



SALERNO PULITA SPA
REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DELLE SPONSORIZZAZIONI

Indice

- Art. 1 – Oggetto e finalità.**
- Art. 2 – Individuazione, programmazione e gestione delle sponsorizzazioni.**
- Art. 3 – Oggetto delle sponsorizzazioni.**
- Art. 4 – Procedura di scelta dello sponsor o sponsorizzatore.**
- Art. 5 – Diritto di rifiuto, esclusioni oggettive e soggettive.**
- Art. 6 – Corrispettivo delle sponsorizzazioni e garanzie.**
- Art. 7 – Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione.**
- Art. 8 – Aspetti contabili e fiscali.**
- Art. 9 – Controlli.**
- Art. 10 Sponsorizzazioni “Attive”**
- Art. 11 – Trattamento dei dati personali.**
- Art. 12 – Rinvio.**
- Art. 13 – Entrata in vigore.**

ART. 1 – OGGETTO E FINALITÀ

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione di iniziative organizzate e gestite dalla Salerno Pulita Spa, secondo quanto previsto dalle seguenti disposizioni, ed approvato con determina dell'A.U. n. 14 del 13/02/2026 (AU11063):
 - art. 7 del Dlgs 36/2023 (principi di autoorganizzazione amministrativa);
 - artt. 8 del Dlgs 36/2023 (principi di autonomia contrattuale);
 - art. 13 comma 2 e 5 del Dlgs (regolamentazione dei contratti attivi)
 - art. 134 del Dlgs 36/2023 (contratti gratuiti e forme speciali di partenariato) comma 4 applicabile in “autoregolamentazione in via analogica” riguardando tale norme il settore dei beni culturali, ma ritenuta nella presente sede regolamentare utilmente applicabile sotto l’aspetto procedimentale in conformità al predetto comma 4
2. Il ricorso alle sponsorizzazioni costituisce un’opportunità innovativa di finanziamento delle attività della Salerno Pulita Spa, finalizzato alla realizzazione di economie ed al miglioramento della qualità dei servizi, con particolare riferimento a quelli informativi e di educazione all’ambiente erogati in favore della collettività;
3. Nei procedimenti finalizzati alla stipula e all’esecuzione dei contratti di sponsorizzazione si osservano i principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità, sanciti dal Codice dei Contratti di cui al Decreto Legislativo 36/2023, ed in particolare ai principi dell’accesso al mercato (articolo 3); della fiducia (art. 2) e del risultato (articolo 1) come richiamati dall’art. 13 comma 5 del ridetto DLgs 36/2023.
4. Ai fini del presente Regolamento si intende:
 - a) per “contratto di sponsorizzazione” un contratto atipico a prestazioni corrispettive mediante il quale una parte (sponsor o sponsorizzatore) si obbliga a versare una somma di denaro, a fornire beni o servizi o ad effettuare lavori a favore dell’altra parte (sponsee o sponsorizzato), la quale garantisce, nell’ambito di propri eventi, iniziative o progetti, la possibilità di pubblicizzare, in appositi spazi, il nome, il marchio, l’immagine, l’attività, prodotti o servizi dello sponsor, ovvero di distribuire prodotti o servizi a titolo promozionale, nei modi previsti dal contratto. L’obbligazione dello sponsee o sponsorizzato costituisce obbligazione di mezzi e non di risultato; pertanto, essa è adempiuta quando vi sia stata la realizzazione dell’evento, iniziativa o progetto indicato nel contratto, indipendentemente dall’effettivo ritorno di immagine;
 - b) per “sponsor o sponsorizzatore” il soggetto che, al fine di incrementare la notorietà dei propri segni distintivi, stipula il contratto di sponsorizzazione;
 - c) per “sponsee o sponsorizzato” il soggetto che rende la prestazione di mezzi consistente nel mettere a disposizione la possibilità di pubblicizzare i segni distintivi dello sponsor o sponsorizzatore nell’ambito di propri eventi, iniziative o progetti;
 - d) per “spazio pubblicitario” lo spazio fisico o digitale o qualsiasi altro supporto atto alla veicolazione di informazioni, messo a disposizione dello sponsor o sponsorizzatore.
 - e) Per “Testimonial” la persona fisica o la persona giuridica di nota fama (secondo il comune “sentire”) almeno locale e/o nazionale e/o internazionale che viene menzionata e/o rappresentata nell’ambito delle attività di sponsorizzazione;
5. Le iniziative di sponsorizzazione della Salerno Pulita Spa sono realizzate, mediante la stipula di contratti di sponsorizzazione con soggetti privati (società di persone e/o di capitali, imprese individuali, operatori economici etc, associazioni, anche non riconosciute) senza fini di lucro e/o soggetti pubblici. In alternativa alla forma contrattuale inter partes è consentita, per le forme di sponsorizzazioni ad esecuzione istantanea la mera disposizione scritta a firma del Responsabile di Progetto, previa determina dell’A.U., con sottoscrizione per accettazione dello sponsee

Art. 2 – Individuazione, programmazione e gestione delle sponsorizzazioni.

1. Le iniziative di sponsorizzazione da offrire ai potenziali sponsor o sponsorizzatori sono individuate e programmate dall'Amministratore Unico della Salerno Pulita, sentiti i Responsabili dei Servizi, il Responsabile dell'Ufficio di Direzione, e l'affidatario dei servizi giornalistici e di comunicazione;
2. L'Amministratore Unico formula indirizzi specifici agli uffici di Direzione per l'attivazione – anche di intesa con i servizi giornalistici e di comunicazione - di iniziative di sponsorizzazione da attuare secondo le norme di cui al presente regolamento.
3. Possono essere individuate spese ed attività la cui realizzazione è vincolata alla conclusione di contratti di sponsorizzazione.
4. Il ricorso alle sponsorizzazioni può comunque riguardare tutti i beni ed i servizi a carico del bilancio della Salerno Pulita
5. L'Ufficio Comunicazione, sulla scorta della programmazione di cui all'art. 2, punti 1 e 2, interfacciandosi con gli Uffici competenti della manifestazione, predispone i progetti operativi delle iniziative di sponsorizzazione

Art. 3 – Oggetto delle sponsorizzazioni.

1. Il ricorso al contratto di sponsorizzazione e/o di collaborazione può riguardare tutte le iniziative, le attività, i beni, i servizi e le opere pubbliche inserite nella programmazione della Salerno Pulita Spa;
2. Il contratto di sponsorizzazione può avere ad oggetto:
 - a. la fornitura di materiali/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. un contributo in denaro.
3. La sponsorizzazione può realizzarsi, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, attraverso le seguenti iniziative:
 - a) sponsorizzazione/realizzazione di rilevanza sociale;
 - b) utilizzo a fini pubblicitari di spazi all'interno dei luoghi gestiti e/o posseduti e/o detenuti dalla Salerno Pulita Spa (es. bacheche, sale riunioni);
 - c) utilizzo a fini pubblicitari di spazi su documentazione della Salerno Pulita Spa (a titolo esemplificativo carta intestata, buste, sito internet);
 - d) fornitura di beni, con riferimento, a titolo esemplificativo, ad attrezzature informatiche di vario genere ed alla fornitura di arredi di spazi gestiti dalla Salerno Pulita;
 - e) attività di progettazione, direzione lavori, esecuzione di opere e servizi finalizzati alle attività statutarie della Salerno Pulita;
 - f) realizzazione di manifestazioni informative in ordine ai servizi svolti dalla Salerno Pulita;
 - g) gestione di sportelli informativi, marketing e promozione territoriale;
 - h) attività di comunicazione istituzionale attraverso i mezzi di comunicazione;
 - i) gestione di beni e attività;

ART. 4 – PROCEDURA DI SCELTA DELLO SPONSOR O SPONSORIZZATORE

1. Per contratti di importo non superiore a quarantamila euro è possibile procedere con affidamento diretto, anche senza preventiva consultazione di due o più operatori economici; resta inteso che trattandosi di affidamento diretto, ai sensi dell'allegato I.1 al Dlgs 36/2023, art. 3, comma 1, lettera d), l'eventuale analisi comparativa dei prezzi offerti sul mercato non costituisce in nessun modo vincolo per l'amministrazione precedente, salvo quanto disposto nel comma 4 e fermo restando l'obbligo di motivazione del provvedimento finale adottato.
2. Per i contratti di importo superiore a quarantamila euro si procede attraverso la pubblicazione sul sito internet della Salerno Pulita – Sezione Amministrazione Trasparente – Sotto Sezione Sovvenzioni, Contributi, Sussidi, Vantaggi Economici per almeno trenta giorni, di apposito avviso, con il quale si rende

potrà ricevere di sponsor per specifici interventi, ovvero si comunica l'avvenuto ricevimento di una proposta di sponsorizzazione, indicando sinteticamente il contenuto del contratto proposto.

3. Nel caso previsto dal comma 2, l'avviso (pubblicato sul sito della Salerno Pulita Spa) contiene:
 - l'oggetto della sponsorizzazione;
 - i requisiti di partecipazione alla procedura selettiva;
 - le modalità e il termine per la presentazione delle offerte, che non può essere inferiore a 10 giorni;
 - l'eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale;
 - i criteri di valutazione delle offerte;
 - l'eventuale importo minimo, a base della procedura selettiva, richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
 - l'obbligo di conoscenza del regolamento delle sponsorizzazioni della Salerno Pulita;
 - l'ufficio procedente e il responsabile del progetto.
4. Scaduto il termine fissato nell'avviso, si procede alla valutazione delle offerte pervenute, nel rispetto dei criteri stabiliti nell'avviso medesimo.
5. Il criterio di selezione sarà fissato, secondo le indicazioni della determina di indizione della scelta dello sponsor e dell'oggetto della sponsorizzazione, in ragione dell'offerta economicamente più vantaggiosa, secondo parametri predefiniti nell'avviso, ovvero secondo il miglior prezzo, sempre in ragione dei parametri fissati nell'avviso. È facoltà della Salerno Pulita, in relazione a singoli progetti, fissare criteri particolari di selezione, anche alternativi a quelli innanzi indicati;
6. L'offerta è presentata, a mezzo pec, a pena di inammissibilità entro i termini fissati dalla richiesta o dall'avviso. In alternativa, secondo l'autonoma valutazione del RUP, ed espressa esplicitazione sull'avviso, potrà essere attivato il ciclo digitale dei contratti pubblici mediante utilizzo della piattaforma di e-procurement certificata. L'offerta deve contenere:
 - le dichiarazioni richieste dall'avviso;
 - l'accettazione incondizionata di quanto previsto nell'avviso e nel presente regolamento;
 - l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e a farsi carico degli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario, alle relative autorizzazioni, al pagamento di eventuali tributi o canoni.
7. Scaduto il periodo di pubblicazione dell'avviso, il contratto può essere liberamente negoziato, purché nel rispetto dei principi di imparzialità e di parità di trattamento fra gli operatori che abbiano manifestato interesse, fermo restando il rispetto dell'articolo 94,95,96 e 98 di cui al Dlgs 36/2023;
8. Il Responsabile del progetto come individuato nell'ambito della determinazione di scelta dello sponsor e dell'oggetto della sponsorizzazione, formula proposta di aggiudica del contratto di sponsorizzazione per l'adozione della relativa determina a contrarre, la cui efficacia sarà subordinata alla sola verifica del FVOE per ciò che attiene i requisiti di moralità di cui ai predetti artt. 94,95,96 e 98 del Dlgs 36/2023;
9. Nel caso di utilizzo di un Testimonial, il Responsabile del Progetto deve preventivamente acquisire la cessione dei diritti di immagine da parte dello stesso Testimonial, secondo relativo contratto specifico al fine di consentire alla Salerno Pulita di usare volto (logo commerciale in caso di persona giuridica) nome e notorietà del testimonial per pubblicizzare prodotti/servizi, di cui alla relativa sponsorizzazione

ART. 5 – DIRITTO DI RIFIUTO, ESCLUSIONI OGGETTIVE E SOGGETTIVE

1. Salvo quanto disposto dall'art. 21-decies della legge 7 agosto 1990 n. 241, introdotto dall'art. 12, comma 1, lett. i-bis) del Decreto Legge 16 luglio 2020 n. 76, convertito, con modificazioni, nella Legge 11 settembre 2020 n. 120, la Salerno Pulita Spa si riserva di rifiutare qualsiasi proposta di sponsorizzazione e di recedere dal contratto eventualmente sottoscritto qualora:
 - a) ritenga che possa derivare un conflitto di interessi tra l'attività pubblica e quella dello *sponsor*;
 - b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla propria immagine o alle proprie iniziative;
 - c) reputi la sponsorizzazione inaccettabile per motivi di pubblico interesse e/o di inopportunità generale.
2. Sono vietate, in ogni caso, le sponsorizzazioni aventi per oggetto:

4. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione di natura politica, elettorale, sindacale, religiosa o filosofica;
 - b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, medicinali o cure mediche;
 - c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, discriminazione, odio o minaccia.
3. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione i soggetti che:
 - a) non sono in possesso dei requisiti di ordine generale previsti dagli artt. 94,95,96 e 98 del codice dei contratti pubblici, di cui al decreto legislativo 36/2023, e di carattere speciale, se richiesti, in relazione all'oggetto della sponsorizzazione;
 - b) si trovano in condizioni di incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione.
4. Qualora i lavori, i servizi e le forniture siano acquisiti o realizzati a cura dello sponsorizzatore, lo stesso, a pena di esclusione, deve essere in possesso dei requisiti di qualificazione per gli esecutori dei contratti pubblici.
5. Per i lavori, le imprese esecutrici devono possedere i requisiti di qualificazione previsti dalla normativa vigente al momento dell'affidamento.

ART. 6 - CORRISPETTIVO DELLE SPONSORIZZAZIONI E GARANZIE

1. I contratti di sponsorizzazione nei quali la Salerno Pulita è parte possono prevedere a titolo di corrispettivo dovuto dallo sponsor o sponsorizzatore:
 - a) somme di denaro;
 - b) forniture di beni, servizi o lavori, acquisiti o realizzati a cura e spese dello *sponsor*.
2. In caso di operazioni permutative, si assume come controvalore monetario del contratto, il valore di mercato della fornitura dei beni, dei servizi o dei lavori, effettuati dallo sponsorizzatore.
3. Ove il corrispettivo della sponsorizzazione sia costituito da una somma di denaro, il pagamento avviene, nella misura del trenta per cento, al momento della conclusione del contratto e nella misura restante entro i quindici giorni successivi alla conclusione dell'iniziativa correlata.
4. Se richiesto dalla Salerno Pulita, lo sponsorizzatore deve prestare apposita garanzia fideiussoria per il pagamento del corrispettivo, costituita mediante fideiussione bancaria o polizza assicurativa, nel rispetto del codice dei contratti di cui al Decreto Legislativo 36/2023

ART. 7 – CONTENUTI MINIMI DEL CONTRATTO/ACCORDO DI SPONSORIZZAZIONE

1. La sponsorizzazione viene regolata da apposito contratto nel quale, in particolare, sono indicati:
 - a) l'oggetto;
 - b) gli obblighi delle parti;
 - c) il valore del corrispettivo;
 - d) la durata;
 - e) l'eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale;
 - f) i controlli sull'attività dello sponsor;
 - g) la facoltà di recesso da parte della Salerno Pulita;
 - h) la risoluzione del contratto per inadempimento;
 - i) la competenza del foro di Salerno in caso di controversie;
 - j) la disciplina delle spese contrattuali.
2. Nel contratto sono previste la facoltà della Salerno Pulita di recedere prima della scadenza, previa tempestiva e formale comunicazione allo sponsor, nonché la clausola risolutiva espressa nel caso in cui lo sponsor rechi danno all'immagine della Salerno Pulita e/o si verifichi una delle ipotesi di cui all'art. 6, salvo il diritto al risarcimento del danno.

ART. 8 – ASPETTI CONTABILI E FISCALI/CIG

1. I corrispettivi dei contratti di sponsorizzazione sono iscritti in bilancio ad inizio anno, o durante l'anno con variazione, nel rispetto dell'ordinamento finanziario e contabile. I corrispettivi costituiti da proventi di entrata sono contabilizzati tra le entrate; i corrispettivi costituiti da risparmi di spesa sono comunque

2. Le iniziative di bilancio in entrata ed in spesa per pari importo, al fine di assicurare il rispetto del principio di integrità del bilancio e la normativa fiscale.
2. Le singole fattispecie di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale in vigore al momento della conclusione del contratto.
 3. Il contratto di sponsorizzazione non esonera lo sponsor o sponsorizzatore dall'obbligo di pagamento degli eventuali tributi e/o canoni inerenti alle fattispecie poste in essere né è sostitutivo di tale obbligo.
 4. Quando il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione è costituito da forniture di beni o servizi o da lavori da effettuare dallo sponsorizzatore (operazioni permutative), è fatto obbligo di doppia fatturazione, ossia di fatturazione dello sponsorizzatore alla Salerno Pulita del valore del bene, del servizio o del lavoro, soggetto ad IVA, e di fatturazione della Salerno Pulita allo sponsor o sponsorizzatore di un pari importo, soggetto ad IVA, per l'attività di sponsorizzazione.
 5. Quanto alla disciplina del CIG:
È previsto il conseguimento del CIG in tutti i casi in cui la sponsorizzazione sia connessa alla previsione di flussi finanziari, sia "attivi che passivi" in ragione della predeterminazione delle relative somme oggetto dell'attività di sponsorizzazione.

ART. 9 – SPONSORIZZAZIONI “PASSIVE – REGOLAMENTAZIONE DI DETTAGLIO E NORME COMUNI

La Salerno Pulita prevede la possibilità di supportare con forme di sponsorizzazioni “passive” (costituite cioè da esborsi della Società) progetti, iniziative, protocolli di intesa con soggetti pubblici e/o privati, volti alla valorizzazione delle tematiche ambientali, e dell'igiene urbana, con particolare riferimento alla sensibilizzazione dell'utenza in ordine alle tematiche predette. Tanto, mediante erogazione di somme di denaro a titolo di contributo e/o di finanziamento per lo specifico progetto, la specifica iniziativa, lo specifico protocollo d'intesa. Il limite massimo previsto per ciascuna forma di sponsorizzazione “passiva” è di € 5.000,00 oltre Iva. In casi del tutto eccezionali e previa espressa motivazione dell'A.U. da adottarsi in specifica determina di indirizzo è possibile derogare alla soglia che precede, comunque entro il limite di € 10.000,00 oltre iva.

Di seguito l'iter procedimentale da osservare

1. Le iniziative di sponsorizzazione “passive” sono individuate e programmate dall'Amministratore Unico della Salerno Pulita, sentiti i Responsabili dei Servizi, il Responsabile dell'Ufficio di Direzione, e l'affidatario dei servizi giornalistici e di comunicazione, anche in conformità agli obblighi di cui al Contratto di Servizio. Nell'ambito della predetta programmazione si terrà conto della somma massima annuale da appostare in bilancio per tale causale, che non potrà superare l'importo di € 40.000,00 oltre iva;
2. L'Amministratore Unico formula indirizzi specifici agli uffici di Direzione per l'attivazione – anche di intesa con i servizi giornalistici e di comunicazione - di iniziative di dettaglio per la sponsorizzazione da attuare secondo le norme di cui al presente regolamento.
3. L'Ufficio Direzione Tecnica, in collaborazione con i referenti del servizio giornalistico/comunicazione, sulla scorta della programmazione di cui ai punti che precedono, interfacciandosi con gli Uffici competenti della manifestazione, predisponde nel dettaglio i progetti operativi delle iniziative di sponsorizzazione;
4. L'A.U. - sulla base di quanto predisposto dall'Ufficio Direzione Tecnica, in uno con i referenti del servizio giornalistico/comunicazione, - redige la relativa determina per la deliberazione della sponsorizzazione e per la regolamentazione di dettaglio della stessa, con previsione del relativo impegno, adozione del CIG e nomina del Responsabile del Procedimento ex artt. 5 e 6 della Legge 241/1990 e successive modifiche ed integrazioni;
5. Per le ipotesi di sponsorizzazione di importo pari o superiore ad € 5.000,00 sarà rispettato il principio della rotazione di cui all'art. 49 del Codice dei Contratti Pubblici

Restano applicabili, per quanto compatibili con il presente regolamento le ulteriori norme dello stesso.

ART. 10 – CONTROLLI

1. L'ufficio procedente impartisce le prescrizioni opportune in ordine all'esecuzione del contratto di sponsorizzazione e vigila sul suo adempimento, al fine di accertare la correttezza di quanto convenuto sia sotto il profilo normativo, sia per gli aspetti procedurali, tecnici, organizzativi e finanziari.

ART. 11 – TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI


1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste, dagli addetti agli uffici tenuti alla applicazione del presente regolamento.
2. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti ai sensi del Regolamento UE 679/2016, nonché dal Codice in materia di protezione dei dati personali, approvato con decreto legislativo 10 agosto 2018 n. 101.
3. Titolare del trattamento dei dati è la Fondazione Ravello, in persona del suo legale rapp.te pro tempore che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge citata.
4. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento.

ART. 12 - RINVIO

1. Per quanto non disciplinato dal presente regolamento, si applicano le disposizioni di legge e regolamentari vigenti nel settore oggetto del contratto di sponsorizzazione.

ART. 13 – ENTRATA IN VIGORE

1. Il presente regolamento entra in vigore dalla pubblicazione sul sito della Salerno Pulita – Sezione Amministrazione Trasparente – Sotto Sezione Sovvenzioni, Contributi, Sussidi e Vantaggi Economici, nonché in Atti Generali previa determina di approvazione da parte dell'Amministratore Unico.
2. Sono abrogate le eventuali norme dei regolamenti e degli eventuali atti aventi natura regolamentare che comunque risultino in contrasto con quanto disposto dal presente regolamento.

L'Amministratore Unico

Dott. Vincenzo Bennet