modalità di presentazione dell'offerta;
 - il termine di scadenza per la presentazione della stessa.
4. In assenza di adesioni da parte dei soggetti iscritti nell'elenco, l'Amministrazione pubblica sul sito istituzionale una scheda descrittiva dell'iniziativa o dell'intervento da finanziare, indicando le modalità e i termini per la presentazione delle proposte.
 5. In caso di pluralità di adesioni relative alla medesima iniziativa, il dirigente competente procede a una valutazione comparativa delle offerte sulla base dei criteri previamente indicati nella proposta o nell'avviso di sponsorizzazione.
 6. In caso di sponsorizzazione tecnica, le proposte dell'Amministrazione contengono le prescrizioni necessarie in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere o delle forniture, nonché alla direzione dei lavori e al collaudo, nel rispetto della normativa vigente.
 7. Prima della stipulazione del contratto, l'Amministrazione acquisisce dichiarazione sostitutiva attestante l'assenza dei motivi di esclusione di cui agli articoli 94 e seguenti del Decreto legislativo 31 marzo 2023, n. 36, nonché verifica il possesso dei requisiti richiesti per contrattare con la Pubblica Amministrazione.
 8. I contratti di sponsorizzazione di valore inferiore a euro 40.000,00 (IVA esclusa) sono stipulati in forma di scrittura privata, con modalità elettronica ovvero analogica secondo la normativa vigente.
 9. Per sponsorizzazioni aventi ad oggetto beni sottoposti a tutela ai sensi del Decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42 e successive modificazioni, si applicano comunque le disposizioni di cui all'articolo 8 del presente Regolamento.

Art. 11 – Scelta dello sponsor per importi superiori a euro 40.000

1. Ai sensi dell'articolo 134, comma 4, del Decreto legislativo 31 marzo 2023, n. 36, l'affidamento di contratti di sponsorizzazione pura aventi ad oggetto lavori, servizi o forniture di importo superiore a euro 40.000,00 (IVA esclusa) è soggetto esclusivamente alla previa pubblicazione, per almeno trenta giorni consecutivi, di apposito avviso sul sito istituzionale della Città metropolitana di Firenze, con il quale è resa nota la ricerca di sponsor per specifici interventi o iniziative.
2. In caso di sponsorizzazione tecnica, la Città metropolitana verifica il possesso, in capo ai progettisti e agli esecutori, dei requisiti di qualificazione previsti dalla normativa vigente, nel rispetto dei principi del diritto dell'Unione europea.
Non trovano applicazione le disposizioni nazionali e regionali in materia di contratti pubblici di lavori, servizi e forniture, fatta eccezione per quelle relative alla qualificazione dei progettisti e degli esecutori.
L'ufficio competente impartisce le necessarie prescrizioni in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere o forniture, nonché alla direzione dei lavori e al collaudo.
3. L'avviso è pubblicato all'Albo pretorio online e sul sito istituzionale della Città metropolitana per trenta giorni consecutivi e può riguardare una o più iniziative, anche di carattere pluriennale.
Il contenuto dell'avviso deve prevedere almeno:
 - il programma di massima dell'iniziativa o dell'evento;
 - la tipologia di sponsorizzazione richiesta (finanziaria, tecnica o mista);
 - il termine per la presentazione delle offerte;

- ove previsto, il valore stimato dell'iniziativa o delle singole attività, IVA esclusa;
- le prestazioni garantite dall'Amministrazione in qualità di soggetto sponsorizzato (sponsee);
- l'indicazione dell'ufficio competente e del responsabile del procedimento.

I valori stimati non costituiscono vincolo per la formulazione dell'offerta, essendo ammesse anche proposte di importo inferiore per le sponsorizzazioni tecniche e offerte a rialzo per quelle finanziarie.

4. Decorso il termine di pubblicazione, il dirigente competente procede alla selezione della proposta ritenuta più vantaggiosa per l'Amministrazione, previa valutazione comparativa delle offerte pervenute sulla base dei criteri indicati nell'avviso nel rispetto dei principi di imparzialità parità di trattamento fra gli operatori che abbiano manifestato interesse.
5. Prima della stipulazione del contratto, l'Amministrazione acquisisce dichiarazione sostitutiva attestante l'assenza dei motivi di esclusione di cui agli articoli 94 e seguenti del Decreto legislativo 31 marzo 2023, n. 36, nonché verifica il possesso dei requisiti richiesti per contrattare con la Pubblica Amministrazione.
6. I contratti di sponsorizzazione di valore superiore a euro 40.000,00 (IVA esclusa) sono stipulati in forma di scrittura privata, con modalità elettronica ovvero analogica secondo la normativa vigente.

Art. 12 – Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor

1. Nel caso in cui pervenga una proposta spontanea di sponsorizzazione, il dirigente competente per materia ne valuta preliminarmente l'ammissibilità sotto il profilo della legittimità e la convenienza rispetto all'interesse pubblico, verificandone la coerenza con la programmazione dell'Ente e l'aderenza alla tipologia di interventi individuata dal Consiglio Metropolitan. Qualora la sponsorizzazione non rientri fra le tipologie di interventi già individuate, si dovrà provvedere, con deliberazione del Consiglio Metropolitan, all'inserimento della relativa tipologia.
2. L'acquisizione della proposta non comporta alcun obbligo per la Città metropolitana di Firenze.
Qualora la proposta sia ritenuta inammissibile o non conveniente, il dirigente ne dà comunicazione motivata al proponente.
Qualora la proposta sia ritenuta di interesse ma presenti elementi incompleti o carenze documentali, il dirigente può richiedere chiarimenti o integrazioni entro un termine congruo.
3. In caso di valutazione positiva della proposta, il dirigente attiva le procedure di scelta dello sponsor previste dal presente Regolamento, inserendo nell'avviso pubblico la previsione del diritto di prelazione in favore del proponente.
Il diritto di prelazione consiste nella facoltà, riconosciuta al promotore della proposta, di adeguare la propria offerta, entro il termine di quindici giorni dalla comunicazione dell'esito della valutazione comparativa, a quella ritenuta più conveniente dall'Amministrazione tra le offerte pervenute. In tal caso, il promotore originario è dichiarato aggiudicatario.
4. La Città metropolitana può aderire direttamente alla proposta spontanea qualora il valore della sponsorizzazione sia inferiore a euro 40.000,00 (IVA esclusa) nel rispetto dei principi di trasparenza, imparzialità e rotazione.

5. Qualora la proposta spontanea abbia ad oggetto interventi su beni mobili o immobili sottoposti a tutela ai sensi del Decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42 e successive modificazioni, si applicano le disposizioni di cui all'articolo 8 del presente Regolamento.

Art. 13 – Affidamento diretto

1. È ammesso il ricorso all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazione nei seguenti casi:
 - a) qualora sia stata previamente esperita senza esito positivo la procedura selettiva prevista dal presente Regolamento;
 - b) in casi eccezionali e adeguatamente motivati, nei quali la particolare natura, le caratteristiche dell'iniziativa o l'infungibilità della proposta rendano oggettivamente possibile la stipulazione del contratto con un unico determinato soggetto;
 - c) per sponsorizzazioni di valore inferiore a euro 40.000,00 (IVA esclusa), nei casi di cui all'articolo 11, comma 4.
2. In ogni caso, l'affidamento diretto è disposto previa valutazione della congruità della proposta e della sua rispondenza all'interesse pubblico, da parte del dirigente competente.
3. Qualora l'affidamento riguardi beni sottoposti a tutela ai sensi del Decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42 e successive modificazioni, l'acquisizione dei prescritti nulla osta o pareri della Soprintendenza competente costituisce condizione per la stipulazione del contratto.

Art. 14 – Sponsorizzazioni plurime

1. Salvo quanto previsto dall'articolo 4 in materia di clausole di esclusiva, le sponsorizzazioni non comportano, in via generale, il riconoscimento di diritti di esclusiva in favore dello sponsor.
2. La Città metropolitana di Firenze può pertanto acquisire più sponsorizzazioni relative al medesimo evento, iniziativa, progetto o intervento, purché le relative forme di visibilità e comunicazione siano tra loro compatibili e non generino conflitti o pregiudizio per l'immagine istituzionale dell'Ente.
In tal caso il valore stimato è dato dalla somma degli importi delle singole sponsorizzazioni.

Art. 15 – Casi di esclusione e rifiuto

1. La Città metropolitana di Firenze rifiuta la proposta di sponsorizzazione ovvero recede dal contratto eventualmente stipulato qualora:
 - a) sussista o possa determinarsi un conflitto di interessi tra l'attività istituzionale dell'Ente e quella dello sponsor;
 - b) il contenuto del messaggio pubblicitario o le modalità di diffusione siano idonei a arrecare pregiudizio all'immagine, al prestigio o al decoro dell'Amministrazione o delle iniziative promosse;
 - c) la sponsorizzazione sia ritenuta inopportuna o in contrasto con il pubblico interesse, l'ordine pubblico o il buon costume.
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni aventi ad oggetto:
 - propaganda di natura politica, sindacale, religiosa o filosofica;

- pubblicità diretta o indirettamente collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a contenuto sessualmente esplicito, nonché medicinali, trattamenti sanitari o cure mediche, salvo che si tratti di campagne di rilevanza istituzionale o sanitaria autorizzate;
 - messaggi offensivi o discriminatori, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio, minaccia o qualsiasi forma di discriminazione.
3. Non possono essere stipulati contratti di sponsorizzazione con soggetti che, a seguito delle verifiche effettuate dall'Amministrazione, risultino incorsi in uno dei motivi di esclusione di cui agli articoli 94 e seguenti del Decreto legislativo 31 marzo 2023, n. 36.

Art. 16 – Pagamento del corrispettivo in denaro della sponsorizzazione

1. Qualora il corrispettivo della sponsorizzazione consista in una somma di denaro, il pagamento avviene, di norma, nella misura di almeno il 50 per cento al momento della stipulazione del contratto, mediante la piattaforma pagoPA, e per la restante parte entro la conclusione dell'iniziativa sponsorizzata.

Per sponsorizzazioni relative a progetti di durata superiore a sei mesi e di importo superiore a euro 40.000,00 (IVA esclusa), possono essere concordate diverse modalità e tempistiche di pagamento, purché il saldo avvenga entro la conclusione dell'iniziativa o dell'intervento oggetto di sponsorizzazione.

2. Qualora richiesto dalla Città metropolitana, lo sponsor è tenuto, al momento della sottoscrizione del contratto, a prestare idonea garanzia fideiussoria. La garanzia è costituita mediante fideiussione bancaria o polizza assicurativa e deve contenere le clausole previste dalla normativa vigente e dalla determina a contrarre, ai sensi dell'articolo 117 del Decreto legislativo 31 marzo 2023, n. 36.
3. Qualora il contratto preveda che il corrispettivo sia versato direttamente al soggetto incaricato della realizzazione dell'evento, iniziativa, lavoro, servizio o fornitura, lo sponsor può effettuare il pagamento diretto previo nulla osta della struttura competente della Città metropolitana. Il pagamento è subordinato alla verifica dell'avvenuta esecuzione delle prestazioni e al perfezionamento degli adempimenti contabili previsti dalla normativa vigente.

Art. 17 – Monitoraggio

1. Al Dipartimento Ragioneria è attribuito il compito di redigere annualmente una relazione riepilogativa contenente l'elenco dei contratti di sponsorizzazione stipulati nell'anno di riferimento, con indicazione:
- dell'importo della sponsorizzazione o del valore stimato delle prestazioni rese;
 - della manifestazione, evento, iniziativa o intervento finanziato;
 - della tipologia di sponsorizzazione (finanziaria, tecnica o mista);
 - del nominativo o della denominazione dello sponsor.

Le informazioni necessarie alla redazione della relazione sono trasmesse al Dipartimento Ragioneria dal dirigente competente per ciascuna iniziativa.

2. La relazione di cui al comma 1 è allegata al Rendiconto della gestione della Città metropolitana di Firenze ed è pubblicata nella sezione "Amministrazione trasparente" del sito istituzionale, secondo la normativa vigente in materia di trasparenza.

CAPO IV - DISPOSIZIONI FINALI

Art. 18 – Mecenatismo e Art Bonus

1. Per le erogazioni liberali a sostegno della cultura, dello spettacolo e del patrimonio culturale si applicano le disposizioni di cui all'articolo 134, comma 3, del Decreto legislativo 31 marzo 2023, n. 36, nonché la normativa nazionale in materia di "Art Bonus", di cui al Decreto-legge 31 maggio 2014, n. 83, convertito con modificazioni dalla Legge 29 luglio 2014, n. 106 e successive modificazioni, recante "Disposizioni urgenti per la tutela del patrimonio culturale, lo sviluppo della cultura e il rilancio del turismo".
2. L'Amministrazione provvede a rendere noti, mediante avviso pubblico, gli interventi sui quali è possibile effettuare erogazioni liberali, anche su segnalazione di soggetti privati, secondo quanto previsto dalla normativa sull'Art Bonus.
L'elenco degli interventi è pubblicato sul sito istituzionale della Città metropolitana ed è inserito nella piattaforma nazionale "Art Bonus" del Ministero della Cultura; esso è aggiornato con cadenza almeno mensile.
3. L'erogazione liberale, quale contributo in denaro effettuato a titolo di mecenatismo, non comporta obblighi di controprestazione né attribuisce diritti di natura economica o pubblicitaria in favore del soggetto erogante.
L'Amministrazione può dare pubblica evidenza del contributo ricevuto, mediante forme di ringraziamento o menzione del benefattore, nel rispetto delle linee guida ministeriali vigenti e previa acquisizione di apposita liberatoria.

Art. 19 – Aspetti contabili e fiscali

1. I corrispettivi derivanti dai contratti di sponsorizzazione sono previsti nel bilancio di previsione e nel Piano esecutivo di gestione (PEG), ovvero iscritti mediante apposita variazione nel corso dell'esercizio, nel rispetto dell'ordinamento finanziario e contabile degli enti locali.

I corrispettivi costituiti da proventi in denaro sono contabilizzati tra le entrate dell'Ente.

I corrispettivi costituiti da risparmi di spesa (prestazioni in forma tecnica o operazioni permutative) sono rilevati in bilancio sia in entrata sia in spesa per pari importo, nel rispetto del principio di integrità e universalità del bilancio e della normativa fiscale vigente.

Le singole fattispecie di sponsorizzazione sono soggette al trattamento fiscale previsto dalla normativa applicabile.

2. Il contratto di sponsorizzazione non esonera lo sponsor dall'obbligo di pagamento di eventuali tributi, canoni o altre entrate patrimoniali connesse alle attività poste in essere, né costituisce titolo sostitutivo o compensativo rispetto a tali obblighi.
3. Qualora il corrispettivo consista nella fornitura di beni, nella prestazione di servizi o nell'esecuzione di lavori da parte dello sponsor (sponsorizzazioni tecniche o operazioni permutative), si procede alla doppia fatturazione:
 - lo sponsor emette fattura nei confronti della Città metropolitana per il valore dei beni, servizi o lavori forniti, secondo il regime fiscale vigente;
 - la Città metropolitana emette fattura nei confronti dello sponsor per un pari importo, a titolo di prestazione di sponsorizzazione, secondo il regime fiscale vigente.
4. Ogni spesa contrattuale inerente e conseguente alla stipulazione, registrazione ed eventuale trascrizione del contratto di sponsorizzazione, nonché degli accordi eventualmente previsti dalla legge, è posta a carico dello sponsor, salvo diversa previsione contrattuale.

5. L'emissione della fattura da parte della Città metropolitana nei confronti dello sponsor avviene secondo le modalità e i termini previsti dalla normativa fiscale vigente, anche in relazione all'esigibilità dell'imposta.
6. Al fine dell'assolvimento degli oneri relativi alla tracciabilità finanziaria, ai cui alla Legge n. 136/2010, e quindi della sussistenza o meno dell'obbligo di richiedere il CIG in relazione ai contratti di volta in volta stipulati dal Città Metropolitana di Firenze è necessario distinguere se nella fattispecie concreta, in relazione al contenuto delle obbligazioni poste in carico allo sponsor si rientri nell'ipotesi della sponsorizzazione pura – esentata da CIG – ovvero in quella dalla sponsorizzazione tecnica – sottoposta a CIG.
7. Restano ferme eventuali esenzioni, agevolazioni o regimi speciali previsti dalla normativa tributaria vigente.

Art. 20 – Verifiche e controlli

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a verifiche periodiche, effettuate dal dirigente competente per materia, al fine di accertare la corretta esecuzione degli obblighi contrattuali e la conformità delle prestazioni ai contenuti tecnici, qualitativi e quantitativi previsti dal contratto.
2. Eventuali difformità o inadempimenti riscontrati in sede di verifica sono tempestivamente contestati allo sponsor mediante comunicazione formale a mezzo posta elettronica certificata (PEC), con assegnazione di un termine congruo per l'adeguamento o per la presentazione di eventuali controdeduzioni.
3. In caso di mancato adeguamento nei termini assegnati ovvero di grave inadempimento, la Città metropolitana procede alla risoluzione del contratto ai sensi delle disposizioni contrattuali, fatto salvo il diritto al risarcimento dell'eventuale danno.

Art. 21 – Obblighi di trasparenza

1. In conformità a quanto previsto dall'articolo 134, comma 4, del Decreto legislativo 31 marzo 2023, n. 36, e ai fini dell'assolvimento degli obblighi di pubblicità e trasparenza di cui al Decreto legislativo 14 marzo 2013, n. 33, sono pubblicati nella sezione "Amministrazione trasparente" del sito istituzionale della Città metropolitana di Firenze, sottosezione "Bandi di gara e contratti" – "Sponsorizzazioni" gli atti relativi agli affidamenti di contratti di sponsorizzazione aventi ad oggetto lavori, servizi o forniture di importo superiore a euro 40.000,00 (IVA esclusa).
2. In particolare, sono oggetto di pubblicazione:
 - l'avviso con il quale si rende nota la ricerca di sponsor per specifici interventi o iniziative;
 - l'avviso recante comunicazione dell'avvenuto ricevimento di una proposta spontanea di sponsorizzazione, con sintetica indicazione del contenuto del contratto proposto;
 - l'esito della procedura di selezione e l'indicazione dello sponsor individuato.
3. Restano fermi gli ulteriori obblighi di pubblicazione previsti dalla normativa vigente in materia di trasparenza, anticorruzione e accesso civico.

Art. 22 – Trattamento dei dati personali

1. I dati personali raccolti nell'ambito dell'applicazione del presente Regolamento sono trattati dalla Città metropolitana di Firenze esclusivamente per le finalità connesse alla gestione

delle procedure di sponsorizzazione, nel rispetto del Regolamento (UE) 2016/679 (GDPR), del Decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196, come modificato dal Decreto legislativo 10 agosto 2018, n. 101, nonché delle ulteriori disposizioni vigenti in materia.

2. I soggetti interessati possono esercitare i diritti riconosciuti dalla normativa vigente in materia di protezione dei dati personali, secondo le modalità indicate nell'informativa resa ai sensi dell'articolo 13 del Regolamento (UE) 2016/679.
3. I dati sono trattati dal personale autorizzato degli uffici metropolitani competenti per l'attuazione del presente Regolamento e possono essere comunicati a soggetti pubblici o privati esclusivamente nei casi e nei limiti previsti dalla legge, nonché per finalità strettamente connesse all'esecuzione delle procedure di sponsorizzazione.

Art. 23 – Rinvio

1. Per quanto non espressamente disciplinato dal presente Regolamento, si applicano le disposizioni normative vigenti in materia.
2. Tutti i richiami normativi contenuti nel presente Regolamento si intendono riferiti alle disposizioni vigenti al momento dell'applicazione concreta dello stesso, senza necessità di formale modifica regolamentare.

Art. 24 – Entrata in vigore

1. Il presente Regolamento entra in vigore decorsi quindici giorni dalla pubblicazione all'Albo pretorio online della Città metropolitana di Firenze, successiva all'esecutività della deliberazione di approvazione