



*Comune di Nola*

*Provincia di Napoli*

**REGOLAMENTO PER  
LA DISCIPLINA DELLE  
SPONSORIZZAZIONI  
DEL COMUNE DI NOLA**

*Approvato con DCC n. 7 del 18/03/2016*

## INDICE

ART. 1 – OGGETTO E FINALITÀ	pag. 4
ART. 2 – DEFINIZIONI –	pag. 6
ART. 3 – CONDIZIONI –	pag. 7
ART. 4 – DESTINATARI	pag. 8
ART. 5 – PROCEDURE DI SELEZIONE DELLO SPONSOR	pag. 9
ART. 6 – VALUTAZIONE DELLE OFFERTE E CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE	pag. 11
ART. 7 – SPONSORIZZAZIONI PROPOSTE DA PRIVATI	pag. 12
ART. 8 – SPONSOR ACCREDITATI	pag. 13
ART. 9 – RISERVA ORGANIZZATIVA E PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE TRAMITE AFFIDAMENTO INCARICO DI RICERCA SPONSOR	pag. 13
ART. 10 – INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE DI SPONSORIZZAZIONE	pag. 14
ART. 11 – ESCLUSIONI	pag. 14
ART. 12 – SPONSORIZZAZIONI INACCETTABILI	pag. 15
ART. 13 – CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE	pag. 16

ART. 14 – ESPLICITAZIONE DELL’ESCLUSIVA GENERALE O DELLE ESCLUSIVE COMMERCIALI	pag. 16
ART. 15 – VERSAMENTO DEI PROVENTI DELLE SPONSORIZZAZIONI	pag. 17
ART. 16 – UTILIZZO DEI RISPARMI DI SPESA DERIVANTI DALLE SPONSORIZZAZIONI	pag. 18
ART. 17 – UTILIZZO DELLE SPONSORIZZAZIONI IN RELAZIONE A PROCEDURE DI APPALTO	pag. 19
ART. 18 – VERIFICHE E CONTROLLI	pag. 19
ART. 19 – TRATTAMENTO DATI PERSONALI	pag. 20
ART. 20 – CONTROVERSIE	pag. 20
ART. 21 – NORME DI RINVIO	pag. 20

## ART. 1

### OGGETTO E FINALITÀ

1. Il presente regolamento intende disciplinare, nel rispetto delle disposizioni vigenti, i presupposti, le condizioni, nonché la procedura di sponsorizzazioni e conseguente scelta dello sponsor, in materia di eventi culturali, sociali, ricreativi, sportivi, lavori pubblici e altro, promossi dall'Amministrazione Comunale per il perseguimento di finalità di pubblico interesse e nell'osservanza dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza, che regolano l'operato della Pubblica Amministrazione.
2. Il presente regolamento disciplina la sola attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute:
  - nell'art. 43 "Contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione, convenzioni con soggetti pubblici o privati, contributi dell'utenza per i servizi pubblici non essenziali e misure di incentivazione della produttività della Legge 27.12.1997, n. 449 e ss.mm.ii;
  - nell'art. 119 "Contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione, convenzioni" del D.Lgs. 18.08.2000 n. 267;
  - nell'art. 15 "Risorse per le politiche di sviluppo delle risorse umane e per la produttività" del C.C.N.L. del comparto del personale delle Regioni - Autonomie Locali sottoscritto il 1° aprile 1999;
  - nell'art. 26 "Finanziamento della retribuzione di posizione e di risultato" del C.C.N.L. dei dirigenti degli Enti Locali sottoscritto in data 23 dicembre 1999;
  - nell'art. 26 "Contratti di sponsorizzazione" del D.Lgs. 12.04.2006;

- nell'art. 199-bis del D. Lgs. n. 163/2006 "Disciplina delle procedure per la selezione dello sponsor";

3. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione della organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali.

4. L'Amministrazione ricorre alla sponsorizzazione al fine di ottenere miglioramenti economicamente apprezzabili della qualità dei servizi erogati, supporto alla realizzazione di opere ed infrastrutture, sostegno allo sviluppo di progettualità ed iniziative innovative, nonché per l'ottimizzazione della spesa.

5. Le iniziative di sponsorizzazione sono finalizzate, in particolare, al miglioramento della qualità del vivere urbano, alla valorizzazione e alla tutela del patrimonio artistico e culturale, eventi artistici e culturali, nonché alla realizzazione di progetti e all'erogazione di servizi anche a carattere innovativo – sperimentale.

6. Il contratto di sponsorizzazione deve contenere:

- a) le configurazioni generali delle finalizzazioni del rapporto contrattuale;
- b) gli obblighi dello sponsor e dello sponsee;
- c) i profili economici della sponsorizzazione;
- d) le clausole condizionanti il rapporto;
- e) gli strumenti di verifica dell'efficacia della sponsorizzazione per l'Amministrazione.

7. I contratti di sponsorizzazione inerenti i beni culturali sono preventivamente sottoposti alla Soprintendenze competenti in relazione alla tipologia dell'intervento, al fine di ottenere i

nulla osta o gli atti di assenso normativamente richiesti e al fine di assicurare che l'esposizione pubblicitaria sia effettuata in forme compatibili con il carattere artistico o storico, l'aspetto ed il decoro del bene.

## ART. 2

### DEFINIZIONI

1. Ai fini del presente regolamento si intende.

- a) per **“contratto di sponsorizzazione”** (di seguito denominato **“Contratto”**) un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale l'Amministrazione Comunale (sponsee o sponsorizzato) offre, nell'ambito di proprie iniziative culturali, sociali, ricreative, sportive, di lavori pubblici e altro, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo in denaro o ad assumersi un costo (“sponsorizzazione finanziaria”), ovvero a fornire una predeterminata prestazione, diretta o indiretta, a titolo gratuito (“sponsorizzazione tecnica”), la possibilità di pubblicizzare il nome, il logo, il marchio, i prodotti, i servizi e simili, nei modi previsti dal Contratto;
- b) per **“sponsorizzazione”** ogni corrispettivo in denaro, ovvero ogni prestazione (in beni materiali, in servizi o in lavori) diretta o indiretta, proveniente da terzi allo scopo di promuovere il proprio nome, marchio, attività o i propri prodotti, servizi e simili ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio d'immagine;
- c) per **“sponsor”** il soggetto privato o pubblico che intenda stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;
- d) per **“sponsee”** il soggetto sponsorizzato, cioè l'Amministrazione Comunale;

e) per **“spazio pubblicitario”** lo spazio fisico o le modalità di veicolazione della comunicazione e delle informazioni di volta in volta individuate o consentite dal Comune per la pubblicità dello sponsor.

2. Ai fini del presente Regolamento, non costituisce sponsorizzazione l’offerta, a titolo di liberalità, a favore dell’Amministrazione di somme di denaro, di beni o di servizi accessori in occasione dello svolgimento di iniziative e rassegne o dell’allestimento di spazi espositivi.
3. Alle Istituzioni costituite dal Comune di Nola, in particolare, alle Fondazione “Festa dei Gigli” ed alla Fondazione “Giordano Bruno”, si applicano le disposizioni del presente regolamento, compatibilmente con quanto previsto dalla disciplina che le regola.
4. L’Amministrazione, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, può affidare incarico professionale di reperimento delle sponsorizzazioni a soggetti operanti nel campo pubblicitario.

### **ART. 3**

#### **CONDIZIONI**

1. Il ricorso al contratto di sponsorizzazione oggetto del presente Regolamento è ammesso ove sussistano le seguenti condizioni:
  - a) il perseguimento di interessi pubblici;
  - b) l’esclusione di forme di conflitto di interesse tra attività pubblica e privata;
  - c) un corrispettivo in denaro ovvero un risparmio di spesa nella realizzazione di un’iniziativa di pubblico interesse.

### **ART. 4**

## DESTINATARI

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con:

- a) **Qualsiasi persona fisica**, purché in possesso dei requisiti di legge per contrattare con la Pubblica Amministrazione così come indicati all'art.38 "Requisiti di ordine generale" del D.Lgs. 163/2006 e succ. mod.; per i soggetti incaricati di tutta o di parte della realizzazione degli interventi, i requisiti di idoneità professionale, di qualificazione per eseguire lavori pubblici, di capacità economica e finanziaria, tecnica e professionale dei fornitori e dei prestatori di servizi, di cui agli articoli 39, 40, 41 e 42 del Codice Appalti.
- b) **Persona giuridica di diritto pubblico o privato** (Fondazioni), avente o meno finalità commerciali, quali le società di persone e di capitale, le imprese di assicurazioni, i consorzi imprenditoriali
- c) **Associazioni senza scopo di lucro** (le cui finalità statuarie non risultino in contrasto con le attività del Comune e con i vincoli di cui all'art. 7) 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.
- d) **Per quanto riguarda gli interventi su beni culturali**, fermi restando i presupposti e i requisiti di compatibilità stabiliti dall'articolo 120 del decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42, e successive modificazioni, recante il codice dei beni culturali e del paesaggio, per i soggetti incaricati di tutta o di parte della realizzazione degli interventi, i requisiti di idoneità professionale, di qualificazione per eseguire lavori pubblici, di capacità economica e finanziaria, tecnica e professionale dei fornitori e dei prestatori di servizi, di cui agli articoli 39, 40, 41 e 42, oltre ai requisiti speciali e ulteriori di cui all'articolo 201 del Codice Appalti.



## ART. 5

### PROCEDURE DI SELEZIONE DELLO SPONSOR

1. La gestione delle sponsorizzazioni, salvo motivate eccezioni approvate singolarmente dalla Giunta Municipale, nei casi di cui all'art. 5, è effettuata direttamente dall'Amministrazione secondo la disciplina del presente Regolamento.
2. Fermo restando quanto previsto espressamente dalla Legge:
  - a) la scelta dello sponsor **è di norma** effettuata mediante la pubblicazione di avviso pubblico sul sito internet del Comune di Nola;
  - b) l'Amministrazione può procedere alla scelta dello sponsor a mezzo di una procedura negoziata, preceduta dalla pubblicazione di avviso pubblico, invitando almeno 5 (cinque) soggetti alla presentazione delle proprie offerte;
  - c) al fine di consentire una razionale programmazione delle risorse finanziarie disponibili e degli eventi che si prevede di realizzare, l'Amministrazione predispone apposito avviso pubblico annuale per conseguire il finanziamento relativo agli eventi che siano già programmati all'inizio dell'anno.
3. E' ammessa la **trattativa privata diretta**, previa adeguata motivazione, con specifico riferimento alle ipotesi in cui il valore economico dell'iniziativa sia inferiore:
  - a) **ad € 10.000,00** qualora si tratti di iniziative non attinenti l'esecuzione di lavori e forniture di beni e servizi;
  - b) **ad € 40.000,00** per opere classificabili come lavori pubblici (allegato I del D.Lgs. 163/2006) nonché per interventi di restauro e manutenzione di beni mobili e delle superfici decorate di beni architettonici sottoposti a tutela;

c) **ad € 20.000,00** per forniture di beni e servizi di cui all'allegato IIA e IIB del D.Lgs. 163/2006;

4. Tutte le somme predette sono da intendersi al netto di IVA;
5. Per le iniziative che contemplino contemporaneamente diverse fattispecie (forniture di beni, servizi, opere pubbliche) occorrerà considerare la fattispecie con l'incidenza economica prevalente, ai fini della determinazione della soglia di importo sulla quale fare riferimento per l'affidamento diretto;
6. L'avviso pubblico deve contenere, in particolare, i seguenti dati:
  - a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti del progetto di sponsorizzazione;
  - b) l'indicazione dello spazio fisico e delle modalità di veicolazione della comunicazione e delle informazioni di volta in volta individuate o consentite dal Comune per la pubblicità dello sponsor;
  - c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione;
  - d) l'importo minimo o il valore minimo della prestazione, richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
  - e) le cause di esclusione dalla selezione.
7. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve indicare quanto richiesto nell'avviso e, comunque, sempre almeno:
  - a) l'attività o l'iniziativa che si intende pubblicizzare;
  - b) il corrispettivo della sponsorizzazione.

8. L'offerta deve essere sempre accompagnata dalle dichiarazioni previste dall'art. 38 del D.Lgs.163/2006. Resta ferma l'applicazione della vigente disciplina normativa e convenzionate in tema di documentazione antimafia.
9. I soggetti, sia pubblici che privati, devono altresì documentare, anche attraverso autocertificazione, la rispondenza della loro attività complessiva ai requisiti e criteri etici del presente Regolamento.
10. L'Amministrazione può stipulare contratti di sponsorizzazione anche con soggetti i quali, intendendo assumere la veste di sponsor di iniziative dell'Ente, manifestino spontaneamente la loro volontà. La manifestazione di volontà deve essere presentata in forma scritta e deve indicare almeno:
- a) l'attività, il progetto o l'iniziativa che si intende pubblicizzare;
  - b) le modalità di veicolazione della comunicazione e delle informazioni pubblicitarie proposte;
  - c) il corrispettivo proposto (importo offerto o valore della prestazione proposta).

## **ART. 6**

### **VALUTAZIONE DELLE OFFERTE E CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE**

1. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate da un'apposita commissione nominata dal responsabile della struttura di massimo livello in cui è inserito il servizio proponente la sponsorizzazione.
2. La Commissione di cui al comma precedente determinerà una graduatoria per ognuna delle iniziative per le quali è prevista la sponsorizzazione. La suddetta graduatoria è approvata con apposito atto dirigenziale.

3. La graduatoria è formata sulla base dei punteggi attribuiti in ragione dei criteri qualitativo-economici fissati nell'avviso (valore economico, convenienza dell'Amministrazione ad acquisire lo sponsor nella propria disponibilità, fiducia ed immagine dello sponsor per gli effetti di ritorno sulla pubblicizzazione dell'evento, eventuali servizi aggiuntivi e simili).
4. L'assegnazione viene riservata al primo soggetto della graduatoria;
5. L'Amministrazione può ammettere la possibilità per gli offerenti di presentare varianti progettuali in sede di offerta a norma dell'art.76 del D.Lgs.163/2006. le concrete modalità ed i requisiti minimi delle varianti saranno indicate nei singoli bandi o inviti. In mancanza di indicazioni le varianti non sono ammesse.
6. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Dirigente del Settore competente. Con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello spazio pubblicitario espressamente indicato nel progetto;

## **ART. 7**

### **SPONSORIZZAZIONI PROPOSTE DA PRIVATI**

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere proposti da privati. Ogni proposta dovrà essere corredata da uno schema di contratto. Rientrano in questa categoria anche i contributi per manifestazioni, progetti, ecc. che aziende private o cittadini concedono
2. Il Dirigente del settore competente entro 10 giorni dal ricevimento perfeziona l'istruttoria e la trasmette alla Giunta Comunale per i successivi provvedimenti di competenza;
3. la Giunta, valutatane l'opportunità e rispondenza alle prescrizioni del presente Regolamento in linea con il precedente articolo 4, approva la proposta

4. il dirigente del settore entro i successivi 10 gg predispone apposito Avviso Pubblico con le modalità previste dal presente articolo, che preveda come importo minimo richiesto quale corrispettivo, quello fissato dal soggetto proponente.
5. Per quanto riguarda la realizzazione di interventi relativi ai beni culturali, la procedura è quella prevista dall'art.199-bis del D. Lgs. 163/2006 e s.m. che si intende qui integralmente richiamata.

## **ART. 8**

### **SPONSOR ACCREDITATI**

1. L'Amministrazione ha facoltà di selezionare, con procedura aperta, candidati a cui proporre, per un arco temporale non superiore ad un triennio, le occasioni di sponsorizzazione che presentino le caratteristiche di massima prefissate.
2. La procedura di cui al precedente comma 1 è attivabile anche congiuntamente da parte di più Settori.
3. Le singole sponsorizzazioni vengono prioritariamente proposte agli iscritti nell'elenco che abbiano manifestato il loro interesse ed assegnate a seguito di confronto competitivo fra gli stessi.
4. Qualora non vi siano soggetti interessati alla sponsorizzazione la stessa sarà affidata ai sensi del precedente art.4.

## **ART. 9**

### **RISERVA ORGANIZZATIVA E PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE TRAMITE**

#### **AFFIDAMENTO INCARICO DI RICERCA SPONSOR**

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'amministrazione Comunale secondo la disciplina del presente Regolamento e le modalità contenute nel Bando/Avviso se emesso;
2. Per la realizzazione di programmi complessi caratterizzati dalla previsione di una pluralità di iniziative, differenziate per contenuto, dimensione o modalità di veicolazione del messaggio pubblicitario, l'Amministrazione può decidere di affidare l'incarico per la ricerca degli sponsor ad agenzie specializzate, secondo le procedure per gli appalti di servizi previste dalla Legge.

## **ART. 10**

### **INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE DI SPONSORIZZAZIONE**

1. L'Amministrazione individua nella propria programmazione annuale e triennale le iniziative che possono formare oggetto di sponsorizzazione.
2. Le iniziative di sponsorizzazione possono essere individuate nell'ambito degli obiettivi del piano esecutivo di gestione, assegnati al dirigente. Nel corso dell'anno, la Giunta Municipale può formulare indirizzi specifici al dirigente per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.
3. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi, i lavori e le prestazioni, rientranti nei programmi dell'Amministrazione.
4. Le iniziative di sponsorizzazione possono comportare per il bilancio dell'Ente sia riduzione di spesa, sia incrementi di entrata.

## **ART. 11**

### **ESCLUSIONI**

Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione, oggetto del presente documento, tutti i soggetti che si trovino in situazioni di conflitto di interesse con l'attività pubblica.

## **ART. 12**

### **SPONSORIZZAZIONI INACCETTABILI**

1. L'Amministrazione Comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi offerta di sponsorizzazione qualora:
  - a) ritenga possa derivare un conflitto d'interesse fra l'attività pubblica e quella privata;
  - b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle sue iniziative o attività.
2. Sono in ogni caso escluse, oltre alle sponsorizzazioni aventi ad oggetto pubblicità, anche in forma indiretta, vietate in tutto o in parte secondo la normativa in vigore, quelle di propaganda da parte di partiti o altre forze istituzionalmente rappresentate, nonché quelle di diffusione di messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.
3. Sono escluse le imprese a qualunque titolo coinvolte nella produzione, commercializzazione, finanziamento e intermediazione di armi di qualunque tipo (compresi i sistemi elettronici e le sostanze chimiche, biologiche e nucleari).
4. La valutazione del mancato rispetto dei suddetti principi è compiuta sulla base di accertamenti recati da sentenze, decisioni, risoluzioni, inchieste. Rapporti o atti ufficiali di autorità nazionali o internazionali.

## **ART. 13**

### **CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE**

1. Il ricorso da parte dell'Amministrazione, a forme di sponsorizzazione, in relazione ad attività, interventi o progetti culturali, sociali, ricreativi, sportivi, a lavori pubblici e altro, va formalizzata con apposito atto di natura contrattuale, nella forma scritta, nel quale risultino stabiliti.
2. Il contratto dovrà prevedere clausole che in nessun caso pregiudichino o condizionino l'attività dell'Amministrazione Comunale.
3. Il contratto potrà prevedere clausole relative all'esenzione per lo sponsor del pagamento degli oneri previsti dalla COSAP, mentre per i canoni e/o tasse sulla pubblicità, l'aliquota di esenzione non potrà superare il 50% degli oneri previsti dalle tariffe pubblicitarie del luogo dove si realizza l'intervento di sponsorizzazione.
4. Qualora la sponsorizzazione sia inerente l'esecuzione di un lavoro pubblico che prevede anche la redazione del progetto, l'esecuzione dei lavori potrà aver luogo solo a seguito dell'approvazione da parte dell'Amministrazione Comunale del progetto definitivo e/o esecutivo conformemente alle disposizioni del codice dei contratti (D.Lgs. 163/2006) e del regolamento di attuazione (D.P.R. 207/2010).

## **ART. 14**

### **ESPLICITAZIONE DELL'ESCLUSIVA GENERALE O DELLE ESCLUSIVE COMMERCIALI**

1. L'Amministrazione può definire le sponsorizzazioni secondo rapporti in esclusiva generale o commerciale qualora ritenga tale opzione utile per stimolare profili concorrenti



finalizzati al reperimento di maggiori risorse o alla presentazione di proposte di sponsorizzazione maggiormente significative.

2. In relazione a quanto previsto dal precedente comma 1, nei contratti di sponsorizzazione possono essere esplicitate clausole di esclusiva.
3. L'Amministrazione evidenzia la sussistenza di clausole di esclusiva generale o commerciale in tutti gli atti preliminari alla stipulazione di manifestazioni di interesse, nei quali devono essere comunque indicati i criteri di selezione delle proposte di sponsorizzazione concorrenti in relazione alle esclusive.
4. Qualora l'Amministrazione ritenga di non voler definire i contratti di sponsorizzazione con clausole di esclusiva ne fornisce chiara indicazione in tutti gli atti preliminari.
5. In ogni caso, le operazioni di sponsorizzazione non determinano alcuna sovrapposizione (e quindi incompatibilità) con altre iniziative coinvolgenti soggetti terzi, quali:
  - a) patrocinio, laddove si prevede una forma di adesione ed una manifestazione di apprezzamento dell'Ente ad iniziative ritenute meritevoli per le loro finalità sociali;
  - b) mecenatismo, che si manifesta nel sostegno di iniziative o di attività, per lo più artistiche o culturali, senza finalità economicamente apprezzabili;
  - c) iniziative di sensibilizzazione sociale correlate a specifici spazio, beni e tematiche di interesse collettivo (adotta un quartiere, adotta un monumento, adotta uno spazio verde....).

## **ART. 15**

### **VERSAMENTO DEI PROVENTI DELLE SPONSORIZZAZIONI**

1. Fatta esclusione dei casi di cui al comma 2, il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione deve essere eseguito, nella misura minima del 20%, al momento della sottoscrizione del contratto presso la Tesoreria Comunale e completato, secondo quanto previsto nel contratto, entro la conclusione dell'evento.
2. Ove il contratto preveda il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione al soggetto organizzatore dell'evento o esecutore dell'appalto del servizio o della fornitura, lo sponsor dovrà provvedere a pagare direttamente il fornitore, previo nulla osta dell'Amministrazione Comunale di attestazione dell'avvenuta esecuzione delle prestazioni. Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza, *ipso iure*, del contratto, fatto salvo il diritto di rivalsa da parte dell'Amministrazione Comunale, sulle somme versate dallo sponsor a titolo di garanzia previste nel contratto di sponsorizzazione (ctrl se compatibile con cancellazione fideiussione).

## **ART. 16**

### **UTILIZZO DEI RISPARMI DI SPESA DERIVANTI DALLE SPONSORIZZAZIONI**

1. Le somme previste nei capitoli di bilancio interessati dalla sponsorizzazione che risultano di fatto, essere economie di finanziamenti propri non utilizzati, sono considerate risparmi di spesa;
2. I risparmi di spesa di cui al comma 1 sono utilizzati per le seguenti finalità:
  - a) implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL del 01.04.1999 con i seguenti criteri:
    - per sponsorizzazioni di importo fino ad € 30.000,00 nella misura del 15%;

- per sponsorizzazioni di importo maggiore ad € 30.000,00 nella misura del 10%;

b) la restante parte è destinata al finanziamento di altre iniziative secondo le indicazioni del bilancio;

3. La ripartizione dei proventi di cui al precedente comma 2, lettera a) è disposta, sulla base dei criteri fissati dalla contrattazione decentrata, per il personale dipendente, con determinazione del dirigente responsabile del servizio;

#### **ART. 17**

##### **UTILIZZO DELLE SPONSORIZZAZIONI IN RELAZIONE A PROCEDURE DI APPALTO**

1. L'Amministrazione può prevedere, nell'ambito dei bandi di gara per la selezione di contraenti per appalti di servizi, di forniture o di opere pubbliche inerenti contratti arrivi, specifiche clausole inerenti la valutazione di proposte di sponsorizzazione.
2. Gli elementi valutativi inerenti le possibili proposte di sponsorizzazione non devono comunque costituire criterio con peso determinante in relazione al complessivo affidamento del servizio.

#### **ART. 18**

##### **VERIFICHE E CONTROLLI**

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a verifiche da parte dell'Amministrazione, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi.

2. Le difformità emerse in sede di verifica sono tempestivamente notificate allo Sponsor; la notifica e la eventuale diffida producono gli effetti previsti specificamente nel relativo contratto di sponsorizzazione.

## **ART. 19**

### **TRATTAMENTO DATI PERSONALI**

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente Regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste.
2. I dati sono trattati, in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici dell'Ente tenuti alla applicazione del presente regolamento.
3. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del Regolamento.

## **ART. 20**

### **CONTROVERSIE**

1. Ogni controversia relativa all'interpretazione, esecuzione o risoluzione del contratto è sottoposta al competente Foro di Nola.

## **ART. 21**

### **NORME DI RINVIO**

1. Per ogni aspetto afferente la materia e l'oggetto contrattuali che non trovi comunque esplicita disciplina nel presente regolamento si fa rinvio:
  - a) per i profili di disciplina contrattuale, alle disposizioni del Codice Civile e dalla normativa speciale in materia;

b) per l'utilizzo dei marchi e dei segni distintivi del D.Lgs. 30/2005 e successive modificazioni, nonché ad altra normativa specifica in materia.