

Il testo vigente di questo regolamento regionale è disponibile nella banca dati normativa del Piemonte - Arianna al seguente [link](#)

Regolamento regionale 9 novembre 2022, n. 7.

Disciplina dei contratti di sponsorizzazione.

(B.U. 17 novembre 2022, 3° suppl. al n. 46)

IL PRESIDENTE DELLA GIUNTA REGIONALE

Visto l'articolo 121 della Costituzione (come modificato dalla legge costituzionale 22 novembre 1999, n. 1);

Visti gli articoli 27 e 51 dello Statuto della Regione Piemonte;

Vista la legge regionale 4 marzo 2003, n. 2;

Vista la deliberazione della Giunta regionale n. 22 - 5920 del 4 novembre 2022

E M A N A

il seguente regolamento

Art. 1.

(Oggetto e finalità)

1. Il presente regolamento, adottato in attuazione dell'articolo 13 della legge regionale 4 marzo 2003, n. 2 (Legge finanziaria per l'anno 2003), disciplina le attività di sponsorizzazione promosse, organizzate o gestite dalla Regione Piemonte (di seguito Regione) in ossequio alle disposizioni legislative contenute negli articoli 19 e 151 del decreto legislativo 18 aprile 2016, n. 50, nell'articolo 120 del decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42, nell'articolo 43 della legge 27 dicembre 1997, n. 449 e nell'articolo 1, comma 1 bis della legge 7 agosto 1990, n. 241.

2. Il ricorso alle sponsorizzazioni costituisce un'opportunità innovativa di finanziamento delle attività della Regione ed è finalizzato a:

- a) promuovere la collaborazione fra pubblico e privato;
- b) favorire il miglioramento organizzativo;
- c) ottenere proventi di entrata o risparmi di spesa nel perseguimento del pubblico interesse;
- d) migliorare la qualità dei servizi istituzionali prestati.

3. Il ricorso alle sponsorizzazioni da parte della Regione è consentito ove sussistano le seguenti condizioni:

- a) l'assenza di profili di incompatibilità o di conflitto di interesse con lo sponsor oppure con la forma di sponsorizzazione proposta, con riferimento alla legislazione vigente oppure accertati dalla stessa amministrazione nel corso dell'istruttoria della proposta;
- b) l'osservanza, l'adeguatezza e la conformità della sponsorizzazione con le finalità pubbliche, le funzioni ed i compiti istituzionali della Regione e le politiche da questa perseguite.

4. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni aventi come finalità:

- a) propaganda di natura fanatica, politica, sindacale, religiosa;
- b) messaggi di natura razzista, discriminatoria, sessista o comunque lesivi della dignità umana e dell'etica pubblica;
- c) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, medicinali o cure mediche, armi e attività inerenti il gioco d'azzardo;
- d) messaggi comportanti promozione o valorizzazione di comportamenti nocivi alla salute e al decoro pubblico.

5. Il responsabile del procedimento si riserva di rifiutare con provvedimento motivato qualsiasi sponsorizzazione qualora:

- a) ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata, ovvero tra le finalità della Regione e quelle dello sponsor;
- b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno all'immagine della Regione o alle proprie iniziative;
- c) la reputi inaccettabile per motivi di inopportunità generale, di ordine o interesse pubblico ovvero perché contraria a norme di legge o al buon costume.

6. Nel caso in cui le sponsorizzazioni afferiscano ai beni culturali o sottoposti a tutela in base alle normative di settore, l'attività di sponsorizzazione è effettuata con modalità e forme compatibili con la natura e le caratteristiche del bene tutelato, assicurandone il decoro e la fruizione.

7. Attraverso il contratto di sponsorizzazione, di cui all'articolo 8, lo sponsor persegue i seguenti scopi:

- a) pubblicizzare il proprio nome, marchio, prodotto o servizio attraverso il bene o l'iniziativa oggetto di sponsorizzazione;
- b) presentare o promuovere le proprie iniziative, attività, prodotti o servizi presso il bene o attraverso l'iniziativa sponsorizzata.

Art. 2. (Definizioni)

1. Ai fini del presente regolamento si intende per:

- a) “contratto di sponsorizzazione”, un contratto a titolo oneroso e a prestazioni corrispettive tra sponsor e sponsee;
- b) “sponsorizzazione”, ogni contributo in beni, prestazioni di servizi, realizzazione di lavori, corrispettivo in denaro o altra utilità proveniente alla Regione da parte di terzi nell'ambito applicativo dei “contratti di sponsorizzazione”;
- c) “sponsor”, il soggetto pubblico o privato che intenda stipulare un contratto di sponsorizzazione;
- d) “sponsorizzato o sponsee”, la Regione, titolare dei benefici economici apportati dalla stipula dei contratti di sponsorizzazione;
- e) “spazio pubblicitario”, lo spazio fisico e digitale o qualsiasi altro supporto atto alla veicolazione di informazioni, messo a disposizione dello sponsor;
- f) “interventi”, le iniziative, le attività, i beni, i mezzi, le prestazioni, i servizi, i lavori e le opere pubbliche che sono oggetto della sponsorizzazione;
- g) “struttura competente”, la Direzione, la Struttura temporanea o il Settore della Regione Piemonte, individuati ai sensi della legge regionale 28 luglio 2008 n. 23 (Disciplina dell'organizzazione degli uffici regionali e disposizioni concernenti la dirigenza ed il personale), competente in relazione all'ambito oggetto di sponsorizzazione;
- h) “responsabile del procedimento”, il dirigente responsabile della struttura competente per materia individuato ai sensi della legge regionale 14 ottobre 2014 n. 14 (Norme sul procedimento amministrativo e disposizioni in materia di semplificazione).

Art. 3. (Forme di sponsorizzazione)

1. Le modalità per mezzo delle quali la Regione acquisisce o riceve una sponsorizzazione si distinguono in:

- a) erogazioni di denaro da parte dello sponsor, da incassarsi su apposito capitolo di bilancio (c.d. sponsorizzazione economica);
- b) accollo da parte dello sponsor del debito assunto dalla Regione nei confronti di terzi (c.d. sponsorizzazione finanziaria);

- c) assunzione diretta da parte dello sponsor del pagamento dei corrispettivi dovuti dalla Regione nei confronti di terzi, o dello stesso sponsor, per l'esecuzione di lavori, servizi e forniture nell'ambito delle iniziative di valorizzazione oggetto di sponsorizzazione (c.d. sponsorizzazione monetaria);
 - d) realizzazione diretta da parte dello sponsor di lavori, servizi e forniture ovvero conferimento di altre utilità a beneficio della Regione o di altri soggetti da questa individuati (c.d. sponsorizzazione tecnica);
 - e) erogazione congiunta di due o più forme di sponsorizzazione fra quelle previste dalle precedenti lettere (c.d. sponsorizzazione mista).
2. Ove il corrispettivo della sponsorizzazione sia costituito dalla dazione di una somma di denaro, il pagamento avviene almeno nella misura del 50 per cento al momento della conclusione del contratto e la parte restante secondo un piano predisposto dal responsabile del procedimento cui spetta la definizione delle modalità.
 3. Se richiesto dalla Regione, lo sponsor è tenuto a prestare apposita garanzia fideiussoria per il pagamento del corrispettivo, costituita mediante fideiussione bancaria o polizza assicurativa.
 4. È ammessa l'acquisizione o il ricevimento di sponsorizzazioni nelle forme previste dalle disposizioni di cui all'articolo 1 comma 1, congiuntamente alle forme di contributo, di cui al decreto legge 31 maggio 2014, n. 83 convertito con modificazioni nella legge 29 luglio 2014, n. 106.
 5. La forma di sponsorizzazione prescelta deve essere chiaramente indicata e disciplinata nel contratto di sponsorizzazione.
 6. Ai fini del presente regolamento, non costituisce sponsorizzazione l'offerta alla Regione, a titolo di liberalità, di somme di denaro o di altre utilità, effettuata in occasione di iniziative organizzate dalla Regione stessa.
 7. Il ricorso alla sponsorizzazione, salvo contrasto con disposizioni di legge, può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, le prestazioni e i servizi espletati dalla Regione.

Art. 4.

(Requisiti degli sponsor)

1. Possono assumere la veste di sponsor:
 - a) le amministrazioni pubbliche individuate nell'elenco ISTAT delle amministrazioni pubbliche inserite nel conto economico consolidato individuate ai sensi dell'articolo 1, comma 3 della legge 31 dicembre 2009, n. 196 (Legge di contabilità e di finanza pubblica);
 - b) le persone fisiche;
 - c) le persone giuridiche, aventi o meno scopo di lucro o finalità commerciale;
 - d) le fondazioni e le associazioni senza fini di lucro, costituite con atto notarile, le cui finalità statutarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali della Regione.
2. Fermo restando quanto previsto nel comma 1, sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione i soggetti che:
 - a) non sono in possesso dei requisiti di ordine generale previsti dall'articolo 80 e, nei casi in cui lo richieda la tipologia di sponsorizzazione, dall'articolo 83 del d.lgs. 50/2016;
 - b) si trovano in condizioni di incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione;
 - c) abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria con la Regione o che esercitino attività in conflitto di interesse con le attività pubbliche.
3. Qualora le sponsorizzazioni di cui all'articolo 3, comma 1, lettere d) ed e), siano effettuate dallo sponsor con il ricorso o per mezzo di terzi esecutori o prestatori di servizi e forniture, i requisiti di qualificazione, di cui al comma 2, devono essere posseduti e comprovati dai medesimi esecutori.
4. La struttura competente, all'interno del contratto di sponsorizzazione, impartisce opportune prescrizioni in ordine sia ai requisiti di qualificazione degli esecutori sia in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere o forniture, alla direzione dei lavori ed al collaudo degli interventi oggetto del contratto.
5. Non possono effettuare attività di sponsorizzazione i soggetti che erogano prestazioni per conto della Regione in regime di accreditamento.

Art. 5.

(Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor)

1. L'affidamento dei contratti di sponsorizzazione avviene nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, trasparenza e proporzionalità di cui alla l.r. 14/2014.
2. L'avvio di ogni procedura di sponsorizzazione è disposto dal responsabile del procedimento della struttura competente l'evento o iniziativa che, con propria determinazione, individua l'evento o iniziativa, l'oggetto e le modalità di sponsorizzazione, le eventuali tariffe, oltre ad approvare l'avviso di cui al comma 3 e lo schema di contratto di cui all'articolo 8.
3. La struttura competente emana, salvo i casi disciplinati dall'articolo 7, un avviso di manifestazione di interesse per la scelta dello sponsor.
4. L'avviso di cui al comma 3 è pubblicato sul sito istituzionale della Regione nell'apposita sezione "Bandi di gara", nonché su altre piattaforme informatiche individuate dal responsabile del procedimento, per un periodo di almeno 30 giorni; mediante la determinazione che individua l'iniziativa di sponsorizzazione possono essere previste altre forme di pubblicità al fine di una maggiore conoscenza e partecipazione.
5. 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 fra gli operatori che abbiano manifestato interesse, fermo restando il rispetto dell'articolo 80 del d.lgs. 50/2016. Nel caso in cui lo sponsor intenda realizzare i lavori, prestare i servizi o le forniture direttamente a sua cura e spese, resta ferma la necessità di verificare il possesso dei requisiti degli esecutori, nel rispetto dei principi e delle norme vigenti in materia.
6. L'avviso di manifestazione di interesse contiene:
 - a) l'oggetto della sponsorizzazione con la descrizione dei beni, delle iniziative o degli interventi per la cui valorizzazione, effettuazione o esecuzione la Regione intende avvalersi di sponsorizzazioni;
 - b) le caratteristiche di massima delle offerte di sponsorizzazione, con riferimento alle forme ed alla durata delle sponsorizzazioni ed alle categorie di opere, forniture e servizi soggetti a sponsorizzazione;
 - c) i requisiti di partecipazione alla procedura selettiva;
 - d) le modalità ed il termine per la presentazione delle offerte, che non può essere inferiore a 30 giorni;
 - e) le possibili modalità per veicolare o promuovere l'immagine, i prodotti o i servizi per mezzo della sponsorizzazione ed il livello di dettaglio del relativo progetto e/o della proposta;
 - f) i criteri di valutazione delle offerte;
 - g) l'eventuale importo minimo, a base della procedura selettiva, richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
 - h) l'eventuale diritto di prelazione a norma dell'articolo 7;
 - i) la struttura regionale procedente ed il responsabile del procedimento;
 - l) le clausole principali del contratto di sponsorizzazione;
 - m) l'eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale di cui all'articolo 11.
7. Nell'avviso può essere previsto che più soggetti siano ammessi a concorrere congiuntamente per l'affidamento del contratto; in tal caso l'avviso può definire, altresì, il numero massimo di imprese che possono essere coinvolte e l'importo totale del contratto è posto a carico dei soggetti in misura equivalente.
8. Le offerte di sponsorizzazione devono risultare coerenti con il corrispondente avviso e con i principi indicati dal presente regolamento. Dette proposte contengono:
 - a) una descrizione delle attività effettuate dal proponente e la relativa missione aziendale indicanti le strategie di mercato adottate e le corrispondenti finalità della sponsorizzazione, nonché un elenco delle attività di sponsorizzazione già effettuate oltre eventuali informazioni circa le iniziative di sostenibilità ambientale e responsabilità sociale sostenute o implementate dell'impresa;

- b) la forma di sponsorizzazione prescelta fra quelle individuate dall'articolo 3 e, per quanto attiene le sponsorizzazioni tecniche, la descrizione di lavori, servizi o forniture proposti, corredata da eventuale documentazione tecnica o prestazionale;
 - c) le modalità prescelte per veicolare o promuovere l'immagine, i prodotti o i servizi per mezzo della sponsorizzazione;
 - d) l'eventuale richiesta di esclusiva;
 - e) il cronoprogramma delle attività di sponsorizzazione;
 - f) l'obbligo di provvedere all'ottenimento di eventuali autorizzazioni e nulla osta per l'esecuzione di lavori, lo svolgimento di iniziative oppure per l'installazione di manufatti temporanei o permanenti atti a veicolare l'immagine o il prodotto dello sponsor;
 - g) l'impegno alla stipula di una polizza di garanzia a copertura di danni a persone e cose.
9. Qualora le proposte pervenute afferiscano a forme di sponsorizzazioni di cui all'articolo 3, comma 1, lettera d), da eseguirsi su beni patrimoniali sottoposti a tutela, queste sono effettuate secondo le indicazioni e le prescrizioni impartite dall'amministrazione preposta alla tutela dei beni culturali.

Art. 6.
(Commissione tecnica)

1. Le offerte di sponsorizzazione pervenute con le modalità di cui all'articolo 5 sono valutate da una apposita Commissione tecnica, istituita con apposito provvedimento della struttura regionale competente in materia di risorse umane e costituita da tre componenti, oltre ad un segretario. I componenti sono individuati nell'ambito di ciascuna delle strutture regionali competenti in materia di:
- a) risorse umane;
 - b) risorse finanziarie;
 - c) oggetto della sponsorizzazione.
2. Le funzioni istruttorie sono svolte dalla struttura competente.
3. La Commissione di cui al comma 1:
- a) provvede alla scelta ovvero alla composizione delle sponsorizzazioni e ne verifica la compatibilità con il bene patrimoniale prescelto;
 - b) fornisce alla struttura competente ogni indicazione o prescrizione necessaria alla stipula dei contratti di sponsorizzazione, attuando, ove necessario, un preventivo confronto di natura negoziale con i potenziali sponsor;
 - c) opera nel rispetto dei principi regolatori di cui al presente regolamento e secondo le indicazioni desunte dall'eventuale avviso di manifestazione di interesse, assicurando il rispetto dei principi di imparzialità e di parità di trattamento fra gli operatori che abbiano manifestato interesse.
4. Nel corso delle attività di valutazione la Commissione tiene conto dei seguenti aspetti:
- a) caratteristiche soggettive e reputazione degli operatori proponenti e di eventuali terzi soggetti coinvolti o da coinvolgere nella sponsorizzazione in qualità di esecutori, sostenitori, partecipanti, nonché la qualità e la quantità delle sponsorizzazioni già effettuate;
 - b) qualità dei prodotti offerti e servizi forniti, con particolare riferimento ai livelli di sostenibilità ambientale e sociale raggiunti dall'azienda;
 - c) strategie commerciali adottate per la sponsorizzazione del bene e le modalità prescelte per veicolare o promuovere l'immagine, il prodotto o i servizi dell'operatore proponente e degli altri soggetti coinvolti;
 - d) grado di compatibilità della proposta con il bene mobile o immobile e con le iniziative oggetto della sponsorizzazione con riferimento alla forma di sponsorizzazione proposta;
 - e) importo economico della sponsorizzazione ovvero degli interventi e delle iniziative proposte e la sua ricaduta in termini di valorizzazione, promozione e sviluppo del bene patrimoniale.
5. Al termine del processo valutativo la Commissione determina l'ammissibilità ovvero il diniego delle offerte presentate.

6. Qualora pervengano proposte di sponsorizzazione in via esclusiva o che comportino l'esclusione delle altre per incompatibilità tecniche o commerciali, la Commissione provvede a stilare una graduatoria di merito in base alla quale la struttura competente in materia propone la stipula del contratto di sponsorizzazione alle condizioni più vantaggiose.

7. Le offerte di sponsorizzazione, ancorché ammissibili, non sono vincolanti per la Regione, che, con provvedimento motivato, si riserva di non procedere alla stipula del contratto. In tal caso, l'operatore proponente non ha il diritto ad alcun compenso o indennizzo per la partecipazione alla procedura.

Art. 7.

(Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor)

1. Al di fuori della procedura di cui all'articolo 5, i soggetti di cui all'articolo 4 che intendano proporre spontaneamente la propria candidatura alla sottoscrizione di un contratto di sponsorizzazione con la Regione possono presentare direttamente una proposta di sponsorizzazione; in tal caso, l'istanza contiene sia quanto previsto dall'articolo 5, comma 8 sia la documentazione di cui all'articolo 5, comma 6, lettere a) ed e).

2. Nei casi di sponsorizzazione attivati con le modalità di cui al comma 1, si procede nel seguente modo:

a) per importi inferiori a 40.000,00 euro o.f.e., la struttura competente provvede a controllare i requisiti del proponente, mentre la Commissione di cui all'articolo 6 verifica la congruità della proposta con i principi dettati con il presente regolamento. In caso di esito favorevole delle verifiche, la struttura procede alla stipula del contratto di sponsorizzazione, impartendo le necessarie indicazioni tecniche ed operative allo sponsor;

b) per importi superiori alla soglia di cui alla lettera a), la struttura competente, valutata la rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento, predispone apposito avviso da pubblicare con le modalità di cui all'articolo 5, che preveda come importo minimo a base di selezione quello offerto dal soggetto promotore, a fronte del quale i soggetti di cui all'articolo 4 possono presentare proprie proposte di sponsorizzazione alternative ovvero aggiuntive rispetto a quella presentata. Alla pubblicazione dell'avviso segue l'espletamento della selezione.

3. Terminata la procedura di selezione, all'originario promotore è riservato, entro un termine di 15 giorni, il diritto di adeguare la propria proposta a quella giudicata più conveniente dalla Regione. Se il promotore si adegua, viene dichiarato aggiudicatario.

4. Trascorso il periodo di pubblicazione senza che altri soggetti abbiano manifestato interesse per la sponsorizzazione, la struttura regionale competente propone la stipula del contratto di sponsorizzazione con l'originario promotore individuando le necessarie indicazioni tecniche ed operative allo sponsor.

5. La struttura regionale competente, con provvedimento motivato, si riserva di non prendere in esame e non considerare ammissibili proposte di sponsorizzazione di valore inferiore a € 500,00.

Art. 8.

(Contratto di sponsorizzazione)

1. L'aggiudicazione di un contratto di sponsorizzazione è disposta con apposito provvedimento della struttura regionale competente.

2. Con il contratto di sponsorizzazione i contraenti negoziano gli obiettivi e le modalità con cui si attua la sponsorizzazione, si svolgono le iniziative e si eseguono gli interventi previsti dalla proposta di sponsorizzazione.

3. Il contratto di sponsorizzazione regola inoltre i rapporti economici e giuridici fra le parti con riferimento ai seguenti aspetti:

a) gli obblighi assunti dallo sponsor e gli impegni assunti dalla Regione;

- b) nel caso di sponsorizzazione tecnica o mista, le modalità per l'esecuzione dei lavori, l'erogazione di servizi, il conferimento di forniture o di altre utilità da parte dello sponsor;
 - c) l'importo e la durata della sponsorizzazione ovvero delle attività svolte dallo sponsor e l'imposta applicabile;
 - d) la forma della sponsorizzazione, le modalità di erogazione degli importi pattuiti ovvero dei corrispettivi per gli esecutori;
 - e) nel caso di sponsorizzazione tecnica o mista, i requisiti degli esecutori e degli incaricati della redazione dei progetti, della direzione dei lavori e dei collaudi;
 - f) la forma e gli importi delle garanzie assicurative da stipularsi nel caso di esecuzione di lavori, servizi o forniture nelle sponsorizzazioni tecniche o miste;
 - g) le penali poste in capo allo sponsor in caso di inadempienza; le modalità con cui la Regione esercita i controlli e la vigilanza sull'attività dello sponsor, dell'esecutore e degli altri soggetti coinvolti nell'attività di sponsorizzazione;
 - h) le clausole di rescissione per inadempimento o di recesso anticipato dalla sponsorizzazione, compresa la clausola risolutiva espressa nel caso in cui lo sponsor rechi danno all'immagine della Regione, fermo restando il diritto al risarcimento del danno;
 - i) l'eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale;
 - l) il foro competente in caso di controversie;
 - m) la disciplina delle spese contrattuali.
4. I contratti di sponsorizzazione inerenti i beni culturali sono preventivamente sottoposti alla Sovrintendenza competente in relazione alla tipologia dell'intervento, al fine di ottenere i nulla osta o gli atti di assenso normativamente richiesti per assicurare che l'esposizione pubblicitaria sia effettuata in forme compatibili con il carattere artistico, storico, l'aspetto e il decoro del bene.

Art. 9.
(Affidamento diretto)

1. Si può procedere all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazione nei seguenti casi:
- a) in caso di decorrenza del periodo di pubblicazione dell'avviso di cui all'articolo 5 qualora non sia pervenuta alcuna offerta;
 - b) in casi eccezionali, adeguatamente motivati, in cui la particolare natura e caratteristiche dell'evento o iniziativa oggetto di sponsorizzazione limitino la trattativa ad un unico determinato soggetto;
 - c) nel caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore ad € 40.000,00 o.f.e. con le modalità di cui all'articolo 7, comma 2.

Art. 10.
(Sponsorizzazioni plurime)

1. In caso di più ipotesi di sponsorizzazione per lo stesso evento od oggetto, sulla base della graduatoria approvata, gli spazi pubblicitari potranno essere assegnati, sino alla copertura totale degli stessi, in misura di uno per ciascuno sponsor, in ordine di graduatoria.
2. È ammessa la possibilità di utilizzo contemporaneo degli spazi, a turno, in forza dei criteri indicati nell'avviso.

Art. 11.
(Esclusiva generale e commerciale)

1. La Regione definisce contratti di sponsorizzazione in esclusiva generale o commerciale ove lo ritenga opportuno per reperire maggiori risorse o per conseguire sponsorizzazioni di miglior profilo qualitativo.
2. Le ipotesi di esclusiva sono le seguenti:

- a) esclusiva generale comportante la conclusione del contratto di sponsorizzazione con un soggetto in veste di sponsor unico della Regione per un determinato periodo;
 - b) esclusiva commerciale con conclusione di più contratti di sponsorizzazione con diversi sponsor, ciascuno individuato come controparte unica per una specifica iniziativa, evento, progetto, categoria merceologica o di attività.
3. Ove la Regione intenda concludere contratti di sponsorizzazione in esclusiva generale o commerciale evidenzia la sussistenza di dette clausole in tutti gli atti preliminari alla conclusione dei contratti. Le clausole di esclusiva devono essere espressamente previste.
4. Lo sponsor è individuato con le modalità previste dal presente regolamento.

Art. 12.

(Sponsorizzazioni accessorie a contratti d'appalto)

1. La Regione può prevedere, nell'ambito di procedure per l'aggiudicazione di appalti di lavori, servizi o forniture, clausole inerenti sponsorizzazioni come prestazioni accessorie al contratto principale.
2. Nei casi di cui al comma 1 la valutazione della sponsorizzazione deve costituire elemento con peso meramente marginale rispetto alla valutazione complessiva dell'offerta.

Art. 13.

(Sponsorizzazione di lavori, servizi e forniture aventi ad oggetto beni culturali)

1. Alle sponsorizzazioni di lavori, servizi e forniture aventi ad oggetto beni culturali, si applicano le disposizioni di cui all'articolo 151 del d.lgs. 50/2016 e dell'articolo 120 del d.lgs. 42/2004 e, per quanto con esse compatibili, le norme del presente regolamento.

Art. 14.

(Verifiche e controlli)

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte della struttura competente per l'attività oggetto di sponsorizzazione, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, quanto ai contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi.
2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere contestate allo sponsor secondo le modalità previste dall'articolo 8, comma 3, lettera g) entro 5 giorni.

Art. 15.

(Affidamento del servizio di ricerca dello sponsor)

1. La ricerca e la gestione delle sponsorizzazioni è di regola effettuata direttamente dalla Regione secondo la disciplina contenuta nel presente regolamento e, per quanto non previsto, dalle disposizioni vigenti in materia.
2. È tuttavia facoltà della Regione, qualora lo ritenga opportuno o più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale con provvedimento motivato, acquisire un servizio avente a oggetto il reperimento delle sponsorizzazioni presso operatori economici terzi.
3. Nei casi di cui al comma 2 il contraente è individuato secondo le norme regolanti gli appalti di beni e servizi.

Art. 16.

(Aspetti contabili e fiscali)

1. Le prestazioni rese ai sensi del presente regolamento generano emissione di fattura e sono soggette alla normativa fiscale vigente, in particolare:

- a) nel caso di sponsorizzazione economica, lo sponsee emette a favore dello sponsor una fattura di importo pari al contributo ricevuto, soggetto a IVA;
 - b) nel caso di sponsorizzazione tecnica ovvero qualora siano stati ceduti gratuitamente beni o servizi, è fatto obbligo della “doppia fatturazione”, ovvero la fatturazione dello sponsor allo sponsee del valore del servizio o dei beni ceduti, soggetto a IVA e la fatturazione dello sponsee allo sponsor di pari importo, soggetto a IVA, con compensazione contabile delle due fatture, per le attività di promozione dell’immagine e/o del marchio e/o dei prodotti e servizi dello sponsor;
 - c) nel caso di compartecipazione economica diretta da parte dello sponsor alle spese di realizzazione di interventi/iniziativa/attività previste dalla Regione è dato obbligo della “doppia fatturazione”, lo sponsor emetterà una fattura dell’importo pari alle spese sostenute, soggetto a IVA, e lo sponsee emetterà una fattura di uguale importo, soggetto a IVA, a titolo di sponsorizzazione;
 - d) nel caso di sponsorizzazione mista, lo sponsee emette a favore dello sponsor una fattura pari al valore complessivo della sponsorizzazione, soggetto a IVA mentre lo sponsor emette allo sponsee una fattura dell’importo del valore dei lavori/beni/servizi realizzati, soggetto a IVA.
2. Rimangono a carico dello sponsor le spese relative al pagamento delle imposte, tasse, canoni e corrispettivi previsti dalla legge e/o da regolamenti derivanti dall’esecuzione del contratto di sponsorizzazione e dalla realizzazione delle attività sponsorizzate.
3. In caso di sponsorizzazione tecnica la fatturazione non è assoggettata all’obbligo di split payment ai sensi della circolare n. 27 del 2017 dell’Agenzia delle Entrate.

Art. 17.
(Agevolazioni economiche)

1. In relazione alle sponsorizzazioni attivate ai sensi del presente regolamento non è dovuto l’eventuale pagamento del canone di concessione, locazione o altra forma di rimborso dovuta alla Regione per le attività inerenti la sponsorizzazione, come definito dalla struttura regionale competente in materia di patrimonio.
2. L’importo massimo complessivo del beneficio economico concesso allo sponsor, ai sensi del comma 1, non può essere superiore al 50 per cento del corrispettivo offerto per la sponsorizzazione.

Il presente regolamento sarà pubblicato nel Bollettino Ufficiale della Regione.
E’ fatto obbligo a chiunque spetti di osservarlo e farlo osservare.

Torino, addì 9 novembre 2022

p. Alberto Cirio
il Vice Presidente
Fabio Carosso