



COPIA DELIBERA CONSIGLIO COMUNALE

Delibera: **49**

Oggetto: Regolamento per la disciplina delle attività e la gestione delle sponsorizzazioni.

del **29/12/2016**

Letto, approvato e sottoscritto.

IL PRESIDENTE DEL CONSIGLIO

F.TO Giuseppe Tomao

IL SEGRETARIO GENERALE

F.TO D.ssa Franca Sparagna

Attestato di pubblicazione

Il sottoscritto Segretario Generale attesta che la presente deliberazione è stata pubblicata, in data odierna, per rimanervi per 15 giorni consecutivi nel sito web istituzionale di questo Comune.

(art. 32, comma 1, della legge 18 giugno 2009, n. 69).

- 9 GEN. 2017

dalla Residenza Municipale, li / /

IL SEGRETARIO GENERALE

F.TO D.ssa Franca Sparagna

Esecutività

Il sottoscritto Segretario Generale, attesta:
che la presente deliberazione è divenuta esecutiva il 29/12/2016

essendo trascorsi dieci giorni dalla pubblicazione, ai sensi dell'art. 134, c. 3, D.Lgs. 267/2000.

perchè dichiarata immediatamente eseguibile ai sensi dell'art. 134, c. 4, D.Lgs. 267/2000.

dalla Residenza Municipale, li **7/9 GEN. 2017**

IL SEGRETARIO GENERALE

F.TO D.ssa Franca Sparagna

Per copia conforme all'originale per uso amministrativo

Minturno, li **9 GEN. 2017**



IL RESPONSABILE DELL'UFFICIO COPIE

COMUNE DI MINTURNO
UFFICIO COPIE
L'Ufficiale Amministrativo
Giacomo Giunta

L'anno **duemilasedici** addì **ventinove** del mese di **dicembre** alle ore **15.30**, nella sala delle adunanze, in sessione **straordinaria** ed in prima convocazione, previa l'osservanza di tutte le formalità prescritte dal vigente ordinamento delle autonomie locali si riuniscono i componenti del Consiglio Comunale.

All'appello risultano:

Nominativi

Presente	Assente
X	
X	
X	
X	
X	
X	
X	
X	
X	
X	

Presente	Assente
X	
X	
X	
X	
X	
X	
X	
X	
X	
X	

Nominativi

Presente	Assente
X	
X	
X	
X	
X	
X	
X	
X	
X	
X	

Presente	Assente
X	
X	
X	
X	
X	
X	
X	
X	
X	
X	

Assessori esterni:

Nominativi

Presente	Assente
X	
X	
X	

Presente	Assente
X	
X	
X	

Nominativi

Presente	Assente
X	
	X

Presente	Assente
X	
	X

Assiste il Segretario Generale D.ssa Franca Sparagna il quale provvede alla redazione del presente verbale. Presiede il Giuseppe Tomao nella sua qualità di Presidente del Consiglio Comunale, il quale constatata la presenza del numero legale degli intervenuti dichiara aperta la seduta per la trattazione dell'oggetto sopra indicato.

Su proposta dell'Assessore ai Lavori Pubblici Daniele Mino Bembo il quale spiega ai consiglieri comunali che con questo Regolamento si dà al Comune uno strumento flessibile di finanziamento che verrà utilizzato nelle future iniziative di valorizzazione dei beni e servizi del Comune. Gli avvisi pubblici potranno essere predisposti in attuazione delle disposizioni del regolamento per la disciplina e gestione delle sponsorizzazioni.

PREMESSO che l'Amministrazione comunale per il perseguimento dei propri fini istituzionali è promotrice di una serie di attività (realizzazione di eventi culturali, sociali, ricreativi, sportivi, di promozione del territorio ecc.);

PRESO ATTO della riduzione dei trasferimenti statali destinati a finanziare le attività istituzionali, dell'Ente;

CONSIDERATO che:

- in applicazione dell'art. 43 della Legge 27/12/1997 n. 449 e dell'art. 119 del D.lgs. n. 267/2000, gli Enti locali, in vista del reperimento di risorse, hanno piena facoltà di stipulare contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione, nonché convenzioni con soggetti pubblici o privati diretti a fornire consulenze o servizi aggiuntivi, al fine di favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa e di realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi prestati;
- i contratti di sponsorizzazione e gli accordi di collaborazione si configurano pertanto quali strumenti negoziali sempre più diffusi negli Enti locali per reperire risorse e consentire la realizzazione di risparmi di spesa in relazione a progetti, iniziative ed attività dell'amministrazione già programmate;
- la Legge 27 dicembre 1997 n. 449, all'art. 43, si limita a prevedere la possibilità per le pubbliche amministrazioni, di stipulare i predetti atti contrattuali, ma non indica alcuna disciplina al riguardo;
- data la atipicità del contratto in questione, occorre comunque ricorrere a procedure che garantiscano il sostanziale rispetto dei principi di efficacia, efficienza, trasparenza dell'azione amministrativa;

RILEVATO che l'Amministrazione comunale - in applicazione della vigente normativa - intende sviluppare idonee iniziative per il reperimento di sponsor e la definizione di contratti di sponsorizzazione con soggetti pubblici e privati in occasione di eventi culturali, sociali, ricreativi, sportivi e altro, d'iniziativa diretta della Amministrazione comunale ovvero di soggetti terzi;

ATTESO CHE l'art. 43 della Legge 27/12/1997 n. 449 subordina la legittimazione delle pubbliche amministrazioni a stipulare contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione al ricorrere delle seguenti condizioni:

- a) Perseguimento di interessi pubblici;
- b) Esclusione di conflitti di interesse tra attività pubblica e privata;
- c) Conseguimento di un risparmio di spesa.

RICORDATO che il legislatore nazionale ha disciplinato la materia dei contratti di sponsorizzazione anche con l'art. 19 del Codice degli Appalti, approvato con Decreto Legislativo n. 50/2006;

DATO atto che è emersa la necessità di adottare e di approvare un apposito Regolamento per disciplinare le attività di sponsorizzazione da parte di terzi ed individuare gli atti e le condizioni necessarie per assicurare all'Ente una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione, nel rispetto delle norme vigenti e dei criteri di efficienza, efficacia ed economicità;

RITENUTO di dover approvare l'allegata bozza di "Regolamento per la disciplina e delle attività e la gestione delle sponsorizzazioni" predisposta dall'ufficio Segreteria;

CONSIDERATO che, nell'elaborazione della proposta di Regolamento, si è tenuto conto in particolare delle seguenti esigenze:

- Sviluppare una disciplina di carattere generale rinviando al bando od all'avviso di volta in volta interessati la determinazione degli aspetti applicativi e di dettaglio;
- Rendere flessibili ed ampie le possibilità di recepire proposte di collaborazione da parte di privati;
- Collegare l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione e/o accordi di collaborazione agli obiettivi della programmazione annuale e pluriennale dell'ente.

VISTI:

l'art. 117 della Costituzione;
l'art. 7 del D.lgs. n. 267/00;

DATO ATTO che, dal presente provvedimento, non deriveranno effetti contabili diretti né indiretti consistenti in impegni di spesa o diminuzioni d'entrata;

VISTO il parere favorevole espresso dal Responsabile del Servizio n. 1 Amministrativo Dott. Antonio Lepone, ai sensi dell'art. 49 del D.lgs. n. 267/2000;

VISTO l'art 42 del D.lgs. n. 267 del 18.08.2000;

Con votazione unanime resa per appello nominale

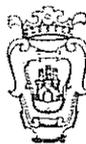
D E L I B E R A

Per quanto in premessa enunciato e che di seguito s'intende integralmente riportato.

1. DI approvare il Regolamento per la disciplina composto da n. 21 articoli, che si allega all'originale del presente atto per farne parte integrante e sostanziale;
2. DI disporre la pubblicazione del citato Regolamento sul sito web dell'Ente, al fine di garantire la massima pubblicità;
3. Di dare atto che il Regolamento entrerà in vigore con l'esecutività della delibera di approvazione;
4. Con separata votazione favorevole unanime resa per alzata di mano, stante l'urgenza di provvedere

DELIBERA

Di rendere il presente atto immediatamente eseguibile ai sensi art. 134 co. 4 d.lgs. 267/2000



Città di Minturno

Medaglia d'Oro al Merito Civile D.p.r. 3/8/1998
(PROVINCIA DI LATINA)

ART. 1

Finalità

1. Il presente Regolamento, in armonia con le vigenti disposizioni di legge, disciplina le condizioni e le modalità operative per favorire il ricorso, da parte dell'Amministrazione Comunale, alla sponsorizzazione come opportunità innovativa di finanziamento delle proprie attività.

2. 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, nonché alla realizzazione di progetti, di manifestazioni e all'erogazione di servizi a carattere innovativo – sperimentale.

ART. 2

Sponsorizzazioni

1. La sponsorizzazione si deve concretizzare in una minore spesa o una maggiore entrata o nella realizzazione anche parziale di uno degli interventi previsti nel piano pluriennale delle opere pubbliche.

2. La sponsorizzazione è ammessa a condizione che siano perseguiti interessi pubblici e previa redazione di un piano finanziario che dimostri la convenienza per la Pubblica Amministrazione.

3. La sponsorizzazione consiste anche nella acquisizione di know how (sapere come), ovvero di modalità gestionali fornite anche dallo sponsor che rendano di per sé il servizio più moderno e maggiormente in grado di garantire una più elevata qualità del servizio reso, anche rendendolo più visibile, e quindi meglio fruibile, all'esterno, per agevolare la diffusione fra i possibili utilizzatori.

ART. 3

Definizioni

1. Ai fini della presente disciplina 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 denaro o in beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale ad esclusione di quanto disposto nell'art. 6, comma 9 del D.L. 78/2010 che recita: "a decorrere dall'anno 2011 le amministrazioni pubbliche inserite nel conto economico consolidato della pubblica amministrazione, come individuate dall'Istituto nazionale di Statistica (ISTAT) ai sensi del comma 3 dell'art. 1 della legge 31 dicembre 2009, n. 196, incluse le autorità indipendenti, non possono effettuare spese per sponsorizzazioni";

c) per "sponsor": il soggetto privato che 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;

e) per "sponsee" il soggetto sponsorizzato, cioè l'Amministrazione Comunale;

f) per "soggetto" un'impresa, pubblica o privata, nazionale e transnazionale, includendo le società controllate o collegate, in base alle definizioni ex art. 2359 codice civile ed ex art. 7 L.

287/90, e le partecipazioni, anche di minoranza, gli appaltanti, i subappalti, i fornitori, i concessionari, i distributori, i contoterzisti, i detentori di brevetti, comunque inseriti nella struttura produttiva e commerciale dell'impresa.

ART. 4

Oggetto

1.L'Amministrazione ricorre alla sponsorizzazione per ottenere:

- miglioramenti, anche economicamente apprezzabili, delle attività e della qualità dei servizi erogati;
- il supporto alla realizzazione di opere ed infrastrutture;
- miglioramenti degli standard di qualità e l'aggiunta di servizi da prestarsi attraverso la fornitura di consulenza specializzata, l'effettuazione di servizi e di lavori, la fornitura di beni ed attrezzature all'Amministrazione Comunale;
- il sostegno allo sviluppo di progettualità ed iniziative innovative, a processi informativi/formativi qualificati promossi dall'Amministrazione Comunale, nonché per ottimizzare la spesa.

2.Allo scopo di agevolare l'intervento degli sponsor nel finanziamento delle attività dell'Ente, le disposizioni del presente regolamento devono essere interpretate ed applicate nel significato più favorevole alla possibilità di addivenire alla sponsorizzazione.

ART. 5

Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1.Per ampliare le potenzialità della sponsorizzazione, l'Amministrazione individua le iniziative da offrire ai potenziali sponsor ovvero accoglie le proposte formulate dai soggetti interessati.

In particolare le iniziative o gli interventi che potranno formare oggetto del contratto di sponsorizzazione devono riguardare:

- a) servizi, lavori e/o forniture inserite nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio comunale. In questo caso il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di minor spesa di bilancio, totale o parziale, rispetto alla previsione iniziale;
- b) servizi, lavori e/o forniture non inseriti nei programmi di spesa ordinari ma definite in corso d'anno dalla Giunta Comunale anche in adesione a offerte spontanee provenienti da soggetti terzi.

2.Qualora l'iniziativa di sponsorizzazione provenga da soggetti terzi, la relativa proposta deve essere riconosciuta e valutata, come utile agli interessi e confacente agli scopi istituzionali dell'Ente, con riferimento alle sue componenti economiche, qualitative ed organizzative. Ove la Giunta riconosca l'utilità della proposta formulata dal soggetto terzo, si procederà conseguentemente all'inserimento della stessa, previa variazione, nel P.E.G.

3.Tutte le iniziative di sponsorizzazione, corredate dagli elaborati necessari per completare il progetto-capitolato, devono essere approvate dalla Giunta Comunale.

4.L'Amministrazione attribuisce di regola il valore delle sponsorizzazioni che intende attivare, in considerazione delle caratteristiche e delle potenzialità del progetto, dell'iniziativa o dell'intervento.

ART. 6

Corrispettivo della sponsorizzazione

1.Il corrispettivo offerto per la sponsorizzazione può consistere:

- a) in una somma di denaro: in questo caso la realizzazione dell'iniziativa, compresa l'individuazione dell'esecutore materiale delle prestazioni, sarà effettuata dall'Amministrazione secondo le ordinarie procedure, previa verifica della capacità a contrarre con la pubblica amministrazione;
- b) in servizi, lavori e forniture acquisiti o realizzati a cura e a spese dello sponsor: gli esecutori materiali delle prestazioni individuati dallo sponsor devono essere in possesso di tutti i requisiti specifici necessari per contrattare con le amministrazioni pubbliche.

ART. 7

Percorso operativo

1. Le iniziative di sponsorizzazione, successivamente alla loro approvazione da parte della Giunta Comunale, seguono un iter procedimentale individuato nei commi successivi.
2. Il Responsabile del Servizio competente adotta la determinazione, sulla base dell'art. 19 del D. Lgs. n. 50/2016.

ART. 8

La scelta dello sponsor

1. Le procedure finalizzate alla ricerca dello sponsor saranno curate dal Responsabile del Servizio competente.
La scelta dello sponsor avviene sulla base del valore economico della sponsorizzazione, tenuto conto dell'art. 19 del D. Lgs. n. 50/2016.

ART. 9

Sponsorizzazioni di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale

1. Per i contratti di sponsorizzazione aventi ad oggetto interventi di restauro e manutenzione di beni immobili, mobili e delle superfici decorate di beni architettonici sottoposti a tutela della Soprintendenza per i Beni Architettonici e per il Paesaggio, si applicano i principi per la scelta dello sponsor, come elencati al precedente art. 19 del D. Lgs. n. 50/2016.
2. Nel caso in cui l'individuazione dell'esecutore dei lavori sia rimessa allo sponsor, il soggetto indicato dovrà risultare qualificato ai sensi della normativa vigente in materia di lavori pubblici, relativamente alla tipologia dell'intervento.
3. Qualora l'impresa costruttrice o le imprese ad essa collegate o controllate rivestano la qualità di sponsor dell'Amministrazione attraverso la realizzazione diretta di interventi di restauro e manutenzione, non potranno in alcun caso cedere ad altri soggetti il diritto di utilizzare lo spazio pubblicitario oggetto del contratto.
4. L'Amministrazione impartisce le prescrizioni opportune in ordine alla progettazione, alla direzione e all'esecuzione dei lavori ed esercita i poteri di alta sorveglianza procedurale al fine di garantire il rispetto della normativa di settore.
5. I contratti di sponsorizzazione inerenti beni culturali sono preventivamente sottoposti alla Soprintendenza competente in relazione alla tipologia dell'intervento, al fine di ottenere i nulla osta o gli atti di assenso normativamente richiesti e alla soprintendenza per i Beni Architettonici e per il Paesaggio al fine di assicurare che l'esposizione pubblicitaria sia effettuata in forme compatibili con il carattere artistico o storico, l'aspetto e il decoro del bene.

ART. 10

Contratto di sponsorizzazione

1. La sponsorizzazione è regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto tra lo sponsor e il Responsabile del Servizio interessato con le modalità previste dall'art. 19 del D. Lgs. n. 50/2016. Tutte le spese di registrazione, dei diritti di segreteria e quant'altro previsto, sono a carico dello sponsor.
Nel contratto sono, in particolare, stabiliti:
 - a) L'oggetto del contratto, la sua finalità e la sua durata;
 - b) Il diritto dello sponsor all'utilizzazione esclusiva ovvero non esclusiva degli spazi pubblicitari nel corso delle iniziative per le quali sia prevista la sponsorizzazione;
 - c) L'importo della sponsorizzazione;
 - d) Le modalità di svolgimento della sponsorizzazione, le garanzie richieste e le responsabilità;
 - e) Gli obblighi dello sponsor e dello sponsor e la disciplina sanzionatoria in caso di inadempimento
 - f) La disciplina della facoltà di recesso e le modalità di risoluzione;
 - g) Le prescrizioni in materia di controversie e di spese contrattuali.

ART. 11

Verifiche e controlli

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del servizio competente per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti sia per i contenuti tecnici sia per gli aspetti quantitativi, qualitativi e finanziari.
2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor. La notifica e l'eventuale contestazione delle inadempienze producono gli effetti previsti dal contratto.

ART. 12

Contratti di sponsorizzazione per la realizzazione di opere pubbliche

1. L'Amministrazione può individuare come corrispettivo delle prestazioni da essa rese in qualità di sponsee anche la progettazione, l'esecuzione, la direzione lavori, le certificazioni di lavori per la realizzazione o la manutenzione di opere a destinazione pubblica.
2. I contratti stipulati contengono l'esatta individuazione dei lavori da effettuare e le modalità di svolgimento dei lavori stessi, nonché tutti gli elementi utili per la loro correlazione con le attività di veicolazione dei segni distintivi dello sponsor.
3. Nel contratto di cui al precedente comma due, devono essere definite le modalità di verifica e controllo, nonché la rispondenza e la conformità dei lavori al progetto o altri parametri ed indicatori di qualità che l'Amministrazione Comunale intende inserire.
4. E' di competenza dell'Amministrazione Comunale l'approvazione del progetto preliminare, definitivo ed esecutivo nonché i collaudi ivi compresi quelli in corso d'opera.
5. Gli sponsor che effettuano direttamente i lavori definiti a corrispettivo delle sponsorizzazioni devono possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia. I soggetti eventualmente individuati dagli sponsor quali esecutori dei lavori definiti a corrispettivo delle sponsorizzazioni devono possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.

ART. 13

Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

1. L'Amministrazione Comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:
 - a) Ritenga che, dalla stessa, 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 pubblico interesse;
 - d) Ritenga che il messaggio pubblicitario risulti, per modalità e/o contenuti diffusivi, lesivo di posizioni di diritto e/o di interesse o, comunque, inopportuno.
2. Non sono, in ogni caso, ammesse le sponsorizzazioni la cui pubblicità abbia ad oggetto:
 - a) Propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - b) Pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici e farmaceutici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
 - c) Messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo ed esaltazione del razzismo;
 - d) Il mancato rispetto delle pari opportunità tra i generi e/o tra le diverse etnie;
3. Sono esclusi i soggetti che nelle proprie attività siano stati condannati, con sentenza passata in giudicato, per violazione di uno dei seguenti principi:
 - a) Diritto alla sicurezza e alla salute delle persone;
 - b) Diritti dei lavoratori;
 - c) Obblighi riguardanti la tutela dei consumatori e la protezione dell'ambiente e, comunque, in ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità a contrarre con la Pubblica Amministrazione.

4. Sono escluse le imprese a qualunque titolo direttamente coinvolte nella produzione, commercializzazione, finanziamento e intermediazione di armi di qualunque tipo.
5. L'amministrazione Comunale, con deliberazione di Giunta, adeguatamente motivata, può rifiutare sponsorizzazioni, che pur non rientrando fra i casi previsti dai precedenti commi, siano in contrasto con le proprie finalità.

ART. 14

Trattamento dei dati personali

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste.
2. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dal D.Lgs. 30 giugno 2003, n. 196 e successive modificazioni.

ART. 15

Versamento dei proventi delle sponsorizzazioni

1. Il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione deve essere eseguito, nella misura del 40%, al momento della sottoscrizione del contratto, con versamento del relativo importo presso la Tesoreria Comunale e, nella misura del restante 60% a conclusione dell'evento.
2. A garanzia di detto importo, nel caso di contratti di sponsorizzazione di cui all'art. 8 comma 1 lett. C, D ed E, quale condizione per procedere alla formalizzazione del contratto, lo Sponsor deve costituire se richiesta dall'Amministrazione Comunale, prima della sottoscrizione del contratto, apposita garanzia a favore del Comune di Minturno.
3. Nell'ipotesi prevista dal precedente articolo 6 comma 1 lett. b), lo sponsor deve provvedere a pagare direttamente il fornitore ovvero a realizzare l'opera, previo nulla osta dell'Amministrazione Comunale di attestazione dell'avvenuta esecuzione delle prestazioni.
4. 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.

ART. 16

Aspetti fiscali

1. Il valore della fatturazione per la "sponsorizzazione" corrisponde all'importo della somma direttamente erogata dallo sponsor, al valore dei beni o dei servizi forniti dallo sponsor stesso ovvero alla somma stanziata in bilancio per la specifica iniziativa.
2. La sponsorizzazione oggetto del presente regolamento si configura come operazione permutativa e trova, quindi, applicazione la disciplina normativa sull'I.V.A. secondo quanto previsto dal D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633 e successive modifiche ed integrazioni, nonché dei regolamenti, circolari e pareri espressi dall'Agenzia delle entrate in materia.
3. La disciplina sull'IVA si applica anche nel caso di fornitura di beni e servizi. In questo caso la fattura che lo sponsee emette deve essere rapportata al valore commerciale o ai prezzi di mercato degli stessi beni e/o servizi.
4. Sia l'ente pubblico che lo sponsor devono emettere fattura, indicando il valore dell'intervento o della prestazione o della fornitura e ad assolvere tutti gli adempimenti previsti dalla normativa sull'IVA.

ART. 17

Riserve organizzative

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Amministrazione Comunale secondo la disciplina del presente regolamento.
2. E', tuttavia, facoltà del Comune, qualora lo ritenga più conveniente, affidare in convenzione l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario.

ART. 18**Controversie**

1. Ogni controversia relativa all'interpretazione, esecuzione o risoluzione del contratto è devoluta al Foro di Cassino (FR), con esclusione del deferimento ad arbitri.

ART. 19**Norme di rinvio**

1. Per quanto non previsto dal presente regolamento si applica la normativa vigente.

ART. 20**Rinvio dinamico**

1. Le norme del presente regolamento si intendono modificate per effetto di sopravvenute vincolanti norme statali e regionali.

2. In tal caso, in attesa della formale modificazione del presente regolamento, si applica la normativa sovraordinata.

ART. 21**Entrata in vigore**

1. Il presente Regolamento entra in vigore ad intervenuta esecutività della Deliberazione di approvazione.