



CITTA' DI VIBO VALENTIA

Regolamento
sulla disciplina dei contratti di sponsorizzazione
e degli accordi di collaborazione

(Approvato con deliberazione di C.C. n° 60 del 09/11/2021)

TITOLO I - Natura, scopi e Funzioni del contratto di sponsorizzazione e degli accordi di collaborazione

- Art. 1 - Oggetto
- Art. 2 - Definizioni
- Art. 3 - Contratto di sponsorizzazione
- Art. 4 - Contratto di collaborazione
- Art. 5 - Regola comune per l'associazione del nome e del marchio e per forma contrattuale
- Art. 6 - Finalità
- Art. 7 - Ambito di applicazione
- Art. 8 - Vincoli di carattere generale
- Art. 9 - Il Comune come sponsee
- Art. 10 - Le figure dello sponsor e del collaboratore istituzionale
- Art. 11 - Funzione della sponsorizzazione e degli accordi di collaborazione
- Art. 12 - Iniziativa spontanea o per azione di terzi
- Art. 13 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni e delle collaborazioni
- Art. 14 - Sponsorizzazioni plurime

TITOLO II - Modalità di scelta del contraente

- Art. 15 - Regole generali e comuni
- Art. 16 - Gli accordi di collaborazione
- Art. 17 - L'offerta di sostanziale mecenatismo
- Art. 18 - Atto di mecenatismo
- Art. 19 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor
- Art. 20 - La gestione del contratto di sponsorizzazione
- Art. 21 - La valutazione delle offerte

TITOLO III - Disposizioni finali

- Art. 22 - Normativa di rinvio
- Art. 23 - Aspetti fiscali
- Art. 24 - Verifiche e controlli
- Art. 25 - Riserva organizzativa
- Art. 26 - Trattamento dei dati personali
- Art. 27 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni
- Art. 28 - Entrata in vigore

TITOLO I

Natura, Scopi e funzioni del contratto di sponsorizzazione e degli accordi di collaborazione

Art.1 - Oggetto

1. Il presente Regolamento è approvato in ottemperanza ai principi delle seguenti norme e disposizioni di carattere generale:
 - L. 223/1990, in particolare gli artt. 8 e 14
 - L. 449 del 27 dicembre 1997 – art. 43
 - D. Lgs. n. 267 del 18 agosto 2000 (TUEL) – art. 119
 - CCNL dell'1 aprile 1999, art. 15, comma 1, lett. d) (come sostituito dall'art. 4, comma 4, del CCNL del 5.10.2001)
 - Determinazione A.N.A.C. n. 24 del 5 dicembre 2001
 - D. Lgs. N. 42 del 22 gennaio 2004 (Codice dei beni culturali e del paesaggio) – art. 120
 - Determinazione A.V.C.P. n. 45 del 11 settembre 2013
 - Regolamento comunale cittadinanza attiva – approvato con deliberazione del Consiglio Comunale n. 2015/84 del 17 novembre 2015 e modificato con deliberazione del Consiglio Comunale n. 2018/73 del 30 luglio 2018, in particolare, per quanto compatibile, gli artt. 38 e 42
 - D. Lgs. N. 50 del 18 aprile 2016 (Codice dei contratti pubblici) – artt. 19 e 151
 - Nota Circolare MIBACT n. 17461 del 9 giugno 2016 - Sponsorizzazione di beni culturali — articolo 120 del decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42
 - Decreto MIBAC 19 dicembre 2012 - Approvazione delle norme tecniche e linee guida in materia di sponsorizzazioni di beni culturali e di fattispecie analoghe o collegate
 - Delibera A.N.A.C. n. 556 del 31 maggio 2017 (aggiornamento Determinazione n. 4 del 7 luglio 2011 recante: “Linee guida sulla tracciabilità dei flussi finanziari ai sensi dell’articolo 3 della legge 13 agosto 2010, n. 136”) e in particolare il punto 3.11 concernente la tracciabilità delle sponsorizzazioni.

2. Le norme qui contenute, costituiscono la disciplina generale per la realizzazione di rapporti afferenti la sponsorizzazione, e più in generale la conclusione di speciali accordi di collaborazione, relativi allo svolgimento di attività e di iniziative di interesse del Comune di Vibo Valentia nei settori e nei campi di intervento di cui al successivo art. 7 e per le finalità indicate nell’art. 6, che di nuovo segue, nel rispetto di principi di efficienza, economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità.

3. Preso atto della sostanziale atipicità dei contratti di "sponsorizzazione" e delle specifiche disposizioni legislative inerenti le attività contrattuali degli Enti Pubblici, 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 L. n. 241/1990 e, per quanto in essa non espressamente previsto, nel rispetto delle disposizioni stabilite dal Codice Civile.

4. 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.
5. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione della organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali. Si intendono così creare e realizzare condizioni e strumenti normativi necessari per una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione nel rispetto dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza.
6. 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 – Definizioni

1. 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 in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
- b) per "sponsorizzazione": ogni contributo in beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da un soggetto terzo, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale, attività, servizi e similari;
- c) per "sponsor": persona fisica o giuridica che, al fine di incrementare la notorietà dei propri segni distintivi, intende stipulare un contratto di sponsorizzazione;
- d) 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.

Art. 3 - Contratto di sponsorizzazione

1. 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 Vibo Valentia, le modalità con cui questo Comune si obbliga a divulgare il nome o il marchio del soggetto sponsorizzante nelle varie estrinsecazioni della propria attività.
2. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e associazioni senza fini di lucro, 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; il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di una 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.

Art. 4 - Contratto di collaborazione

1. Gli accordi di collaborazione determinano, a fronte di investimenti privati di peculiare rilevanza a vantaggio del Comune di Vibo Valentia, oltre al ritorno pubblicitario rimarcato all'art. 2 che precede, la possibilità economica di ricavare direttamente una redditività specifica dalla collaborazione con il Comune a favore del soggetto c.d. collaborante, estrinsecandosi in forniture di servizi e di beni caratterizzati da potenzialità di redditività.

Art. 5 - Regola comune per l'associazione del nome e del marchio, nonché forma contrattuale

1. I contratti di sponsorizzazione stipulati da questa Amministrazione Comunale prevedono necessariamente clausole inerenti le garanzie e le forme di 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.
2. Le modalità di associazione del nome e del marchio 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 Vibo Valentia.
3. 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 scritta.
4. L'Amministrazione comunale può definire, 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.

Art. 6 - Finalità

1. Il comune di Vibo Valentia intende tendenzialmente avvalersi degli istituti in questione della sponsorizzazione e degli accordi di collaborazione, essenzialmente:
 - per incentivare e promuovere una più spiccata innovazione nell'organizzazione tecnica e amministrativa dell'Ente;
 - per realizzare maggiori economie di spesa, nel rispetto della normativa in vigore;
 - per migliorare la qualità dei servizi prestati.

Art.7 - Ambito di applicazione

1. Il comune di Vibo Valentia ricorre, esemplificativamente, a forme di <<sponsorizzazione>> in relazione:
 - ad attività culturali di differente tipologia;
 - ad attività sportive;
 - ad attività di promozione turistica;
 - ad attività di valorizzazione del patrimonio comunale;
 - ad attività di restauro e di recupero conservativo di beni artistici, culturali ed ambientali;
 - ad esecuzione di scavi archeologici;
 - ad attività di miglioramento dell'assetto urbano;

- ad attività inerenti il servizio di Verde Pubblico e di Arredo Urbano;
- ad attività inerenti la Protezione Civile ed i Lavori Pubblici;
- ad ogni altra attività di rilevante interesse pubblico (residualmente).

2. Per gli accordi di collaborazione sono attività privilegiate in specie:

- la concessione di edifici monumentali in degrado a soggetti privati, i quali, fatta salva la destinazione d'uso li restaurino e li utilizzino anche per proprie sedi, per lo stretto tempo necessario per recuperare, attraverso i normali costi di locazione, le spese sostenute;
- le istituzioni museali, ovvero settori di attività delle stesse;
- gli impianti sportivi di proprietà comunale;
- il restauro, il recupero e gestione di qualsiasi bene pubblico, appartenente al demanio o al patrimonio indisponibile del Comune (residualmente).

Art. 8 - Vincoli di carattere generale

1. Tutte le iniziative supportate dalle forme, in senso lato, di sponsorship di cui al precedente art.7, sono necessariamente dirette al perseguimento di interessi pubblici:
 - devono escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
 - devono essere consone e compatibili con l'immagine del Comune di Vibo Valentia;
 - devono produrre risparmi di spesa.
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:
 - propaganda di natura politica, sindacale o religiosa;
 - pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione dei tabacchi, prodotti alcolici e, materiale che offendono il buon costume;
 - messaggi offensivi incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

Art. 9 - Il comune come sponsee

1. La Giunta Comunale nel rispetto del presente regolamento, autorizza per le attività del Comune di Vibo Valentia il ricorso al finanziamento tramite sponsorizzazioni o collaborazioni, in via generale con l'approvazione del PEG (Piano Esecutivo di Gestione) e successive variazioni, per iniziative specifiche, con apposite deliberazioni.
2. Tutte le conseguenti fasi attuative e gestionali inerenti alle iniziative di cui al comma che precede sono demandate alla esclusiva competenza del dirigente preposto al settore interessato (o maggiormente interessato), che vi provvede sotto la sua personale responsabilità attraverso appositi atti di determina. Il dirigente soddisfa e garantisce anche le ulteriori incombenze riportate nell'art.18 – Normativa di rinvio - , che segue.

Art. 10 - 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 Vibo Valentia.

Art. 11 - Funzione della sponsorizzazione e degli accordi di collaborazione

1. La sponsorizzazione, come del resto gli accordi di collaborazione, rappresentano strumenti tramite i quali questo Comune acquisisce da soggetti terzi risorse finanziarie e/o strumentali (beni, forniture e servizi) finalizzati alla:
 - fornitura di materiali, attrezzature, beni, strumenti acquisiti e/o realizzati a cura e spese dello sponsor
 - 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 D.Lgs.50/2016),
 - 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.
 - realizzazione di opere e di lavori pubblici, concernenti i beni mobili e immobili, la cui esecuzione rimane a carico di Questo Comune;
 - esecuzione di scavi archeologici;
 - concretizzazione di attività progettuali, o più genericamente, di iniziative da realizzarsi da parte di questo Comune;
 - realizzazione di iniziative riconducibili ai fini propri di questo Comune.
2. Eccezionalmente, la sponsorizzazione e gli accordi di collaborazione potranno anche consistere nell'esecuzione di opere e lavori pubblici espletati direttamente o per suo diretto strumento dal soggetto sponsorizzante o collaborante. In questa evenienza si rende comunque azionabile la scelta del contraente per il tramite di procedure concorrenziali di evidenza pubblica, secondo quanto più dettagliatamente specificato nel successivo Titolo II di questo stesso Regolamento.

Art. 12 Iniziativa spontanea o per azione di terzi

1. La sponsorizzazione e gli accordi di collaborazione possono avere origine per:
 - iniziativa spontanea di questa Amministrazione comunale
 - iniziativa di uno qualsiasi dei soggetti indicati nel precedente art. 10 di questo Regolamento.
2. 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.

3. Il riconoscimento della utilità della proposta di cui al comma 2, che immediatamente precede, avviene mediante l'inserimento della stessa nell'apposito P.E.G. (Piano Esecutivo di Gestione) sue modificazioni.

Art. 13 Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni e delle collaborazioni

1. L'amministrazione comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione 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) la reputi inaccettabile per motivi di inopportunità generale.
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.

Art.14 - Sponsorizzazioni plurime

1. Sono sempre ammesse le sponsorizzazioni plurime di una singola manifestazione, iniziativa o lavoro.
3. Sono, altresì, sempre ammesse le sponsorizzazioni e gli accordi di collaborazione di durata pluriennale.

TITOLO II

Modalità di scelta del contraente

Art. 15 - Regole generali e comuni

1. 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.
2. Anche qualora l’iniziativa della sponsorizzazione o di accordi di collaborazione muova da privati o da soggetti terzi, il Comune di Vibo Valentia garantisce adeguate forme di pubblicità e di concorrenza al fine di comparare l’offerta ricevuta con possibili ulteriori offerte migliorative.

Art. 16 - Gli accordi di collaborazione

1. Gli accordi di collaborazione di cui al precedente art. 4, 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.
2. Può anche ammettersi che, ad iniziativa di parte, la speciale collaborazione consista nell'offerta di una iniziativa comportante lavori e/o forniture da prestarsi direttamente dal soggetto collaborante con l'eventuale richiesta ed anche mediante lo strumento semplificato di un <<avviso di interesse>>.
3. Qualora uno o più soggetti risultassero interessati, a seguito dell'apposito avviso, alla realizzazione dell'iniziativa, l'Amministrazione provvede ad espletare apposita gara col metodo dell'offerta economicamente più vantaggiosa, tra i soggetti che ne abbiano fatto valida richiesta e l'originario proponente.

Art. 17 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1. Le modalità di scelta del contraente e tutti i contenuti contrattuali, come più in generale l'intera gestione della pratica e del rapporto, si radicano nelle esclusive competenze della dirigenza, in ossequio delle norme regolanti le procedure contenute nel presente Titolo, previa pubblicazione di apposito avviso, qualora le medesime lo richiedano
1. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, inserimento nel sito internet del Comune, invio alle associazioni di categoria e/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.
2. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:

- l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico capitolato o *progetto di sponsorizzazione*;
 - l'esatta determinazione dell'offerta relativa allo spazio pubblicitario;
 - le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
3. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica:
- il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
 - l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato;
4. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
- a) per le persone fisiche:
- l'inesistenza delle condizioni a contrattare con la pubblica amministrazione, di cui all'art. 80 del d.lgs. 50/2016 e ss.mm.ii. e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
 - l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
 - l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese);
 - la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa .
- b) per le persone giuridiche, oltre alle autocertificazioni sopra elencate riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza, deve essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.
5. 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.
6. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dall'Ufficio cui afferisce l'attività oggetto della sponsorizzazione, nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato.

Art. 18 – 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. 19 - La gestione del contratto di sponsorizzazione

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:
 - il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario;
 - la durata del contratto di sponsorizzazione;
 - gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
 - le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.
2. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Dirigente del settore competente per oggetto contrattuale.
3. Con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata la utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato.

Art. 20 - La valutazione delle offerte

1. In tutti i casi in cui i rapporti di sponsorizzazione e gli accordi di collaborazione siano costituiti con procedure ad evidenza pubblica, le offerte verranno valutate da una apposita Commissione in base ai criteri indicati nell'avviso di pubblico o nella lettera di invito - finalizzate a reperire la disponibilità della sponsorizzazione o della speciale attività di collaborazione - da stabilirsi e disciplinarsi sulla base e in relazione alla tipologia dell'intervento.

TITOLO III

Disposizioni finali

Art. 21 - Normativa di rinvio

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

Art. 22 - Aspetti fiscali

1. Il valore della fatturazione per la sponsorizzazione corrisponde all'importo della somma stanziata in bilancio per la specifica iniziativa; la fatturazione può coincidere con l'intero stanziamento o con una quota dello stesso, in relazione alla totale o parziale copertura, mediante sponsorizzazione dell'intervento.
2. Il valore della fatturazione correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor, (spazio pubblicitario) è pari all'importo specificato al comma 1.

Art. 23 - Verifiche e controlli

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del Dirigente di ogni settore competente in materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per contenuti tecnici, qualitativi e quantitativi.
2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor.
3. La notifica e l'eventuale diffida producono gli effetti previsti dal contratto di sponsorizzazione.

Art. 24 - Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente da questa Amministrazione comunale secondo la disciplina del presente Regolamento.
2. E' tuttavia facoltà del Comune, 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, secondo le vigenti normative degli appalti dei servizi richiamate anche al precedente art. 15

Art. 25 – 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 Regolamento U.E. 679/2016 (GDPR).
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.
3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Vibo Valentia.

Art. 26 – Entrate derivanti da sponsorizzazioni e incentivazione della produttività

1. Ai sensi dell'art. 43, comma 4, della Legge 27 dicembre 1997, n. 449, al fine di incentivare la produttività e il miglioramento organizzativo, una quota percentuale dei corrispettivi (iva esclusa) effettivamente introitati nell'anno dal Comune per contratti di sponsorizzazione, potrà essere destinata all'implementazione delle risorse decentrate destinate al personale dipendente dell'ente, con le modalità e nei limiti definiti dalla legislazione, dai contratti collettivi nazionali di lavoro e dalla contrattazione decentrata, al tempo vigenti.
2. L'utilizzo di tali somme è demandata alla contrattazione decentrata.
3. La presente disposizione non si applica nei casi in cui le sponsorizzazioni siano dirette a finanziare interventi, servizi od attività non inseriti nei programmi di spesa ordinari

Art. 27 - Entrata in vigore

1. Il presente Regolamento entra in vigore dalla data d'esecutività della deliberazione consiliare d'approvazione.
2. Copia del Regolamento esecutivo verrà consegnata a cura della Segreteria comunale a tutti i dirigenti dei settori e al Collegio dei Revisori dei Conti.
3. Sono abrogate le norme dei regolamenti comunali che risultino in contrasto con quanto disposto dal presente regolamento.