



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

### **TITOLO I**

#### **Riferimenti e principi generali**

##### **Art. 1**

###### **Oggetto e finalità**

1. Il presente regolamento disciplina le attività gestionali di sponsorizzazione che il Comune di LIGNANO SABBIADORO attiva in attuazione dell'art.43, della Legge 27 dicembre 1997, n.449, dell'articolo 119, del Decreto Legislativo 18 agosto 2000, n.267, dell'art. 2 della Legge 109/1994, dell'art. 2 del D.Lgs. n. 30/2004 e dall'art. 120 del D.Lgs. n. 42/2004.
2. Le iniziative di sponsorizzazione incentivano e promuovono una più spiccata innovazione nell'organizzazione tecnica ed amministrativa dell'Ente, realizzano maggiori economie di spesa e una migliore qualità nei servizi erogati alla collettività.
3. Il presente regolamento ha lo scopo di realizzare le condizioni e gli strumenti normativi necessari per una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione nei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza.

##### **Art. 2**

###### **Ambito di applicazione**

1. Le iniziative di sponsorizzazione del Comune di LIGNANO SABBIADORO sono realizzate tramite la stipula di contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione con qualificati soggetti privati ed associazioni, senza fini di lucro, costituite con atto notarile, al fine di ottenere miglioramenti economicamente apprezzabili della qualità dei servizi erogati, sostegno allo sviluppo di progettualità ed iniziative innovative, nonché al fine di acquisire risorse utili per realizzare risparmi di spesa.
2. Il Comune può assumere, nell'ambito di un'iniziativa di sponsorizzazione, sia la posizione di *sponsee* allo scopo di realizzare un beneficio in termini di maggiori entrate per l'Ente o di minori costi connessi alle iniziative attivate, sia in posizione di *sponsor* qualora ritenga fondamentale la divulgazione della propria immagine in relazione all'organizzazione e alla gestione, da parte di un soggetto privato, di un evento significativo e rilevante in termini di interesse pubblico.

##### **Art. 3**

###### **Definizioni**

1. Ai fini del presente regolamento si intendono:
  - a. Per **contratto di sponsorizzazione**: un contratto atipico e bilaterale mediante il quale una parte si impegna, nell'ambito delle proprie iniziative, a diffondere, tramite prestazioni di veicolazione con funzione di pubblicità, il nome, il logo, i marchi, i prodotti o altri messaggi di un soggetto terzo che si obbliga a fornire una determinata prestazione quale corrispettivo.

- b. Per **accordo di collaborazione**: uno strumento negoziale bilaterale o plurilaterale mediante il quale vengono regolati le forme e modalità di coinvolgimento delle parti nella ideazione e/o realizzazione di iniziative concertate o di interesse comune;
  - c. Per **sponsorizzazione**: ogni contributo che può consistere tanto in una somma di denaro, quanto nella fornitura di beni o nella prestazione di servizi o altre utilità provenienti da terzi o messi a disposizione a favore di terzi, allo scopo di promuovere il nome, il logo, i marchi, i prodotti del soggetto di volta in volta denominato sponsor;
  - d. Per **sponsor**: il soggetto, parte del contratto di sponsorizzazione, che si assume l'obbligo di corrispondere una determinata prestazione a favore della controparte contrattuale in cambio della veicolazione del proprio nome nell'ambito di una iniziativa attuata dallo *sponsee* al fine di incrementare la propria notorietà e la propria immagine presso il pubblico;
  - e. Per **sponsee**: il soggetto, parte del contratto di sponsorizzazione, che si obbliga, verso un determinato corrispettivo, ad associare alla propria attività il nome o un segno distintivo dello sponsor.
2. Ai fini del presente regolamento sono individuati:
- a) come "Comune", il Comune di Lignano Sabbiadoro parte di un contratto di sponsorizzazione;
  - b) come **logo**, marchio o segno distintivo le rappresentazioni grafiche o le immagini o le rappresentazioni testuali utilizzate dallo sponsor come elemento illustrativo della propria attività o del proprio ruolo commerciale, da veicolare a fini pubblicitari.

## TITOLO II

### Ruolo del Comune quale sponsor

#### Art. 4

##### Disciplina dei contratti di sponsorizzazione nei quali il Comune opera come sponsor

1. Il Comune può stipulare contratti di sponsorizzazione nei quali assume il ruolo di sponsor al fine di favorire la veicolazione della propria immagine o della rappresentazione di proprie politiche o strategie in altri contesti, nella prospettiva di realizzazione di forme di *marketing* territoriale o dei propri servizi. Il ruolo di sponsor viene esercitato attraverso il sostegno finanziario o di altra natura, di particolari manifestazioni o iniziative di carattere socio-culturale o sportivo o di promozione dell'immagine del Comune, ideati e organizzati da soggetti privati o da associazioni senza fini di lucro, ritenuti di volta in volta rilevanti ai fini del raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sociale, civile e culturale dei cittadini.
2. Il Comune può utilizzare i contratti di sponsorizzazione unitamente ad altre forme di pubblicità riferite alle proprie attività ed iniziative.
3. Il Comune stipula contratti di sponsorizzazione ai sensi del precedente comma 1 con soggetti individuati sulla base della loro capacità di veicolazione dell'immagine e della presumibile efficacia comunicativa delle iniziative in tal senso da essi proposte.
4. Il contratto di sponsorizzazione nel quale l'Amministrazione assume il ruolo di sponsor è stipulato con riferimento ai seguenti elementi essenziali:
  - a) esplicitazione del fine del rapporto contrattuale;
  - b) definizione dettagliata degli obblighi dello sponsor e dello *sponsee*;
  - c) definizione dei profili economici della sponsorizzazione;
  - d) definizione delle clausole inerenti il rapporto;

- e) individuazione degli strumenti di verifica dell'efficacia della sponsorizzazione per l'Amministrazione.
5. Le iniziative di cui al comma 1, devono essere effettuate nel rispetto e in relazione al vigente regolamento per la concessione dei contributi e del patrocinio comunale.

#### **Art. 5**

##### **Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione**

1. La Giunta Comunale formula in corso d'anno indirizzi specifici al Responsabile di Servizio competente per l'attivazione d'iniziativa di sponsorizzazione da attuare secondo le norme di cui al presente regolamento.
2. Il Responsabile di Servizio provvederà ad elaborare i programmi e i progetti per i quali si può fare ricorso ai contratti di sponsorizzazione, nonché la loro quantificazione economico-finanziaria necessaria.

### **TITOLO III**

#### **Ruolo del Comune quale soggetto sponsorizzato**

#### **Art. 6**

##### **Profili generali di disciplina dei contratti di sponsorizzazione nei quali il Comune opera come soggetto sponsorizzato – *sponsee***

1. Il Comune stipula contratti di sponsorizzazione nei quali interviene con il ruolo di soggetto sponsorizzato – *sponsee*, in relazione a progetti, iniziative, interventi per i quali intende acquisire risorse qualificate o significativo sostegno alle proprie attività di sviluppo delle finalità istituzionali.
2. Nell'ambito dei contratti di sponsorizzazione nei quali opera come soggetto sponsorizzato – *sponsee* l'Amministrazione definisce clausole contrattuali regolanti le proprie prestazioni per la veicolazione di segni distintivi dello sponsor secondo principi di compatibilità e coerenza con le proprie capacità organizzative, nonché secondo termini di esatta configurazione economica rispetto ai valori della sponsorizzazione complessivamente intesi.

#### **Art. 7**

##### **Contenuto**

1. Il ricorso al contratto di sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, le attività, i beni, i servizi e le opere pubbliche inserite nella programmazione dell'Ente.
2. Il contratto di sponsorizzazione può avere ad oggetto:
  - a) la fornitura del materiale/attrezzature;
  - b) la gestione di un'opera/area;
  - c) la realizzazione di un'opera o lavoro;
  - d) la fornitura di una prestazione di servizio o di un bene;
  - e) la fornitura di un contributo in denaro: a tal fine sarà individuato un apposito capitolo di bilancio in entrata sul quale riversare le relative somme utilizzate esclusivamente ai fini prefissati nei contratti di sponsorizzazione.
3. La sponsorizzazione può realizzarsi, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, attraverso le seguenti iniziative:

- a) la concessione a terzi dell'utilizzo del logo e dei marchi del Comune allo scopo di sfruttare il valore commerciale che gli stessi possono assumere;
- b) sponsorizzazione di eventi sportivi, culturali, sociali;
- c) utilizzo a fini pubblicitari di spazi all'interno del Comune (es. bacheche, ascensori, sale riunioni, impianti sportivi, androni, coperture con teli di opere e/o lavori ecc...);
- d) utilizzo ai fini pubblicitari di spazi su documentazione del Comune (buoni mensa, cedolini stipendi, bollette, carta intestata, buste, sito internet, ecc...);
- e) servizi di manutenzione e gestione di aree verdi o servizi diversi;
- f) fornitura di beni con particolare riferimento ad attrezzature informatiche di vario genere, sia hardware che software con/senza prestazioni di servizio, alla fornitura di arredo urbano compreso l'acquisto di mezzi per la gestione dello stesso, ecc...;
- g) attività di progettazione, direzione lavori, esecuzione e collaudo di opere pubbliche nel solo caso in cui il progetto è finalizzato alla realizzazione di opere pubbliche oggetto di sponsorizzazione;
- h) la realizzazione di mostre, concerti e spettacoli;
- i) la realizzazione di siti internet;
- j) la gestione di sportelli informagiovani, marketing e promozione territoriale;
- k) l'esecuzione di lavori in concessione, l'acquisto di mezzi di trasporto pubblico, la realizzazione di impianti sportivi;
- l) il restauro di beni architettonici e monumentali, il recupero di opere d'arte e/o archivi storici, fotografici, etc.;
- m) attività di comunicazione istituzionale attraverso i mezzi di comunicazione di massa, l'assistenza agli uffici di staff e l'ufficio stampa, la realizzazione di periodici e di programmi televisivi.

#### **Art. 8**

##### **Vincoli**

1. Le iniziative supportate tramite sponsorizzazione sono soggette ai seguenti vincoli di buona amministrazione:
  - a. devono essere dirette al perseguimento di interessi pubblici;
  - b. devono escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
  - c. devono essere consone e compatibili alla natura istituzionale del Comune e garantire la posizione di neutralità del medesimo;
  - d. devono produrre risparmi di spesa o acquisizione di entrate.
2. Gli strumenti di attuazione delle sponsorizzazioni non devono essere in contrasto con prescrizioni di legge o regolamenti.

#### **Art. 9**

##### **Profili procedurali per l'acquisizione di sponsorizzazioni**

1. Il Comune perviene alla formalizzazione di contratti di sponsorizzazione dopo aver individuato soggetti qualificati che possano assumere il ruolo di sponsor.
2. Il Comune sollecita i soggetti potenzialmente interessati ad operare come sponsor rispetto a sue attività o iniziative mediante specifico avviso al quale viene data adeguata pubblicità. L'Amministrazione può anche recepire proposte spontanee di qualificati soggetti.
3. Qualora pervengano al Comune proposte di sponsorizzazione concorrenti, la stessa procede alla selezione delle migliori sulla base di criteri predefiniti.

Il Comune definisce preliminarmente la tipologia delle prestazioni a proprio carico in ogni contratto di sponsorizzazione, evidenziando le particolarità del progetto, dell'iniziativa o dell'intervento sponsorizzato/a al fine di farne rilevare la correlazione con le componenti economiche della sponsorizzazione.

#### **Art. 10**

##### **Iniziativa diretta o per azione di terzi**

1. La gestione delle sponsorizzazioni nelle quali il Comune assume la qualifica di *sponsee*, è effettuata direttamente dalla Amministrazione comunale secondo la disciplina del presente regolamento.
2. La sponsorizzazione può avere origine:
  - a. ad iniziativa del Comune attraverso la pubblicazione di un avviso pubblico;
  - b. ad iniziativa di soggetti privati ed associazioni, senza fini di lucro, costituite con atto notarile.
3. I soggetti, a titolo esemplificativo enti pubblici e privati, società, imprese individuali, associazioni, fondazioni, cittadini, con i quali è possibile attivare i contratti di sponsorizzazione e/o collaborazione possono essere tutti quelli che in relazione alla loro attività si occupano di problematiche che escludono ogni forma di conflitto di interesse con l'attività pubblica.

#### **Art. 11**

##### **Procedura di sponsorizzazione ad iniziativa diretta del Comune**

1. Il Direttore Generale o il Responsabile di Servizio, in relazione a singoli progetti, in funzione della entità delle esigenze e delle finalità da perseguire, pubblica un bando, eventualmente indicando a priori le categorie di soggetti da interessare, attraverso il quale invita gli stessi soggetti alla stipula di contratti di sponsorizzazione.
2. All'avviso è data pubblicità mediante:
  - pubblicazione all'Albo Pretorio;
  - comunicazioni specifiche ad associazioni di categoria o imprenditoriali;
  - pubblicazione integrale dello stesso sul proprio e su altri *siti Internet*;
  - comunicazioni specifiche inoltrate a soggetti già in relazione con il Comune per contratti di pubblicità o che abbiano in precedenza manifestato l'interesse ad assumere il ruolo di *sponsor*;
  - mediante altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.
3. L'avviso contiene, in particolare, i seguenti elementi:
  - a. l'oggetto del contratto e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico progetto di sponsorizzazione;
  - b. gli obiettivi cui si mira con il contratto di sponsorizzazione;
  - c. le potenzialità di marketing che l'iniziativa sponsorizzata può creare a favore dello sponsor;
  - d. le obbligazioni che lo *sponsee* garantisce allo sponsor in termini di pubblicità dell'iniziativa supportata dallo stesso (modalità di utilizzazione del marchio e di presenza del logo dello sponsor sul materiale di propaganda, etc.);
  - e. il limite dello sfruttamento dell'immagine dello sponsor a fini pubblicitari;
  - f. la previsione di eventuali benefit e di eventuali diritti di esclusiva;
  - g. il valore della garanzia per l'adempimento degli obblighi contrattuali;
  - h. le modalità e i termini di presentazione delle offerte di sponsorizzazione;

- i. le modalità e i criteri di valutazione delle offerte di sponsorizzazione;
- j. le modalità di stipula del contratto;
- k. la durata e il valore del contratto;
- l. eventuali sanzioni in caso di inadempienza;
- m. disciplina di eventuali contenziosi e cause di recesso.

## **Art. 12**

### **Criteri di selezione**

1. Per ogni bando saranno fissati i criteri di selezione che dovranno rispondere di norma ai seguenti principi generali:
  - a. il contratto sarà stipulato con la Ditta che avrà presentato l'offerta economica più vantaggiosa secondo parametri predefiniti in fase di redazione del bando.
  - b. nel caso che più Ditte offrano il totale di quanto richiesto, il contratto riguarderà le stesse Ditte in maniera paritetica, previo assenso delle stesse. In tal caso, l'importo totale sarà suddiviso in parti uguali poste a carico delle ditte che accetteranno o potrà essere effettuata una trattativa diretta con le ditte interessate.
  - c. in linea generale, può essere anche consentito un criterio secondo il quale più Ditte possono essere coinvolte proporzionalmente al contributo richiesto; in tal caso l'invito specificherà il numero massimo di Ditte che potranno essere coinvolte.
  - d. è facoltà della parte pubblica, in relazione a singoli progetti, fissare criteri particolari di selezione.
2. Si applicano, per quanto compatibili, le norme in materia contrattuale.

## **Art. 13**

### **Contenuti dell'offerta**

1. L'offerta, corredata di autocertificazione attestante il possesso dei requisiti a contrarre con la Pubblica Amministrazione, è presentata in forma scritta secondo le modalità dettagliate nell'avviso di sponsorizzazione.
2. Nell'offerta sono indicate, di regola:
  - a. le iniziative, le attività, i beni, i servizi e le opere pubbliche che si intendono sponsorizzare;
  - b. il corrispettivo offerto per la sponsorizzazione determinato secondo le modalità indicate nell'avviso;
  - c. l'accettazione delle condizioni previste nel progetto di sponsorizzazione;
  - d. il contenuto del messaggio pubblicitario che costituirà oggetto del contratto o l'impegno, da parte dello sponsor, ad informare preventivamente, con adeguato preavviso, il Comune sul contenuto del messaggio pubblicitario che egli intenderà utilizzare ai fini della sponsorizzazione.
  - e. l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.
  - f. la dichiarazione espressa di assunzione diretta di responsabilità in merito agli adempimenti contrattuali.

## **Art. 14**

### **Esame e valutazione delle offerte.**

Le offerte pervenute sono valutate dall'Ufficio che organizza l'iniziativa o l'evento, nel rispetto dei criteri fissati nell'avviso di sponsorizzazione.

## **Art. 15**

### **Diritto di rifiuto**

1. Il Comune, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare le offerte di sponsorizzazione che facciano riferimento ad un messaggio pubblicitario il cui contenuto non risulti conforme ai criteri generali di cui al presente regolamento.
2. In particolare possono essere escluse offerte inerenti a messaggi pubblicitari in contrasto con le finalità dell'Ente, il programma politico amministrativo di mandato, l'interesse degli utenti, i messaggi di contenuto politico o che contengano informazioni contrarie all'ordine pubblico, al buon costume, ingannevoli, pregiudizievoli per la salute, la sicurezza, l'ambiente e la tutela dei minori.

## **Art. 16**

### **Affidamento dell'incarico**

1. La sponsorizzazione è formalizzata, prendendo atto delle risultanze del confronto concorrenziale, mediante determinazione adottata dal competente responsabile.
2. Il vincolo contrattuale obbligatorio s'instaura con la sottoscrizione del contratto. Qualora il valore contrattuale superi l'importo di € 50.000, il contratto verrà stipulato in forma pubblica amministrativa.

## **Art. 17**

### **Recepimento di iniziative spontanee di potenziali sponsor**

Qualora l'iniziativa di sponsorizzazione muova su iniziativa di soggetti terzi al Comune, i quali offrano spontaneamente beni, servizi o quanto altro ritenuto necessario a rendere un servizio al cittadino, il Comune garantisce adeguate forme di pubblicità e di concorrenza al fine di comparare l'offerta pervenuta con possibili ulteriori offerte migliorative.

## **Art. 18**

### **Il negozio unilaterale**

Le sponsorizzazioni, offerte o proposte da privati o da enti e soggetti giuridici privi di finalità di lucro, specie dove il ritorno di natura pubblicitaria è tenue e prevale l'aspetto di un sostanziale contratto a prestazioni economicamente unilaterali con la prevalenza di profili di cosiddetto mecenatismo da parte dello sponsor, sono formalizzate come procedure di trattativa privata diretta.

## **Art. 19**

### **Individuazione dello sponsor**

1. L'individuazione di qualificati soggetti scelti dal Comune come sponsor dei propri progetti, iniziative o interventi, viene effettuata mediante specifici provvedimenti, sia con riferimento alle procedure di selezione, sia con riguardo ai casi nei quali il rapporto si forma sulla base del recepimento delle manifestazioni di interesse spontanee.

## **Art. 20**

### **Procedura di sponsorizzazione tramite affidamento incarico di ricerca sponsor**

1. Il Comune può, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare in convenzione l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni, ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario o ad altro soggetto pubblico e/o privato specializzato.

2. In tale eventualità, l'affidatario è scelto con procedura ad evidenza pubblica.

#### **Art. 21**

##### **Regolazione dell'esclusiva generale o delle esclusive commerciali**

1. Il Comune definisce il rapporto con lo sponsor sulla base di clausole di esclusiva generale o commerciale qualora ritenga che tali disposizioni contrattuali possano risultare utili per sollecitare profili concorrenziali finalizzati al reperimento di maggiori risorse o alla presentazione di proposte di sponsorizzazione maggiormente significative.
2. In relazione a quanto previsto dal precedente comma 1:
  - a) la clausola di esclusiva generale comporta la formalizzazione del rapporto con un unico soggetto in veste di sponsor;
  - b) la clausola di esclusiva commerciale comporta la formalizzazione di più rapporti di sponsorizzazione con soggetti in veste di sponsor, ciascuno individuato come controparte principale e unica per una specifica categoria merceologica o di attività.
3. Il Comune evidenzia la sussistenza o l'assenza di clausole di esclusiva generale o commerciale nelle procedure preliminari alla stipulazione di un contratto di sponsorizzazione, specificando gli eventuali criteri per la valutazione di proposte concorrenti.

#### **Art. 22**

##### **Aspetti contabili e fiscali**

1. L'effettuazione di sponsorizzazioni comporta l'assoggettamento dell'operazione alla normativa in materia di IVA.
2. In particolare, quando il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione è determinato in prestazioni di servizi o forniture di beni a carico dello sponsor, è fatto obbligo di operare la doppia fatturazione, ovvero la fatturazione dello sponsor al Comune del valore del servizio o del bene, soggetta all'IVA e la fatturazione del Comune allo sponsor di un pari importo, sempre soggetto ad IVA, per il valore del messaggio pubblicitario concesso allo sponsor.

#### **Art. 23**

##### **Sorveglianza e vigilanza sulle opere pubbliche**

1. Le disposizioni della Legge 109/1994, ad esclusione dell'articolo 8, non si applicano ai contratti di sponsorizzazione di cui all'articolo 119, del citato Testo Unico di cui al Decreto Legislativo n.267/2000, ed all'articolo 43, della Legge 27 dicembre 1997, n.449, ovvero ai contratti a questi ultimi assimilabili, ivi compresi gli interventi di restauro e manutenzione di beni mobili e delle superfici decorate di beni architettonici sottoposti alle disposizioni di tutela di cui al Titolo I del Testo Unico delle disposizioni legislative in materia di beni culturali ed ambientali, di cui al decreto legislativo 29 ottobre 1999, n.490.
2. Le attività di esecuzione di opere pubbliche effettuate attraverso sponsorizzazioni possono essere realizzate esclusivamente da soggetti esecutori qualificati ai sensi della normativa nazionale e regionale vigente.
3. Potranno, inoltre, essere eseguite le attività di progettazione, direzione lavori e collaudo di opere pubbliche ed assimilate – relativamente ad opere pubbliche oggetto di sponsorizzazione - da parte di professionisti abilitati, ai sensi della normativa vigente.



4. La realizzazione di tali attività è soggetta a sorveglianza e vigilanza da parte del competente Settore comunale al fine di garantire la qualità delle lavorazioni effettuate in relazione alla natura pubblica dei beni interessati agli interventi.

## TITOLO IV

### Accordi particolari per sponsorizzazioni

#### Art. 24

##### Accordi di collaborazione ai fini di sponsorizzazione

1. Il Comune può formalizzare anche accordi di collaborazione a fini di sponsorizzazione, coinvolgendo soggetti pubblici e privati, a fronte di situazioni nelle quali sia necessario definire relazioni plurilaterali, inerenti rapporti di collaborazione o traduttive di iniziative progettuali.
2. Gli accordi di collaborazione a fini di sponsorizzazione contengono comunque elementi definatori delle relazioni tra uno o più soggetti con veste di sponsor ed uno o più soggetti con veste di soggetto sponsorizzato-*sponsee*, tra i quali rientra il Comune.

#### Art. 25

##### Convenzioni con soggetti pubblici

1. Il Comune può stipulare anche convenzioni per sponsorizzazione con soggetti pubblici, volte ad associare l'immagine dello sponsor ad attività o iniziative comportanti una potenziale ampia veicolazione dell'immagine del Comune stesso.
2. Le convenzioni di cui al precedente comma 1 configurano comunque gli elementi a valenza economica e le prestazioni a valenza patrimoniale in corrispettivo.

## TITOLO V

### Disposizioni generali

#### Art. 26

##### Verifiche e controlli

Gli interventi di sponsorizzazione sono soggetti a periodiche verifiche da parte del Settore comunale competente, al fine di accertare la corretta esecuzione delle prestazioni convenute nel contratto.

#### Art. 27

##### Divieti

Non potrà farsi ricorso al contratto di sponsorizzazione:

- a) per la gestione dei servizi pubblici essenziali;
- b) per i servizi espletati a garanzia di diritti fondamentali dei cittadini;
- c) per i servizi inerenti il rilascio di certificazioni ed atti riferiti alla persona servizi.

#### Art. 28

##### Tutela dei marchi

1. I contratti di sponsorizzazione stipulati dal Comune prevedono necessariamente clausole inerenti le garanzie e le forme di tutela dei marchi, con specificazione dell'utilizzo dei loghi e dei segni distintivi dello sponsor, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.
2. Il Comune può definire in relazione ai contratti di sponsorizzazione specifiche clausole relative ai propri segni distintivi, qualificando con appositi atti lo stemma ufficiale come segno distintivo con tutela pari al marchio.

**Art. 29****Rinvio**

Per quanto non disciplinato dal presente regolamento, si applicano le disposizioni di legge vigenti in materia oggetto del contratto di sponsorizzazione riferita ai diversi settori d'intervento.

**Art. 30****Disposizioni finali**

1. Sono abrogate le norme dei regolamenti comunali e degli atti aventi natura regolamentare che, comunque, risultino in contrasto con quanto disposto dal presente regolamento.

**Art. 31****Entrata in vigore**

1. Il presente regolamento entra in vigore ad intervenuta esecutività della delibera di approvazione.