



COMUNE di PORTO MANTOVANO

**REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE
DELLE SPONSORIZZAZIONI**

Approvato con D.C.C. n. _____

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Indice

Art. 1 – Oggetto e finalità

Art. 2 – Definizioni

Art. 3 – Individuazione, programmazione e gestione delle sponsorizzazioni

Art. 4 – Diritto di rifiuto, esclusioni oggettive e soggettive

Art. 5 - La figura dello sponsor

Art. 6 - Corrispettivo delle sponsorizzazioni

Art. 7 – Pagamento del corrispettivo in denaro della sponsorizzazione

Art. 8 - Sponsorizzazioni plurime ed esclusiva generale e commerciale

Art. 9 – Scelta dello sponsor

Art. 10 – Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor

Art. 11 - Affidamento diretto

Art. 12 - Beni e servizi di modesta entità

Art. 13 - Proposte di sponsorizzazioni urgenti

Art. 14 – Qualificazione dello sponsor

Art. 15 – Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione e sottoscrizione

Art. 16 – Sponsorizzazione di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale

Art. 17 – Sponsorizzazione Tecnica

Art. 18 – Aspetti contabili e fiscali

Art. 19 - Controlli

Art. 20 - Trattamento dei dati personali

Art. 21 - Rinvio

Art. 22 – Entrata in vigore

Art. 1 – Oggetto e finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione di iniziative organizzate e gestite dal Comune, in attuazione alle disposizioni dell'art. 43 della Legge 119 del D.Lgs. 267/2000, dell'art. 120 del D.Lgs. 42/2004, dell'art. 26 del D.Lgs. 50/2006, e con riferimento all'art. 1, comma 1-bis, della Legge 241/1990.
2. Il ricorso alle sponsorizzazioni costituisce un'opportunità di finanziamento delle attività del Comune ed è finalizzato a favorire il miglioramento organizzativo e l'ottenimento di proventi di entrata o risparmi di spesa nel perseguimento del pubblico interesse.

Art. 2 – Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
 - a) per “contratto di sponsorizzazione”: un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale una parte (sponsor) si obbliga a versare una somma di denaro, a fornire beni o servizi o ad effettuare lavori a favore dell'altra parte (sponsee) la quale le 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 o simili, ovvero di distribuire prodotti o servizi a titolo promozionale, nei modi previsti dal contratto; l'obbligazione dello sponsee costituisce obbligazione di mezzi e non di risultato, pertanto essa deve intendersi adempiuta quando vi sia stata la realizzazione dell'evento, iniziativa o progetto dedotto nel contratto, indipendentemente dall'effettivo ritorno di immagine;
 - b) per “sponsorizzatore” o “sponsor”: il soggetto che, al fine di incrementare la notorietà dei propri segni distintivi, stipula il contratto di sponsorizzazione;
 - c) per “sponsorizzato” o “sponsee”: il soggetto che rende la prestazione di mezzi consistente nel mettere a disposizione la possibilità di pubblicizzare i segni distintivi dello sponsor 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;
 - e) per sponsorizzazione finanziaria o pura quella in cui lo sponsor, in cambio del diritto di sfruttare spazi per scopi pubblicitari, si limita a conferire un finanziamento, mentre lo svolgimento di altra attività – come ad esempio l'esecuzione di lavori o prestazioni di servizi- è a carico di soggetti diversi;
 - f) per sponsorizzazione tecnica quella in cui lo sponsor, in cambio del diritto di sfruttare spazi per scopi pubblicitari, esegue lavori, presta servizi o fornisce beni.
2. Ai fini del presente regolamento, non costituisce sponsorizzazione l'offerta al Comune, a titolo di liberalità, cioè senza alcun corrispettivo né alcuna forma di pubblicità a favore del donatore, di somme di denaro o di altre utilità effettuata in occasione di iniziative organizzate dal Comune stesso.

Art. 3 – Individuazione, programmazione e gestione delle sponsorizzazioni

1. Le iniziative di sponsorizzazione da offrire ai potenziali sponsor sono individuate e programmate dalla Giunta Comunale e formulate con atti di indirizzo specifici. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati ai responsabili. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta comunale può formulare indirizzi specifici ai Responsabili per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.

2. Il responsabile di servizio titolare di posizione organizzativa competente, in seguito agli indirizzi ricevuti, predispone e adotta gli atti necessari alla conclusione del contratto di sponsorizzazione, in ossequio alla procedura descritta nell'articolo 9 del 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 comunale.

Art. 4 – Diritto di rifiuto, esclusioni oggettive e soggettive

1. Il Comune rifiuta qualsiasi proposta di sponsorizzazione e recede 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 od alle proprie iniziative;
 - c) reputi la sponsorizzazione inaccettabile per motivi di pubblico interesse.
2. Sono escluse, in ogni caso, le sponsorizzazioni aventi per oggetto:
 - a) propaganda di natura politica, 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, nonché relativa al gioco d'azzardo;
 - 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 dall'art. 38 del D.Lgs. 50/2006;
 - b) si trovano in condizioni di incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione.

Art. 5 - La figura dello sponsor

1. Possono assumere la veste di "sponsor" i seguenti soggetti:
 - a) qualsiasi persona fisica, purché in possesso dei requisiti di legge per contrattare ordinariamente con la pubblica Amministrazione;
 - b) qualsiasi persona giuridica, avente o meno scopo o finalità commerciali, quali le società di persone e di capitali, le imprese individuali, quelle cooperative (ex art. 2511 cod. civ.), le mutue di assicurazioni e i consorzi imprenditoriali (ex art. 2602 cod. civ.);
 - c) le Associazioni senza fini di lucro, generalmente costituite con atto notarile, le cui finalità statuarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali del Comune.

Art. 6 - 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 e spese dello sponsor.
2. In caso di operazioni di cui alla lettera b) del comma 1, si assume quale controvalore monetario del contratto il valore di mercato della fornitura dei beni, dei servizi o dei lavori, effettuati dallo sponsor.

Art. 7 – 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 30% al momento della conclusione del contratto e nella misura restante entro i 15 giorni successivi alla conclusione dell'iniziativa correlata.

Art. 8 - Sponsorizzazioni plurime ed esclusiva generale e commerciale

1. Sono sempre ammesse le sponsorizzazioni plurime di una singola manifestazione, iniziativa o lavoro, salvo quanto previsto dai successivi commi del presente articolo.
2. Il Comune può definire contratti di sponsorizzazione in esclusiva generale o commerciale, ove lo ritenga opportuno per reperire maggiori risorse o per conseguire sponsorizzazioni di miglior profilo qualitativo.
3. 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 del Comune 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.
4. Ove il Comune 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.

Art. 9 – Scelta dello sponsor

1. L'affidamento dei contratti di sponsorizzazione avviene nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità.
2. La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura selettiva concorrenziale, con pubblicazione di apposito avviso, salvo quanto previsto dal successivo articolo 10.
3. L'avviso è pubblicato all'albo pretorio, sul profilo di committente del Comune e con altre eventuali modalità ritenute di volta in volta le più adeguate in relazione alla specifica procedura, al corrispettivo atteso ed ai potenziali partecipanti.
4. L'avviso deve indicare almeno:
 - l'oggetto della sponsorizzazione;
 - i requisiti di partecipazione alla procedura selettiva;
 - le modalità ed il termine per la presentazione delle offerte, che non può essere inferiore a 15 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'eventuale diritto di prelazione a norma del successivo art. 10;
 - l'ufficio procedente ed il responsabile del procedimento.

5. Scaduto il termine fissato nell'avviso, si procede alla valutazione delle offerte pervenute nel rispetto dei criteri stabiliti nell'avviso medesimo.

6. 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 ed a farsi carico degli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario, alle relative autorizzazioni, al pagamento di eventuali tributi o canoni.

Art. 10 – Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor

1. Nel caso in cui, da parte di un potenziale sponsor, pervenga al Comune una proposta spontanea di sponsorizzazione, il responsabile dell'ufficio competente, sentito il Sindaco o l'Assessore competente, valuta la rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento e, deliberato l'indirizzo da parte della Giunta secondo quanto disposto dall'art. 3 comma 1, predispone apposito avviso da pubblicare con le modalità di cui al precedente art. 9, che preveda come importo minimo a base di selezione quello offerto dal soggetto promotore nonché il diritto di prelazione 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 la propria proposta a quella giudicata più conveniente dal Comune. In questo caso, il promotore originario è dichiarato aggiudicatario.

Art. 11 - Affidamento diretto

1. Si può procedere all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazione, in deroga a quanto previsto dagli articoli 9 e 10, nei seguenti casi:

- a) nel caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore ad € 40.000,00 (IVA esclusa);
- b) in caso sia stata esperita infruttuosamente la procedura selettiva di cui all'art. 9;
- c) in casi eccezionali, adeguatamente motivati, in cui la particolare natura e caratteristica dell'evento o iniziativa oggetto di sponsorizzazione limitino la trattativa ad un unico determinato soggetto;

2. In ogni caso, l'affidamento diretto avviene previa valutazione di congruità da parte del responsabile di servizio titolare di posizione organizzativa competente procedente.

Art. 12 - Beni e servizi di modesta entità

1. L'Amministrazione Comunale si riserva la facoltà di aderire alle proposte di sponsorizzazioni quando il contenuto dei beni o servizi offerti non è superiore a € 3.000,00. 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" se ecocompatibile.

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 inserite in apposito elenco pubblico disponibile sul sito comunale.

Art. 13 - Proposte di sponsorizzazioni urgenti

1. L'Amministrazione Comunale si riserva la facoltà di accettare le proposte di sponsorizzazione presentate qualora l'iniziativa/manifestazione sia già avviata e i tempi di svolgimento della stessa non consentono la procedura negoziata di importo non superiore ai 3.000,00 euro.
2. Tutte le sponsorizzazioni urgenti saranno inserite in apposito elenco pubblico disponibile sul sito comunale.

Art. 14 – Qualificazione dello sponsor

1. Qualora i lavori, i servizi e le forniture siano acquisiti o realizzati a cura dello sponsor, lo stesso, oltre a quanto previsto all'art. 4 co.3 del presente regolamento, deve essere in possesso dei requisiti di qualificazione per gli esecutori dei contratti pubblici.
2. Per i lavori pubblici, le imprese esecutrici devono possedere i requisiti di qualificazione previsti dalla normativa vigente al momento dell'affidamento.

Art. 15 – Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione e sottoscrizione

1. La sponsorizzazione viene regolata da apposito contratto nel quale, in particolare, sono almeno definiti:
 - a) l'oggetto del contratto;
 - b) gli obblighi delle parti;
 - 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;
 - g) la facoltà di recesso da parte del Comune;
 - h) la risoluzione del contratto per inadempimento;
 - i) la competenza del foro 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, e deve essere inoltre 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.
3. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile del Settore che organizza l'iniziativa o l'evento; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato, previo parere positivo del Comando di Polizia Locale in relazione ai disposti del vigente Codice della Strada e tenuto conto di quanto previsto dal vigente regolamento per l'applicazione del Canone Unico.

Art. 16 – Sponsorizzazione di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale

1. Ai contratti di sponsorizzazione aventi ad oggetto interventi di restauro e manutenzione di beni immobili, mobili e delle superfici decorate di beni architettonici sottoposti a tutela ai sensi del D.Lgs. 42/2004, si

applicano, oltre alle norme previste nel presente regolamento, le disposizioni in materia di requisiti di qualificazione dei progettisti nel caso in cui la realizzazione dell'intervento sia a cura dello sponsor.

2. Nel caso in cui l'individuazione dell'esecutore dei lavori sia rimessa allo sponsor, il soggetto indicato dovrà essere un soggetto qualificato relativamente alla tipologia d'intervento.

3. Qualora le imprese esecutrici rivestano la qualità di sponsor del Comune attraverso la realizzazione diretta di interventi di restauro e manutenzione, non potranno in nessun caso cedere ad altri soggetti il diritto di utilizzare lo spazio pubblicitario oggetto del contratto.

4. L'ufficio competente impartisce le prescrizioni opportune in ordine alla progettazione, alla direzione ed all'esecuzione dei lavori ed esercita i poteri di alta sorveglianza procedurale al fine di garantire il rispetto della normativa di settore.

5. I contratti di sponsorizzazione inerenti beni culturali sono preventivamente sottoposti alla Soprintendenza 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 o storico, l'aspetto e il decoro del bene.

Art. 17 – Sponsorizzazione Tecnica

1. Nei contratti di sponsorizzazione aventi ad oggetto lavori, servizi o forniture, quando questi sono acquisiti o realizzati a cura e a spese dello Sponsor, la scelta dello Sponsor è effettuata in base al valore economico della sponsorizzazione, secondo le modalità contenute nei seguenti commi del presente articolo.

2. I contratti di importo inferiore o pari a Euro 40.000,00 (o comunque alla soglia prevista dall'art. 36 D. Lgs 50/2016) possono essere affidati direttamente dall'Amministrazione, senza alcuna procedura comparativa, a soggetto in possesso dei necessari requisiti per poter contrarre con una Pubblica Amministrazione. Qualora lo Sponsor sia soggetto diverso dal Soggetto Esecutore, quest'ultimo deve possedere, oltre ai requisiti di carattere generale, adeguata capacità tecnica secondo valutazione dell'Ente e rispettare le normative tecniche di settore (es: possesso di particolari certificazioni – abilitazioni – autorizzazioni).

3. Per i suddetti contratti l'Amministrazione:

a) ha sempre la facoltà, tenuto conto del valore e della tipologia contrattuale:

- in caso di iniziativa di soggetto terzo, di non accettare la proposta di sponsorizzazione o di avviare sulla stessa una procedura comparativa con eventuale diritto di prelazione del soggetto proponente;
- in caso di iniziativa propria, di avviare una procedura comparativa.

b) dovrà impartire le prescrizioni opportune in ordine alla progettazione nonché all'esecuzione del contratto.

c) ha il controllo sull'esecuzione del contratto.

4. Per i contratti di importo superiore ad Euro 40.000,00 si rimanda alle procedure previste dal D.Lgs. 50/2016 Norme comuni alle sponsorizzazioni di importo superiore a € 40.000

5. Gli Sponsor che effettuano direttamente i lavori/servizi/forniture o i Soggetti Esecutori, qualora diversi dallo Sponsor nonché i soggetti progettisti eventualmente utilizzati, devono essere in possesso, oltre che dei requisiti di carattere generale, dei requisiti di qualificazione tecnica previsti dal Codice dei Pubblici Contratti e dal relativo Regolamento di Attuazione.

6. Il Bando e la Lettera d'Invito devono contenere: a) la volontà del Comune e i riferimenti di legge; b) gli obiettivi della sponsorizzazione; c) le opportunità per lo Sponsor; d) la tipologia, la durata e il valore contrattuale; e) la modalità per la veicolazione dei segni distintivi dello Sponsor; f) le modalità e i termini di presentazione delle offerte; g) i requisiti di partecipazione/qualificazione/obblighi in materia di

sicurezza/obblighi assicurativi; h) le modalità e i criteri di valutazione delle offerte, i) le prescrizioni tecniche progettuali ed esecutive. L) eventuale prelazione ai sensi del comma 9.

7. Il Comune procede alla stipula del contratto di sponsorizzazione con il soggetto che ha proposto l'offerta realizzativa giudicata migliore. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve indicare: il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare; l'accettazione delle condizioni previste nell'avviso di sponsorizzazione; l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e le relative autorizzazioni. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

a) per le persone fisiche:

- l'inesistenza delle condizioni di divieto a contrattare con la pubblica amministrazione, di cui agli artt. 120 e seguenti della legge 24.11.1981, n. 689, e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
- l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;

b) per le persone giuridiche:

- oltre alle autocertificazioni sopra elencate riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza, deve essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.

8. Nel caso di interventi di sponsorizzazione sui beni culturali, l'Amministrazione Comunale potrà introdurre ulteriori elementi conseguenti alla particolarità del bene oggetto di intervento.

9. In caso di iniziativa di soggetto terzo, l'Amministrazione ha sempre facoltà, in relazione a qualsiasi procedura di affidamento scelta, di prevedere il diritto di prelazione - a parità di condizioni offerte dal soggetto miglior offerente - a favore del soggetto proponente.

10. Nel caso in cui la procedura negoziata o la procedura aperta o ristretta siano andate deserte o non sia stata presentata alcuna offerta appropriata, ovvero tutte le offerte presentate siano risultate irregolari ovvero inammissibili rispetto al disposto del Codice dei Contratti Pubblici o non siano rispondenti ai requisiti formali della procedura, il Comune può ricercare di propria iniziativa lo sponsor con cui negoziare il contratto di sponsorizzazione, ferme restando la natura e le condizioni essenziali delle prestazioni richieste nella sollecitazione pubblica;

11. L'Amministrazione ha il controllo sull'esecuzione del contratto.

12. L'Amministrazione Comunale può concludere contratti di sponsorizzazione tecnica solo se viene garantita la salvaguardia dell'integrità ante contratto della proprietà comunale costituente ed interessata dallo strumento pubblicitario.

Art. 18 – Aspetti contabili e fiscali

1. I corrispettivi dei contratti di sponsorizzazione sono previsti in bilancio e nel P.E.G. 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 contabilizzati a 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, con conseguente adozione dell'atto di accertamento dell'entrata

2. Le singole fattispecie di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale applicabile.

3 Il contratto di sponsorizzazione non esonera lo sponsor dall'obbligo di pagamento degli eventuali tributi e/o canoni inerenti le 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 sponsor è fatto obbligo di doppia fatturazione, ovvero di fatturazione dello sponsor

al Comune del valore del bene, del servizio o del lavoro, soggetto ad IVA, e di fatturazione del Comune allo sponsor di un pari importo, soggetto ad IVA, per l'attività di sponsorizzazione e ad assolvere tutti gli adempimenti previsti dalla normativa sull'I.V.A..

5. Al fine dell'assolvimento degli oneri relativi alla tracciabilità finanziaria, di cui alla L. n.136/2010, e quindi della sussistenza o meno dell'obbligo di richiedere il CIG in relazione ai contratti di volta in volta stipulati dal Comune è necessario distinguere se nella fattispecie concreta, in relazione al contenuto delle obbligazioni poste in carico allo sponsor si rientri nell'ipotesi della sponsorizzazione pura -esentata da CIG- ovvero in quella della sponsorizzazione tecnica – sottoposta a CIG.

6. Il valore dell'operazione di sponsorizzazione deve corrispondere al "valore normale", cioè il valore di comune commercio delle prestazioni oggetto del contratto che vengono permutate con la pubblicità commerciale.

Art. 19 - Controlli

1. L'ufficio procedente impartisce le prescrizioni opportune in ordine all'esecuzione del contratto di sponsorizzazione e vigila sul suo adempimento.
2. I contratti di sponsorizzazione sono inoltre soggetti a controlli da parte dell'ufficio individuato come competente, al fine di accertare la correttezza di quanto convenuto sia sotto il profilo normativo che per gli aspetti procedurali, tecnici, organizzativi e finanziari.

Art. 20 - Trattamento dei dati personali

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste nel rispetto delle disposizioni di tutela contenute nella normativa europea, Regolamento Generale Protezione Dati (RGPD) 2016/679 e delle disposizioni compatibili del codice in materia di protezione dei dati personali approvato con D. Lgs. 196/2003 e ss.mm..
2. Titolare del trattamento dei dati è il Comune in persona del suo Sindaco pro-tempore che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità al decreto citato.
3. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti degli uffici comunali tenuti all'applicazione del presente regolamento, essi possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento.

Art. 21 - Rinvio

1. Per ogni aspetto che non trovi esplicita disciplina nel presente regolamento si fa rinvio alle norme di legge ed ai regolamenti comunali applicabili.

Art. 22 – Entrata in vigore

1. Il presente regolamento entra in vigore dalla data di esecutività della delibera di approvazione.
2. Gli effetti prodotti dai contratti di sponsorizzazione in essere al momento dell'entrata in vigore del presente regolamento non subiscono variazioni.