



COMUNE di CONCOREZZO

Provincia di Monza e della Brianza

REGOLAMENTO COMUNALE
PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE
DEI CONTRATTI DI
SPONSORIZZAZIONE

Approvato con delibera di C.C. nr...62. del ...30.06.2021...

INDICE

- ART. 1 - Oggetto e finalità*
- ART. 2 - Definizioni*
- ART. 3 - Individuazione, programmazione e gestione delle sponsorizzazioni*
- ART. 4 - Ambito di applicazione delle Sponsorizzazioni: clausola sponsor e contenuto*
- ART. 5 – Adozione di aree verdi*
- ART.6 - Diritto di rifiuto, esclusioni oggettive e soggettive*
- ART. 7 - Corrispettivo delle sponsorizzazioni*
- ART. 8 - Pagamento del corrispettivo in denaro della sponsorizzazione*
- ART. 9 - Sponsorizzazioni plurime*
- ART. 10 – Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor in caso di iniziativa comunale*
- ART. 11 – Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor per importi superiori a 10.000 euro –
Procedura di sponsorizzazione in caso di richiesta dello sponsor*
- ART. 12 – Affidamento diretto*
- ART. 13 – Beni e servizi di modesta entità – importi sotto i 10.000 euro*
- ART. 14 – Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione*
- ART. 15 – Obblighi a carico del Comune*
- ART. 16 – Sponsorizzazione di lavori, servizi e forniture aventi ad oggetto beni culturali*
- ART. 17 - Affidamento del servizio di ricerca dello sponsor*
- ART. 18 - Aspetti contabili e fiscali*
- ART. 19 - Controlli e verifiche*
- ART. 20 - Trattamento dati personali*
- ART. 21 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni*
- ART. 21 - Rinvio*
- ART. 23 - Entrata in vigore*

Articolo 1 – Oggetto e finalità

1. Il presente Regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione relative agli ambiti di intervento propri del Comune di Concorezzo, in attuazione delle disposizioni contenute:
 - nell'art. 1, comma 1-bis, della Legge 241/1990;
 - nell'art. 43 della legge 449/1997;
 - nell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000;
 - nell'art. 120 del D.Lgs. 42/2004;
 - nell'art. 19 del D.Lgs. 18 aprile 2016, n. 50.

2. Le disposizioni del presente Regolamento sono finalizzate a definire una disciplina organica delle iniziative di sponsorizzazione allo scopo di assicurare il rispetto della normativa vigente e i principi di efficienza, trasparenza, buon andamento e imparzialità che regolano l'attività della Pubblica Amministrazione.

3. Il ricorso alle sponsorizzazioni costituisce un'opportunità innovativa di finanziamento delle attività del Comune ed è finalizzato a promuovere e incentivare la collaborazione tra pubblico e privato favorendo l'efficienza e la funzionalità organizzativa mediante :
 - una valorizzazione delle competenze, delle professionalità, della disponibilità di persone, enti, associazioni e aziende attivi sul territorio;
 - una migliore qualità nei servizi/prestazioni erogati alla collettività;
 - economie di spesa.Le iniziative e/o gli eventi comunali oggetto di sponsorizzazione devono sempre escludere possibili conflitti di interesse tra l'attività pubblica e quella privata.

4. La Sponsorizzazione a favore dell'Ente, a carattere tecnico o finanziario, può avere ad oggetto:
 - a. la fornitura di materiale/attrezzature/beni;
 - b. la realizzazione di un'opera o di un lavoro;
 - c. la fornitura di una prestazione di servizio;
 - d. la gestione di un'opera o di un'area;
 - e. la gestione di un servizio;
 - f. La realizzazione di iniziative/eventi/manifestazioni.

Articolo 2 - Definizioni

1. Ai fini del presente Regolamento, si intende:
 - a. per “contratto di sponsorizzazione” un contratto a titolo oneroso e a prestazioni corrispettive mediante il quale il Comune (sponsee) offre, nell'ambito di proprie iniziative, la possibilità di pubblicizzare, in appositi e predeterminati spazi, il proprio nome, il logo, il marchio, i prodotti, i servizi e simili, nei modi previsti dallo stesso contratto ad un terzo (sponsor), il quale si obbliga, a sua volta, a fornire un predeterminato corrispettivo, in beni e servizi, denaro, o ogni altra utilità;
 - b. per “sponsorizzazione” ogni corrispettivo in denaro, beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale, attività, prodotti, servizi e simili;
 - c. per “sponsor” la persona fisica o giuridica che intende stipulare il contratto di sponsorizzazione;
 - d. per “spazio pubblicitario” lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor;
 - e. per “sponsee” il Comune di Concorezzo.

Articolo 3 - Individuazione, programmazione e gestione della sponsorizzazioni

1. Gli ambiti di intervento comunali che possono essere oggetto di sponsorizzazione sono di norma individuati e programmati dalla Giunta Comunale nell'ambito del Piano Esecutivo di Gestione. Nel corso dell'anno la Giunta può altresì formulare indirizzi specifici per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione.
2. I contratti di sponsorizzazione possono essere attivati sia su iniziativa dell'Amministrazione che su iniziativa di soggetti terzi e il ricorso alle sponsorizzazioni può comunque riguardare tutti i beni, i servizi e le iniziative a carico del bilancio comunale.
3. I responsabili di settore, nell'ambito della loro competenza, predispongono i progetti operativi delle iniziative di sponsorizzazione e adottano gli atti di gestione necessari al raggiungimento degli obiettivi amministrativi.

Art. 4 – Ambito di applicazione delle Sponsorizzazioni: clausola sponsor e contenuto

1. La Sponsorizzazione a favore dell'Ente, a carattere tecnico o finanziario, può avere ad oggetto, a titolo esemplificativo:
 - a. la fornitura di materiale/attrezzature/beni;
 - b. la realizzazione di un'opera o di un lavoro, nel rispetto delle norme in materia edilizia vigenti al momento della sponsorizzazione ;
 - c. la fornitura di una prestazione di servizio;
 - d. la gestione di un'opera o di un'area;
 - e. la gestione di un servizio;
 - f. La realizzazione di iniziative/eventi/manifestazioni.
2. La sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni rientranti negli ambiti di intervento comunale, fra le quali si indicano, a titolo esemplificativo e non esaustivo:
 - a. attività od eventi a rilevanza artistica o culturale di differente tipologia promossi, gestiti od organizzati dal Comune, sia direttamente che indirettamente;
 - b. eventi sportivi e/o di rilevanza sociale;
 - c. attività di programmazione turistica;
 - d. utilizzo a fini pubblicitari di spazi all'interno del Comune (es: bacheche, sale riunioni, impianti sportivi, coperture con teli di opere e/o lavori) nel rispetto di quanto disciplinato dal PGIP;
 - e. servizi di manutenzione e gestione di aree verdi pubbliche, immobili comunali e relative pertinenze, arredo urbano;
 - f. fornitura di beni (es. attrezzature informatiche, arredo urbano);
 - g. attività di progettazione, direzione lavori, esecuzione di opere pubbliche o di pubblica utilità;
 - h. realizzazione di mostre, concerti, spettacoli e, in genere, attività di pubblico intrattenimento;
 - i. gestione di sportelli di informazione e accoglienza turistica, marketing e promozione territoriale.

Art. 5 – “Adozione” di aree verdi

1. Il Comune, con deliberazione della Giunta comunale, può procedere all'individuazione delle aree comunali destinate a verde pubblico che potranno essere assegnate in "adozione" a società, associazioni o privati in genere.
2. L'adozione consiste nell'obbligo dello sponsor di provvedere alla realizzazione del primo impianto dell'area e/o alla manutenzione della stessa.
3. Lo sponsor dovrà presentare, sia per la realizzazione dell'impianto che per la manutenzione, un progetto tecnico comprensivo dei costi di realizzazione/gestione che, approvato dalla Giunta comunale con propria deliberazione, costituirà allegato al contratto di sponsorizzazione.
4. Il progetto potrà anche essere fornito dall'Amministrazione comunale. In ogni caso, esso dovrà contenere l'indicazione delle spese necessarie per le relative operazioni.
5. La pubblicità avverrà tramite l'inserimento nell'area verde di appositi cartelli o targhe; nel caso le aree verdi siano inserite in un contesto di viabilità urbana, sarà necessario ottenere il preventivo parere del Comando di P.L.

6. L'area non dovrà in nessun modo essere sottratta all'uso pubblico al quale è destinata, se non per il tempo strettamente necessario alle operazioni d'impianto ed a quelle relative alla manutenzione.
7. Il contratto di sponsorizzazione dovrà avere una durata pari a quella indicata nel progetto.
8. Il contratto è rinnovabile una sola volta con lo stesso sponsor, sulla base della bontà dei risultati raggiunti nel periodo pregresso, per la stessa durata di quello originario.

Art. 6 - Diritto di rifiuto, esclusioni oggettive e soggettive

1. Il Comune rifiuta qualsiasi proposta di sponsorizzazione e recede dal contratto eventualmente sottoscritto qualora:
 - a) ritenga possa derivare un conflitto di interessi tra l'attività pubblica e quella dello sponsor;
 - b) ravvisi nel messaggio pubblicitario o nei mezzi utilizzati dallo Sponsor un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative/attività;
 - c) reputi la sponsorizzazione inaccettabile per motivi di pubblico interesse.
2. Sono escluse, in ogni caso, le sponsorizzazioni aventi per oggetto:
 - a) la propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - b) la pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti superalcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, medicinali o cure mediche, gioco d'azzardo;
 - c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, discriminazione, odio o minaccia;
 - d) messaggi contrari al decoro o alla morale pubblica.
3. Sono inoltre esclusi dai contratti di sponsorizzazione i soggetti che:
 - a) non sono in possesso dei requisiti di ordine generale necessari per poter contrarre con una Pubblica Amministrazione, di cui all'art. 80 del D. Lgs. 18 aprile 2016, n. 50, per quanto applicabile;
 - b) abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria con l'Amministrazione Comunale.
4. L'interessato attesta il possesso dei requisiti di cui al precedente punto 3 mediante dichiarazione sostitutiva ai sensi del D.P.R. 445/2000.

Art. 7 – Corrispettivo delle sponsorizzazioni

1. I contratti di sponsorizzazione nei quali il Comune è parte possono prevedere a titolo di corrispettivo dovuto dallo sponsor:
 - a) somme di denaro;
 - b) forniture di beni, servizi o lavori, acquisiti o realizzati a cura dello sponsor.
2. Nel caso di cui al punto 1.b), si assume quale controvalore monetario del contratto il valore di mercato della fornitura dei beni, dei servizi o dei lavori, effettuati dallo sponsor, determinato mediante analisi di mercato effettuate dal Responsabile dell'ufficio che beneficia della sponsorizzazione.

Art. 8 – Pagamento del corrispettivo in denaro della sponsorizzazione

1. Ove il corrispettivo della sponsorizzazione sia costituito da una somma di denaro, il pagamento avviene, di norma, almeno nella misura del 50% al momento della conclusione del contratto ed il restante secondo un piano predisposto dal Responsabile del Settore che beneficia della sponsorizzazione, a cui spetterà la valutazione delle modalità.
2. Se richiesto dal Comune, per importi superiore a 10.000 euro lo sponsor deve prestare apposita garanzia fideiussoria per il pagamento del corrispettivo, costituita mediante fideiussione bancaria o polizza assicurativa, contenente le clausole previste nella determina a contrarre.

Art. 9 - Sponsorizzazioni plurime

In generale e salvo disposizioni contrarie contenute nel bando, le sponsorizzazioni non sono effettuate con diritto di esclusiva da parte dello sponsor, e pertanto il Comune può ricevere più sponsorizzazioni per uno stesso evento od oggetto.

Articolo 10 – Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor in caso di iniziativa comunale

1. Nell'ipotesi di iniziativa dell'Amministrazione Comunale, l'affidamento dei contratti di sponsorizzazione avviene nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità.
2. Fermo restando quanto previsto dall'art.19 del vigente codice dei contratti (Decreto legislativo 18 aprile 2016, n. 50) per importi superiori a 40.000 euro, il procedimento di scelta dello sponsor è effettuato mediante procedura selettiva concorrenziale, con pubblicazione di apposito avviso, salvo quanto previsto dal successivo art. 12. L'avviso pubblico, unitamente al capitolato, è approvato con determinazione del Responsabile di Settore che beneficia della sponsorizzazione, che sarà individuato nella delibera di Giunta adottata per l'avvio della procedura ed è pubblicato all'albo pretorio online.
3. L'avviso deve indicare almeno:
 - l'oggetto della sponsorizzazione;
 - i requisiti di partecipazione;
 - le modalità e il termine per la presentazione delle offerte;
 - i criteri di valutazione delle offerte;
 - l'eventuale importo minimo a base della procedura selettiva, richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione, derivante dalla valutazione economica in caso di fornitura di beni, servizi o esecuzione di opere e lavori ;
 - l'eventuale diritto di prelazione a norma del successivo art. 12;
 - l'ufficio procedente ed il responsabile del procedimento.
4. Scaduto il termine fissato nell'avviso, si procede alla valutazione delle offerte pervenute nel rispetto dei criteri stabiliti nell'avviso medesimo. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal Responsabile del Servizio che beneficia della sponsorizzazione, nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato, che presiede un' apposita commissione, salvo la procedura di cui all'art.13 del presente regolamento.
5. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve contenere fra l'altro:
 - 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.

Art. 11 - Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor per importi superiori a 10.000 euro – Procedura di sponsorizzazione in caso di richiesta dello sponsor

1. Nel caso in cui, da parte di un potenziale sponsor, pervenga al Comune una proposta spontanea di sponsorizzazione, fermo restando quanto previsto dall'art.19 del vigente codice dei contratti (Decreto legislativo 18 aprile 2016, n. 50) per importi superiori a 40.000 euro, il Responsabile dell'ufficio che beneficia della sovvenzione ne valuta la rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento e, deliberata l'opportunità della proposta da parte della Giunta, predispone apposito avviso, da pubblicare con le modalità di cui al precedente art. 11, che preveda come importo minimo a base di selezione quello offerto dal soggetto promotore nonché il diritto di prelazione a parità di condizioni a favore dell'originario promotore, ai sensi del comma 2 del presente articolo. Alla pubblicazione dell'avviso segue l'espletamento della selezione.
2. Terminata la procedura di selezione, all'originario promotore è riservato, entro un termine prestabilito, il diritto di adeguare, ove necessario, la propria proposta a quella giudicata più conveniente dal Comune. In questo caso, il promotore originario è dichiarato aggiudicatario.

Art. 12 - Affidamento diretto

1. Si può procedere all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazioni nei seguenti casi:
 - a) in caso sia stata esperita infruttuosamente la procedura selettiva di cui all'art.11;
 - 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 previsto e disciplinato dall'articolo 14 del presente regolamento.
2. In ogni caso, l'affidamento diretto avviene previa valutazione di congruità da parte del Responsabile del Settore che beneficia della sponsorizzazione, che ne dà motivazione nel testo del provvedimento.

Art. 13 - Beni e servizi di modesta entità – importi sotto i 10.000 euro

1. L'Amministrazione Comunale si riserva la facoltà di aderire alle proposte di sponsorizzazioni avanzate da potenziali sponsor senza effettuare gli adempimenti di cui agli artt. 11 e 12 del presente regolamento, quando vengano offerti beni o servizi di valore non superiore a € 10.000,00.

Si riportano, a titolo esemplificativo e non esaustivo, i seguenti casi:

- a) l'allestimento di locali e spazi pubblici in occasione di ricorrenze o manifestazioni pubbliche;
- b) la fornitura di cancelleria, piccoli attrezzi di lavoro, materiale di consumo, divise di lavoro;
- c) la fornitura di materiale "usa e getta";
- d) la fornitura di materiale da arredo urbano.

2. Nei casi di cui al precedente comma il contratto si perfeziona con l'accettazione della proposta senza altre formalità che la forma scritta.

3. Tutte le sponsorizzazioni di modesta entità saranno pubblicate in apposito elenco disponibile sul sito internet comunale.

Art. 14 - Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione

1]. La sponsorizzazione viene regolata da apposito contratto nel quale, in particolare, sono almeno stabiliti:

- a) l'oggetto del contratto;
- b) gli obblighi delle parti e delle modalità di attuazione della sponsorizzazione;
- c) il valore del corrispettivo della sponsorizzazione;
- d) la durata del contratto;
- e) l'eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale;
- f) i controlli sull'attività dello sponsor e le penali in caso d'inadempimento;
- g) la facoltà di recesso da parte del Comune;
- h) la risoluzione del contratto per inadempimento;
- i) la competenza del Tribunale in caso di controversie;
- j) la disciplina delle spese contrattuali.

2. Nel contratto deve essere prevista la facoltà del Comune di recedere prima della scadenza, previa tempestiva e formale comunicazione allo sponsor ; deve inoltre essere prevista la clausola risolutiva espressa nel caso in cui lo sponsor rechi danno all'immagine del Comune, fermo restando il diritto al risarcimento del danno.

Art. 15 - Obblighi a carico del Comune

1. Il Comune, quale controprestazione ai beni e/o ai servizi forniti dallo sponsor, potrà realizzare, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, alcune delle forme pubblicitarie indicate di seguito:

- riproduzione del marchio-logo o delle generalità dello sponsor su tutto il materiale pubblicitario delle iniziative oggetto della sponsorizzazione (manifesti, volantini, ecc.) e/o nel sito WEB e sui canali ufficiali di comunicazione istituzionale del Comune, all'interno dello spazio informativo dell'attività interessata;
- posizionamento di targhe o cartelli indicanti il marchio-logo o le generalità dello sponsor sui beni durevoli o sulle aiuole oggetto della sponsorizzazione secondo i pareri resi dagli uffici e dalla P.L.;
- 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.);
- utilizzo a fini pubblicitari di spazi su documentazione del Comune (bollette, carta intestata, biglietti d'ingresso alla manifestazione interessata, inviti alla manifestazione, ecc.);

2. Le forme di pubblicità possono riguardare tutte o solo alcune delle modalità previste dal presente articolo. Le stesse sono indicate nel capitolato e determinate in sede di stipulazione del contratto.

3. L'imposta sulla pubblicità, ove dovuta, dovrà essere corrisposta dallo sponsor direttamente al Comune od al concessionario, nella misura di legge.

Art. 16 - Sponsorizzazione di lavori, servizi e forniture aventi ad oggetto beni culturali

1. Alle sponsorizzazioni di lavori, servizi e forniture aventi per oggetto beni culturali, come definiti dall'art. 2, co. 2, e dagli artt. 10 e 11 del Codice dei beni culturali e del paesaggio (d.lgs. 42/2004), si applicano le disposizioni del D.Lgs. 50/2016 e, per quanto con esse compatibili, le norme del presente regolamento.

2. In particolare ai sensi dell'art. 151 c.3 del d.lgs. 50/2016, a fini della fruizione del patrimonio culturale e della ricerca

scientifica applicata alla tutela, sono consentite forme speciali di partenariato con enti e organismi pubblici e con soggetti privati dirette a consentire il recupero, il restauro, la manutenzione programmata, la gestione, l'apertura alla pubblica fruizione, la valorizzazione di beni culturali immobili.

Sono ammesse forme speciali di partenariato anche per le attività di conservazione, studio, divulgazione, catalogazione.

3. La scelta del soggetto partner può avvenire mediante procedure semplificate analoghe a quelle previste per la sponsorizzazione.

4. La forma contrattuale che regola il partenariato è la convenzione, che viene elaborata sentita la Soprintendenza competente.

Art. 17 - Affidamento del servizio di ricerca dello sponsor

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Amministrazione Comunale secondo la disciplina del presente Regolamento.

2. Il Comune previa valutazione di convenienza sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, può tuttavia affidare il servizio di ricerca degli sponsor a soggetti da individuare tramite procedure sugli appalti di servizi previste dal "codice dei contratti" (D.Lgs.50/2016).

Art. 18 - Aspetti contabili e fiscali

1. Le iniziative derivanti da contratto di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale sulle imposte dirette per quanto applicabili, sulle imposte indirette e sui tributi locali, per la cui applicazione il presente regolamento fa rinvio.

2. Il contratto di sponsorizzazione costituisce attività rilevante ai fini IVA e soggetta ad aliquota di legge vigente. Il contributo specificato dal contratto dovrà essere sempre espresso con la dicitura "oltre ad IVA di legge", e l'importo erogato dovrà pertanto essere sempre comprensivo d'IVA. Gli importi utilizzabili ai fini dell'evento o dell'iniziativa finanziata saranno pertanto rappresentati dai contributi stessi al netto di quanto di competenza erariale per IVA.

3. Qualora il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione consista in lavori, nella prestazione di servizi o nella fornitura di beni a carico dello sponsor, è fatto obbligo di operare la doppia fatturazione, ovvero la fatturazione dello sponsor al Comune del valore dei lavori, servizi o beni, soggetta all'Iva, e la fatturazione del Comune allo sponsor di un pari importo, sempre soggetto ad Iva, per il valore della promozione di immagine fornita allo sponsor.

4. La regolamentazione contabile del rapporto di sponsorizzazione, a seconda delle forme di realizzazione dello stesso, si effettuerà pertanto come di seguito indicato:

a) contributi economici: il Comune emetterà fattura al soggetto finanziatore per un importo pari al contributo pattuito nel contratto;

b) cessione gratuita di beni e/o servizi: lo sponsor fatturerà al Comune un importo pari al valore stimato, stabilito nel contratto di sponsorizzazione, del bene, dei lavori o dei servizi ceduti. In conseguenza, il Comune provvederà ad emettere fattura allo sponsor di uguale importo, a titolo di sponsorizzazione, con compensazione contabile delle due fatture;

c) adozione di aree verdi: lo sponsor provvederà a fatturare al Comune gli importi indicati nel preventivo e recepiti nel contratto, al termine della sistemazione e, qualora sia previsto che nel corrispettivo cui è tenuto lo sponsor rientri anche la manutenzione delle aree, dopo ogni anno di manutenzione; a sua volta, il Comune provvederà ad emettere fattura per uguale importo, a titolo di sponsorizzazione.

5. Ogni spesa contrattuale inerente e conseguente alla stipulazione ed alla registrazione del contratto di

sponsorizzazione e/o dell'accordo di collaborazione nei casi previsti dalla legge è a carico dello sponsor.
6. L'emissione di fattura da parte del Comune nei confronti dello sponsor avverrà ad avvenuto pagamento.

Art. 19 - Controlli e verifiche

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del Servizio comunale competente per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, qualitativi e quantitativi.
2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor a mezzo raccomandata a/r o PEC.
3. Il mancato rispetto delle norme contrattuali produce la risoluzione del contratto; è fatto salvo il risarcimento del danno.

Art. 20 - Trattamento dati personali

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente Regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste; i soggetti interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti ai sensi del D. Lgs. 196/2003 e s.m.i e del Regolamento UE 2016/679.
2. I dati, trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti degli uffici comunali tenuti all'applicazione del presente regolamento, possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici o privati in relazione alle finalità del regolamento.

Art. 21 – Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

1. Sono considerati risparmi di spesa:
 - a) le somme previste in bilancio e non utilizzate a motivo dell'intervento dello sponsor, nei limiti del valore economico della sponsorizzazione;
 - b) le sponsorizzazioni in denaro a fronte della concessione di spazi pubblicitari all'interno di proprie iniziative o manifestazioni.
2. I risparmi di spesa di cui al comma 1 possono essere utilizzate per le seguenti finalità:
 - a) ad implementare il fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività in base a quanto previsto dagli art. 67 – c. 3 lett. a) CCNL 21.5.2018 e art. 15 c.1 lett. d) CCNL 1.4.1999 ;
 - b) al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio;
 - c) economie di bilancio

Art. 22 – Rinvio

1. Per ogni aspetto che non trovi esplicita disciplina nel presente regolamento si fa rinvio alle norme di legge applicabili.
2. Tutti i richiami alle norme contenuti nel presente Regolamento devono intendersi effettuati alle disposizioni vigenti al momento dell'applicazione concreta del Regolamento stesso, senza necessità di suo adeguamento espresso.
3. Il Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni, approvato con Deliberazione di Consiglio Comunale nr. 67 del 30.11.2010, deve intendersi abrogato ed interamente sostituito dal presente.

Art. 23 - Entrata in vigore

Il presente regolamento entrerà in vigore dopo la ripubblicazione di cui all'art. n. 8 dello Statuto Comunale.