



I provvedimenti attributivi di vantaggi economici. Il caso delle sponsorizzazioni

- ▶ Art. 12 Provvedimenti attributivi di vantaggi
- ▶ 1. La concessione di sovvenzioni, contributi, sussidi ed ausili finanziari e l'attribuzione di vantaggi economici di qualunque genere a persone ed enti pubblici e privati sono subordinate alla **predeterminazione** da parte delle amministrazioni precedenti, nelle forme previste dai rispettivi ordinamenti, **dei criteri e delle modalità** cui le amministrazioni stesse devono attenersi.
- ▶ 2. L'effettiva osservanza dei criteri e delle modalità di cui al comma 1 deve risultare dai singoli provvedimenti relativi agli interventi di cui al medesimo comma 1

- ▶ "le sovvenzioni, i contributi, i sussidi, gli ausili finanziari, le attribuzioni di vantaggi economici consistenti in erogazione di denaro o conferimento di beni, senza obblighi di restituzione o obbligo di pagamento nei confronti della PA, rientrano nel genus dei provvedimenti **accrescitivi** della sfera giuridica dei destinatari, che, sulla base della normativa vigente (art. 12 della Legge n. 241/1990 e art. 26 del D.Lgs. n. 33/2013), sono volti a sostenere un soggetto sia pubblico che privato, accordandogli un vantaggio economico diretto o indiretto mediante l'erogazione di incentivi o agevolazioni

Gli obblighi formali (dlgs 33 del 2013, art. 26)



- ▶ Le pubbliche amministrazioni pubblicano (1)gli atti con i quali sono determinati, ai sensi dell'art. 12 della legge 7 agosto 1990, n. 241, i criteri e le modalità cui le amministrazioni stesse devono attenersi per la concessione di sovvenzioni, contributi, sussidi ed ausili finanziari e per l'attribuzione di vantaggi economici di qualunque genere a persone ed enti pubblici e privati" (comma 1). Detto obbligo di pubblicazione riguarda **qualsiasi provvedimento** attributivo di un vantaggio economico di importo superiore a mille euro e ne costituisce condizione legale di efficacia (l'importo va considerato complessivamente in capo al medesimo soggetto beneficiario, a prescindere che le disposizioni attributive del vantaggio economico siano frazionate in più provvedimenti

- ▶ La predeterminazione e la pubblicazione dei criteri con i quali sono elargite sovvenzioni, contributi o sussidi a soggetti privati o pubblici deve, tra l'altro, riguardare sia l'an e sia il quantum da concedere

- ▶ La motivazione del provvedimento finale di assegnazione deve dar conto dell'esistenza dei presupposti desumibili dai criteri predeterminati dall'organo politico
- ▶ MOTIVAZIONE POSTUMA? Ho dei dubbi
- ▶ L'atto ha esaurito i suoi effetti

- ▶ annoverano in questa ampia categoria i
- ▶ sussidi (che hanno una valenza latamente assistenziale),
- ▶ gli indennizzi (che si fondano su un principio di solidarietà),
- ▶ i premi, i contributi (volti ad incentivare una attività considerata di pubblico interesse) e
- ▶ le sovvenzioni in senso stretto (finalizzate ad agevolare l'esercizio di attività imprenditoriali mediante l'erogazione o di contributi a fondo perduto o di finanziamenti a tasso agevolato

Corte dei conti, sez. contr. Veneto, parere n. 260/2016



- ▶ sulla scorta di un consolidato orientamento, il Comune è ente a finalità generale ai sensi degli articoli 3, 2 comma, e 13 del Decreto Legislativo n. 267 del 18 agosto 2000, proprio perché cura gli interessi e promuove lo sviluppo della propria comunità, esercitando tutte le funzioni amministrative che non siano espressamente attribuite ad altri soggetti, teso al perseguimento di fini pubblici consistenti nell'erogazione di servizi alla cittadinanza, e per quello che qui rileva, dei c.d. "servizi sociali". Sul piano oggettivo, del resto, la legge "quadro" dell'8 novembre 2000, n. 328, contempla un insieme articolato di misure volte a garantire la qualità della vita, pari opportunità, non discriminazione e diritti di cittadinanza, a prevenire, eliminare o ridurre le condizioni di disabilità, di bisogno e di disagio individuale e familiare, derivanti da inadeguatezza di reddito, difficoltà sociali e condizioni di non autonomia, in coerenza con gli artt. 2, 3 e 38 della Costituzione (art. 1, c. 1)

- ▶ Autonomia patrimoniale per ppaa
- ▶ L'art. 1322, comma 2, c.c. riconosce infatti in via generale la possibilità per qualsiasi soggetto dotato di capacità di diritto privato, tra cui le P.A., di concludere anche contratti che non appartengano ai tipi aventi una disciplina particolare “purché siano diretti a realizzare **interessi meritevoli di tutela secondo l'ordinamento giuridico**”

- ▶ Vedasi anche art. 1, comma 1-bis, L. 7 agosto 1990, n. 241, ai sensi del quale “la pubblica amministrazione, nell’adozione di atti di natura non autoritativa, agisce secondo le norme di diritto privato salvo che la legge disponga diversamente



- ▶ Passiamo adesso a quella particolare figura di contratto definito di sponsorizzazione

Il contratto atipico di sponsorizzazione



- ▶ Attraverso tale contratto, l'amministrazione, che assume il ruolo di sponsee, ossia di soggetto sponsorizzato, può ottenere da un operatore privato, che diviene sponsor, un contributo finanziario ovvero la realizzazione di un intervento a cura e spese dell'operatore stesso, in cambio di prestazioni di carattere promozionale. Tali prestazioni gravanti sull'amministrazione sponsorizzata hanno appunto il fine di promuovere, nell'ambito dell'intervento pubblico realizzato, il nome, il marchio, i prodotti o l'attività dello sponsor che ne trae un ritorno in termini di rafforzamento della propria immagine. L'immagine dello sponsor si rafforza, infatti, sul piano sociale dal momento che lo stesso viene rappresentato nel suo ruolo di finanziatore/realizzatore di un intervento di cui beneficia la collettività e poiché il medesimo può giovare del prestigio derivante dall'aver instaurato una collaborazione con un soggetto pubblico.

Art 120, comma 1, del D.Lgs. 22 gennaio 2004, n. 42



- ▶ “[è] sponsorizzazione di beni culturali ogni contributo, anche in beni o servizi, erogato per la progettazione o l’attuazione di iniziative in ordine alla tutela ovvero alla valorizzazione del patrimonio culturale, con lo scopo di promuovere il nome, il marchio, l’immagine, l’attività o il prodotto dell’attività del soggetto erogante. Possono essere oggetto di sponsorizzazione iniziative del Ministero, delle regioni, degli altri enti pubblici territoriali nonché di altri soggetti pubblici o di persone giuridiche private senza fine di lucro, ovvero iniziative di soggetti privati su beni culturali di loro proprietà. La verifica della compatibilità di dette iniziative con le esigenze della tutela è effettuata dal Ministero in conformità alle disposizioni del presente Codice”.

- ▶ Il decreto Sviluppa Italia del 23.5, in attesa di pubblicazione, ha previsto modifiche per la sponsorizzazione in tema di beni culturali.
- ▶ E' stato previsto un allegato che indica i lavori, i servizi e le forniture in relazione ai quali intendono ricercare sponsor per il finanziamento o la realizzazione degli interventi.
- ▶ La ricerca dello sponsor avviene mediante bando pubblicato sul sito istituzionale dell'amministrazione procedente per almeno trenta giorni e di tale pubblicazione è dato avviso su almeno due dei principali quotidiani a diffusione nazionale e sulla Gazzetta ufficiale della Repubblica italiana, nonché per contratti di importo superiore alle soglie di cui all'art. 28, sulla Gazzetta Ufficiale dell'Unione europea.

- ▶ sponsorizzazione pura o di mero finanziamento, c.d. “finanziaria”, quando lo sponsor si obbliga a versare all’amministrazione un contributo in denaro ovvero a finanziare in altra modalità la realizzazione di un intervento pubblico come, ad esempio, accollandosi il debito assunto dall’amministrazione medesima nei confronti dell’esecutore dell’intervento

- ▶ la sponsorizzazione “tecnica” in cui lo sponsor si impegna, invece, a progettare e a realizzare direttamente l’ intervento a proprie cure e spese

- ▶ sponsorizzazione “mista” che partecipa dei caratteri delle due forme di sponsorizzazioni viste, come nel caso in cui lo sponsor realizzi la progettazione tecnica ed eroghi il finanziamento all’amministrazione per l’esecuzione dell’intervento previsto



- ▶ Si tratta della sponsorizzazione c.d. “passiva” in cui la P.A. assume il ruolo di soggetto sponsorizzato



- ▶ Tornando alla prima ipotesi, l'essenza della prestazione resa dalla P.A. è, pertanto, identificabile nella concessione a favore dello sponsor dell'uso del proprio nome e della propria immagine o dell'immagine dei beni culturali di cui la stessa sia proprietaria o detentrica.

Il dlgs 50 del 2016



- ▶ Art. 19. (Contratti di sponsorizzazione)
- ▶ 1. L'affidamento di contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi o forniture per importi superiori a quarantamila euro, mediante dazione di danaro o accollo del debito, o altre modalità di assunzione del pagamento dei corrispettivi dovuti, è soggetto esclusivamente alla previa pubblicazione sul sito internet della stazione appaltante, per almeno trenta giorni, di apposito avviso, con il quale si rende nota la ricerca di sponsor per specifici interventi, ovvero si comunica l'avvenuto ricevimento di una proposta di sponsorizzazione, indicando sinteticamente il contenuto del contratto proposto. 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.
- ▶ 2. 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 dei limiti europei in materia e non trovano applicazione le disposizioni nazionali e regionali in materia di contratti pubblici di lavori, servizi e forniture, ad eccezione di quelle sulla qualificazione dei progettisti e degli esecutori. La stazione appaltante impartisce opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere o forniture e alla direzione dei lavori e collaudo degli stessi.

▶ Il D.Lgs. n. 36/2023 lo disciplina all'art. 134.

▶ In particolare il comma 4

▶ 4. L'affidamento di contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi o forniture per importi superiori a quarantamila euro, mediante dazione di danaro o accollo del debito, o altre modalità di assunzione del pagamento dei corrispettivi dovuti, ivi compresi quelli relativi a beni culturali nonché ai contratti di sponsorizzazione finalizzati al sostegno degli istituti e dei luoghi della cultura, di cui all'articolo 101 del codice dei beni culturali e del paesaggio, di cui al decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42, delle fondazioni lirico-sinfoniche e dei teatri di tradizione, è soggetto esclusivamente alla previa pubblicazione sul sito internet della stazione appaltante, per almeno trenta giorni, di apposito avviso, con il quale si rende nota la ricerca di sponsor per specifici interventi, ovvero si comunica l'avvenuto ricevimento di una proposta di sponsorizzazione, indicando sinteticamente il contenuto del contratto proposto. 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 degli articoli 66, 94, 95, 97 e 100 in ordine alla verifica dei requisiti degli esecutori e della qualificazione degli operatori economici. 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 dei limiti europei in materia e non trovano applicazione le disposizioni nazionali e regionali in materia di contratti pubblici di lavori, servizi e forniture, ad eccezione di quelle sulla qualificazione dei progettisti e degli esecutori. La stazione appaltante e l'amministrazione preposta alla tutela dei beni culturali impartiscono opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere o forniture e alla direzione dei lavori e collaudo degli stessi.



▶ Le sponsorizzazioni attive

Differenza con le sponsorizzazioni



- ▶ contratto di sponsorizzazione è un contratto a prestazioni corrispettive, tuttavia l'immaterialità della prestazione resa in favore dell'ente locale che opera come sponsor si presta ad agevoli elusioni del divieto sopra richiamato nel senso che, attraverso l'impiego dello strumento lecito delle contribuzioni "non corrispettive" ex art. 12 Legge n. 241/1990, l'ente potrebbe erogare utilità economiche in favore di un soggetto terzo non per realizzare le finalità istituzionali ma solo per promuovere di fatto l'immagine dell'amministrazione erogante

I divieti, art 6 comma 9 d.l. 78 del 2010



- ▶ *“A decorrere dall’anno 2011 le amministrazioni pubbliche inserite nel conto economico consolidato della pubblica amministrazione, come individuate dall’Istituto nazionale di statistica (ISTAT) ai sensi del comma 3 dell’articolo 1 della legge 31 dicembre 2009, n. 196, incluse le autorità indipendenti, **non possono effettuare spese per sponsorizzazioni.**”*

- ▶ Occorre distinguere, quindi, tra sponsorizzazioni attive e passive, ovvero sponsorizzazioni che mascherano un contributo e sponsorizzazioni che costituiscono risparmio di spesa

- ▶ Infatti esulano dal quadro normativo le ipotesi nelle quali la p.a. possa assumere il ruolo di sponsor, contribuendo con sovvenzioni in danaro o in natura, volte a sostenere determinate attività capaci, al tempo stesso, di promuovere la propria immagine nei confronti della comunità di riferimento.
- ▶ È proprio a queste ultime fattispecie, e al relativo ruolo di sponsor assunto dall'ente locale, che si rivolge il divieto, mentre rimangono del tutto estranee a quest'ultimo quelle rimanenti nelle quali esso, concludendo con soggetti interessati contratti di sponsorizzazione, così come accordi di collaborazione o convenzioni, mira a conseguire, accanto alle finalità comunque richiamate nella citata normativa, dei benefici per il proprio bilancio.

- ▶ il contributo erogato da un ente comunale in favore di una associazione locale non è qualificabile in termini di "sponsorizzazione" e, quindi, non è vietato solo quando è finalizzato a sostenere iniziative nell'interesse della collettività in ossequio al principio di sussidiarietà orizzontale ex art. 118 Cost. In altri termini, "tra le molteplici forme di sostegno di soggetti terzi operanti in ambito locale, l'elemento che connota, nell'ordinamento giuscontabile, le contribuzioni tuttora ammesse (distinguendole dalle spese di sponsorizzazione ormai vietate) è lo svolgimento da parte del privato di un'attività propria del Comune in forma sussidiaria. L'attività, dunque, deve rientrare nelle competenze dell'ente locale e viene esercitata, in via mediata, da soggetti privati destinatari di risorse pubbliche piuttosto che (direttamente) da parte di Comuni e Province, rappresentando una modalità alternativa di erogazione del servizio pubblico e non una forma di promozione dell'immagine dell'Amministrazione. Questo profilo teleologico, come detto idoneo ad escludere la concessione di contributi dal divieto di spese per sponsorizzazioni, deve essere palesato dall'ente locale in modo inequivoco nella motivazione del provvedimento". Ne consegue che, secondo questo orientamento, l'ente comunale può riconoscere un vantaggio economico ad un soggetto terzo senza incorrere nel divieto fissato dall'art. 6, comma 9, D.L. n. 78/2010, solo quando la contribuzione rientra direttamente in una delle finalità istituzionali dell'ente medesimo (come, ad esempio, i sussidi per rimuovere situazioni di disagio di cui si è detto nel paragrafo precedente) o quando il beneficiario, in ragione del principio di sussidiarietà orizzontale, impiega il contributo per espletare attività "di interesse per la collettività insediata sul territorio sul quale insiste il Comune, anche, in via meramente esemplificativa, di carattere artistico, culturale o economico. In ogni caso, l'eventuale attribuzione dovrà essere conforme al principio di congruità della spesa mediante una valutazione comparativa degli interessi complessivi dell'ente locale

Corte dei Conti Piemonte, Sez. contr., Delibera, 30/06/2016, n. 77



- ▶ L'erogazione di contributi per il finanziamento di eventi promozionali in campo culturale ed artistico, a favore di una fondazione operante sul territorio, è possibile: essa non rientra, infatti, nel divieto di spese per sponsorizzazioni, di cui all'art. 6, comma 9, del D.L. 30 maggio 2010, n. 78, convertito dalla legge 30 luglio 2010, n. 122, non esaurendosi nella mera promozione dell'immagine dell'Ente. Si tratta, invece, di un sostegno ad iniziative di un soggetto terzo, indifferentemente pubblico o privato, comunque riconducibile a fini istituzionali dell'Ente medesimo, per il quale non è rinvenibile alcuna disposizione ostativa.

Corte dei Conti Marche, Sez. contr., Parere, 04/12/2014, n. 133



- ▶ Con riferimento all'art. 6, c. 9, del D.L. n. 78/2010 ed al relativo divieto di spese di sponsorizzazione è stato statuito che "La disposizione citata utilizza il termine "sponsorizzazioni" in senso **atecnico**, risultando chiaro dal contesto normativo che è vietata qualsiasi forma di contribuzione intesa a valorizzare il nome o caratteristica del comune ovvero eventi di interesse per la collettività locale. **Non rientra invece nella nozione di "sponsorizzazione" la spesa sostenuta dall'ente al fine di erogare o ampliare un servizio pubblico, costituendo in tal caso il contributo erogato a terzi una modalità di svolgimento del servizio.** Nelle determinazioni che in tal caso gli enti dovranno assumere deve risultare nell'impianto motivazionale il fine pubblico perseguito e la rispondenza delle modalità in concreto adottate al raggiungimento della finalità sociale. Inoltre, **"Ad essere vietati sarebbero in generale gli accordi di patrocinio comportanti spese;** ciò che la norma tende ad evitare sarebbe dunque proprio la concessione del patrocinio - che preveda oneri, da parte delle amministrazioni pubbliche - ad iniziative organizzate da soggetti terzi, ad esempio la sponsorizzazione di una squadra di calcio; resterebbero invece consentite, salvi naturalmente ulteriori specifici divieti di legge, le iniziative organizzate dalle amministrazioni pubbliche, sia in via diretta, sia indirettamente, purché per il tramite di soggetti istituzionalmente preposti allo svolgimento di attività di valorizzazione del territorio". Pertanto, qualora sussistano specifiche caratteristiche, la concessione di un contributo elargito ad una associazione sportiva potrebbe rientrare nel concetto di sponsorizzazione.

Corte dei Conti Lombardia, Sez. contr., Delibera, 01/10/2014, n. 248



- ▶ E' ammissibile l'erogazione a soggetti terzi di contributi in conto capitale, da parte dell'ente, **per la salvaguardia del patrimonio storico e artistico della comunità di riferimento**, posto che la fattispecie, comunque riconducibile all'ambito dei relativi fini istituzionali e non alla mera promozione dell'immagine dell'amministrazione medesima, non rientra nel divieto di spese per sponsorizzazioni di cui all'art. 6, c. 9, D.L. 31 maggio 2010, n. 78, convertito dalla legge 30 luglio 2010, n. 122.

Gli aspetti fiscali (ritenuta del 4% o no)



- ▶ Certificazione, da parte del richiedente che dichiara, sotto la propria responsabilità, se la domanda di contributo è correlata alla sua attività non in esercizio d'impresa oppure in esercizio d'impresa. Nella prima ipotesi nessuna ritenuta va operata. Nel secondo caso il comune è tenuto, all'atto dell'erogazione, ad operare la ritenuta del 4 per cento a titolo di acconto sulle imposte dovute dal richiedente per le attività commerciali svolte in esercizio d'impresa



- ▶ Quindi il contratto di sponsorizzazione trilaterale (p.a., impresa e sponsor) è sempre ammissibile.

Come quantificare il valore?



- ▶ A causa delle oggettive difficoltà riscontrate dalle P.A. nel quantificare ex ante il valore del ritorno pubblicitario conseguibile dallo sponsor e della situazione di debolezza sul piano economico o organizzativo in cui le stesse spesso versano, è ben possibile dunque che i contratti di sponsorizzazione conclusi siano affetti da uno squilibrio sinallagmatico.



- ▶ Esso potrebbe rientrare lato sensu nel partenariato pubblico-privato

- ▶ Seppur la normativa europea in materia di affidamento di contratti pubblici non tenga in considerazione la figura contrattuale de qua, il legislatore interno ha, tuttavia, scelto di introdurre una regolamentazione specifica relativa alla scelta dello sponsor in occasione dell'adozione del Codice de contratti pubblici del 2006

- ▶ Non trattandosi di lavori, comunque sull'amministrazione non grava l'obbligo di pubblicare un vero e proprio bando di gara ma piuttosto un mero "avviso" nel quale siano specificate le caratteristiche essenziali dell'intervento pubblico da attuare e il tipo di prestazione promozionale offerto, oppure l'offerta ricevuta dal terzo

L'iter procedimentale



- ▶ La fase delle trattative costituisce l'ipotesi più critica laddove più operatori privati abbiano manifestato il loro interesse; costituisce un dato pacifico che l'amministrazione non possa modificare durante tale fase il **contenuto essenziale del contratto**; una modificazione di tal tipo comporterebbe, infatti, l'obbligo di pubblicare un nuovo avviso.

- ▶ E' stato sostenuto che la P.A. dovrebbe scegliere lo sponsor che offra un importo maggiore nell'ipotesi di sponsorizzazione di mero finanziamento e l'offerta migliore, da un punto di vista tecnico ed economico, nell'ipotesi di c.d. sponsorizzazione tecnica.

- ▶ Si potrebbe palesare la possibilità per la P.A. di fissare, nell'ipotesi in cui più operatori abbiano presentato un'offerta, un termine ulteriore per effettuare delle offerte “ in rialzo”.
- ▶ Per quanto attiene, infine, agli affidamenti sotto la soglia dei quarantamila euro, nel silenzio della legge si può ritenere che l'amministrazione in questi casi possa procedere all'affidamento attraverso una contrattazione libera, informale e individuale con lo sponsor offerente.

Cons. Stato, Sez. V, 21/02/2023, n. 1783



- ▶ Nelle procedure di sponsorizzazione indette secondo l'art. 19 del D.Lgs. n. 50 del 2016, l'amministrazione pubblica non è obbligata a quantificare il valore economico del ritorno pubblicitario e di immagine derivante dalla concessione di spazi pubblicitari connessi agli interventi da realizzare. Tale valutazione è a carico dei partecipanti al bando, che devono essere in grado, grazie alla loro esperienza, di stimare autonomamente la convenienza economica dell'affare.

Misure compensative corrisposte con sponsorizzazioni?

- ▶ Il problema è la quantificazione economica





- ▶ Richiesta spontanea di sponsorizzazione?
- ▶ Io in generale dubiterei di coloro che offrono una prestazione gratuita

- ▶ Apposizione di pubblicità di un privato su aiuola e pulizia della stessa.
- ▶ Un ritorno al baratto amministrativo?
- ▶ Art. 190. (Baratto amministrativo) dlgs 50 del 2016
- ▶ 1. Gli enti territoriali definiscono con apposita delibera i criteri e le condizioni per la realizzazione di **contratti di partenariato sociale**, sulla base di progetti presentati da **cittadini** singoli o associati, purché individuati in relazione ad un preciso ambito territoriale. I contratti possono riguardare la pulizia, la manutenzione, l'abbellimento di aree verdi, piazze o strade, ovvero la loro valorizzazione mediante iniziative culturali di vario genere, interventi di decoro urbano, di recupero e riuso con finalità di interesse generale, di aree e beni immobili inutilizzati. In relazione alla tipologia degli interventi, gli enti territoriali individuano riduzioni o esenzioni di tributi corrispondenti al tipo di attività svolta dal privato o dalla associazione ovvero comunque utili alla comunità di riferimento in un'ottica di recupero del valore sociale della partecipazione dei cittadini alla stessa.

Art. 201. (Partenariato sociale)



- ▶ 1. Gli enti concedenti stabiliscono, **con atto generale** e tenuto conto dei bandi-tipo predisposti dall'ANAC e dei contratti-tipo predisposti (dall'Autorità) dal DIPE, di concerto con l'Autorità di regolazione del settore e con il Ministero dell'economia e delle finanze - Dipartimento della Ragioneria generale dello Stato, può prevedere i criteri e le condizioni, per la conclusione di contratti di partenariato sociale aventi ad oggetto una o più delle prestazioni seguenti:
 - ▶ a) **gestione e manutenzione di aree riservate al verde pubblico urbano e di immobili di origine rurale destinati ad attività sociali e culturali**, ceduti al Comune in esecuzione di convenzioni e di strumenti urbanistici attuativi; sussiste, per la conclusione di tale contratto, il diritto di prelazione dei cittadini, aventi residenza o domicilio nei comprensori ove insistono i beni e le aree, costituenti un consorzio del comprensorio che raggiunga almeno i due terzi della proprietà della lottizzazione; i cittadini costituiti in consorzio possono beneficiare, altresì, di incentivi fiscali;
 - ▶ b) **gestione, manutenzione e valorizzazione di piazze e strade o interventi di decoro urbano e di recupero di aree e beni immobili inutilizzati**, per destinarli a fini di interesse generale, sulla base di progetti presentati da cittadini, singoli o associati che, all'uopo, beneficiano di incentivi fiscali direttamente attinenti alla attività svolta dal singolo o dalla associazione, o comunque utile alla comunità territoriale di riferimento;
 - ▶ c) **compimento di opere di interesse locale, da acquisire al patrimonio indisponibile dell'ente concedente**, sulla base di progetti presentati da cittadini, singoli o associati, e a spese di questi ultimi; l'esecuzione delle opere è esente da oneri fiscali e amministrativi, salva l'imposta sul valore aggiunto.
- ▶ 2. Le parti determinano il contenuto dei contratti di partenariato sociale nei limiti imposti dalle disposizioni seguenti, tenendo conto dei bandi-tipo (redatti) predisposti dall'ANAC e dei contratti-tipo predisposti dal DIPE, di concerto con l'Autorità di regolazione di settore e con il Ministero dell'economia e delle finanze - Dipartimento della Ragioneria generale dello Stato.
- ▶ 3. Possono concludere i contratti di partenariato sociale microimprese, piccole e medie imprese, come definite dall'articolo 1, comma 1, lettera o) dell'allegato I.1.
- ▶ 4. Con l'atto generale indicato nel comma 1 sono determinati i modi di esercizio del diritto di prelazione dei cittadini costituiti in consorzi e la natura e la misura degli incentivi fiscali previsti per la conclusione dei contratti di partenariato sociale, nei limiti di quanto previsto con rinvio a leggi speciali dal codice dei contratti pubblici, di cui al decreto legislativo 18 aprile 2016, n. 50.

- ▶ Resta inteso che la sponsorizzazione è subordinata alla adozione di un regolamento