DISCIPLINA DELLE SPONSORIZZAZIONI

IN FAVORE DELL'AMMINISTRAZIONE COMUNALE

REGOLAMENTO

Redatto in data: 18 novembre 2024	**SERVIZIO PATRIMONIO**

INDICE

Art. 1 - Oggetto e finalità

Art. 2 – Definizioni

Art. 3 - Contenuti delle sponsorizzazioni

Art. 4 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

Art. 5 - Corrispettivo

Art. 6 - Lavori, servizi e forniture realizzati a cura e spese dello sponsor

Art. 7 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

Art. 8 - Criteri di aggiudicazione

Art. 9 - Offerta di sponsorizzazione

Art. 10 - Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor

Art. 11 - Contratto di sponsorizzazione

Art. 12 - Garanzie

Art. 13 – Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

Art. 14 - Adempimenti contabili e fiscali

Art. 15 - Rifiuto ed esclusione di sponsorizzazioni

Art. 16 – Trattamento dei dati personali

Art. 17 - Verifiche e controlli

Art. 18 - Riserva organizzativa e agenzie specializzate

Art. 19 - Appropriazione indebita

Art. 20 - Norma di rinvio

Art. 21 - Entrata in vigore

ART. 1 - OGGETTO E FINALITÀ

1. Il presente regolamento è adottato in attuazione dell'art. 43 della legge 27 dicembre 1997, n. 449, dell'art. 119 del D. lgs. 18 agosto 2000 n. 267 e ss.mm.ii, dell'art. 120 del D.lgs. 22 gennaio 2004, n. 42, degli articoli 8 e 134 del D. lgs. 36/2023 e ss.mm.ii, del CCNL del 16 novembre 2022 relativo al triennio 2019/2021, disciplina le condizioni e le modalità operative per la sponsorizzazione di lavori, servizi e forniture in favore dell'Amministrazione comunale.
   Infatti le caratteristiche della sponsorizzazione della pubblica amministrazione determina alcune peculiarità nelle modalità in cui è possibile strutturare il contratto di sponsorizzazione quando essa ne è parte. Secondo l'art. 1, comma 1bis della legge 241/90, la pubblica Amministrazione, al fine di realizzare i propri compiti istituzionali ovvero la cura concreta degli interessi pubblici, può utilizzare non solo i poteri autoritativi previsti dalla legge ma anche strumenti di diritto privato, come qualsiasi privato soggetto.

2. L'Amministrazione Comunale ricorre alla sponsorizzazione al fine di ottenere miglioramenti della qualità dei servizi erogati, supportare la realizzazione di opere e servizi, favorire iniziative di innovazione ed ottimizzare la spesa.

3. Il ricorso alla sponsorizzazione è ammissibile a condizione che si conformi ai seguenti principi generali:

   a) perseguimento di interessi pubblici;
   b) esclusione di forme di conflitto d'interesse tra attività pubblica e privata;
   c) risparmi di spesa rispetto agli stanziamenti disposti, sia mediante la realizzazione di economie di spesa sulle poste iscritte in bilancio, sia attraverso il finanziamento di lavori, servizi e forniture che non trovano copertura finanziaria ordinaria.

E' fatto salvo il Regolamento per l'applicazione del Decreto Legislativo n. 507/1993 e ss.mm.ii. recante la disciplina dell'imposta sulla pubblicità e del servizio delle pubbliche affissioni, nell'ambito del Piano Generale degli Impianti Pubblicitari e Pubbliche Affissioni vigente e applicato per tutto il territorio comunale.

ART. 2 – DEFINIZIONI

1. Ai fini del presente regolamento si intende:

   a) per "contratto di sponsorizzazione": un contratto atipico, a titolo oneroso ed a prestazioni corrispettive, mediante il quale un soggetto (detto sponsor) si obbliga a versare in tutto o in parte un corrispettivo in denaro ovvero ad eseguire lavori in tutto o in parte ovvero a

fornire in tutto o in parte beni o servizi in favore dell'Amministrazione Comunale (detto sponsee) che a sua volta si obbliga, nell'ambito delle proprie iniziative, eventi, progetti e contratti, a diffondere il nome dello sponsor tramite veicolazione del nome, del marchio, del logo o prodotti, i servizi e simili nei modi previsti dal contratto, in appositi e predefiniti spazi pubblicitari ovvero mediante la concessione della denominazione di un impianto sportivo comunale per tutta la durata del rapporto di sponsorizzazione;

b) per "sponsorizzazione": ogni prestazione di denaro o di lavori o di servizi o forniture provenienti da terzi allo scopo di promuovere il nome, ragione sociale, marchio, attività, prodotto o altro messaggio concordato;

c) per "sponsor": il soggetto che intenda stipulare un accordo o contratto di sponsorizzazione;

d) per "sponsee" il soggetto sponsorizzato, cioè l'Amministrazione Comunale;

e) per "spazio pubblicitario": lo spazio fisico o ogni altro supporto di veicolazione delle informazioni messe a disposizione dall'Amministrazione Comunale utilizzato per promuovere l'immagine dello sponsor, secondo le modalità, i criteri e la disciplina di cui al presente Regolamento nonché alla normativa di settore ivi compreso il Regolamento comunale della Pubblicità ed eventuali sue successive integrazioni e/o modificazioni.

ART. 3 - CONTENUTI DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. Gli accordi e/o i contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati, pubblici, istituzioni e associazioni senza fini di lucro formalmente costituite, ove ciò sia consentito dalle discipline di settore, per ottenere maggiori risorse finanziarie e/o per realizzare o acquisire a titolo gratuito interventi, servizi, prestazioni, beni o attività inseriti nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio dell'Ente, come di seguito elencati:

    a) realizzazione di progetti o eventi sportivi, culturali, sociali e di promozione turistica;

    b) realizzazione di lavori pubblici, servizi e forniture, la cui esecuzione rientri nelle competenze del Comune di Mesagne;

    c) manutenzione, restauro di edifici e/o beni culturali secondo la disciplina di cui al D.Lgs 42/2004 e ss.mm.ii. e al D.Lgs 36/2023;

    d) esecuzione di scavi e sondaggi archeologici;

e) programmazione, progettazione ed esecuzione di iniziative e di OO.PP;

f) manutenzione di aree a verde appartenenti al patrimonio comunale e/o la gestione di servizi ad esse collegati e/o realizzazione di interventi di sistemazione a verde o in materia di arredo urbano;

g) ogni altra attività di interesse pubblico;

i) possibilità di intervenire in applicazione a quanto previsto dalla L.106 del 29.07.2014 cosiddetto Art. Bonus;

f) erogazioni liberali, attraverso deposito presso la Tesoreria Comunale, per l'organizzazione di manifestazioni ed eventi promosso dall'A.C. e/ o comunque condiviso dall'Ente.

ART. 4 – INDIVIDUAZIONE DELLE INZIATIVE DI SPONSORIZZAZIONE

1. Le iniziative di sponsorizzazione sono definite dalla Giunta Comunale nell'ambito del "P.I.A.O. - Piano Integrato di Attività ed Organizzazione". La Giunta può comunque approvate nel corso dell'anno, con proprio provvedimento, ulteriori iniziative o formulare indirizzi specifici ai dirigenti competenti.

2. Le fasi attuative e gestionali sono di competenza del dirigente del servizio interessato, che vi provvede in base al presente regolamento.

3. Nell'ambito del "P.I.A.O." della deliberazione della Giunta Comunale possono essere individuate le somme minime dell'offerta di sponsorizzazione in riferimento agli spazi pubblicitari messi a disposizione.

4. Le sponsorizzazioni potranno essere altresì connesse, previa valutazione dell'Ufficio Tecnico Comunale, in ordine alla congruità e fattibilità anche rispetto alla manutenzione di aiuole e verde pubblico con compensazione su eventuali canoni a favore dell'ente o in alternativa con apposizione di targhette indicante lo Sponsor.

5. L'istanza dovrà essere trasmessa preventivamente all'Ufficio Tecnico Comunale per l'istruttoria di competenza, l'autorizzazione sarà rilasciata dall'Ufficio Patrimonio.

6. La validità delle sponsorizzazioni non potrà essere superiore a tre anni.

ART. 5 – CORRISPETTIVO

1. Il corrispettivo offerto dallo sponsor può consistere:

    a. in tutto o in parte, in una somma di denaro;

    b. prestazioni, servizi, lavori o forniture acquisiti o realizzati in tutto o in parte a cura e spese dello sponsor, anche tramite soggetti da lui individuati in possesso dei requisiti richiesti dalla specifica normativa di settore cui si riferisce il contratto.

ART. 6 - LAVORI, SERVIZI E FORNITURE REALIZZATI A CURA E SPESE DELLO SPONSOR

1. Lo sponsor che effettua direttamente la progettazione ed esecuzione di lavori, servizi e forniture quale corrispettivo parziale o totale delle sponsorizzazioni, o i soggetti eventualmente individuati dallo stesso quali progettisti o esecutori, devono possedere i requisiti di partecipazione e di qualificazione, prescritti dal D.Lgs 36/2023, in relazione allo specifico oggetto del contratto.

2. L'Amministrazione Comunale impartisce le prescrizioni opportune in ordine alla progettazione, nonché alla direzione ed esecuzione del contratto ed esercita i poteri di sorveglianza, al fine di garantire il rispetto del contratto e della normativa vigente.

3. Compete all'Amministrazione Comunale l'approvazione dei livelli di progettazione eventualmente richiesti, dei collaudi (ivi compresi quelli in corso d'opera) nonché la Direzione dei lavori e la vigilanza dell'esecuzione del contratto.

4. Gli interventi relativi ai beni culturali sono soggetti alla specifica disciplina di settore, di cui al D.Lgs 42/2004 e ss.mm.ii. e del D.Lgs 36/2023.

ART. 7 – PROCEDURA DI SONSORIZZAZIONE E SCELTA DELLO SPONSOR

1. La scelta dello sponsor è effettuata nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, trasparenza, parità trattamento e proporzionalità.

2. L'Amministrazione Comunale si avvale di tutti gli strumenti comunicativi e relazionali che, in base all'oggetto della sponsorizzazione, appaiano più idonei a stimolare l'interesse e il confronto tra i potenziali concorrenti.

3. Ferme restando eventuali specifiche discipline di settore, lo sponsor è individuato, di norma, all'esito di una procedura comparativa aperta o negoziata con invito ad almeno cinque operatori, se compatibile con l'oggetto del contratto. Al fine di individuare i concorrenti e aumentare le potenzialità attrattive dell'iniziativa, il dirigente del servizio competente può procedere mediante avviso pubblicato per almeno 30 gg. all'Albo Pretorio e nel sito internet dell'Ente. E'facoltà dell'Amministrazione Comunale effettuare ulteriori forme di pubblicità anche in relazione al valore e alla tipologia della sponsorizzazione;

4. L'avviso deve contenere l'indicazione degli interventi in relazione ai quali l'Amministrazione Comunale intende pervenire alla stipula dell'avviso o contratto di sponsorizzazione, in particolare:

   a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti del progetto di sponsorizzazione;

   b) le modalità di promozione dello sponsor, l'indicazione dell'eventuale spazio per la veicolazione dell'immagine del privato e la durata del periodo di suo utilizzo ovvero l'indicazione della concessione di denominazione dell'impianto sportivo comunale e la durata;

   c) i requisiti dei partecipanti e degli eventuali esecutori del contratto individuati dallo sponsor;

   d) l'eventuale diritto di esclusiva;

   e) l'importo minimo eventualmente richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;

   f) i criteri per la valutazione delle proposte e l'eventualità di co-sponsorizzazione;

   g) le modalità ed i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione;

   h) eventuali indicazioni e prescrizioni in ordine alla progettazione, nonché alla direzione ed esecuzione del contratto;

   i) il diritto di rifiutare o escludere l'offerta;

   l) eventuali garanzie a copertura per la corretta esecuzione del contratto.

5. L'affidamento potrà avvenire anche in presenza di una sola proposta presentata.

ART. 8 CRITERI DI AGGIUDICAZIONE

1. Sono ammesse sponsorizzazioni plurime di uno o più interventi, lavori, servizi o forniture. Nell'ipotesi di offerte concorrenti e non configgenti, l'Amministrazione Comunale favorisce le cosponsorizzazioni.

2. Qualora non sia possibile la sponsorizzazione plurima dell'iniziativa, il contratto è aggiudicato, di norma, in base ai seguenti criteri:

    a) maggiore valore economico offerto dal privato in termini di denaro o di prestazione;

    b) offerta economicamente più vantaggiosa, valutabile in base ad elementi economici e qualitativi individuati dal dirigente nell'avviso o nella lettera di invito, quali, a titolo meramente esemplificativo, i profili tecnici della proposta, le caratteristiche estetiche, la qualità dello sponsor in termini di fiducia e immagine, il termine di realizzazione, di consegna o di esecuzione, il valore economico della sponsorizzazione, la durata.

3. I partecipanti alla procedura per l'affidamento di sponsorizzazioni non hanno diritto ad alcun rimborso spese.

4. Qualora a seguito delle procedure di cui all'art. 7 non sia stata presentata nessuna offerta o nessuna offerta valida o ritenuta appropriata, il dirigente può procedere all'affidamento diretto della sponsorizzazione, previa verifica dei requisiti richiesti e previa valutazione della congruità e convenienza della proposta.

5. L'applicazione del seguente articolo si attua per importi superiori ad € 40.000,00; per importi inferiori si fa riferimento all'art. 10 del presente regolamento.

6. In casi eccezionali di particolare rilevanza e urgenza debitamente motivati, le proposte di sponsorizzazione in deroga al presente articolo potranno essere valutate e autorizzate dalla Giunta Comunale.

ART. 9 - OFFERTA DI SPONSORIZZAZIONE

1. L'offerta, redatta secondo le modalità ed i termini richiesti dall'Amministrazione Comunale nell'avviso o nella lettera d'invito, deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica:

    a) l'oggetto della sponsorizzazione;

b) il corrispettivo e la sua quantificazione;

c) il nome, il logo, il marchio, prodotto che si intende pubblicizzare e le modalità di promozione dello sponsor;

d) l'accettazione delle condizioni richieste dall'Ente nonché l'assunzione degli obblighi e responsabilità connesse alla sponsorizzazione;

e) il possesso dei requisiti soggettivi e oggettivi di partecipazione secondo le formalità e modalità richieste, nell'avviso o nella lettera d'invito, dall'Amministrazione Comunale.

2. L'offerta deve, inoltre, contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni.

3. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal dirigente competente che approva il progetto di sponsorizzazione o da apposita Commissione, nel rispetto dei criteri e delle modalità definiti dall'Amministrazione Comunale nell'avviso o nella lettera di invito.

4. La procedura di scelta dello sponsor è aggiudicata dal dirigente competente previa verifica dei requisiti soggettivi e oggettivi di partecipazione richiesti nell'avviso o nella lettera d'invito.

ART. 10 – RECEPIMENTO DI PROPOSTE SPONTANEE DI POTENZIALI SPONSOR

1. Fermo restando quanto previsto dagli articoli precedenti, l'Amministrazione Comunale può recepire proposte d'interesse pubblico e conveniente per l'Ente, da parte di soggetti privati ed altri che intendano assumere la veste di sponsor per la realizzazione di progetti, eventi, prestazioni, lavori, servizi e forniture.

2. Le proposte devono contenere l'oggetto della sponsorizzazione, il valore del corrispettivo, le forme di veicolazione pubblicitaria e l'eventuale richiesta di diritto di esclusiva.

3. L'Amministrazione Comunale valuta la proposta e se la ritiene d'interesse pubblico garantisce adeguate forme di pubblicità, ai sensi dell'art. 7, al fine di acquisire eventuali ulteriori offerte. Qualora non sia possibile la sponsorizzazione plurima, il contratto è aggiudicato in base a criteri di cui all'art. 8.

4. Il dirigente competente ha facoltà di procedere motivatamente all'affidamento diretto del contratto, previa verifica dei requisiti necessari e della congruità dell'offerta spontanea sotto il

profilo tecnico ed economico, qualora il valore della prestazione dello sponsor sia inferiore ad € 40.000,00.

ART. 11 - ACCORDO O CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito accordo o contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:

   a) l'oggetto della sponsorizzazione;

   b) le modalità di promozione dello sponsor;

   c) le forme di veicolazione previste e il diritto dello sponsor alla utilizzazione, anche non esclusiva, dello spazio pubblicitario;

   d) la durata della sponsorizzazione;

   e) il valore o corrispettivo;

   f) gli obblighi reciproci, la responsabilità, le eventuali garanzie richieste garanzie a copertura della corretta esecuzione del contratto;

   g) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze;

   h) le possibili cause di risoluzione del contratto ed i loro effetti;

   i) il termine della rimozione del messaggio pubblicitario con oneri a carico del privato;

   j) eventuali prescrizioni in ordine alla progettazione, nonché alla direzione ed esecuzione del contratto;

   k) eventuale divieto di cessione del contratto e dello spazio pubblicitario ovvero della concessione di denominazione dell'impianto sportivo comunale;

   l) specifiche clausole inerenti l'uso dei segni distintivi dello sponsor (marchio, logo ecc) secondo la normativa vigente;

   m) l'indicazione del foro competente per la risoluzione delle controversie;

n) eventuali oneri relativi a imposte e canoni, spese di bollo, di registrazione e di contratto, che dovranno essere posti a carico dello sponsor;

2. L'accordo o il contratto di sponsorizzazione deve prevedere clausole inerenti la tutela dei marchi, con specificazione dell'utilizzo dei loghi e dei segni distintivi dello sponsor nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.

3. L'Amministrazione può definire nel contratto di sponsorizzazione specifiche clausole relative all'utilizzo dei propri segni distintivi e della propria immagine.

4. L'Accordo o il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal dirigente competente. Con detto contratto viene anche concesso il cambio di denominazione dell'impianto sportivo comunale per tutta la durata del rapporto di sponsorizzazione ovvero l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel progetto, su conforme parere delle Ripartizioni competenti, e fermo restando a carico del privato, l'acquisizione di eventuali autorizzazioni e gli obblighi tributari se dovuti, previsti dalla normativa vigente, secondo le modalità, i criteri e la disciplina di cui alla normativa di settore ivi compreso il Regolamento comunale della Pubblicità, Regolamento per l'applicazione dell'imposta della Pubblicità e delle pubbliche affissioni, Regolamento Tosap, ed eventuali loro successive integrazioni e/o modificazioni.

5. In caso di operazione tipo Baratto, si assume quale controvalore monetario del contratto il valore di mercato della fornitura dei beni dei servizi o dei lavori effettuati dallo sponsor.

ART. 12 - GARANZIE

1. Salvo diversa e specifica disciplina di settore, a tutela della corretta esecuzione del rapporto, l'Amministrazione Comunale in relazione al valore e all'oggetto del contratto può chiedere, in sede di avviso o lettera di invito, idonea garanzia da prestare, prima della sottoscrizione del contratto stesso.

ART. 13 - UTILIZZO DEI RISPARMI DI SPESA DERIVANTI DALLE SPONSORIZZAZIONI

1. Sono considerati risparmi di spesa le risorse finanziarie di spesa corrente, assegnate con il Piano esecutivo di Gestione, riconducibili nei capitoli interessati alla sponsorizzazione, che risultano non utilizzati a seguito della stipula di un contratto di sponsorizzazione.

2. I risparmi di spesa di cui al comma 1 possono essere utilizzati per le seguenti finalità:

   a) destinate al finanziamento di altre iniziative, anche non preventivamente programmate, secondo le destinazioni della Giunta Municipale e/o degli organi competenti, sulla eventuale base di proposte dei Dirigenti responsabili delle strutture che hanno acquisito risorse tramite le sponsorizzazioni; (sono fatte salve le prerogative del Consiglio Comunale nel caso si ravvisi la necessità di apportare modifiche significative ai capitoli di bilancio).

   b) la restante parte di risparmi di spesa costituisce economia di bilancio.

ART. 14 - ADEMPIMENTI CONTABILI E FISCALI

1. Le iniziative di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale sulle imposte dirette, per quanto applicabile, sulle imposte indirette e sui tributi locali, alla cui disciplina si rinvia.

2. Ai fini dell'IVA, il valore della fatturazione per la sponsorizzazione equivale al corrispettivo indicato nel contratto tra sponsor e sponsee.

3. Il valore della fatturazione per la "sponsorizzazione" può coincidere con l'intero stanziamento previsto in bilancio per la specifica iniziativa o con una quota dello stesso, in relazione alla totale o parziale copertura, mediante sponsorizzazione, dei risultati del capitolo interessato.

4. Qualora la sponsorizzazione preveda, quale corrispettivo della stessa, la fornitura di beni o servizi o lavori da parte dello sponsor, si configura come operazione permutativa ai sensi dell'art. 11 del D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633 e ss.mm.ii.

5. Allo sponsor compete il pagamento delle somme dovute a titolo di imposta comunale sulla pubblicità, tassa per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche ed altri tributi di competenza comunale.

ART. 15 - RIFIUTO ED ESCLUSIONE DI SPONSORIZZAZIONI

1. Il Comune di Mesagne, per il tramite della Giunta Comunale e/o del Consiglio Comunale qualora se ne ravvisi la competenza, con insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare le offerte di sponsorizzazione, specificando nell'avviso o lettera d'invito tale possibilità, qualora:

   a) ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;

b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;

c) ravvisi interventi non conformi alle discipline normative vigenti;

d) ravvisi interventi che non rispettano le norme di sicurezza di cui al D. Lgs. 81/08 e ss.mm.ii.;

2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:

a) propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;

b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;

c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia;

d) la veicolazione pubblicitaria di un marchio, un logo o un messaggio con contenuti non conformi a quanto previsto dalle norme in materia di pubblicità.

L'Amministrazione Comunale a suo insindacabile giudiziosi riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine ed alle proprie iniziative:

- Sono esclusi i soggetti che:
- non sono in possesso dei requisiti di cui al D.Lgs. 36/2023;
- si trovano in condizione di incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione comunale;
- abbiano in atto controversie di natura legale p giudiziaria con l'amministrazione comunale.

ART. 16 - TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste.

2. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti ai sensi del D.Lgs 196/2003 e successive modifiche ed integrazioni.

3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune, in persona del Dirigente competente alla gestione del contratto di sponsorizzazione, che può nominare uno o più responsabili del

trattamento in conformità alla legge citata ed alla disciplina interna prevista in materia di trattamento dei dati personali.

4. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici tenuti alla applicazione del presente regolamento.

5. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento, fornendo apposita informativa ai diretti interessati, i quali dovranno sottoscrivere espressa accettazione.

ART. 17 - VERIFICHE E CONTROLLI

1. Le "sponsorizzazioni" sono soggette alle verifiche da parte del Dirigente comunale competente per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti.

2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor. La notifica e la eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

ART. 18 - RISERVA ORGANIZZATIVA E AGENZIE SPECIALIZZATE

1. La gestione delle sponsorizzazioni è di norma effettuata direttamente dall'Amministrazione comunale secondo la disciplina del presente regolamento.

2. E' facoltà dell'Amministrazione comunale prevedere forme di coordinamento organizzativo che assicurino uniformità gestionale delle procedure di sponsorizzazione.

3. È facoltà dell'Amministrazione comunale formulare indirizzi per l'individuazione di soggetti esterni specializzati nel campo pubblicitario o nella raccolta di fondi, qualora ritenga tale modalità più opportuna e conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale per il reperimento delle sponsorizzazioni.

4. In tale eventualità, il soggetto esterno è scelto nel rispetto della normativa vigente.

ART. 19 - APPROPRIAZIONE INDEBITA

1. L'Amministrazione Comunale rimane sollevata da qualunque responsabilità nei confronti dello sponsor che abbia procurato delitto di appropriazione indebita ex art. 646 c.p., reato perpetrato da chiunque, per procurare a sé o ad altri un ingiusto profitto, che si appropri di denaro o della cosa mobile altrui, della quale abbia, a qualsiasi titolo, il possesso.

ART. - 20 NORMA DI RINVIO

1. Per quanto non espressamente previsto nel presente regolamento, le procedure in materia di sponsorizzazioni si espletano nel rispetto delle disposizioni sul procedimento amministrativo di cui alla legge 7 agosto 1990, n. 241 e ss.mm.ii. e delle disposizioni stabilite dal Codice Civile.

2. Restano ferme specifiche discipline di settore ed eventuali divieti di sponsorizzazione ivi contenuti.

ART. 21 - ENTRATA IN VIGORE

1. Il presente Regolamento entra in vigore ad intervenuta esecutività della deliberazione di approvazione. ----------