

CITTA' DI TORINO

**DISCIPLINA DEL CONTRASTO AL DEGRADO URBANO E RAFFORZAMENTO
DELLE FORME DIFFUSE DI PARTENARIATO PUBBLICO-PRIVATO**

Articolo 1

L'Amministrazione acquisisce sponsorizzazioni dirette al contrasto del degrado urbano e alla tutela della sicurezza urbana, mediante installazione e manutenzione di nuovi elementi di arredo, recupero di elementi degradati, interventi sulla pubblica illuminazione, sulla segnaletica e altre azioni di analogo contenuto. Il valore unitario delle sponsorizzazioni di cui al presente regolamento si colloca al di sotto della soglia di 40.000 Euro.

Articolo 2

Il valore complessivo delle sponsorizzazioni di cui all'articolo 1 è comprensivo di tutte le possibili opzioni, intendendosi come tali eventuali proroghe o rinnovi espressamente indicati nel contratto.

Articolo 3

Le proposte spontanee sono esaminate e valutate sotto il profilo della compatibilità urbana, delle interferenze con la viabilità, della qualità delle realizzazioni, degli oneri manutentivi, della coerenza estetica e funzionale con gli arredi esistenti. L'istruttoria verifica anche la congruità del valore rispetto alle prestazioni specificate. Qualora la proposta spontanea di sponsorizzazione comporti obblighi eccessivamente onerosi per l'Amministrazione o sproporzionati rispetto al valore offerto, l'Amministrazione richiede al proponente una modifica delle condizioni in termini ad essa più favorevole e, in caso di rifiuto da parte del soggetto proponente, la rigetta.

Articolo 4

Qualora pervengano all'Amministrazione più proposte spontanee di sponsorizzazione concorrenti tra loro, la stessa si confronta con i proponenti al fine di pervenire alla combinazione delle sponsorizzazioni, salvo che non risulti evidente la necessità di assicurare un'esclusiva generale o commerciale. In tal caso l'Amministrazione seleziona la proposta di maggior valore.

Articolo 5

L'Amministrazione non può acquisire sponsorizzazioni dello stesso sponsor potenziale mediante proposte spontanee o in risposta a sollecitazioni proprie in forma semplificata qualora le stesse nell'arco del medesimo esercizio finanziario superino il valore di 40.000 Euro.

Articolo 6

L'Amministrazione può acquisire sponsorizzazioni di valore unitario complessivo inferiore a 40.000 Euro sollecitando i soggetti potenzialmente interessati ad operare come sponsor rispetto a sue attività o iniziative mediante:

- a) specifico avviso, adeguatamente pubblicizzato in rapporto al valore potenziale della sponsorizzazione;
- b) comunicazione diretta a particolari categorie di potenziali sponsor o a stakeholder specifici.

Articolo 7

Qualora l'Amministrazione acquisisca sponsorizzazioni sulla base delle procedure di cui al precedente articolo 6, la selezione dei potenziali sponsor è effettuata tenendo conto:

- a) della possibilità di acquisire anche più sponsorizzazioni per lo stesso intervento, al fine di ottimizzare la gestione delle risorse disponibili, modulando le forme di veicolazione dell'immagine, del logo o del marchio dello sponsor in modo differenziato;
- b) della necessità di massimizzare le proposte in termini di valore, anche sollecitando un confronto sulla base di criteri imparziali e non discriminatori, quando le peculiarità dell'iniziativa o dell'attività richiedano l'utilizzo dell'esclusiva generale.

Articolo 8

Quando l'Amministrazione acquisisce sponsorizzazioni sulla base delle procedure di cui al precedente articolo 6, sottopone ai potenziali sponsor uno schema nel quale rende noti:

- a) l'intervento per il quale intende acquisire la sponsorizzazione;
- b) il valore della sponsorizzazione;
- c) le prestazioni rese dall'Amministrazione come soggetto sponsorizzato-sponsee;
- d) le eventuali condizioni, come, in particolare, l'esclusiva generale o commerciale;
- e) gli eventuali obblighi dello sponsor in relazione all'eventuale relazione con l'immagine dell'Amministrazione;
- f) le possibili riduzioni/esenzioni dal pagamento di canoni e tributi locali.

Articolo 9

I contratti per sponsorizzazioni di valore inferiore a 40.000 Euro sono stipulati mediante corrispondenza secondo l'uso del commercio consistente in un apposito scambio di lettere, anche tramite posta elettronica certificata o strumenti analoghi negli altri Stati membri.

Articolo 10

I soggetti potenziali sponsor individuati mediante le procedure disciplinate dal presente articolo devono essere in grado di contrattare con la Pubblica Amministrazione e a tal fine, prima della stipulazione del contratto, l'Amministrazione acquisisce specifica dichiarazione sostitutiva sull'assenza dei motivi di esclusione previsti dall'articolo 80 del D.Lgs. n. 50/2016, come modificato dal D.Lgs. n. 56/2017.

Articolo 11

L'Amministrazione, per garantire maggiore tempestività e snellezza alle procedure, sceglie o accetta lo sponsor con modalità semplificate con determinazione del Dirigente competente, previa, ove sia previsto il posizionamento di nuovo arredo urbano, approvazione del progetto da parte della Giunta Comunale.

Articolo 12

Il procedimento di valutazione ed accettazione o rigetto della proposta spontanea di sponsorizzazione deve essere concluso entro 20 giorni. Il contratto, nelle forme di cui al precedente articolo 9 deve essere stipulato entro i successivi 10 giorni. A garanzia degli impegni assunti dallo sponsor, il Dirigente può subordinare la stipulazione del contratto alla prestazione di garanzie e polizze assicurative.

Articolo 13

La valutazione dei diversi profili connessi alla proposta è effettuata in apposita Conferenza interna di servizi da tenere, anche in modalità asincrona, entro 10 giorni dalla ricezione della proposta spontanea.

Articolo 14

Sono escluse dall'applicazione del presente regolamento le aree urbane oggetto di specifica disciplina di tutela storica, artistica o architettonica.
