

COMUNE DI LATRONICO



REGOLAMENTO COMUNALE PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Approvato con delibera di C.C n. 31 del 15.11.2021, esecutiva ai sensi di legge

IL SEGRETARIO COMUNALE
Dott.ssa Filomena CERVINO

Sommario

ART. 1 – OGGETTO E FINALITÀ	3
ART. 2 – DEFINIZIONI	3
ART. 3 - CONTENUTO E DESTINATARI DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE	3
ART. 4 – PROGETTO DI SPONSORIZZAZIONE.....	3
ART. 5 – CORRISPETTIVO DELLE SPONSORIZZAZIONI	4
ART. 6 – LA FIGURA DELLO SPONSOR	4
ART. 7 - PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE ED INDIVIDUAZIONE DELLO SPONSOR.....	5
ART. 8 – PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE TRAMITE AFFIDAMENTO INCARICO DI RICERCA SPONSOR	5
ART. 9 – PAGAMENTO DEL CORRISPETTIVO IN DENARO DELLA SPONSORIZZAZIONE.....	5
ART. 10 - DIRITTO DI RIFIUTO, ESCLUSIONI OGGETTIVE E SOGGETTIVE	6
ART. 11 - INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE DI SPONSORIZZAZIONE	6
ART. 12 - CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE	6
ART. 13 - UTILIZZO DEI PROVENTI DA SPONSORIZZAZIONI	7
ART. 14 – CONVENZIONI PER LA FORNITURA DI SERVIZI A TERZI.....	7
ART. 15 - CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE NEI LAVORI PUBBLICI.....	7
ART. 16 - PARTECIPAZIONE DEL PERSONALE ALL’EROGAZIONE DI SERVIZI A TERZI	7
ART. 17 – ASPETTI CONTABILI E FISCALI.....	8
ART. 18 - TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI	8
ART. 19 - VERIFICHE E CONTROLLI	8
ART. 20 - RISERVA GESTIONALE	8

ART. 1 – OGGETTO E FINALITÀ

1. Il presente Regolamento stabilisce la disciplina delle sponsorizzazioni e dei servizi a richiesta di terzi, in attuazione e in conformità a quanto previsto dalla vigente normativa legislativa e contrattuale in materia e si prefigge lo scopo di realizzare le condizioni e gli strumenti normativi necessari per una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione nel rispetto dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza.
2. Il ricorso a iniziative di sponsorizzazione ed alla fornitura di servizi a richiesta di terzi costituisce un'opportunità innovativa di finanziamento delle attività dell'ente nel perseguimento del pubblico interesse, e deve tendere a sviluppare e a sostenere i servizi offerti, a realizzare maggiori economie di gestione, nonché a conseguire una migliore qualità dei servizi istituzionali erogati.
3. Le procedure di affidamento e le altre attività amministrative nella materia disciplinata dal presente Regolamento, si svolgono nel rispetto delle disposizioni del Codice Civile, oltre che in ottemperanza a quanto previsto dalla normativa vigente.
4. Il presente Regolamento non si applica nel caso di prestazioni aggiuntive del personale della Polizia Municipale in occasione dello svolgimento di attività ed iniziative di carattere privato. Tali prestazioni sono oggetto di specifica e distinta regolamentazione di dettaglio secondo le norme in vigore previste dalla contrattazione collettiva di lavoro.

ART. 2 – DEFINIZIONI

1. Ai fini della presente disciplina si intende:
 - a) contratto di sponsorizzazione: *un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale l'amministrazione (sponsorizzato o sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsorizzante o sponsor), che si obbliga a fornire a titolo gratuito una determinata prestazione economicamente valutabile, la possibilità di pubblicizzare e di veicolare la propria ragione sociale in appositi e predefiniti spazi a tal fine destinati;*
 - b) sponsorizzazione: *ogni contributo in beni, servizi, prestazioni, denaro o interventi proveniente da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale;*
 - c) sponsor: *il soggetto che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione;*
 - d) spazio pubblicitario: *lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dall'amministrazione per la pubblicità dello sponsor;*
 - e) servizi a richiesta di terzi: *la stipula di convenzioni con soggetti pubblici e privati per la fornitura, a titolo oneroso, di consulenze o di servizi aggiuntivi; i contributi erogati da terzi per servizi non essenziali o per prestazioni non connesse alla tutela dei diritti fondamentali.*
2. Ai fini del presente Regolamento non costituisce sponsorizzazione l'offerta all'ente, a titolo di liberalità, di somme di denaro o di altre utilità, effettuata in occasione di iniziative organizzate dall'ente stesso.

ART. 3 - CONTENUTO E DESTINATARI DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati, associazioni senza fini di lucro regolarmente costituite e con altri enti pubblici o aziende, per realizzare o acquisire, a titolo gratuito, iniziative, interventi, servizi, prestazioni, beni o attività inseriti nei programmi gestionali e di spesa dell'ente.
2. Le iniziative cui possono essere destinati i contratti di sponsorizzazione devono, comunque, essere dirette al perseguimento di interessi pubblici, devono escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata e tra le attività degli enti e devono comportare risparmi di spesa rispetto agli stanziamenti disposti, oppure migliorare la qualità o contribuire all'incremento del livello dei servizi resi.

ART. 4 – PROGETTO DI SPONSORIZZAZIONE

1. Sulla base delle linee di indirizzo definite dal presente Regolamento, la Giunta assegna al responsabile del servizio gli obiettivi finalizzati all'attuazione della procedura di sponsorizzazione. Il Responsabile del servizio competente predispone apposito progetto di sponsorizzazione, finalizzato ad individuare le possibili iniziative,

previa analisi di mercato.

2. Il progetto di sponsorizzazione può prevedere una o più delle seguenti iniziative:
 - sponsorizzazioni sul sito internet del Comune: possibilità di inserire sul sito appositi spazi pubblicitari per le imprese private riservandosi la clausola di gradimento;
 - concessione del marchio comunale come strumento promozionale. Trattasi di marchio commerciale derivante dallo stemma istituzionale, che può essere concesso ad imprese private per l'apposizione dello stesso sui prodotti, sulle insegne, in abbinamento ai loghi aziendali etc;
 - sponsorizzazioni di eventi sportivi, culturali, sociali e altro;
 - utilizzo ai fini pubblicitari di appositi spazi posti all'interno e all'esterno di edifici comunali (es. tabelloni elettronici, bacheche, sale riunioni, palestre, piscine, impianti sportivi, androni);
 - utilizzo a fini pubblicitari di spazi su documentazione del Comune (es. buoni mensa digitali, carta intestata, buste, etc);
 - intitolazione di spazi (es. sale del teatro, palestre, sale riunioni, altro);
 - abbinamenti commerciali (es. abbinamento ad un'azienda di un monumento, di una piazza, di una vita, di un ponte, di un'isola pedonale, di una fontana, di una rotatoria, di una pensilina e altro);
 - cura di aree verdi affidate a ditte (il marchio dell'impresa sarà esposto presso il giardino curato dal Comune a spese della ditta o direttamente dalla ditta stessa);
 - servizi di manutenzione e altri servizi erogati dallo sponsor come corrispettivo (illuminazioni natalizie, pulizia giardini, pulizia scuole e palestre e simili);
 - fornitura di beni (es. materiale di arredo, panchine, cestini gettacarta, fioriere stampati e altro);
 - fornitura di info-point e altri strumenti digitali diretti a dare informazioni al cittadino sui servizi erogati dal Comune;
 - marchiature delle portiere delle automobili del Comune;
 - predisposizione di gadget (forniti dallo sponsor) con l'abbinamento Comune – azienda sponsorizzata;
 - sponsorizzazione di opere pubbliche, progettazioni, lavori, direzione lavori;
 - sponsorizzazione di opere, realizzazione di rotonde spartitraffico;
 - sponsorizzazioni diverse con comunicazioni sonore visive mediante utilizzo della telefonia fissa e mobile;
 - altre iniziative similari anche per mezzo di eventuali nuove tecnologie di comunicazione.

ART. 5 – CORRISPETTIVO DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. I contratti di sponsorizzazione nei quali il Comune è parte, come elencati nell'art. 4, possono prevedere a titolo di corrispettivo dovuto dallo sponsor:
 - a) somme di denaro;
 - b) forniture di beni, servizi o lavori, acquisiti o realizzati a cura e spese dello sponsor.
2. In caso di operazioni permutative si assume quale controvalore monetario del contratto il valore di mercato della fornitura dei beni, dei servizi o dei lavori, effettuati dallo sponsor.

ART. 6 – LA FIGURA DELLO SPONSOR

1. Possono assumere la veste di "sponsor" i seguenti soggetti:
 - a) qualsiasi persona fisica, purché in possesso dei requisiti di legge per contrattare ordinariamente con la Pubblica Amministrazione;
 - b) qualsiasi persona giuridica, avente o meno scopo o finalità commerciali, quali le società di persone e di capitali, le imprese individuali, quelle cooperative (ex art. 2511 cod. civ.), le mutue di assicurazioni e i consorzi imprenditoriali (ex art. 2602 c.c.);
 - c) le Associazioni senza fini di lucro, generalmente costituite con atto notarile, le cui finalità

statutarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali del Comune.

ART. 7 - PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE ED INDIVIDUAZIONE DELLO SPONSOR

1. La scelta dello sponsor è effettuata nel rispetto delle vigenti disposizioni legislative e regolamentari, fatte salve le proposte di sponsorizzazione ad iniziativa dello sponsor, che sono a produzione libera e valutate dalla Giunta Comunale, a condizione che non si tratti di un servizio in esclusiva.
2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante inserimento nel sito internet dell'amministrazione, invio alle associazioni di categoria e/o in altre forme ritenute, di volta in volta, più convenienti ed adeguate in funzione di una maggiore conoscenza dell'intendimento dell'ente di procedere alla scelta dello sponsor e della conseguente partecipazione dei soggetti interessati.
3. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:
 - a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico capitolato (o progetto di sponsorizzazione);
 - b) l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario o la determinabilità dello stesso;
 - c) le modalità ed i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, deve indicare:
 - a) il bene, il servizio, l'intervento, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
 - b) l'espressa accettazione delle condizioni previste nel capitolato (o nel progetto di sponsorizzazione).
5. L'offerta deve essere accompagnata dalla specifica documentazione richiesta nel bando o nel capitolato speciale, necessaria a comprovare la capacità tecnica ed economica dello sponsor.
6. L'offerta deve, inoltre, contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni.
7. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal dirigente responsabile del procedimento. Con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello spazio pubblicitario o, comunque, del veicolo diffusivo espressamente indicato nel capitolato.
8. E' consentito, in casi isolati, la richiesta di sponsorizzazione anche in assenza di apposito avviso.
9. Il criterio di precedenza nel caso di presentazione di domande sulla stessa opera/servizio è quello della presentazione della domanda al protocollo dell'Ente.

ART. 8 – PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE TRAMITE AFFIDAMENTO INCARICO DI RICERCA SPONSOR

Il Comune può decidere di affidare l'incarico per la ricerca di sponsor a ditte specializzate nel campo della pubblicità, scelta tramite gara ufficiosa, secondo le procedure previste dal regolamento Comunale di semplificazione dei procedimenti di spesa in economia, o altra procedura ad evidenza pubblica.

La procedura di gara viene avviata dal Comune mediante definizione di specifico bando contenente le caratteristiche dell'incarico e la richiesta di presentazione di apposito progetto- offerta.

Il Comune individua l'aggiudicatario sulla base di pre-requisiti per l'ammissione quali:

1. volume d'affare dell'ultimo triennio;
2. struttura organizzativa (numero dipendenti, divisioni, filiali etc);
3. precedenti esperienze nell'ambito delle sponsorizzazioni per gli eventi pubblici;
4. curriculum professionali, con particolare rilievo per l'attività svolta in ambito pubblico e valuta l'offerta sulla base del compenso richiesto al Comune (da esprimersi in termini di percentuale sul fatturato del Comune conseguente l'attività di sponsorizzazione procurata dall'agente).

ART. 9 – PAGAMENTO DEL CORRISPETTIVO IN DENARO DELLA SPONSORIZZAZIONE

1. Ove il corrispettivo della sponsorizzazione sia costituito da una somma di denaro, il pagamento avviene, di norma, almeno nella misura del 50% al momento della conclusione del contratto e nella misura restante entro i 15 giorni successivi alla conclusione dell'iniziativa correlata.

2. Se richiesto dal Comune, lo sponsor deve prestare apposita garanzia fideiussoria per il pagamento del corrispettivo, costituita mediante fideiussione bancaria o polizza assicurativa.

ART. 10 - DIRITTO DI RIFIUTO, ESCLUSIONI OGGETTIVE E SOGGETTIVE

1. L'ente rifiuta la proposta di sponsorizzazione e recede dal contratto eventualmente sottoscritto qualora:
 - 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/attività;
 - c) reputi la sponsorizzazione inaccettabile per motivi di pubblico interesse.
2. Sono escluse, in ogni caso, le sponsorizzazioni aventi per oggetto:
 - a) la propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - b) la pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti superalcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, medicinali o cure mediche, gioco d'azzardo;
 - 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 di ordine generale necessari per poter contrarre con una Pubblica Amministrazione, di cui all'art. 80 del D.Lgs. 50/2016, per quanto applicabile;
 - b) non dichiarano di rispettare o, comunque, non rispettano i seguenti principi definiti dalla Risoluzione 2003/16 del 13 agosto 2003 della Sottocommissione delle Nazioni Unite sulla Promozione e Protezione dei Diritti Umani:
 - diritto di pari opportunità e al trattamento non discriminatorio;
 - diritto alla sicurezza e alla salute delle persone;
 - diritti dei lavoratori;
 - rispetto degli assetti istituzionali, delle norme giuridiche e delle prassi amministrative, degli interessi pubblici, delle politiche sociali, economiche e culturali, della trasparenza e correttezza dei comportamenti imprenditoriali e pubblici;
 - obblighi riguardanti la tutela dei consumatori;
 - obblighi riguardanti la protezione dell'ambiente.
4. L'interessato attesta il possesso dei requisiti di cui al precedente punto 3 mediante dichiarazione sostitutiva ai sensi del D.P.R. 445/2000.

ART. 11 - INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE DI SPONSORIZZAZIONE

1. Le iniziative di sponsorizzazione sono in maniera prioritaria individuate nell'ambito degli obiettivi programmatici. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può formulare indirizzi specifici per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.
2. Le eventuali sponsorizzazioni a produzione libera approvate dalla Giunta Comunale, verranno ricondotte nell'ambito della programmazione operativa.
3. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni previsti a carico del bilancio dell'ente nell'ambito dei capitoli di spesa ordinaria. Il dirigente responsabile predispone apposito progetto di sponsorizzazione, finalizzato ad individuare le possibili iniziative da attivare, previa analisi di mercato.

ART. 12 - CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

1. La gestione della sponsorizzazione a produzione libera o programmata dall'ente viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto, redatto nella forma di scrittura privata, nel quale sono, in particolare, stabiliti:

- a) i servizi e le prestazioni rese dall'ente e le relative modalità e tempi di esecuzione;
- b) il diritto dello sponsor all'utilizzazione dello spazio pubblicitario o, comunque, del veicolo diffusivo;
- c) il corrispettivo della sponsorizzazione;
- d) la durata del contratto di sponsorizzazione;
- e) verifiche contrattuali;
- f) clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

ART. 13 - UTILIZZO DEI PROVENTI DA SPONSORIZZAZIONI

1. I proventi da sponsorizzazione sono utilizzati solo se producono risparmio di spesa. Sono risparmi di spesa esclusivamente le somme già stanziare in capitoli di bilancio per acquisto di beni e servizi che non vengono utilizzate grazie agli interventi di sponsorizzazione.
2. I risparmi di spesa realizzati tramite sponsorizzazione sono considerati economie di bilancio a disposizione dell'Ente per l'esecuzione di opere pubbliche, erogazione di servizi etc.

ART. 14 – CONVENZIONI PER LA FORNITURA DI SERVIZI A TERZI

1. La fornitura di servizi a terzi può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni.
2. Il corrispettivo versato dai soggetti pubblici e privati è determinato in misura tale da consentire all'ente di recuperare per intero i costi diretti ed indiretti sostenuti, compresi quelli per il personale.
3. La delibera di approvazione della convenzione è adottata dalla Giunta Comunale, definisce la parte di risorse da destinarsi alla alimentazione del Fondo per le risorse decentrate e del Fondo per la retribuzione di posizione e di risultato della dirigenza, che non potrà comunque essere superiore al 50% dell'introito complessivo, calcolato al lordo degli oneri contributivi a carico dell'ente.
4. La convenzione in forma scritta deve contenere: – i servizi e le prestazioni rese dall'ente e le relative modalità e tempi di esecuzione; – la durata della convenzione; – specifiche clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze (facoltà di recesso da parte dell'ente, risoluzione per inadempimento, competente foro); – incentivi e compensi riconosciuti al personale che partecipa alla erogazione dei servizi e prestazioni.

ART. 15 - CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE NEI LAVORI PUBBLICI

Ai contratti di sponsorizzazione che prevedono come controprestazione la realizzazione di lavori pubblici a totale finanziamento privato e direttamente realizzati dai privati non si applicano le disposizioni di cui al D.Lgs. 50/2016.

Qualora la sponsorizzazione copra solo parzialmente l'investimento e/o qualora la realizzazione è svolta dall'Amministrazione Comunale si applica il D.Lgs 50/2016.

L'affidamento di contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi o forniture per importi superiori a quarantamila euro, mediante dazione di danaro o accollo del debito, o altre modalità di assunzione del pagamento dei corrispettivi dovuti, è soggetto esclusivamente alla previa pubblicazione sul sito internet della stazione appaltante, per almeno trenta giorni, di apposito avviso, con il quale si rende nota la ricerca di sponsor per specifici interventi, ovvero si comunica l'avvenuto ricevimento di una proposta di sponsorizzazione, indicando sinteticamente il contenuto del contratto proposto. Trascorso il periodo di pubblicazione dell'avviso, il contratto può essere liberamente negoziato, purché nel rispetto dei principi di imparzialità e di parità di trattamento fra gli operatori che abbiano manifestato interesse

Nel caso in cui lo sponsor intenda realizzare i lavori, prestare i servizi o le forniture direttamente a sua cura e spese, resta ferma la necessità di verificare il possesso dei requisiti degli esecutori, nel rispetto dei principi e dei limiti europei in materia e non trovano applicazione le disposizioni nazionali e regionali in materia di contratti pubblici di lavori, servizi e forniture, ad eccezione di quelle sulla qualificazione dei progettisti e degli esecutori. La stazione appaltante impartisce opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere o forniture e alla direzione dei lavori e collaudo degli stessi.

ART. 16 - PARTECIPAZIONE DEL PERSONALE ALL'EROGAZIONE DI SERVIZI A TERZI

1. Il personale utilizzato per l'erogazione di prestazioni e servizi a terzi deve essere reperito, su adesione volontaria, prioritariamente presso la struttura organizzativa responsabile della attività, in secondo luogo anche presso altre strutture organizzative mediante una ricognizione interna all'ente.
2. È a cura del dirigente provvedere ad una rotazione del personale incaricato di attività di fornitura di servizi a terzi.
3. Le prestazioni e servizi possono essere resi: a) in attività di servizio, nell'ambito del normale orario ordinario di lavoro. In questo caso non sono riconosciuti compensi aggiuntivi; b) al di fuori dell'orario ordinario di lavoro. In questo caso sono riconosciuti incentivi collegati alla performance in misura comunque non inferiore al valore

previsto per lavoro straordinario e secondo la disciplina definita in sede di contrattazione integrativa.

ART. 17 – ASPETTI CONTABILI E FISCALI

1. I corrispettivi dei contratti di sponsorizzazione sono previsti in bilancio ad inizio anno, o durante l'anno con variazione, nel rispetto dell'ordinamento finanziario e contabile. I corrispettivi costituiti da proventi di entrata sono contabilizzati tra le entrate; i corrispettivi costituiti da risparmi di spesa sono comunque contabilizzati a bilancio in entrata ed in spesa per pari importo, al fine di assicurare il rispetto del principio di integrità del bilancio e la normativa fiscale.
2. Le singole fattispecie di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale applicabile.
3. Il contratto di sponsorizzazione non esonera lo sponsor dall'obbligo di pagamento degli eventuali tributi e/o canoni inerenti le fattispecie poste in essere né è sostitutivo di tale obbligo.
4. Quando il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione è costituito da forniture di beni o servizi o da lavori da effettuare dallo sponsor (operazioni permutative), è fatto obbligo di doppia fatturazione, ovvero di fatturazione dello sponsor al Comune del valore del bene, del servizio o del lavoro, soggetto ad IVA, e di fatturazione del Comune allo sponsor di un pari importo, soggetto ad IVA, per l'attività di sponsorizzazione.

ART. 18 - TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

I dati personali derivati dall'applicazione del presente regolamento saranno trattati dall'Ente secondo quanto previsto dal GDPR 679/2016.

ART. 19 - VERIFICHE E CONTROLLI

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del dirigente responsabile del procedimento, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi.
2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor; la notifica e l'eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto.

ART. 20 - RISERVA GESTIONALE

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'amministrazione secondo la disciplina del presente Regolamento.
2. È facoltà dell'amministrazione, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare, a terzi, l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni. L'affidamento a terzi dovrà essere effettuato ai sensi delle vigenti disposizioni legislative e regolamentari.