



COMUNE DI SAONARA

Provincia di Padova

Piazza M. Borgato Soti, 11

REGOLAMENTO SULLA DISCIPLINA DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE E DEGLI ACCORDI DI COLLABORAZIONE

Approvato con Delibera di Consiglio Comunale n. 27 del 23.07.2008

Sommario

ART.1 - FINALITÀ	3
ART.2 - AMBITO D'APPLICAZIONE	3
ART.3 - DEFINIZIONE	3
ART.4 - CONTENUTO	4
ART.5 - VINCOLI	6
ART.6 - INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE DI SPONSORIZZAZIONE	6
ART.7 - INIZIATIVA DIRETTA O PER AZIONE DI TERZI	6
ART.8 - PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE AD INIZIATIVA DIRETTA DEL COMUNE	7
ART.9 - CRITERI DI SELEZIONE	7
ART.10 - CONTENUTI DELL'OFFERTA	8
ART.11 - ESAME E VALUTAZIONE DELLE OFFERTE.	9
ART.12 - DIRITTO DI RIFIUTO	9
ART.13 – AFFIDAMENTO DELL'INCARICO	9
ART.14 - PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE SU AZIONE DI TERZI	9
ART.15 - IL NEGOZIO UNILATERALE	10
ART.16 - IL COMUNE QUALE SPONSOR	10
ART.17 - LE FIGURE DELLO SPONSOR E DEL COLLABORATORE ISTITUZIONALE	10
ART.18 - PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE TRAMITE AFFIDAMENTO INCARICO DI RICERCA SPONSOR	10
ART.19 - ASPETTI CONTABILI E FISCALI	11
ART.20 - SORVEGLIANZA E VIGILANZA SULLE OPERE PUBBLICHE	12
ART.21 - VERIFICHE E CONTROLLI	13
ART.22 - DIVIETI	13
ART.23 - RINVIO	13
ART. 24 - TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI	14
ART.25 - DISPOSIZIONI FINALI	14

ART. 1 - FINALITÀ

1. Il presente regolamento disciplina le attività gestionali di sponsorizzazione che il Comune di SAONARA attiva in attuazione dell'art.43, della Legge 27 dicembre 1997, n.449, e dell'articolo 119, del Decreto Legislativo 18 agosto 2000, n.267.

2. Al fine di favorire **l'innovazione** dell'organizzazione amministrativa e di realizzare maggiori **economie**, nonché una migliore **qualità** dei servizi prestati alla collettività, l'Ente comunale può stipulare **contratti di sponsorizzazione** ed **accordi di collaborazione** con soggetti privati ed associazioni, costituite con atto notarile.

3. Il presente regolamento ha lo scopo di realizzare le condizioni e gli strumenti normativi necessari per una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione nel rispetto di criteri d'efficienza, efficacia e trasparenza.

4. Con il termine sponsorizzazione si intende quella forma di **pubblicità con la quale l'impresa/ associazione mira**, non a decantare i propri prodotti invitando direttamente i consumatori all'acquisto, **ma a diffondere il proprio marchio**.

5. E' criterio preminente di lettura e di interpretazione delle disposizioni regolamentari che seguono, quello della peculiare atipicità e novità degli istituti contrattuali considerati, pertanto le specifiche disposizioni inerenti le attività contrattuali degli Enti Pubblici richiamate vengono adottate, di volta in volta, in base alla specialità dei rapporti di seguito disciplinati.

ART. 2 - AMBITO D'APPLICAZIONE

1. Le iniziative di sponsorizzazione del Comune di SAONARA sono realizzate tramite la stipula di contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione con soggetti privati ed associazioni, senza fini di lucro, costituite con atto notarile.

2. Il Comune può assumere, nell'ambito di un'iniziativa di sponsorizzazione, sia la posizione di *sponsee* allo scopo di realizzare un beneficio in termini di maggiori entrate per l'Ente o di minori costi connessi alle iniziative attivate, sia in posizione di *sponsor* qualora ritenga fondamentale la divulgazione della propria immagine in relazione all'organizzazione e alla gestione, da parte di un soggetto privato, di un evento significativo e rilevante in termini di interesse pubblico, con le modalità e i principi descritti nel successivo art.16.

ART. 3 - DEFINIZIONE

1. Ai fini del presente regolamento si intende:

- a) Per **sponsorizzazione**: ogni contributo che può consistere tanto in una somma di denaro, quanto nella fornitura di beni o nella prestazione di servizi o altre utilità provenienti da terzi o messi a disposizione a favore di terzi, allo scopo di promuovere il nome, il logo, i marchi, i prodotti del soggetto di volta in volta denominato *sponsor*;
- b) Per **contratto di sponsorizzazione**: un contratto atipico e bilaterale mediante il quale una parte si impegna, nell'ambito delle proprie iniziative, a diffondere, tramite prestazioni di veicolazione, il nome, il logo, i marchi, i prodotti o altri messaggi di un soggetto terzo che si obbliga a fornire una determinata prestazione, costituita da una somma di denaro ovvero da forniture di beni e/o servizi prestati dallo sponsor quale corrispettivo.
- c) Per **accordo di collaborazione** : uno strumento negoziale bilaterale o plurilaterale mediante il quale vengono regolati le follue e modalità di coinvolgimento delle parti nella ideazione e/o realizzazione di iniziative concertate o di interesse comune;
- d) Per **sponsor**: il soggetto, parte del contratto di sponsorizzazione, che si assume l'obbligo di corrispondere una determinata prestazione a favore della controparte contrattuale in cambio della veicolazione del proprio nome nell'ambito di una iniziativa attuata dallo *sponsee* al fine di incrementare la propria notorietà e la propria immagine presso il pubblico;
- e) e. Per **sponsee**: il soggetto, parte del contratto di sponsorizzazione, che si obbliga, verso un determinato corrispettivo, ad associare alla propria attività il nome o un segno distintivo dello *sponsor*.

ART. 4 - CONTENUTO

1. Il ricorso al contratto di sponsorizzazione e/o di collaborazione può riguardare tutte le iniziative, le attività, i beni, i servizi e le opere pubbliche inserite nella programmazione dell'Ente.

2. Il contratto di sponsorizzazione può avere ad oggetto:

- a. la fornitura del materiale/attrezzature;
- b. la gestione di un'opera/area;
- c. la realizzazione di un'opera o lavoro;
- d. la fornitura di una prestazione di servizio o di un bene;
- e. la fornitura di un contributo in denaro: a tal fine sarà individuato un apposito capitolo di bilancio in entrata sul quale riversare le relative somme utilizzate esclusivamente ai fini prefissati nei contratti di sponsorizzazione.

3. La sponsorizzazione può realizzarsi, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, attraverso le seguenti iniziative:

- a. concessione a terzi dell'utilizzo del logo e dei marchi del Comune allo scopo di sfruttare il valore commerciale che gli stessi possono assumere;
- b. sponsorizzazione di eventi sportivi, culturali, sociali;
- c. utilizzo a fini pubblicitari di spazi all'interno del Comune (es. bacheche, ascensori, sale riunioni, impianti sportivi, androni, coperture con teli di opere e/o lavori ecc...);
- d. utilizzo ai fini pubblicitari di spazi su documentazione del Comune (buoni mensa, cedolini stipendi, bollette, carta intestata, buste, sito *internet*, ecc...);
- e. fornitura di beni con particolare riferimento ad attrezzature informatiche di vario genere, sia *hardware* che *software* con/senza prestazioni di servizio;
- f. alla fornitura di arredo urbano compreso l'acquisto di mezzi per la gestione dello stesso, ecc...;
- g. attività di progettazione, direzione lavori, esecuzione di opere pubbliche;
- h. bollettazione;
- i. la realizzazione di mostre, concerti e spettacoli;
- j. la realizzazione di siti *internet*,
- k. la gestione di sportelli informagiovani, marketing e promozione territoriale;
- l. l'acquisto di mezzi di trasporto pubblico, la realizzazione di impianti sportivi;
- m. ad attività di miglioramento dell'assetto urbano;
- n. ad attività inerenti il servizio di Verde Pubblico e di Arredo Urbano (manutenzione aree verdi, abbellimento rotatorie o aiuole spartitraffico ecc);
- o. ad attività inerenti la Protezione Civile ed i Lavori Pubblici;
- p. il restauro di beni architettonici e monumentali, il recupero di opere d'arte e/o archivi storici;
- q. attività di comunicazione istituzionale attraverso i mezzi di comunicazione di massa, l'assistenza agli uffici di *staff* e l'ufficio stampa, la realizzazione di periodici e programma televisivi;
- r. fornitura di veicoli per i servizi Comunali;
- s. Installazione di cartelloni a messaggi variabili, bacheche, impianti pubblicitari, necrologi ecc, su aree pubbliche;
- t. ad ogni altra attività di rilevante interesse pubblico (residualmente).

ART. 5 - VINCOLI

1. Le iniziative supportate tramite sponsorizzazione sono soggette ai seguenti vincoli di buona amministrazione:

- a. devono essere dirette al perseguimento di interessi pubblici;
- b. devono escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
- c. devono essere consone e compatibili alla natura istituzionale del Comune e garantire la posizione di neutralità del medesimo;
- d. devono produrre risparmi di spesa o acquisizione di entrate.

2. Gli strumenti di attuazione delle sponsorizzazioni non devono essere in contrasto con prescrizioni di legge o regolamenti.

ART.6 - INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE DI SPONSORIZZAZIONE

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati ai Responsabili di Posizione organizzativa e approvate dalla Giunta Comunale. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può formulare indirizzi specifici al Responsabile di P.O. per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base al presente Regolamento.

2. Il Capo Settore provvederà ad elaborare i programmi e i progetti per i quali si può fare ricorso ai contratti di sponsorizzazione, nonché la loro quantificazione economico-finanziaria necessaria.

ART.7 - INIZIATIVA DIRETTA O PER AZIONE DI TERZI

1. La gestione delle sponsorizzazioni nelle quali il Comune assume la qualifica di *sponsee*, è effettuata direttamente dalla Amministrazione comunale secondo la disciplina del presente regolamento.

2. La sponsorizzazione può avere origine:

- a. ad iniziativa del Comune attraverso la pubblicazione di un avviso pubblico;
- b. ad iniziativa di soggetti privati ed associazioni, senza fini di lucro, costituite con atto notarile.

3. I soggetti, a titolo esemplificativo enti pubblici e privati, società, imprese individuali, associazioni, fondazioni, cittadini, con i quali è possibile attivare i contratti di sponsorizzazione e/o collaborazione possono essere tutti quelli che in relazione alla loro attività si occupano di problematiche che escludono ogni forma di conflitto di interesse con l'attività pubblica.

ART.8 - PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE AD INIZIATIVA DIRETTA DEL COMUNE

1. Il Capo Settore, in relazione a singoli progetti, in funzione della entità delle esigenze e delle finalità da perseguire, pubblica un bando, eventualmente indicando a priori le categorie di soggetti da interessare, attraverso il quale invita gli stessi soggetti alla stipula di contratti di sponsorizzazione e/o collaborazione.

2. All'avviso è data pubblicità mediante pubblicazione all'Albo Pretorio, e mediante altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.

3. L'avviso contiene, in particolare, i seguenti elementi:

- a. l'oggetto del contratto e i conseguenti obblighi dello *sponsor*, secondo i contenuti dello specifico progetto di sponsorizzazione;
- b. gli obiettivi che si mira con il contratto di sponsorizzazione;
- c. le potenzialità di *marketing* che l'iniziativa sponsorizzata può creare a favore dello sponsor;
- d. le obbligazioni che lo *sponsee* garantisce allo *sponsor* in termini di pubblicità dell'iniziativa supportata dallo stesso (modalità di utilizzazione del marchio e di presenza del logo dello *sponsor* sul materiale di propaganda, cc.);
- e. il limite dello sfruttamento dell'immagine dello *sponsor* a fini pubblicitari;
- f. la previsione di eventuali *benefit* e di eventuali diritti di esclusiva;
- g. il valore della garanzia per l'adempimento degli obblighi contrattuali;
- h. le modalità e i termini di presentazione delle offerte di sponsorizzazione;
- i. le modalità e i criteri di valutazione delle offerte di sponsorizzazione;
- j. le modalità di stipula del contratto;
- k. la durata e il valore del contratto;
- l. eventuali sanzioni in caso di inadempienza;
- m. disciplina di eventuali contenziosi e cause di recesso.

ART.9 - CRITERI DI SELEZIONE

1. Per ogni bando saranno fissati i criteri di selezione che dovranno rispondere di norma ai seguenti principi generali:

- a. il contratto sarà stipulato con la Ditta/ associazione che avrà presentato l'offerta economica più vantaggiosa secondo parametri predefiniti in fase di redazione del bando;

- b. nel caso che più Ditte offrano il totale di quanto richiesto, il contratto riguarderà le stesse Ditte in maniera paritetica, previo assenso delle stesse. In tal caso, l'importo totale sarà suddiviso in parti uguali poste a carico delle ditte che accetteranno o potrà essere effettuata una trattativa diretta con le ditte interessate;
 - c. in linea generale, può essere anche consentito un criterio secondo il quale più Ditte possono essere coinvolte proporzionalmente al contributo richiesto; in tal caso l'invito specificherà numero massimo di Ditte che potranno essere coinvolte;
 - d. è facoltà della parte pubblica, in relazione a singoli progetti, fissare criteri particolari di selezione;
2. Si applicano, per quanto compatibili, le norme in materia contrattuale.

ART.10 - CONTENUTI DELL'OFFERTA

1. L'offerta, è presentata in forma scritta secondo le modalità dettagliate nell'avviso di sponsorizzazione e dovrà essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
- a. l'inesistenza delle condizioni a contrattare con la pubblica amministrazione, di cui agli artt. 120 e ss. della legge n. 689 del 24/11/1981, e di ogni altra situazione considerata pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
 - b. l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
 - c. l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se ditte individuali)

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.

2. Nell'offerta sono indicate, di regola:
- a. le iniziative, le attività, i beni, i servizi e le opere pubbliche che si intendono sponsorizzare;
 - b. il corrispettivo offerto per la sponsorizzazione determinato secondo le modalità indicate nell'avviso;
 - c. l'accettazione delle condizioni previste nel progetto di sponsorizzazione;
 - d. il contenuto del messaggio pubblicitario che costituirà oggetto del contratto o l'impegno, da parte dello *sponsor*, ad informare preventivamente, con adeguato preavviso, il Comune sul contenuto del messaggio pubblicitario che egli intenderà utilizzare ai fini della sponsorizzazione.

- e. l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.
- f. la dichiarazione espressa di assunzione diretta di responsabilità in merito agli adempimenti contrattuali.

ART.11 - ESAME E VALUTAZIONE DELLE OFFERTE.

1. Le offerte pervenute sono valutate secondo le modalità e i criteri fissati nell'avviso di sponsorizzazione.

ART.12 - DIRITTO DI RIFIUTO

1. Il Comune, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare le offerte di sponsorizzazione che facciano riferimento ad un messaggio pubblicitario il cui contenuto non risulti conforme ai criteri generali di cui al presente regolamento.

2. In particolare possono essere escluse offerte inerenti a messaggio pubblicitari in contrasto con le finalità dell'Ente, il programma politico amministrativo di mandato, l'interesse degli utenti, i messaggi di contenuto politico o che contengano informazioni contrarie all'ordine pubblico, al buon costume, ingannevoli, pregiudizievoli per la salute, la sicurezza, l'ambiente e la tutela dei minori.

ART.13 – AFFIDAMENTO DELL'INCARICO

1. La sponsorizzazione è formalizzata mediante determinazione adottata dal competente responsabile, il quale, prendendo atto delle risultanze del confronto concorrenziale, opera le necessarie variazioni di bilancio in relazione all'attuazione dell'iniziativa di sponsorizzazione.

2. Il vincolo contrattuale obbligatorio s'instaura con la sottoscrizione del contratto.

ART.14 - PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE SU AZIONE DI TERZI

1. Qualora l'iniziativa di sponsorizzazione muova su iniziativa di soggetti terzi all'Amministrazione, i quali offrano spontaneamente beni, servizi o quanto altro ritenuto necessario a rendere un servizio al cittadino, il Comune garantisce adeguate forme di pubblicità e di concorrenza al fine di comparare l'offerta pervenuta con possibili ulteriori offerte migliorative.

2. Nei casi di comprovata urgenza e/o necessità, la Giunta comunale può autorizzare, previa istruttoria degli effettivi benefici, la redazione del contratto di sponsorizzazione e/o collaborazione.

ART.15 - IL NEGOZIO UNILATERALE

1. Le sponsorizzazioni, offerte o proposte da privati o da enti e soggetti giuridici privi di finalità di lucro, specie dove il ritorno di natura pubblicitaria è tenue e prevale l'aspetto di un sostanziale contratto a prestazioni economicamente unilaterali con la prevalenza di profili di cosiddetto mecenatismo da parte dello sponsor, sono formalizzate come procedure di trattativa privata diretta.

ART.16 - IL COMUNE QUALE SPONSOR

1. Il Comune può assumere, nelle iniziative di sponsorizzazione, anche la veste di *sponsor* veicolando il proprio nome presso il pubblico attraverso il sostegno, finanziario o di altra natura, di particolari manifestazioni od iniziative di carattere socio-culturale-ricreativo-intrattenimento o sportivo o di promozione dell'immagine del Comune, ideati e organizzati da soggetti privati o da associazioni senza fini di lucro, ritenuti di volta in volta rilevanti ai fini del raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sociale, civile e culturale dei cittadini.

2. Il ruolo di sponsor assunto dal Comune è ritenuto ammissibile soltanto laddove non alteri l'immagine di neutralità dell'amministrazione e siano assicurati i principi di buon andamento e imparzialità ex. art. 97 della Costituzione.

3. Le iniziative di cui al comma 1, devono essere effettuate nel rispetto e in relazione al vigente regolamento sui contributi.

ART.17 - LE FIGURE DELLO SPONSOR E DEL COLLABORATORE ISTITUZIONALE

1. Possono assumere la veste di sponsor ovvero di collaboratore istituzionale i seguenti soggetti:

- qualsiasi persona fisica, purché in possesso dei requisiti di legge per contrattare ordinariamente con la pubblica Amministrazione;
- 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.);
- le Associazioni senza fini di lucro, generalmente costituite con atto notarile, le cui finalità statuarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali di questo Comune di Saonara.

ART.18 - PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE TRAMITE AFFIDAMENTO INCARICO DI RICERCA SPONSOR

1. Il Comune può, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare in convenzione l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni, ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario o ad altro soggetto pubblico e/o privato specializzato.

2. In tale eventualità, l'affidatario è scelto con procedura ad evidenza pubblica.

ART.19 - ASPETTI CONTABILI E FISCALI

1. Le risorse individuate come maggiori entrate sono contabilizzate tra le Entrate Extratributarie, al *Titolo III*, categoria "Proventi diversi".

2. Le risorse individuate quali minori spese sono, comunque, contabilizzate a bilancio in Entrata e in Uscita per pari importo, al fine di consentire regolarizzo contabile e rispetto della normativa fiscale.

3. Le risorse individuate, come minori spese e consistenti nella fornitura da parte dello *sponsor* di beni ammortizzabili, sono contabilizzate nel conto del patrimonio e sono oggetto d'ammortamento economico.

4. Le risorse provenienti da contratto di sponsorizzazione sono, altresì, contabilizzate nel rendiconto, nel rispetto delle normative e dei principi contabili vigenti.

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

6. In particolare, quando il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione è determinato in prestazioni di servizi o forniture di beni a carico dello *sponsor*, è fatto obbligo di operare la doppia fatturazione, ovvero la fatturazione dello *sponsor* al Comune del valore del servizio o del bene, soggetta all'IVA e la fatturazione del Comune allo *sponsor* di un pari importo, sempre soggetto ad IVA, per il valore del messaggio pubblicitario concesso allo sponsor.

7. Le somme previste nei capitoli interessati alle sponsorizzazioni e/o accordi di collaborazione, che risultano non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto, sono considerati risparmi di spesa. Tali risparmi di spesa possono essere utilizzati per le seguenti finalità:

- a. al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni programmatiche dell'Ente;
- b. all'implementazione del fondo di retribuzione di posizione e di risultato dei responsabili di posizione;
- c. all'implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività.

L'assegnazione della quota di risorse a favore del Personale Dipendente sarà stabilita, di volta in volta dalla Giunta Comunale contestualmente alla Delibera di indirizzo per l'avvio dell'iniziativa della sponsorizzazione.

La ripartizione agli interessati dei proventi così assegnati sarà effettuata sulla base dei criteri fissati dalla contrattazione decentrata.

ART.20 - SORVEGLIANZA E VIGILANZA SULLE OPERE PUBBLICHE

1. Ai sensi dell'art. art. 26 del D.lgs.12 aprile 2006, n. 163 "Codice dei contratti pubblici relativi a lavori, servizi e forniture in attuazione delle direttive 2004/17/CE e 2004/18/CE", ai contratti di sponsorizzazione di cui all'articolo 119, del citato Testo Unico di cui al Decreto Legislativo n.267/2000, ed all'articolo 43, della Legge 27 dicembre 1997, n.449, e ai contratti a questi assimilabili, di cui siano parte un'amministrazione aggiudicatrice o altro ente aggiudicatore e uno sponsor che non sia un'amministrazione aggiudicatrice o altro ente aggiudicatore, aventi ad oggetto i lavori di cui all'allegato I, nonché gli interventi di restauro e manutenzione di beni mobili e delle superfici decorate di beni architettonici sottoposti a tutela ai sensi del decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42, ovvero i servizi di cui all'allegato II, ovvero le forniture disciplinate dal predetto codice dei contratti pubblici, quando i lavori, i servizi, le forniture sono acquisiti o realizzati a cura e a spese dello sponsor, si applicano i principi del Trattato per la scelta dello sponsor nonché le disposizioni in materia di requisiti di qualificazione dei progettisti e degli esecutori del contratto.

2. Le attività di esecuzione di opere pubbliche effettuate attraverso sponsorizzazioni possono essere realizzate esclusivamente da soggetti esecutori qualificati ai sensi del D.P.R. n.34/2000.

3. Potranno, inoltre, essere eseguite le attività di progettazione, direzione lavori di opere pubbliche ed assimilate da parte di professionisti abilitati, ai sensi della normativa vigente. La realizzazione di tali attività è soggetta a sorveglianza e vigilanza da parte del competente Settore comunale al fine di garantire la qualità delle lavorazioni effettuate in relazione alla natura pubblica dei beni interessati agli interventi.

ART.21 - VERIFICHE E CONTROLLI

1. Gli interventi di sponsorizzazione sono soggetti a periodiche verifiche da parte del Settore comunale competente, al fine di accertare la corretta esecuzione delle prestazioni convenute nel contratto.

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.22 - DIVIETI

1. Tutte le iniziative supportate dalle forme, in senso lato, di sponsorship sono necessariamente dirette al perseguimento di interessi pubblici

2. Non potrà farsi ricorso al contratto di sponsorizzazione:

- a) per la gestione di servizi pubblici essenziali;
- b) per i servizi espletati a garanzia di diritti fondamentali dei cittadini;
- c) per i servizi inerenti il rilascio di certificazioni ed atti riferiti alla persona;
- d) in presenza di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
- e) in casi di incompatibilità con l'immagine del Comune di Saonara.

3. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:

- a) propaganda di natura politica, sindacale o religiosa;
- b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione dei tabacchi, prodotti alcolici e materiale pornografico;
- c) messaggi offensivi incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

ART.23 - RINVIO

1. Per quanto non esplicitamente previsto e specificatamente stabilito negli articoli di questo Regolamento che precedono, si fa formale rinvio alle leggi e normative vigenti in materia di regolamento dei rapporti con la pubblica Amministrazione;

2. alle normative recate dal codice civile e dalle altre leggi vigenti riguardanti la peculiare materia dei contratti e, più genericamente, delle obbligazioni;

3. alla normativa contenuta nello Statuto e nei Regolamenti adottati dal Comune di Saonara.

ART. 24 - TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste, al fine di assicurare il rispetto dei diritti e delle libertà fondamentali dei cittadini, dignità, riservatezza, identità e protezione dei dati personali.

3. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dal D.Lgs. n. 196/2003 e successive modificazioni.

4. Titolare del trattamento è il Comune di Saonara in persona del suo Sindaco pro tempore che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge sopracitata.

5. I dati saranno trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali tenuti all'applicazione del presente regolamento.

6. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento.

ART.25 - DISPOSIZIONI FINALI

1. Sono abrogate le norme dei regolamenti comunali e degli atti aventi natura regolamentare che, comunque, risultino in contrasto con quanto disposto dal presente regolamento.

2. Il presente regolamento diventa efficace dopo il quindicesimo giorno dalla sua pubblicazione all'Albo pretorio.