

COMUNE DI CANTARANA
provincia di Asti

***REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA
DELLE SPONSORIZZAZIONI E
DEGLI ACCORDI DI
COLLABORAZIONE***

Approvato con delibera del Consiglio Comunale n.....del.....

INDICE

- Art. 1 oggetto e finalità**
- Art. 2 definizioni**
- Art. 3 contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari**
- Art. 4 gli accordi di collaborazione**
- Art. 5 ambito di applicazione del contratto di sponsorizzazione**
- Art. 6 procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor**
- Art. 7 diritto di rifiuto – cause oggettive e soggettive di esclusione**
- Art. 8 ricevimento di proposte di potenziali sponsor**
- Art. 9 sponsorizzazioni plurime**
- Art. 10 possibilità di esclusiva per lo sponsor**
- Art. 11 pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione**
- Art. 12 affidamento diretto**
- Art. 13 affidamenti di valore superiore ad € 40.000,00**
- Art. 14 pubblicità della proposta di sponsorizzazione**
- Art. 15 contratto di sponsorizzazione**
- Art. 16 obblighi a carico del Comune**
- Art. 17 erogazione liberale**
- Art. 18 valutazione delle proposte**
- Art. 19 aspetti contabili e fiscali**
- Art. 20 controlli e verifiche**
- Art. 21 trattamento dei dati personali**
- Art. 22 aree verdi**
- Art. 23 entrata in vigore**
- Art. 24 norma transitoria e finale**

ART. 1 - OGGETTO E FINALITA'

1. Con il presente atto si vuole dare disciplina alle attività ed alle iniziative che il Comune di Cantarana organizza, gestisce od alle quali solamente partecipa, e che possono essere oggetto di sponsorizzazione, nel rispetto dei principi posti dalle disposizioni che di seguito si indicano: a) artt. 1174 e 1322 codice civile; b) art. 13 co. 2 lett. b D.P.R. 633\1972, come modificato dalla l. 217\2011; c) art. 1 co. 1-bis l. 241\1990; d) art. 16, 17 e 38 d.lgs 507\1993; e) art. 43 l. 449\1997; f) art. 119, 162 e 192 d.lgs 267\2000; g) determinazione dell'ANAC n. 24 del 5\12\2001; h) art. 74 co. 1 TUIR 917\1986 nella nuova formulazione di cui al d.lgs 344\2003; i) art. 19 d.lgs 50\2016;
2. Le disposizioni contenute nel presente regolamento hanno quale finalità quella di definire organicamente la disciplina delle iniziative che possono essere oggetto di sponsorizzazione, allo scopo di assicurare il rispetto della normativa vigente e i principi di efficienza, trasparenza, buon andamento e imparzialità che regolano l'attività della Pubblica Amministrazione;
3. Il ricorso alle sponsorizzazioni costituisce, per il Comune, opportunità di finanziamento delle proprie attività, sia di quelle da esso direttamente promosse, che di quelle alle quali intende aderire e promosse da altri enti, anche aventi natura diversa, e costituisce, altresì, l'occasione per incentivare la collaborazione tra pubblico e privato, ed a favorire il miglioramento organizzativo attraverso la valorizzazione delle competenze, delle professionalità, della disponibilità delle persone, di enti, di associazioni e aziende attive sul territorio nazionale, per raggiungere una migliore qualità dei servizi e/o prestazioni erogate in favore della collettività, oltre che a permettere la realizzazione concreta di economie di spesa;
4. Le procedure di affidamento, nei casi in cui siano necessarie, e le altre attività amministrative nella materia disciplinata dal presente regolamento, si svolgono, oltre che in ottemperanza a quanto previsto dalla normativa sopra citata, nel rispetto delle disposizioni sul procedimento amministrativo di cui alla l. 241\1990 e successive sue modificazioni od integrazioni e, per quanto in essa non espressamente previsto, nel rispetto delle disposizioni previste dalla normativa vigente.

ART. 2 – DEFINIZIONI

1. Ai fini del presente regolamento, deve intendersi:
 - a) Per **“contratto di sponsorizzazione”**, un contratto mediante il quale il Comune (sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo soggetto (sponsor) che si obbliga a fornire a titolo gratuito una determinata prestazione, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale, il logo, il marchio, i prodotti o i servizi;

- b) Per “**sponsorizzazione**”, ogni contributo in beni, servizi, prestazioni o interventi, oppure corrispettivi in denaro provenienti da terzi, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale, il logo, il marchio, i prodotti o servizi, e conseguire un beneficio di immagine;
- c) Per “**sponsor**”, il soggetto privato, persona fisica o giuridica, o il soggetto pubblico che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione o accordo di collaborazione con il Comune di Cantarana;
- d) Per “**sponsee**”, il soggetto che assume, dietro corrispettivo (nelle forme di seguito meglio specificate), l’impegno di associare alla propria attività od iniziativa il nome o il segno distintivo dello sponsor.

ART. 3 – CONTENUTI DELLE SPONSORIZZAZIONI E DESTINATARI

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 Cantarana, la modalità con cui questo Ente si impegna a divulgare il nome o il marchio del soggetto sponsorizzante;
2. Il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di una entrata o in una economia di bilancio totale o parziale, rispetto alla previsione di spesa iniziale.
3. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi sia con soggetti pubblici o privati, sia persone fisiche che giuridiche, per realizzare ovvero beneficiare, a titolo gratuito, di contributi, di interventi, servizi, prestazioni, beni e 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;

ART. 4 – GLI ACCORDI DI COLLABORAZIONE

1. Gli accordi di collaborazione potranno determinare la possibilità per il collaborante di ricavare, oltre che un ritorno pubblicitario, una redditività dalla collaborazione con il Comune, derivante dalla prestazione di beni e servizi forniti originariamente dall’Ente, come: la gestione di strutture pubbliche quali impianti sportivi, spazi espositivi, parcheggi, etc., per l’utilizzo o uso dei quali è comunemente previsto il pagamento di una tariffa (abbonamento, ticket, o altro), a fronte di una retrocessione monetaria o altro beneficio in favore del Comune di Cantarana;
2. Qualora uno o più soggetti risultassero interessati, a seguito dell’apposito avviso, alla instaurazione del rapporto di collaborazione, l’Amministrazione provvede ad espletare apposita gara, da realizzarsi nella forma dell’appalto-concorso, ovvero della licitazione o trattativa privata plurima, da espletarsi con il metodo dell’offerta economicamente più vantaggiosa.

ART. 5 – AMBITO DI APPLICAZIONE DEL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

1. La sponsorizzazione a favore dell'Ente può avere ad oggetto: il versamento di una somma di denaro, la fornitura di materiale, attrezzature, beni, la realizzazione di un'opera o di un lavoro, la fornitura di un servizio, la gestione di un'opera o di un'area, la gestione di un servizio;
2. La sponsorizzazione può essere relativa a tutte le iniziative ed attività del Comune di Cantarana, fra le quali, a titolo esemplificativo e non esaustivo, si elencano: a) attività ed eventi di natura artistica, culturale, o di differente tipologia come mostre, concerti, spettacoli promossi od organizzati dal Comune, sia direttamente che indirettamente; b) eventi sportivi e/o di rilevanza socio-culturale; c) attività di promozione turistica; d) utilizzo, a fini pubblicitaria, di spazi all'interno del Comune (bacheche, sale riunioni, impianti sportivi, coperture con teli di opere e/o lavori); e) servizi di manutenzione e gestione di aree verdi, aree diverse e immobili comunali, arredo urbano; f) fornitura di beni quali, ad esempio, attrezzature informatiche od elettroniche di vario genere, elementi di arredo urbano; g) gestione di sportelli informativi; h) marketing e promozione territoriale;
3. Indipendentemente dall'attivazione di specifici progetti di sponsorizzazione riguardanti le iniziative e le attività anzidette, il Comune è legittimato ad inserire, a propria discrezione, la clausola "sponsor" in qualunque procedimento di gara, in modo tale che in caso di aggiudicazione il partecipante abbia l'obbligo di sponsorizzare attività rientranti nella fattispecie di cui al comma precedente, a condizione che la sponsorizzazione, ai fini dell'aggiudicazione, non costituisca criterio primario di valutazione;

ART. 6 – PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE E SCELTA DELLO SPONSOR

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono, di norma, individuate nell'ambito degli obiettivi del piano programmatico. In ogni caso, nel corso dell'anno, la Giunta può formulare indirizzi specifici al Responsabile del servizio interessato, per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base al presente regolamento;
2. Il procedimento di scelta dello sponsor è effettuato mediante procedura selettiva concorrenziale, con pubblicazione di apposito avviso;
3. L'avviso pubblico, unitamente al capitolo, è approvato con determina del Responsabile del servizio individuato nella delibera di Giunta;
4. L'avviso, pubblicato all'albo pretorio, può anche essere pubblicizzato attraverso il sito web istituzionale o altre forme di visibilità dello stesso di volta in volta ritenute più convenienti, o comunque più idonee a garantire una maggiore conoscenza e favorire una più ampia partecipazione, e deve contenere i seguenti elementi:

- a) oggetto della sponsorizzazione;
 - b) indicazione dello spazio messo a disposizione;
 - c) modalità e termini per la presentazione delle offerte;
 - d) il bene, il servizio o la prestazione che si intende sponsorizzare;
 - e) l'inesistenza di cause ostative a contrattare con la Pubblica Amministrazione;
 - f) i criteri di valutazione delle offerte;
 - g) l'eventuale importo minimo, a base della procedura selettiva, richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
 - h) l'eventuale diritto di prelazione a norma dell'art. 8;
 - i) l'ufficio procedente ed il Responsabile del procedimento;
5. Scaduto il termine stabilito nell'avviso, si procede alla valutazione delle offerte pervenute nel rispetto dei criteri stabiliti nell'avviso medesimo. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal Responsabile competente, per come individuato nella delibera di Giunta, nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato. Per la valutazione delle offerte potrà essere eventualmente istituita una apposita commissione, che sarà sempre presieduta dal Responsabile del servizio;
6. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve contenere i seguenti elementi:
- a) le dichiarazioni richieste nell'avviso;
 - b) l'accettazione incondizionata di quanto previsto nell'avviso e nel presente regolamento;
 - c) l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e farsi carico degli adempimenti connessi e conseguenti al messaggio pubblicitario, alle relative autorizzazioni, al pagamento di eventuali tributi o canoni, salvo eventuali esenzioni, se consentite.

ART. 7 DIRITTO DI RIFIUTO – CAUSE OGGETTIVE E SOGGETTIVE DI ESCLUSIONE

1. Il Comune ha la facoltà di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione, e recedere dal contratto eventualmente sottoscritto, quando: a) ritenga possa derivare un conflitto di interessi tra l'attività pubblica e quella dello sponsor; b) ravvisi nel messaggio pubblicitario o nei mezzi utilizzati dallo sponsor un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative o attività; c) reputi la sponsorizzazione inaccettabile per motivi di interesse generale;
2. Sono assolutamente escluse le sponsorizzazioni aventi ad oggetto: a) propaganda politica, sindacale, filosofica o religiosa; b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, materiale pedo-pornografico ed a sfondo sessuale, gioco d'azzardo, armi; c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, discriminazione, odio o minaccia; d) messaggi contrari al decoro o alla morale pubblica;

3. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione i soggetti che: a) non sono in possesso dei requisiti necessari per poter contrattare con la Pubblica Amministrazione, di cui all'art. 80 d.lgs 50\2016, per quanto applicabile; b) abbiano in atto controversie con l'Amministrazione Comunale.
4. L'interessato attesta il possesso dei requisiti mediante dichiarazione sostitutiva ai sensi del D.P.R. 445\2000.

ART. 8 – RICEVIMENTO DI PROPOSTE DI POTENZIALI SPONSOR

1. Qualora provenga al Comune una proposta di sponsorizzazione da parte di un potenziale sponsor, valutatane la rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento, e deliberatane l'opportunità da parte della Giunta, il Responsabile del servizio, individuato con l'atto deliberativo che precede, predispone apposito avviso da pubblicare con le modalità di cui al precedente articolo 6, che preveda come importo minimo a base di selezione quello offerto dal soggetto promotore, nonché il diritto di prelazione, a parità di condizioni, a favore dell'originario promotore;
2. Alla pubblicazione dell'avviso segue l'espletamento della selezione;
3. Terminata la procedura di selezione, all'originario promotore è riservato, entro un determinato termine, il diritto di adeguare, ove necessario, la propria proposta a quella giudicata più conveniente dal Comune. In ipotesi di adeguamento della proposta, il promotore originario sarà dichiarato aggiudicatario.

ART. 9 – SPONSORIZZAZIONI PLURIME

1. Il contratto di sponsorizzazione non determina alcun diritto di esclusiva a favore dello sponsor e, pertanto, il Comune di Cantarana può legittimamente ricevere più sponsorizzazioni per il medesimo evento o attività.

ART. 10 – POSSIBILITA' DI ESCLUSIVA PER LO SPONSOR

1. Il Comune può definire contratti di sponsorizzazione in esclusiva per reperire maggiori risorse o per conseguire sponsorizzazioni di miglior profilo qualitativo;
2. Le ipotesi di esclusiva sono: a) esclusiva generale: si determina con la conclusione di un contratto di sponsorizzazione con un soggetto in veste di sponsor unico del Comune per un determinato periodo di tempo; b) esclusiva commerciale: si determina con la conclusione di più contratti di sponsorizzazione con diversi sponsor, ciascuno individuato come controparte unica per una specifica iniziativa, evento, progetto, o di una attività;
3. Nei casi in cui il Comune intenda concludere contratti di sponsorizzazione in esclusiva, generale o commerciale, la clausola che la prevede deve essere evidenziata in tutti gli atti

preliminari alla conclusione del contratto. La clausola di esclusiva deve essere espressamente prevista.

ART. 11 – PAGAMENTO DEL CORRISPETTIVO IN DENARO DELLA SPONSORIZZAZIONE

1. Qualora il corrispettivo della sponsorizzazione sia costituito da una somma di denaro, il pagamento avviene, di norma, con il versamento del 50% al momento della conclusione del contratto, ed il residuo importo secondo il piano predisposto dal Responsabile del servizio;
2. In determinati casi il Comune può richiedere allo sponsor di presentare apposita fideiussione a garanzia del pagamento dell'importo residuo.

ART. 12 - AFFIDAMENTO DIRETTO

1. Si può procedere all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazione nei seguenti casi: a) in caso sia stata esperita infruttuosamente la procedura selettiva di cui all'art. 6; b) in casi eccezionali, adeguatamente motivati, in cui la particolare natura o le caratteristiche dell'evento o iniziativa oggetto della sponsorizzazione limitino la trattativa ad un unico soggetto;
2. L'affidamento diretto, in ogni caso, avviene previa valutazione di congruità da parte del Responsabile del servizio;
3. L'Amministrazione Comunale ha facoltà di procedere con affidamento diretto alle proposte di sponsorizzazione quando il valore dei beni o servizi sia di modesta entità, e comunque non sia superiore ad € 40.000,00. Si elencano, a titolo esemplificativo e non esaustivo, i seguenti casi: a) l'allestimento di locali e spazi pubblici in occasione di ricorrenze o manifestazioni pubbliche; b) la fornitura di cancelleria, piccoli attrezzi di lavoro, materiale di consumo, divise da lavoro; c) fornitura di elementi di arredo urbano; d) contributi di privati, enti (pubblici e privati), società, di capitali e di persone; e) servizi di somministrazione di bevande e alimenti, in occasione di ricorrenze e manifestazioni;
4. Nelle ipotesi di cui al precedente comma 3, che costituisce solo una elencazione e non è da intendersi quale esclusione di ulteriori possibili ipotesi, il contratto si perfeziona con l'accettazione della proposta, e si prescinde da tutte le formalità, ad eccezione della forma scritta;
5. Nella sola ipotesi prevista nella lettera d del precedente comma 3, si può prescindere anche dalla forma scritta, oltre che da tutte le ulteriori formalità, e l'Amministrazione avrà il solo obbligo di rilasciare attestazione di avvenuta ricezione del contributo e/o erogazione liberale;

6. Tutte le sponsorizzazioni di modesta entità saranno contenute in un apposito registro e, a discrezione dell'Amministrazione Comunale, potranno essere pubblicate anche sul sito web istituzionale.

ART. 13 – AFFIDAMENTI DI VALORE SUPERIORE A € 40.000,00

1. In attuazione del disposto di cui all'art. 19 d.lgs 50\2016 si stabilisce che: a) al fine di assicurare il rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità, l'affidamento di contratti di sponsorizzazione per l'effettuazione di lavori, servizi o forniture di importo superiore ad € 40.000,00, mediante versamenti diretti di denaro o accollo di debito o altre modalità di assunzione del pagamento dei corrispettivi dovuti, è soggetto alla pubblicazione, nelle forme di legge e per almeno 30 giorni consecutivi, di apposito avviso con cui si rende nota la ricerca di sponsor per determinati interventi, ovvero si porta a conoscenza dell'avvenuto ricevimento di una proposta di sponsorizzazione, indicando, in sintesi, il contenuto del contratto proposto. Decorsi 30 giorni dalla pubblicazione dell'avviso, il contratto può essere liberamente negoziato, purchè nel rispetto dei principi di imparzialità e di parità di trattamento tra gli operatori che abbiano manifestato interesse;
2. Nell'ipotesi in cui lo sponsor intenda realizzare i lavori, prestare i servizi o le forniture direttamente a sua cura e spese, non si può comunque omettere la verifica del possesso dei requisiti degli esecutori, nel rispetto dei principi e dei limiti in materia. L'ufficio procedente impartisce opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere o forniture, e alla direzione dei lavori e collaudo degli stessi.

ART. 14 – PUBBLICITA' DELLA PROPOSTA DI SPONSORIZZAZIONE

1. La scelta dello sponsor è effettuata secondo i criteri stabiliti nel presente regolamento, ed è preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso;
2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, inserimento sul sito web istituzionale o, se ritenuto utile, con l'invio alle associazioni di categoria, o eventuali altre metodologie ritenute di volta in volta più utili ad una maggiore conoscenza dell'avviso.

ART. 15 – CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

1. La sponsorizzazione viene regolata da apposito contratto scritto, sottoscritto dalle parti e costituisce, unitamente alla delibera di Giunta, ed eventualmente anche della determina del Responsabile del servizio, la documentazione che regola la sponsorizzazione;
2. Il contratto deve contenere i seguenti elementi essenziali:

- a) l'oggetto del contratto ed i connessi obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico capitolato o progetto di sponsorizzazione;
 - b) gli obblighi delle parti e le modalità di attuazione della sponsorizzazione;
 - c) il valore del corrispettivo;
 - d) la durata del contratto, non superiore a cinque anni;
 - e) l'eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale;
 - f) il diritto dello sponsor ad utilizzare, se previsto, uno spazio pubblicitario;
 - g) i controlli sull'attività dello sponsor e le penali in caso di inadempimento;
 - h) la clausola di tutela rispetto ad eventuali inadempienze;
 - i) la risoluzione del contratto per inadempimento;
 - l) la competenza esclusiva del Tribunale di Asti in caso di controversie;
 - m) la disciplina delle spese contrattuali;
3. Il contratto deve sempre prevedere la facoltà del Comune di recedere anticipatamente dal contratto, previa formale comunicazione allo sponsor, e deve, inoltre, essere prevista la clausola risolutiva espressa nel caso in cui lo sponsor rechi danno all'immagine del Comune, fermo restando il diritto all'eventuale risarcimento del danno.

ART. 16 – OBBLIGHI A CARICO DEL COMUNE

1. Il Comune, in contro-prestazione, potrà realizzare alcune forme pubblicitarie che di seguito, a titolo esemplificativo e non esaustivo, si indicano:
- a) riproduzione del marchio o logo o delle generalità dello sponsor su tutto il materiale inerente l'iniziativa oggetto della sponsorizzazione, ovvero sul sito web istituzionale, qualora all'interno venga creato uno spazio informativo relativo all'attività interessata;
 - b) posizionamento di targhe o cartelli indicanti il marchio-logo o le generalità dello sponsor sui beni durevoli, o sulle aiuole oggetto di sponsorizzazione;
 - c) utilizzo a fini pubblicitari di spazi all'interno del Comune;
 - d) utilizzo a fini pubblicitari di spazi su documentazione del Comune (es: buoni mensa, bollette, etc.). le forme di pubblicità possono riguardare tutte o solo alcune delle modalità previste dal presente articolo. Le stesse sono determinate al momento della stipula del contratto;
2. L'imposta sulla pubblicità, se dovuta, dovrà essere corrisposta dallo sponsor direttamente al Comune, nella misura prevista dalla legge.

ART. 17 – EROGAZIONE LIBERALE

1. Le sponsorizzazioni offerte da privati o da enti e soggetti giuridici, ed in ipotesi in cui il ritorno di natura pubblicitaria appaia del tutto marginale e prevalga l'aspetto di un sostanziale

contratto con prestazione unilaterale, sono formalizzate come procedura a trattativa privata diretta, qualunque sia il valore della prestazione resa.

ART. 18 – VALUTAZIONE DELLE PROPOSTE

1. In tutti i casi in cui pervengano proposte di sponsorizzazione o di collaborazione, le stesse verranno valutate dal Responsabile del servizio sulla base dei criteri di cui all'avviso o nella lettera di invito. Tali proposte saranno sottoposte al parere della Giunta che potrà deliberare, se necessario, il reperimento della disponibilità finanziaria residuale necessaria all'iniziativa o attività di cui alla sponsorizzazione o collaborazione.

ART. 19 – ASPETTI CONTABILI E FISCALI

1. Il contratto di sponsorizzazione costituisce attività rilevante ai fini Iva e soggetta all'aliquota di legge vigente. L'importo specificato dal contratto dovrà sempre essere espresso con la dicitura "oltre accessori di legge", e l'importo erogato dovrà essere comprensivo di Iva. Gli importi utilizzabili ai fini dell'evento o iniziativa finanziata saranno al netto dell'Iva;
2. Qualora il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione consista in lavori, nella prestazione di servizi o nella fornitura di beni a carico dello sponsor, è fatto obbligo di operare la doppia fatturazione, ovvero la fatturazione dello sponsor al Comune per il valore dei lavori, dei servizi o dei beni, comprensivi di Iva, e la fatturazione del Comune allo sponsor di pari importo;
3. La regolamentazione contabile del rapporto di sponsorizzazione, a seconda delle forme di realizzazione dello stesso, si effettuerà come di seguito:
 - a) contributi economici: il Comune emetterà fattura al soggetto finanziatore per un importo pari al contributo;
 - b) cessione gratuita di beni o servizi: lo sponsor fatturerà al Comune un importo pari al valore del bene o del servizio, ed il Comune emetterà fattura allo sponsor di uguale importo, a titolo di sponsorizzazione, con compensazione contabile delle due fatture;
 - c) adozione di aree verdi: lo sponsor fatturerà al Comune gli importi indicati nel contratto, fino alla realizzazione dell'area, e qualora nel corrispettivo cui è tenuto lo sponsor rientri anche la manutenzione delle aree, questa verrà fatturata dopo ogni anno di manutenzione, a titolo di sponsorizzazione;
4. Ogni spesa contrattuale connessa e conseguente alla stipula ed alla registrazione del contratto di sponsorizzazione o accordo di collaborazione, è a carico dello sponsor o del collaboratore;
5. L'emissione di fattura da parte del Comune a favore dello sponsor o del collaboratore avverrà sempre ad avvenuto pagamento;

6. Nell'applicazione delle disposizioni di cui ai commi che precedono sono fatte salve eventuali esenzioni e agevolazioni previste dalle disposizioni di legge.

ART. 20 – CONTROLLI E VERIFICHE

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del Responsabile del servizio cui si riferisce, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, qualitativi e quantitativi;
2. Qualora in sede di verifica dovessero emergere difformità, le stesse dovranno essere tempestivamente notificate allo sponsor o collaboratore a mezzo di raccomandata con avviso di ricevimento o mezzo equipollente;
3. Il mancato rispetto delle norme contrattuali comporta la risoluzione del contratto. È sempre fatto salvo il diritto all'eventuale risarcimento del danno.

ART. 21 – TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

1. I dati personali raccolti nelle attività di cui al presente regolamento, saranno trattati per le finalità da esso previste, ed ai soggetti interessati è garantito l'esercizio dei diritti di cui al d.lgs 196\2003 ed ogni sua successiva integrazione o modificazione;
2. I dati raccolti, trattati in conformità alle norme vigenti dagli addetti degli uffici Comunali, possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici o privati in relazione alle finalità perseguite con il presente regolamento;
3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Cantarana in persona del Sindaco pro tempore, che potrà nominare uno o più responsabili conformemente alla citata legge.

ART. 22 – AREE VERDI

1. Il Comune, con apposita delibera di Giunta, può procedere all'individuazione di aree verdi comunali che possono rientrare nell'ambito di interventi di sponsorizzazione per la loro sistemazione e manutenzione. L'elenco delle aree non è da ritenersi tassativo, ed ai soggetti eventualmente interessati sarà consentito proporre la sponsorizzazione di aree diverse, e l'Amministrazione Comunale valuterà se tale proposta è coerente con le proprie finalità;
2. A seguito della presentazione di richiesta di sponsorizzazione di un'area verde, il proponente sarà contattato per la presentazione del progetto che, se approvato dalla Giunta Comunale con propria deliberazione, costituirà allegato al contratto di sponsorizzazione;
3. Il progetto potrà anche essere fornito dall'Amministrazione Comunale. In ogni caso esso dovrà contenere l'indicazione delle spese necessarie per le relative operazioni;
4. La pubblicità avverrà tramite l'inserimento nell'area verde di appositi cartelli o targhe;

5. L'area non dovrà in nessun modo essere sottratta all'uso pubblico al quale è destinata, se non per il tempo strettamente necessario alle operazioni di impianto ed a quelle relative alla manutenzione;
6. Il contratto di sponsorizzazione dovrà avere una durata pari a quella indicata nel progetto, ed è rinnovabile anche con lo stesso sponsor, sulla base dei risultati raggiunti, per la medesima durata di quella originaria, nei limiti previsti dalla vigente normativa.

ART. 23 – ENTRATA IN VIGORE

1. Il presente regolamento entra in vigore il giorno in cui acquista esecutività la delibera che lo approva, e sarà pubblicato sul sito web istituzionale nella sezione “amministrazione trasparente”;
2. Con l'entrata in vigore, esso abroga le norme dei precedenti regolamenti comunali in materia, nonché gli altri atti di natura regolamentare che risultino in contrasto con le disposizioni di cui al presente regolamento.

ART. 24 – NORMA TRANSITORIA E FINALE

1. Per tutto quanto non espressamente previsto dal presente regolamento, si applicano le disposizioni di cui alla vigente normativa in materia;
2. Le disposizioni del presente regolamento si intendono modificate qualora dovessero intervenire norme vincolanti, sia statali che regionali;
3. Nella ricorrenza dell'ipotesi di cui al precedente comma 2, in attesa della formale modificazione del regolamento, trovano applicazione le sopravvenute norme statali o regionali.