

COMUNE DI GANDELLINO

Provincia di Bergamo

***Regolamento per la disciplina e la gestione delle
sponsorizzazioni***

Approvato con deliberazione del Consiglio Comunale n. del 26/09/2005.

TITOLO I

CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE E ACCORDI DI COLLABORAZIONE

Art. 1 - Oggetto del Regolamento

Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in conformità delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997, dell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000, dell'art. 2 del D.Lgs. 30/2004, dell'art. 15, comma 1, lett. d) del CCNL dell'1.4.1999, come sostituito dall'art. 4, comma 4, del CCNL del 5.10.2001, nonché nella determinazione dell'Autorità per la Vigilanza sui LL.PP. n.24/2001.

Le norme del presente Regolamento comunale costituiscono la disciplina generale per la stipula di contratti di sponsorizzazione e, più in generale, per la conclusione di speciali accordi di collaborazione, riguardanti lo svolgimento di attività e di iniziative di interesse del Comune di Gandellino, per le finalità indicate nel successivo art. 2, nei settori e nei campi di intervento di cui ai successivi Artt.8 e 13.

Preso atto della sostanziale atipicità e novità delle iniziative di "sponsorizzazione" e "collaborazione", delle specifiche disposizioni legislative inerenti le attività contrattuali degli Enti Pubblici e della mancanza di uno specifico quadro normativo di riferimento, il criterio di stesura, lettura e interpretazione delle disposizioni che seguono, fa proprio l'istituto della libertà contrattuale sancito dall'art. 1322/1 del Codice Civile, nell'imprescindibile rispetto delle leggi che, per analogia e specificità dei campi di applicazione, vengono richiamate e adottate.

Art. 2 - Finalità del Regolamento

Il Comune di Gandellino intende avvalersi di contratti di "sponsorizzazione" e di "collaborazione", essenzialmente:

- a) per realizzare maggiori economie di spesa;
- b) per migliorare la qualità dei servizi istituzionali prestati;
- c) per incentivare e promuovere una più spiccata innovazione nell'organizzazione tecnica e amministrativa dell'Ente.

Art. 3 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi sia con soggetti privati, singoli cittadini e/o figure giuridiche riconosciute dalla legge, sia con associazioni senza fini di lucro, per realizzare ovvero beneficiare, a titolo gratuito, di interventi, servizi, prestazioni, beni o attività di nuova realizzazione inseriti, oppure da inserire, nei programmi di spesa, ordinari o straordinari, per i quali è previsto o prevedibile il finanziamento a carico del bilancio dell'Ente.

Il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di una economia di bilancio totale, parziale, o programmatica, rispetto alla previsione di spesa, in relazione al totale o parziale raggiungimento del previsto risultato da parte dello sponsor e/o dello sponsee, senza oneri per l'Ente, ovvero con oneri ridotti.

Art. 4 - Definizioni

Ai fini del presente Regolamento si intende:

- a) per "contratto di sponsorizzazione": un contratto mediante il quale il Comune (sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a fornire a titolo gratuito una predeterminata prestazione, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale e la propria "immagine", in appositi e predefiniti spazi pubblicitari secondo le modalità ed i tempi pattuiti;
- b) per "sponsorizzazione": ogni contributo in beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale e la propria "immagine";
- c) per "sponsor": ai sensi dell'art. 119 del T.U. approvato con D.Lgs. 18.8.2000, n. 267, il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;
- d) per "sponsee": il soggetto, che assume dietro corrispettivo (nelle forme meglio specificate di seguito), l'obbligo di associare alle proprie attività il nome o il segno distintivo dello sponsor;
- e) per "spazio pubblicitario": lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor;
- f) per "veicolo pubblicitario": l'opera o la prestazione attraverso l'esecuzione della quale lo "sponsor" produce il beneficio conseguente alla sponsorizzazione; esso non necessariamente include la individuazione di uno "spazio pubblicitario".

Art. 5 - Contenuto del contratto di sponsorizzazione e diritti di tutela dell'immagine dell'Amministrazione

Il contratto di sponsorizzazione determina, a fronte di un corrispettivo, costituito da una somma di denaro, ovvero da forniture di beni e/o servizi prestati dallo sponsor a vantaggio del Comune di Gandellino, le modalità con cui questo Ente si obbliga a divulgare il nome o il marchio del soggetto sponsorizzante nelle varie estrinsecazioni della propria attività, promuovendone l'immagine.

Art. 6 - Altra forma della sponsorizzazione: gli accordi di collaborazione

Gli accordi di collaborazione potranno determinare, indipendentemente dall'importo della sponsorizzazione o collaborazione, a fronte degli investimenti privati di peculiare rilevanza a vantaggio del Comune, oltre che il ritorno pubblicitario di cui al precedente art. 5, anche la possibilità economica per lo "sponsor" di ricavare direttamente una redditività specifica dalla collaborazione con il Comune, da concretizzarsi nella forniture di servizi e di beni caratterizzati dalla componente programmatica preminente del bene o del servizio fornito dal Comune.

Art. 7 - Regola generale per l'utilizzo del nome e del marchio dello sponsor e del simbolo dello sponsee, nonché per la definizione della forma contrattuale

I contratti di sponsorizzazione stipulati dal Comune devono includere obbligatoriamente 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.

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 neutrale proprie del Comune di Gandellino.

L'utilizzazione sia dello strumento della sponsorizzazione che di quello degli accordi di collaborazione, avviene sempre attraverso la stipula di apposito contratto da redigersi in forma pubblica amministrativa, fatta eccezione per i contratti il cui valore sia inferiore ad € 6.455,71=.

Art. 8 - Ambito di applicazione del contratto di sponsorizzazione

Il Comune di Gandellino può autorizzare forme "sponsorizzazione" in relazione:

- a) ad attività culturali di diversa natura;
- b) ad attività sportive;
- c) ad attività di promozione turistica;
- d) ad attività di valorizzazione del patrimonio comunale;
- e) ad attività di restauro e di recupero conservativo di beni artistici, culturali ed ambientali;
- f) ad esecuzione di scavi archeologici;
- g) ad attività di miglioramento dell'assetto urbano;
- h) ad attività inerenti il servizio di Verde Pubblico e di Arredo Urbano;
- i) ad attività inerenti la Protezione Civile ed i Lavori Pubblici.

Per gli accordi di collaborazione sono attività privilegiate:

- a) la concessione di edifici monumentali in degrado, ovvero in disuso, a soggetti privati, i quali, fatta salva la destinazione d'uso, li recuperino o restaurino e li utilizzino anche per proprie sedi, per lo stretto tempo necessario ad ammortizzare, attraverso i costi di locazione, le spese sostenute; i canoni dovranno essere adeguatamente ponderati dall'UTC in relazione ai criteri convenzionali di calcolo mediato dalle realtà di mercato e dallo stato degli edifici, fino al termine massimo di 30 anni. È ammessa la libera contrattazione dei canoni dovuti entro i margini del 25%, in aumento o in detrazione, in relazione alle finalità statutarie e sociali dello "sponsor";
- b) gli impianti sportivi di proprietà comunale;
- c) il restauro, il recupero, l'adeguamento funzionale, la messa a norma, e la gestione di qualsiasi bene pubblico, appartenente al demanio o al patrimonio indisponibile del Comune.

Art. 9 - Vincoli di carattere generale

Tutte le iniziative (veicoli pubblicitari) supportate dalle forme, in senso lato, di sponsorship di cui ai precedenti artt. 6 e 8, devono essere necessariamente dirette al perseguimento di interessi pubblici con i seguenti vincoli etici:

- a) devono escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
- b) devono essere consone e compatibili con l'immagine del Comune di Gandellino;
- c) devono produrre risparmi di spesa o acquisizione di entrate;
- d) le prestazioni lavorative, ovvero le forniture di beni o servizi, oggetto della sponsorizzazione, dovranno essere eseguite da soggetti qualificati nelle rispettive competenze, secondo i vincoli normativi dei rispettivi ambiti di applicazione (commercio, lavori pubblici, servizi, ecc.), nel rispetto delle finalità di cui all'art. 2.

Sono in ogni caso categoricamente 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. 10 – Divieti

Non potrà farsi ricorso alla sponsorizzazione:

- Per la gestione di servizi pubblici essenziali;

- Per i servizi espletati a garanzia di diritti fondamentali del cittadino;
- Per i servizi inerenti il rilascio di certificazioni ed atti riferiti ai servizi alla persona.

Art. 11 - Il Comune di Gandellino come sponsee

Con l'approvazione del seguente regolamento (e nel rispetto dello stesso) il Consiglio Comunale autorizza in via generale la Giunta Comunale e quindi il Responsabile del Servizio competente, ad avvalersi di sponsorizzazioni e collaborazioni per il conseguimento di finalità d'interesse pubblico, diretto (fornitura di beni e servizi) e indiretto (recupero e migioria del bene immobile).

La Giunta Comunale, nel rispetto del presente regolamento, autorizza per le attività del Comune, il ricorso al finanziamento tramite sponsorizzazioni o collaborazioni, in via generale con l'approvazione del PRO (Piano Risorse e obiettivi) e le sue successive variazioni ovvero, per iniziative specifiche, con apposite deliberazioni i cui benefici andranno rendicontati nel conto consuntivo.

Tutte le fasi attuative e gestionali inerenti alle iniziative di cui sopra sono demandate alla esclusiva competenza del Responsabile del Servizio competente, che vi provvede sotto la sua personale responsabilità attraverso appositi atti di determina, in stretta collaborazione con il Responsabile del Servizio Finanziario che integra ed aggiorna all'uopo il PRO comunale.

Art.12 - Le figure dello sponsor e del collaboratore istituzionale

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

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

Art.13 - Funzione della sponsorizzazione e degli accordi di collaborazione

La sponsorizzazione, come del resto gli accordi di collaborazione, rappresentano strumenti tramite i quali il Comune acquisisce da soggetti terzi risorse finanziarie e/o strumentali (beni, forniture e servizi) finalizzati alla:

- a) realizzazione di opere e di lavori pubblici, concernenti i beni mobili e immobili, la cui esecuzione rimane in obbligo del Comune;
- b) 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 della D.Lgs. 42/2004 (decreto Urbani);
- c) esecuzione di scavi e sondaggi archeologici;
- d) programmazione, progettazione ed esecuzione di iniziative culturali e di OO.PP.;
- e) concretizzazione di attività progettuali, o più genericamente, di iniziative da realizzarsi da parte di questo Comune;
- f) realizzazione di iniziative riconducibili ai fini propri di questo Comune.

Nell'ottica del conseguimento di un pubblico beneficio nonché di economie di bilancio e gestione, le sponsorizzazioni e gli accordi di collaborazione potranno anche consistere nella esecuzione di opere e lavori pubblici espletati direttamente da altro soggetto (se dotato dei requisiti di legge) investito di tale onere dal soggetto sponsorizzante o collaborante.

In questa evenienza l'Amministrazione può ritenere opportuno di individuare il contraente per il tramite di procedure concorrenziali di evidenza pubblica, secondo quanto più dettagliatamente specificato nel successivo Art.15 del presente regolamento.

È comunque obbligatorio rendere pubblica l'imminenza della stipula del contratto di sponsorizzazione tramite pubblicazione degli atti amministrativi all'albo pretorio del Municipio.

Art. 14 - Iniziativa spontanea o per azione di terzi

La sponsorizzazione e gli accordi di collaborazione possono avere origine per:

- a) iniziativa spontanea dell' Amministrazione Comunale;
- b) iniziativa di uno qualsiasi dei soggetti indicati nel precedente art. 9.

Qualora l'iniziativa si correli alla proposta di soggetti terzi, essa - ferme restando le modalità di scelta del contraente di cui al Titolo II che segue - deve essere riconosciuta e valutata come utile agli interessi e confacente agli scopi istituzionali di questo Ente con riferimento alle sue componenti economiche, qualitative ed organizzative.

Il riconoscimento della utilità della proposta di cui al precedente comma 2 avviene mediante una deliberazione di Giunta che riconosca la corrispondenza dell'iniziativa con le finalità dell'Ente.

Per tipologie di opere inserite nei prezziari ufficiali e speciali della Camera di Commercio di Bergamo in materia di lavori pubblici, su beni ed immobili comunali, comprese strade, infrastrutture e opere di urbanizzazione, l'utilità è attestata dal Responsabile del Servizio competente in relazione alla sussistenza dell'obbligo di manutenzione del bene stesso.

In virtù di quanto sancito dall'art. 2 del DPR 22 gennaio 2004, n. 30, relativo agli "interventi realizzati mediante sponsorizzazione" per quanto attiene la realizzazione dei lavori di cui all'Art. 1 del presente Regolamento, "non trovano applicazione le disposizioni nazionali e regionali in materia di appalti di lavori pubblici ad eccezione di quelle sulla qualificazione dei progettisti e dei soggetti esecutori".

Art. 15 - Sponsorizzazioni plurime

Sono sempre ammesse le sponsorizzazioni plurime di una singola manifestazione o iniziativa.

TITOLO II MODALITÀ DI SCELTA DEL CONTRAENTE

Art. 16 - Regole generali e comuni

Premesso che l'iniziativa della sponsorizzazione non trova riferimenti né nelle disposizioni nazionali e regionali in materia di lavori pubblici né in quelle per la fornitura di beni e servizi, la scelta del contraente avviene, di norma, con procedure ad evidenza pubblica - che comunque tengano conto e si adattino alla peculiare atipicità dei rapporti in questione - tese a garantire la parità di trattamento tra i soggetti potenzialmente interessati alle iniziative oggetto di sponsorizzazione ovvero di accordi di collaborazione - , ma anche e soprattutto, la versatilità e agilità dell' istituto nell'evidente e irrinunciabile beneficio per l'Ente.

E' sempre ammessa la trattativa privata, previa adeguata motivazione, nei casi indicati dall'art.41 del R.D. 23 maggio 1924, n. 827 (di approvazione del Regolamento per l'amministrazione del patrimonio e per la contabilità generale dello stato), con specifico riferimento:

- a) alle ipotesi di iniziative che per le loro peculiarità e caratterizzazioni facciano fondatamente ritenere che ove anche si sperimentassero gli incanti o le licitazioni questi andrebbero verosimilmente deserti, o in ogni caso, risulterebbero di un improbabile buon esito;
- b) alle ipotesi in cui si tratti di forniture di beni e servizi che un solo soggetto sia in grado di offrire con quelle specifiche caratteristiche;
- c) alle ipotesi in cui l'urgenza dell'iniziativa non consenta l'indugio degli incanti o delle licitazioni;
- d) ad ogni altra situazione in cui ricorrano speciali ed eccezionali circostanze per le quali non appaia né utile né congruo il ricorso alle procedure degli incanti e delle licitazioni;

e, facendo riferimento alle pertinenti norme:

- e) alle ipotesi di modico valore economico della sponsorizzazione, da indicarsi entro il limite di:
- 40.000,00 EURO per iniziative non attinenti l'esecuzione di opere pubbliche;
 - 100.000,00 EURO per opere classificabili come tali;
 - 300.000,00 EURO per opere di restauro di beni architettonici e ambientali secondo i criteri già individuati nell'art. 24 della L.109/94 e s.m.i..

Per le iniziative di importo inferiore a 40.000,00 EURO, in analogia a quanto disposto dalla vigente normativa per gli appalti di lavori pubblici, il Responsabile del Servizio, acquisito il parere di Giunta, può procedere alla stipula del contratto di sponsorizzazione mediante trattativa privata.

Per le iniziative che contemplino contemporaneamente diverse categorie di forniture (beni - servizi - oo.pp) la somma cui fare riferimento per l'applicazione del presente regolamento è quella complessiva riferita alla singola iniziativa di sponsorizzazione; nel caso di sponsorizzazione plurima tale limite va riferito all'intervento dei singoli sponsor.

Per tutti gli altri casi è prevista la preventiva procedura di evidenza pubblica in cui vengono resi noti i criteri per l'individuazione del contraente.

Tutte le somme sono da intendersi escluse di I.V.A.

Ai sensi dell'Art. 13 del presente regolamento è obbligo del Comune rendere pubblico il contratto di sponsorizzazione mediante pubblicazione degli atti amministrativi presso l'albo pretorio e, qualora l'importanza dell'iniziativa lo rendesse opportuno, attraverso forme di diffusione sugli strumenti di informazione nazionale e locale.

Anche qualora l'iniziativa della sponsorizzazione o di accordi di collaborazione muova da privati o da soggetti terzi, il Comune garantisce adeguate forme di pubblicità e di concorrenza al fine di comparare l'offerta ricevuta con possibili ulteriori offerte migliorative.

Art. 17 - Criteri di pubblicità della proposta di sponsorizzazione

La scelta dello sponsor è effettuata secondo i criteri stabiliti nel precedente Art. 16 del presente regolamento, preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso.

All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio o, se ritenuto utile dal Responsabile del Procedimento in relazione alla natura specifica della proposta, con l'invio alle associazioni di categoria e/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.

L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:

- a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti nello specifico capitolato o progetto di sponsorizzazione;
- b) l'esatta determinazione dell'offerta per lo "spazio" o dell'"iniziativa" di sponsorizzazione;
- c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.

L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica:

- a) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
- b) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato speciale di sponsorizzazione.

L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

1) per le persone fisiche:

- a) l'inesistenza delle condizioni a contrattare con la pubblica amministrazione, di cui agli artt. 120 e seguenti della legge 24.11.1981, n. 689, e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
- b) l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
- c) l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese);
- d) la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;

2) 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.

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.

Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile del Settore competente; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata la utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato.

Art. 18 - Gli accordi di collaborazione

Gli accordi di collaborazione di cui al precedente Art. 6, stante la loro natura di più spiccata valenza economica e di interesse imprenditoriale dell'altro contraente, sono più puntualmente sottoposti al rispetto delle regole dell'evidenza pubblica e previo regime di raffronto fra più possibili concorrenti.

A tal fine la "collaborazione" è sottoposta, in relazione alla diversa natura delle prestazioni, alla preventiva approvazione della procedura di gara, secondo i criteri convenzionali da sottoporsi ad una successiva operazione di sponsorizzazione.

Qualora uno o più soggetti risultassero interessati, a seguito dell'apposito avviso, alla realizzazione dell'iniziativa, l'Amministrazione provvede ad espletare apposita gara, da realizzarsi nella forma dell'appalto - concorso ovvero della licitazione o trattativa privata plurima, da espletarsi col metodo dell'offerta economicamente più vantaggiosa, tra i soggetti che ne abbiano fatto valida richiesta e l'originario proponente.

Art. 19 - Atto di mecenatismo

Le sponsorizzazioni offerte o proposte da privati o da enti e soggetti giuridici privi di finalità di lucro, specie ove il ritorno di natura pubblicitaria appaia del tutto tenue 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, sono formalizzate come procedure di trattativa privata diretta, qualunque sia il valore della prestazione resa.

Art. 20 - La valutazione delle proposte

Le offerte pervenute verranno valutate dal Responsabile del Servizio competente in base ai criteri indicati nell'avviso di evidenza pubblica o nella lettera di invito, ovvero nella proposta dello sponsor (in relazione a chi è promotore dell'iniziativa), che la sottopone al parere della Giunta che, qualora ricorra un'attività di "collaborazione", potrà deliberare anche l'eventuale reperimento della disponibilità finanziaria residuale necessaria alla sponsorizzazione.

TITOLO III DISPOSIZIONI FINALI

Art. 21 - Aspetti contabili e fiscali

Le risorse individuate come maggiori entrate sono contabilizzate tra le entrate extratributarie, al titolo III, cat. "Proventi diversi". Le risorse individuate come minori spese sono, comunque, contabilizzate in bilancio sia in entrata che in uscita, per pari importo, al fine di consentire la regolarità contabile ed il rispetto della normativa. Le risorse individuate come minori spese e consistenti nella fornitura, da parte dello sponsor, di beni ammortizzabili, sono contabilizzate nel conto del patrimonio.

Le risorse provenienti da contratto di sponsorizzazione sono, altresì, contabilizzate nel rendiconto, nel rispetto delle norme e principi contabili vigenti in materia.

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

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

Art. 22 - Verifiche e controlli

Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del Responsabile del Servizio competente in materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per contenuti tecnici, qualitativi e quantitativi.

Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente comunicate allo sponsor, nei tempi utili agli adempimenti fiscali.

La comunicazione e l'eventuale diffida producono gli effetti previsti dal contratto di sponsorizzazione.

Art. 23 – Sorveglianza e vigilanza sulle opere

Le disposizioni della legge 109/1994 in materia di Lavori Pubblici, ad esclusione dell'art. 8, non si applicano ai contratti di sponsorizzazione, ovvero ai contratti a questi assimilabili, ivi compresi gli interventi di restauro e manutenzione di beni mobili e delle superfici decorate di beni architettonici, sottoposti alle disposizioni di tutela in materia di beni culturali ed ambientali.

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. Potranno, inoltre, essere eseguite le attività di progettazione, direzione lavori e collaudo 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. 24 - Normativa di riferimento

Per quanto non esplicitamente previsto e/o specificamente stabilito negli articoli di cui al presente Regolamento, si fa formale rinvio alle leggi e normative vigenti in materia.

Art. 25 - Entrata in vigore

Il presente Regolamento entra in vigore dalla data d'esecutività della deliberazione consiliare d'approvazione.