



## **COMUNE DI FORMIA**

# **REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI NELL'AMBITO DELLA COLLABORAZIONE TRA PUBBLICO E PRIVATI**

Approvato con delibera del Consiglio Comunale n. \_\_\_\_ del \_\_/\_\_/2023

## **INDICE**

### **CAPO I - Principi generali**

Art. 1 Oggetto, inquadramento normativo e finalità

Art. 2 Definizioni

Art. 3 Individuazione, programmazione e gestione delle sponsorizzazioni

Art. 4 Ambito di applicazione

Art. 5 La figura dello sponsor

Art. 6 Corrispettivo delle sponsorizzazioni

Art. 7 Obblighi a carico del Comune

Art. 8 Regola generale per l'utilizzo del nome e del marchio dello *sponsor* e del simbolo dello *sponsee* e per la definizione della forma contrattuale

### **CAPO II – Ambito di applicazione del contratto di sponsorizzazione**

Art. 9 Sponsorizzazioni di aree verdi, pedonali e ciclabili, piazze, interventi di decoro urbano e rotatorie

Art. 10 Sponsorizzazioni accessorie a contratti d'appalto

Art. 11 Sponsorizzazioni di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale

Art. 12 Partenariato pubblico privato per i beni culturali

Art. 13 Affidamento del servizio di ricerca dello sponsor

### **CAPO III – Procedure di selezione dello sponsor e contratto di sponsorizzazione**

Art. 14 Elenco degli sponsor per importi inferiori a 40.000,00 Euro

Art. 15 Scelta dello sponsor per importi superiori a 40,000,00 Euro

Art. 16 Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor

Art. 17 Affidamento diretto

Art. 18 Sponsorizzazioni plurime

Art. 19 Esclusiva generale dello sponsor

Art. 20 Contratto di sponsorizzazione

Art. 21 Atto di mecenatismo

Art. 22 Esclusioni

Art. 23 Facoltà di rifiuto di sponsorizzazioni inaccettabili

Art. 24 Pagamento del corrispettivo in denaro della sponsorizzazione

### **Capo IV – Disposizioni finali**

Art. 25 Aspetti contabili e fiscali

Art. 26 Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

Art. 27 Verifiche e controlli

Art. 28 Trattamento dei dati personali

Art. 29 Rinvio

Art. 30 Controversie

Art. 31 Entrata in vigore

## CAPO I PRINCIPI GENERALI

### **Art.1 Oggetto, inquadramento normativo e finalità**

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione da parte di terzi di iniziative e attività organizzate e gestite dal Comune di Formia, nel rispetto delle disposizioni contenute negli artt. 1174, 1322 del Codice Civile, nell'art.1, comma 1-bis della Legge 241/1990, nell'art. 43 della L.449/1997, negli artt. 119, 162, 192 del D.Lgs. 267/2000, nell'art. 174 D.Lgs. 36/2023 (Codice dei contratti pubblici) e nella determinazione n. 24 dell'Autorità per la Vigilanza sui Contratti Pubblici del 5 dicembre 2001.

2. Il presente Regolamento si prefigge lo scopo di utilizzare le condizioni e gli strumenti normativi necessari per una corretta gestione delle iniziative di sponsorizzazione al fine di assicurare il rispetto della normativa vigente e i principi di efficienza, economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e buon andamento 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 favorire il miglioramento organizzativo e l'ottenimento di proventi di entrata o risparmi di spesa nel perseguimento del pubblico interesse.

4. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a:

- promuovere e incentivare la collaborazione tra pubblico e privato favorendo il miglioramento organizzativo attraverso la valorizzazione delle competenze, delle professionalità, della disponibilità di persone, di enti, di associazioni e aziende, per raggiungere una migliore qualità nei servizi e prestazioni erogati alla collettività, oltre che a permettere la realizzazione di economie di spesa;
- a favorire l'innovazione dell'organizzazione, migliorando la qualità dei servizi istituzionali, valorizzando competenze e professionalità;
- recuperare maggiori risorse e realizzare economie di spesa: il risultato della sponsorizzazione si concretizza, infatti, nella realizzazione di un'economia di bilancio totale o parziale rispetto alla previsione di spesa, in relazione alla totale o parziale acquisizione, senza oneri per l'ente, del previsto risultato da parte dello sponsor;
- migliorare la qualità dei servizi erogati alla collettività;
- promuovere attività ed eventi di pubblico interesse ed utilità;
- realizzare obiettivi di maggiore visibilità dell'azione amministrativa e dei suoi risultati nella comunità e collettività;
- realizzare sinergie con il settore privato.

5. Le procedure di affidamento e le altre attività amministrative nella materia disciplinata dal presente Regolamento, si svolgono, oltre che in ottemperanza a quanto previsto dalla normativa sopra richiamata, nel rispetto delle disposizioni sul procedimento amministrativo di cui alla Legge 241/1990 e s.m.i. e, per quanto in esso non espressamente previsto, nel rispetto delle disposizioni previste dalle disposizioni normative vigenti.

6. Costituisce prerogativa esclusiva del Comune la scelta o meno di attivare rapporti e/o contratti di sponsorizzazione, interpretandosi l'adozione del Regolamento esclusivamente come atto di disciplina e attivazione conseguente ad un iter valutativo interno che riserva sempre all'Amministrazione la relativa facoltà.

### **Art. 2 Definizioni**

1. Ai fini del presente Regolamento:

a) per "**contratto di sponsorizzazione**" si intende 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 e/o finanziare, anche mediante accollo, le obbligazioni di pagamento dei corrispettivi d'appalto dovuti dal Comune (*sponsee*) il 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 d'immagine;

b) per "**sponsorizzazione**" si intende ogni contributo in beni, prestazioni di servizi, realizzazione di lavori, corrispettivo in denaro o altra utilità proveniente al Comune da parte di terzi nell'ambito applicativo dei "contratti di sponsorizzazione";

c) per "**sponsor**" si intende il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico che intenda stipulare un contratto di sponsorizzazione;

d) per "**sponsorizzato o sponsee**" si intende il Comune di Formia, titolare dei benefici economici apportati dalla stipula dei contratti di sponsorizzazione;

e) per "**spazio pubblicitario**" si intende lo spazio fisico e digitale o qualsiasi altro supporto atto alla veicolazione di informazioni, messo a disposizione dello sponsor;

f) per **sponsorizzazione "pura"** si intende l'impegno dello sponsor di riconoscere esclusivamente un contributo economico (in cambio del diritto di sfruttare spazi per fini pubblicitari);

g) per **sponsorizzazione "tecnica"**: si intende una forma di partenariato estesa alla progettazione e alla realizzazione di parte o di tutto l'intervento (lavori, servizi, forniture sia se strumentali o non) a cura e a spese dello sponsor.

### **Art. 3 Individuazione, programmazione e gestione delle sponsorizzazioni**

1. Le iniziative di sponsorizzazione da offrire ai potenziali sponsor sono, di norma, individuate e programmate nell'ambito del Piano Esecutivo di Gestione e possono riguardare tutti i beni ed i servizi a carico del bilancio dell'Ente. Nel corso dell'anno la Giunta Comunale può altresì formulare indirizzi specifici per l'attivazione di ulteriori iniziative di sponsorizzazione.

2. Nei documenti di programmazione dell'Ente, possono essere individuate spese ed attività la cui realizzazione è vincolata alla conclusione di contratti di sponsorizzazione.

3. Il ricorso alle sponsorizzazioni può comunque riguardare tutti i beni e servizi a carico del bilancio comunale.

4. I dirigenti, nell'ambito della propria competenza, predispongono i progetti operativi delle iniziative di sponsorizzazione e adottano i relativi atti di gestione necessari al conseguimento degli obiettivi fissati dall'A.C.

### **Art. 4 Ambito di applicazione**

1. Le sponsorizzazioni a favore del Comune, possono essere a carattere finanziario, tecnico o prestazionale e possono avere ad oggetto il riconoscimento di una somma di denaro, la fornitura di materiali, attrezzature, beni, strumenti acquisiti e/o realizzati a cura e spese dello sponsor, la realizzazione di un'opera, di un servizio o di un lavoro, nonché la fornitura di una prestazione di servizio, la realizzazione integrale o parziale di opere e di lavori pubblici (es.: attività di progettazione, direzione lavori, esecuzione e collaudo di opere pubbliche, in relazione ai quali si rinvia alle specifiche disposizioni applicabili contenute nel Codice degli Appalti vigente), la realizzazione di interventi sugli elementi architettonici e sulle superfici decorate di beni del patrimonio culturale, sottoposti alle disposizioni di tutela di cui al D.Lgs. 490/99 e del D.Lgs. 42/2004 (Decreto Urbani), l'offerta di servizi manutentivi, ricreativi, culturali, sportivi, nonché ogni altra utilità che risponda a peculiari finalità di interesse pubblico nell'ambito della programmazione comunale.

2. In caso di operazioni permutative, si assume quale controvalore del contratto, con corrispettivo imponibile da sottoporre a fatturazione, il valore di mercato della fornitura dei beni, dei servizi o dei lavori effettuati dallo sponsor, comprensivo dell'IVA.

3. Nei casi in cui il contratto possa prevedere pagamenti del corrispettivo derivante dalla sponsorizzazione in tempi successivi allo svolgimento delle attività previste a carico del Comune ed in presenza di importi di significativa rilevanza, l'Amministrazione potrà richiedere adeguate forme di garanzia per l'adempimento della controparte. In tale quadro, se richiesto dal Comune, lo sponsor deve prestare apposita garanzia fidejussoria per il pagamento del corrispettivo o di parte dello stesso in caso di, parziale o totale, sponsorizzazione tecnica o di, parziale o totale, accollo del debito dell'Amministrazione, costituita mediante fidejussione bancaria o polizza assicurativa, secondo quanto previsto all'art. 106 del D.Lgs. 31 marzo 2023, n. 36 e smi, a prima richiesta, senza il beneficio della preventiva escussione.

4. Non è possibile fare ricorso al contratto di sponsorizzazione:

- a) per servizi pubblici essenziali
- b) per i servizi espletati a garanzia dei diritti fondamentali dei cittadini
- c) per i servizi inerenti il rilascio di certificazioni ed atti riferiti a persone (fisiche e giuridiche).

#### **Art. 5 La figura 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. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi sia con soggetti pubblici, che privati, singoli o associati.
2. Qualora i lavori, i servizi e le forniture siano acquisiti o realizzati a cura dello sponsor, lo stesso deve essere in possesso dei requisiti di qualificazione per gli esecutori dei contratti pubblici.
3. Per i lavori pubblici, le imprese esecutrici devono possedere i requisiti di qualificazione previsti dalla normativa vigente al momento dell'affidamento.

#### **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;
  - c) accollo del pagamento delle obbligazioni verso i terzi che svolgono le attività sponsorizzate.
2. In caso di operazioni permutative, 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 Obblighi a carico del Comune**

1. Il Comune, quale contro-prestazione ai beni e/o ai servizi forniti dallo sponsor, potrà realizzare alcune delle forme pubblicitarie che si indicano di seguito a titolo esemplificativo ma non esaustivo:
  - a) riproduzione del marchio-logo o delle generalità dello sponsor su tutto il materiale pubblicitario delle iniziative oggetto della sponsorizzazione (manifesti, volantini etc) e/o sul sito istituzionale del Comune, all'interno dello spazio informativo dell'attività interessata;
  - b) posizionamento di targhe o cartelli indicanti il marchio o logo o le generalità dello sponsor sui beni durevoli o sulle aiuole oggetto della sponsorizzazione; c) utilizzo a fini pubblicitari di spazi all'interno del territorio comunale (es. bacheche, ascensori, sale riunioni, impianti sportivi, androni, coperture con teli di opere e/o lavori, etc);
  - d) utilizzo a fini pubblicitari di spazi su documentazione del Comune (buoni mensa, bollette, biglietti d'ingresso alla manifestazione interessata, inviti alla manifestazione, e simili);
2. Le forme di pubblicità possono riguardare tutte o solo alcune delle modalità previste dal presente articolo. Le stesse sono determinate in sede di stipulazione del contratto.
3. L'imposta sulla pubblicità, ove dovuta, dovrà essere corrisposta dallo sponsor direttamente (o al suo eventuale concessionario), nella misura di legge.

#### **Art. 8 Regola generale per l'utilizzo del nome e del marchio dello *sponsor* e del simbolo dello *sponsee* e per la definizione della forma contrattuale**

1. I contratti di sponsorizzazione stipulati dal Comune di Formia devono includere le clausole inerenti le garanzie e le forme di tutela dei marchi (dello *sponsor* e dello *sponsee*) con specificazione dell'utilizzo dei loghi e dei segni distintivi dello sponsor, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.
2. Le modalità di associazione del nome e del marchio o simbolo del soggetto "*sponsorizzante o sponsee*" ovvero di quello "*collaborante o sponsor*" devono presentare caratteri consoni e compatibili alla natura istituzionale ed alla immagine di Pubblica Autorità proprie del Comune di Formia, e non devono mutare la denominazione dell'area, dell'opera e del luogo oggetto di sponsorizzazione;
3. L'utilizzo dello strumento della sponsorizzazione avviene sempre attraverso la stipula di apposito contratto/convenzione da redigersi in forma scritta nel rispetto dei limiti imposti dalla normativa dei contratti.

4. L'Amministrazione comunale può definire di volta in volta, in relazione ai contratti di sponsorizzazione, specifiche clausole relative ai propri segni distintivi qualificando, con appositi atti, lo stemma ufficiale come segno distintivo con tutela pari al marchio.

## **CAPO II**

### **AMBITO DI APPLICAZIONE DEL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE**

#### **Art. 9 Sponsorizzazioni di aree verdi, pedonali e ciclabili, piazze, interventi di decoro urbano e rotatorie**

1. Il Comune di Formia individuerà le aree destinate a verde pubblico e/o a rotatorie che potranno essere assegnate in "adozione" a società, associazioni o privati in genere, affidandone l'allestimento, la gestione e la manutenzione in cambio dell'autorizzazione alla posa di mezzi finalizzati alla sponsorizzazione.
2. L'adozione consiste nell'obbligo dello sponsor di provvedere alla realizzazione del primo impianto allestimento dell'area e/o alla manutenzione della stessa.
3. Lo sponsor dovrà presentare, sia per la realizzazione dell'impianto/allestimento che per la manutenzione, un progetto tecnico che, approvato dal Comune, costituirà allegato al contratto di sponsorizzazione.
4. Il progetto potrà anche essere fornito dallo stesso Comune. In ogni caso, esso dovrà contenere l'indicazione delle spese necessarie per le relative operazioni.
5. I soggetti affidatari, se non appartenenti o operanti nel settore del verde, dovranno far eseguire l'allestimento e la manutenzione a ditte specializzate ed in possesso dei requisiti in materia di sicurezza, contributiva e di ordine generale.
6. L'Impresa che esegue i lavori, in proprio o per conto dell'affidatario, avrà l'obbligo di adottare, durante l'esecuzione dei lavori, tutti i provvedimenti e le cautele necessarie per garantire l'incolumità degli operai e di terzi e per non produrre danni ai beni pubblici e privati, rimanendo espressamente inteso e convenuto che essa si assumerà ogni responsabilità sia civile che penale, nel caso di infortuni o danni.
7. L'installazione di mezzi pubblicitari avverrà a titolo gratuito nell'area verde o per le rotatorie in spazi indicati dal Comune, nei due sensi di marcia principali seguendo le vigenti regole del Codice della strada. Le dimensioni e caratteristiche dei mezzi pubblicitari ed i criteri per il loro posizionamento verranno definiti nelle Norme tecniche.
8. Nella scelta e nell'abbinamento dei colori si dovranno evitare combinazioni tali da generare confusione con i cartelli della segnaletica stradale. Si dovrà evitare, in particolare, l'uso della gradazione di rosso prevista per i segnali stradali e l'uso della gradazione di azzurro impiegato per le frecce d'obbligo.
9. Non è ammessa un'illuminazione specifica per i cartelli in quanto potrebbe provocare disturbo con conseguente pericolo per la sicurezza della circolazione stradale.
10. Dovrà essere presentata idonea dichiarazione tecnica relativa ai cartelli attestante che la struttura, compresi gli ancoraggi al terreno, è realizzata e posta in opera tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento in modo da garantirne la stabilità.
11. I requisiti fondamentali che la vegetazione deve possedere sono i seguenti:
  - rusticità, ossia capacità di adattarsi ad una svariata tipologia di situazioni non ideali per lo sviluppo dei vegetali (stress idrici e termici, inquinamento dell'aria, ecc.)
  - basso livello di manutenzione: le piante devono necessitare di un ridotto numero di interventi di potatura.
12. 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.
13. Il contratto di sponsorizzazione dovrà avere una durata pari a quella indicata nel progetto.
14. Il contratto è rinnovabile con lo stesso sponsor, sulla base della bontà dei risultati raggiunti nel periodo pregresso, per la stessa durata di quello originario, nei limiti previsti dalle disposizioni normative vigenti.
15. Trattandosi di affidamento delle aree al fine di ottenere la valorizzazione ed il mantenimento delle stesse il contratto in oggetto non costituisce atto di concessione.

#### **Art. 10 Sponsorizzazioni accessorie a contratti d'appalto**

1. Il Comune di Formia 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. In tal caso la valutazione della sponsorizzazione deve costituire elemento con peso meramente marginale rispetto alla valutazione complessiva dell'offerta.

## **Art. 11 Sponsorizzazioni 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 dell'intervento.
3. Qualora le imprese esecutrici rivestano la qualità di sponsor del Comune di Formia 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. In caso di sponsorizzazione tecnica la Soprintendenza competente impartisce le prescrizioni opportune in ordine alla progettazione alla direzione ed all'esecuzione dei lavori. Il Comune di Formia eserciterà un'attività di sorveglianza 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 e/o storico, l'aspetto e il decoro del bene.
6. L'affidamento di contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi o forniture per importi superiori ad € 40.000,00, 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 nonchè 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 D. Lgs. 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, purchè 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 del Codice degli Appalti 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.

## **Art. 12 Partenariato pubblico privato per i beni culturali**

1. Ai sensi dell'art. 134 c.2 del D. Lgs 36/2023, 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 attraverso procedure semplificate di individuazione del partner privato analoghe o ulteriori rispetto a quelle previste dall'art. 8 del Codice degli Appalti.

Resta fermo quanto previsto ai sensi dell'art. 106, comma 2-bis, del Codice dei beni culturali e del paesaggio, di cui al decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42.

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

2. La scelta del soggetto partner può avvenire mediante procedure semplificate analoghe a quelle previste per la sponsorizzazione.
3. La forma contrattuale che regola il partenariato è la convenzione. Esso viene elaborata sentita la Soprintendenza competente.

**Art. 13 Affidamento del servizio di ricerca dello sponsor**

1. Il Comune di Formia, previa valutazione di convenienza sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, può affidare il servizio di ricerca degli sponsor a soggetti da individuare tramite le procedure per gli appalti di servizi previste dal Codice degli Appalti e dai regolamenti comunali.

### CAPO III PROCEDURE DI SELEZIONE DELLO SPONSOR

#### **Art. 14 Elenco degli sponsor per importo inferiore a 150.000,00 Euro per lavori e 140.000,00 Euro per servizi e forniture**

1. Il Comune di Formia si riserva la facoltà a procedere con affidamento diretto alle proposte di sponsorizzazioni quando il contenuto delle forniture o dei servizi offerti, ivi compresi i servizi di ingegneria e architettura e l'attività di progettazione, non sia superiore a € 140.000,00 anche senza consultazione di più operatori economici, assicurando che siano scelti soggetti in possesso di documentate esperienze pregresse idonee all'esecuzione delle prestazioni contrattuali, anche individuati tra gli iscritti in elenchi o albi istituiti dalla stazione appaltante.
2. Parimenti, può farsi ricorso all'affidamento diretto di lavori, per importi non superiori a 150.000 Euro, anche senza consultazione di più operatori economici, assicurando che siano scelti soggetti in possesso di documentate esperienze pregresse idonee all'esecuzione delle prestazioni contrattuali anche individuati tra gli iscritti in elenchi o albi istituiti dalla stazione appaltante.
3. Al fine di consentire una maggiore trasparenza ed imparzialità può essere prevista la costituzione di un elenco di sponsor a cui proporre iniziative di sponsorizzazioni di importi inferiori a € 140.000,00 per forniture e servizi ed € 150.000,00 per lavori.
4. L'iscrizione all'elenco avverrà dietro presentazione di un'istanza di un potenziale sponsor nella quale si dichiara la disponibilità a valutare eventuali richieste di sponsorizzazioni proposte dall'Ente. Nell'istanza si dichiarerà inoltre di non trovarsi nelle condizioni d'esclusione di cui agli artt. 94 e 95 del D.Lgs. 36/2023.
5. In caso di più adesioni di sponsor ad un iniziativa verrà eseguita una selezione comparativa sulla base della presentazione dell'offerta con i criteri individuati nella proposta di sponsorizzazione.
6. Qualora non vi fossero adesioni tra gli sponsor dell'elenco verrà pubblicato sul sito istituzionale del Comune di Formia una scheda dell'intervento da finanziare.
7. Restano fermi i principi secondo cui in caso di sponsorizzazione tecnica le proposte del Comune di Formia contengano opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere o delle forniture ed alla direzione dei lavori e collaudo degli stessi.
8. Per sponsorizzazioni riguardanti beni sottoposti a tutela ai sensi del D.Lgs. 42/2006 e ss.mm.ii. si applicano comunque le disposizioni di cui all'art. 11) del presente regolamento.
9. Resta fermo il rispetto del principio di rotazione di cui all'art. 49 del Codice degli appalti cui è consentito derogare per gli affidamenti diretti di importo inferiore a 5.000 euro.

#### **Art. 15 Scelta dello sponsor per importi superiori a 150.000,00 Euro per lavori e 140.000,00 Euro per servizi e forniture**

1. In caso di affidamento di contratti di **sponsorizzazione pura** di lavori di importo superiore ad € 150.000,00, di servizi e forniture, ivi compresi i servizi di ingegneria e architettura e l'attività di progettazione, per importi superiori a € 140.000,00 è prevista la preventiva pubblicazione sul sito internet del Comune di Formia per trenta giorni, di un apposito avviso con il quale si renda nota la ricerca di sponsor per specifici interventi.
2. In caso di **sponsorizzazioni tecniche** il Comune di Formia dovrà verificare i requisiti degli esecutori nel rispetto dei principi e dei limiti europei in materia; 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. L'ufficio procedente impartisce opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere e/o forniture e alla direzione dei lavori e collaudo degli stessi.
3. L'avviso è pubblicato all'albo pretorio e sul sito istituzionale del Comune di Formia per trenta giorni e potrà riguardare una o più iniziative anche di carattere pluriennale. All'avviso saranno allegate schede dettagliate di ogni singola iniziativa contenenti:
  - l'indicazione dell'attività, progetto o iniziativa oggetto della sponsorizzazione,
  - la tipologia di sponsorizzazione (finanziaria e/o tecnica) richiesta,
  - l'esatta determinazione dello spazio pubblicitario utilizzabile e la durata della pubblicità,

- le modalità e i termini per la presentazione dell'offerta,
- l'importo minimo richiesto quale corrispettivo per la sponsorizzazione (complessivi e/o dettagliati per singole attività afferenti l'evento),
- altri particolari richieste per la positiva riuscita del progetto,
- l'Ufficio procedente e il Responsabile di procedimento

4. I valori non costituiscono in ogni caso vincolo per la formulazione dell'offerta di sponsorizzazione in quanto è possibile presentare offerte anche di importo inferiore.

5. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve indicare almeno:

- l'attività, il progetto o l'iniziativa che si intende pubblicizzare,
- il corrispettivo della sponsorizzazione.

L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti dichiarazioni, redatte ai sensi della vigente normativa e sottoscritte dal soggetto munito dei relativi poteri di rappresentanza attestanti:

➤ per i soggetti privati (persone fisiche e giuridiche):

- a) l'inesistenza della condizione di incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
- b) l'inesistenza di adempimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
- c) l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo su impresa),
- d) l'inesistenza di una delle cause di esclusione di cui all'art. 22 del presente Regolamento,
- e) di possedere, se la proposta prevede una sponsorizzazione tecnica, i requisiti tecnico professionali desumibili dall'art. 100 del D.lgs 36/2023;

➤ per i soggetti pubblici:

- a) il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti

In ogni caso lo sponsor deve possedere i requisiti di ordine generale di cui agli artt. 94 e 95 del D. Lgs 36/2023.

L'offerta deve inoltre contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni. I soggetti proponenti, sia pubblici che privati, devono altresì documentare, se richiesta dall'Amministrazione, anche attraverso l'autocertificazione, la rispondenza della loro attività complessiva ai requisiti e ai criteri etici di cui all'art. 23 del presente Regolamento.

6. Trascorso il periodo di pubblicizzazione, il contratto può essere liberamente negoziato, purchè nel rispetto di imparzialità e parità di trattamento fra gli operatori che abbiano manifestato interesse, fermo restando il rispetto dei requisiti di ordine generale, ovvero delle clausole di esclusione automatica e non automatica previste dal Codice degli Appalti.

7. Ove pervengano più offerte, conclusa l'istruttoria, il Dirigente competente approvata con proprio atto la relativa graduatoria. Essa è formata in ragione della maggiore utilità economica per l'Ente o sulla base di punteggi attribuiti in ragione dei criteri qualitativo-economici fissati nel relativo Avviso.

#### **Art. 16 Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor**

1. Ove pervenga all'Amministrazione, da parte di un soggetto sponsor promotore, una proposta di sponsorizzazione di iniziativa finalizzata ad un determinato evento, riconducibile a lavori, forniture e servizi di importo pari o superiore ad € 140.000,00 (forniture e servizi) o ad € 150.000,00 (lavori), il dirigente responsabile del Servizio competente in materia, valutandone l'opportunità e la rispondenza alle prescrizioni del presente Regolamento nonché la convenienza per l'interesse pubblico, predispone apposito avviso pubblico che preveda come importo minimo richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione quello fissato dal soggetto proponente.

2. L'avviso manifesta l'intento dell'Amministrazione di procedere al reperimento di sponsorizzazioni finalizzate al finanziamento dell'evento a migliori condizioni. Alla scadenza dei termini fissati nell'avviso, pubblicato sul sito internet istituzionale per un arco temporale non inferiore a 30 gg., il dirigente competente procederà, tramite selezione delle proposte pervenute, all'individuazione dell'aggiudicatario, sulla base dei criteri che tengano conto di elementi qualitativi, oltre che al prezzo. L'originario soggetto promotore, entro 15 gg., potrà adeguare la propria proposta a quella giudicata dall'Amministrazione Comunale più conveniente. In questo caso, il promotore risulterà aggiudicatario con diritto di prelazione

della sponsorizzazione. Nel caso non pervengano offerte entro il termine fissato, il promotore originario è dichiarato aggiudicatario e si procede alla stipula del relativo contratto di sponsorizzazione.

2. L'acquisizione di una proposta di sponsorizzazione non è vincolante per il Comune e nel caso in cui non sarà ritenuta ammissibile verrà comunicato per iscritto al proponente.

3. Nel caso in cui la proposta di sponsorizzazione ritenuta d'interesse risulta lacunosa, il dirigente può chiedere chiarimenti o integrazioni.

4. Il Comune di Formia si riserva la facoltà di aderire direttamente alle proposte di sponsorizzazioni quando il valore dei beni o servizi offerti non sia superiore a € 140.000,00, o € 150.000,00 per lavori, previa valutazione della convenienza dell'offerta per l'Amministrazione Comunale e, comunque, nel rispetto delle prescrizioni di cui al presente Regolamento.

5. Se oggetto della proposta spontanea di sponsorizzazione riguarda beni mobili o immobili di interesse storico, artistico, archeologico, culturale è necessario il rispetto delle specifiche di cui all'art. 11) del presente regolamento.

#### **Art. 17 Affidamento diretto**

1. Si può procedere all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazione nei seguenti casi:

- a) in caso sia stata esperita infruttuosamente la procedura selettiva;
- 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 € 140.000,00 per servizi e forniture e ad € 150.000,00 per lavori (IVA esclusa) nei casi di cui al precedente art. 14.

In ogni caso, l'affidamento diretto avviene previa valutazione di congruità e di rispondenza alle esigenze di interesse pubblico e previa acquisizione di pareri della Soprintendenza, se si tratta di beni tutelati di cui al D. Lgs. 42/2004 da parte del dirigente procedente.

#### **Art. 18 Sponsorizzazioni plurime.**

1. In generale le sponsorizzazioni non sono effettuate con diritto di esclusiva da parte dello sponsor, e pertanto il Comune di Formia può ricevere più sponsorizzazioni per uno stesso evento od oggetto.

#### **Art. 19 Esclusiva generale dello sponsor.**

1. Il Comune di Formia può definire contratti di sponsorizzazione in esclusiva generale o commerciale 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 del Comune per un determinato periodo di tempo.
- b) **esclusiva commerciale**: con conclusione di più contratti di sponsorizzazione con diversi sponsor, ciascuno individuato come controparte unica per una specifica iniziativa, evento, progetto, o di attività.

3. 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. 20 Contratto di sponsorizzazione**

1. La sponsorizzazione viene regolata da apposito contratto scritto, firmato dalle parti (*sponsor e sponsee*) e costituisce, unitamente alla deliberazione di Giunta municipale e/o la determinazione del dirigente del settore competente la documentazione che regola la sponsorizzazione.

2. Il contratto deve riportare i seguenti elementi essenziali:

- l'oggetto del contratto e i conseguenti obblighi dello *sponsor*, secondo i contenuti dello specifico eventuale "disciplinare (o progetto) di sponsorizzazione";
- gli obblighi delle parti e le modalità di attuazione della sponsorizzazione;
- il valore del corrispettivo della sponsorizzazione;
- la durata del contratto che, di norma, non può essere superiore ad anni cinque, salvo i casi in cui l'entità o la natura della sponsorizzazione rendano necessario un termine maggiore, che andrà comunque motivato;
- l'eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale;

- il diritto dello *sponsor* all'utilizzazione dello spazio pubblicitario;
  - i controlli sull'attività dello *sponsor* e le penali in caso d'inadempimento;
  - la clausola di tutela rispetto alle eventuali inadempienza;
  - la risoluzione del contratto per inadempimento;
  - la competenza del Tribunale di Cassino in caso di controversie;
  - la disciplina delle spese contrattuali;
  - le eventuali garanzie a supporto del rispetto degli obblighi dello *sponsor*;
  - l'obbligo al pagamento dell'imposta sulla pubblicità, se dovuta, nella misura di legge;
  - l'obbligo della rimozione di eventuali installazioni relative alla sponsorizzazione, al termine del contratto, a totale carico dello *sponsor*;
  - altro ritenuto necessario in rapporto alla tipologia della sponsorizzazione.
3. Nel contratto deve essere prevista la facoltà del Comune di Formia 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.
4. Mediante il contratto di sponsorizzazione, sottoscritto dallo *sponsor* e dal dirigente del settore competente si autorizza altresì l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nei documenti di sponsorizzazione.
5. Al termine del rapporto contrattuale, lo *sponsor* è tenuto, con oneri a proprio carico, alla rimozione del messaggio pubblicitario.
6. In caso di risoluzione del contratto, lo *sponsor*, fermo restando il risarcimento di eventuali maggiori danni all'immagine del Comune, è tenuto all'immediata rimozione del messaggio pubblicitario con oneri a proprio carico e a non avvalersi ulteriormente di alcuna delle controprestazioni concordate.
7. Lo *sponsor* è tenuto al puntuale pagamento del corrispettivo pattuito od alla corretta e puntuale erogazione di quanto pattuito anche se non realizza il ritorno pubblicitario sperato.

#### **Art. 21 Atto di mecenatismo**

1. Il sostegno economico o tecnico, offerto o proposto da privati o da enti e soggetti giuridici privi di finalità di lucro, specie ove il ritorno di natura pubblicitaria non costituisca l'oggetto del contratto, l'erogazione costituisca attività istituzionale propria del sovventore e prevalga l'aspetto di un sostanziale contratto a prestazioni economicamente unilaterali, con la prevalenza di profili c.d. di "mecenatismo" da parte dello *Sponsor* che sostanzialmente agisce in condizione di patrocinatore e fuori da un rapporto a prestazioni corrispettive, sono formalizzate con procedure di affidamento diretto, qualunque sia il valore della transazione. In tal caso si deve unicamente verificare che i soggetti realizzatori posseggano i requisiti per contrarre con la Pubblica Amministrazione e/o, in caso di sostegno tecnico, le necessarie qualificazioni tecniche e/o professionali necessarie per la realizzazione dell'intervento/opera /manifestazione.

#### **Art. 22 Esclusioni**

1. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione, oggetto del presente regolamento, tutti i soggetti che non sono in possesso dei requisiti di cui agli artt. 94 e 95 del Codice degli Appalti, nonché quei soggetti privati, ditte, imprese, associazioni o altri organismi che abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria con il Comune e tutti i soggetti che abbiano contratti in essere e nell'ultimo biennio, o che esercitino attività in situazioni di conflitto di interesse con l'attività pubblica.

#### **Art. 23 Facoltà di rifiuto di sponsorizzazioni inaccettabili**

1. L'Amministrazione Comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare 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 o in quanto contraria al buon costume.

2. Sono escluse, in ogni caso, oltre alle sponsorizzazioni aventi ad oggetto pubblicità e/o propaganda di natura politica, sindacale, filosofica e religiosa, quelle di diffusione di messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia e, comunque, quelle ritenute in qualsiasi altro modo in contrasto con la legge o con i regolamenti comunali, contrari al decoro o alla morale pubblica, oppure inaccettabili per motivi di opportunità generale, nonché quelle di promozione di tabacco, prodotti alcolici e uso di sostanze vietate, materiale pornografico o a sfondo sessuale, gioco d'azzardo, medicinali o cure mediche.

3. Sono esclusi i soggetti che nell'esercizio delle proprie attività non rispettino i principi come definiti dalla Risoluzione 2003/16 della Sottocommissione delle Nazioni Unite sulla Promozione e Protezione dei Diritti Umani del 13 agosto 2003 e dalle legislazioni internazionali e nazionali vigenti, e in particolare per il mancato rispetto:

- a) del diritto pari opportunità e a trattamento non discriminatorio (con speciale attenzione alle donne, alle popolazioni indigene e alle minoranze etniche);
- b) del diritto alla sicurezza e alla salute delle persone;
- c) dei diritti dei lavoratori (inclusi specificatamente l'esclusione del lavoro forzato, del lavoro minorile, di salari inferiori ai redditi reali di sussistenza e del mancato rispetto delle legislazioni locali di tutela);
- d) degli assetti istituzionali, delle norme giuridiche e delle prassi amministrative, anche consuetudinari e degli interessi pubblici;
- e) delle politiche sociali, economiche e culturali, della trasparenza e correttezza, dei comportamenti imprenditoriali e pubblici, con particolare riferimento al divieto di pratiche corruttive, delle autorità pubbliche degli Stati con cui i predetti soggetti operano;
- f) degli obblighi riguardanti la tutela dei consumatori (specie in relazione alla qualità e sicurezza dei prodotti, alla trasparenza di etichette e prezzi, alla pubblicità ingannevole, a politiche di dumping, all'impiego di prodotti e processi basati su mutazioni genetiche non sicure ai sensi della vigente normativa);
- g) degli obblighi riguardanti la protezione dell'ambiente (specie in relazione ai danni o minacce alla biodiversità, a processi industriali causa di effetto-serra e distruzione della fascia di ozono, alla distruzione di risorse naturali e a tutti gli inquinamenti chimici);

4. Sono escluse le imprese a qualunque titolo coinvolte nella produzione, commercializzazione, finanziamento e intermediazione di armi di qualunque tipo (compresi i sistemi elettronici e le sostanze chimiche, biologiche e nucleari).

5. La valutazione del mancato rispetto dei suddetti principi è compiuta sulla base di accertamenti recati da sentenze, decisioni, risoluzioni, inchieste, rapporti o altri atti ufficiali di autorità nazionali o internazionali.

6. Non si potranno sottoscrivere contratti di sponsorizzazioni con sponsor che, a seguito di controlli, verseranno in almeno uno dei casi previsti dagli artt. 94 e 95 del Codice degli Appalti.

#### **Art.24 Pagamento del corrispettivo in denaro della sponsorizzazione.**

1. Ove il corrispettivo della sponsorizzazione sia costituito da una somma di denaro, salvo diverso accordo tra le parti, il pagamento del relativo corrispettivo è eseguito, di norma, almeno nella misura del 50% al momento della sottoscrizione del contratto e nella misura del restante 50%, alla conclusione. Il Dirigente in caso di sponsorizzazione inerenti progetti che si articolano su periodi che superano i sei mesi e di somme superiori ai 40.000 € possono concordare delle tempistiche diverse di pagamento, purché il saldo termini in corrispondenza con la fine dell'iniziativa sponsorizzata.

2. Se richiesto dal Comune, a garanzia di detto importo e nel caso di contratti di lungo periodo, lo sponsor deve prestare apposita garanzia fideiussoria per il pagamento del corrispettivo, costituita mediante fideiussione bancaria o polizza assicurativa, contenente le clausole previste di cui l'art.117 del D.Lgs n. 36/2023.

3. Nei casi in cui il contratto preveda il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione a soggetto "terzo", lo sponsor dovrà provvedere a pagare direttamente il fornitore, di norma con le medesime modalità previste nel precedente comma 1), previo nulla-osta dell'Amministrazione Comunale.

4. Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza, ipso jure, del contratto, fatto salvo il diritto di rivalsa dal parte dell'Amministrazione comunale sulle garanzie prestate dallo sponsor, qualora previste nel contratto di sponsorizzazione.

## **CAPO IV DISPOSIZIONI FINALI**

### **Art. 25 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.
2. Le singole fattispecie di sponsorizzazione si configurano come operazione permutativa e trova, quindi, applicazione la disciplina sull'IVA di cui all'art. 11 del DPR 26 ottobre 1972 n. 633 e smi.
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 (operazioni permutative), è fatto obbligo di doppia fatturazione, ovvero di fatturazione dello sponsor al Comune di Formia 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.
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.
7. Nell'applicazione delle disposizioni del suddetto articolo sono fatte salve eventuali esenzioni e agevolazioni previste dalle disposizioni normative.
8. I soggetti che verranno individuati come Sponsor potranno godere di vantaggi fiscali derivati dagli investimenti in contratti di sponsorizzazione previsti dalla normativa vigente.
9. Al fine dell'assolvimento degli oneri relativi alla tracciabilità finanziaria, di cui alla L. n. 136/2010, si fa rinvio alla disciplina in vigore e alle relative linee guida attuative.

### **Art. 26 Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni**

1. Le somme previste nei capitoli di spesa interessati alla sponsorizzazione che risultano non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto, sono considerati risparmi di spesa.
2. I risparmi di spesa di cui al precedente comma 1) possono essere utilizzati per diverse finalità, tra le quali, l'economia di bilancio, restando confermato quanto normato all'art. 79 del CCNL del 16.11.2022, da definirsi previo atto di indirizzo da parte della Giunta Comunale;
3. Il Dirigente competente, con proprio atto e a seguito dell'atto di indirizzo della Giunta Comunale, di cui al precedente punto 2), in sede di avvio della procedura di sponsorizzazione, stabilirà ruoli e responsabilità del personale impiegato nell'iniziativa.
4. In caso di incentivazione del personale dipendente, la ripartizione agli interessati dei proventi di incentivazione assegnati sarà effettuata sulla base della determinazione finale di conclusione dell'iniziativa della sponsorizzazione da parte del dirigente competente.

### **Art.27 Verifiche e controlli**

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del Dirigente 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 comporta la risoluzione del contratto; è fatto salvo il risarcimento del danno.

### **Art.28 Trattamento dei 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, così come aggiornato a seguito del Regolamento UE n. 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 aprile 2016 e in ultimo dall'art. 9 del D.L. 139/2021.
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. 29 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.

### **Art. 30 Controversie**

1. Ogni controversia all'interpretazione, esecuzione o risoluzione del contratto e se non composta da risoluzione consensuale, è sottoposta al competente Foro di Cassino.

### **Art. 31 Entrata in vigore**

1. Per quanto previsto nello Statuto Comunale, il presente regolamento entra in vigore decorsi 30 giorni dalla pubblicazione all'albo on-line del Comune di Formia, affissione che segue l'intervenuta esecutività della delibera consiliare di adozione dello stesso.
2. Sono abrogate le norme dei regolamenti comunali e degli atti aventi natura regolamentare che risultino in contrasto con quanto disposto dal presente Regolamento.