

Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni

- - - -

(Approvato con Deliberazione del C.d.A. n. _____ del _____)

INDICE

CAPO I – DISPOSIZIONI GENERALI

- Oggetto e finalità
- Definizioni e principi
- Individuazione, programmazione e gestione delle sponsorizzazioni

CAPO II - SCELTA DELLO SPONSOR

- Scelta dello *sponsor*: contratti di sponsorizzazione finanziaria di importo inferiore a 40.000 Euro
- Scelta dello *sponsor*: contratti di sponsorizzazione finanziaria di importo superiore a 40.000 Euro
- Scelta dello *sponsor*: contratti di sponsorizzazione tecnica
- Contratti di sponsorizzazione mista di importo superiore o inferiore ad € 40.000
- Regole comuni in caso di proposte spontanee di potenziali *sponsor*
- Contenuti delle proposte spontanee di sponsorizzazione
- Avviso esplorativo
- Diritto di rifiuto ed esclusioni
- Esclusiva generale e commerciale dello *sponsor*
- Affidamento del servizio di ricerca dello *sponsor*

CAPO III – IL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

- Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione
- Pagamento del corrispettivo in denaro della sponsorizzazione

CAPO IV – DISPOSIZIONI TRANSITORIE E FINALI

- Aspetti contabili e fiscali
 - Disciplinari tecnici, verifiche e controlli
 - Disposizioni finali
-

CAPO I
Disposizioni generali

Art. 1

Oggetto e finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione di iniziative organizzate e gestite dal Comune di in attuazione di quanto previsto *ex art.* 43 L. 449/1997, art. 119 D. Lgs. 267/2000, art. 134 comma 4 D. Lgs. 36/2023, e art. 120 D. Lgs. n. 42/2004.

2. Le iniziative di sponsorizzazione del Comune di sono realizzate tramite la stipula di contratti di sponsorizzazione, accordi di collaborazione e convenzioni e devono tendere a favorire una più spiccata innovazione nell'organizzazione tecnica ed amministrativa dell'Ente, realizzare maggiori economie di spesa nonché migliorare la qualità dei servizi erogati alla collettività, nel rispetto dei principi di efficienza, trasparenza, imparzialità e buon andamento.

Art. 2

Definizioni e principi

1. Ai fini del presente regolamento si intendono:

a) per contratto di sponsorizzazione: un contratto atipico, a prestazioni corrispettive, mediante il quale una parte (*sponsee*) si obbliga a garantire alla controparte (*sponsor*) la possibilità di pubblicizzare, in appositi spazi, il nome, il marchio, l'immagine, l'attività, i prodotti o servizi, ovvero di distribuire prodotti o servizi a titolo promozionale, in cambio di una determinata controprestazione (a titolo meramente esemplificativo: versamento di una somma di denaro e/o fornitura di beni o servizi e/o realizzazioni di lavori e/o finanziamento, anche mediante accollo, del pagamento dei corrispettivi d'appalto dovuti dallo *sponsee*; operazioni permutative ecc.); si specifica che l'obbligazione dello *sponsee* costituisce obbligazione di mezzi e non di risultato, pertanto essa deve intendersi adempiuta indipendentemente dall'effettivo ritorno d'immagine;

b) per accordo di collaborazione: uno strumento negoziale mediante il quale vengono regolate le forme e modalità di coinvolgimento delle parti nella ideazione e/o realizzazione di iniziative concertate o di interesse comune;

c) per sponsorizzazione: ogni contributo, che può consistere in un corrispettivo in denaro, nella fornitura di beni, esecuzione dei lavori, prestazione di servizi o qualsiasi altra utilità a favore del Comune, proveniente dalla controparte, nell'ambito dell'esecuzione del contratto di sponsorizzazione.

d) per sponsorizzazione finanziaria: l'impegno assunto dallo *sponsor* a corrispondere una erogazione economica quale ad esempio dazione di denaro, accollo del debito o altre modalità di assunzione del pagamento dei corrispettivi dovuti dall'ente, anche finalizzata alla realizzazione di lavori, servizi, forniture;

e) per sponsorizzazione tecnica: l'impegno assunto dallo *sponsor* a progettare e realizzare direttamente, in tutto o in parte, un intervento (lavori, servizi, forniture) a propria cura e spese;

f) per sponsorizzazione mista: l'impegno assunto dallo *sponsor* a fornire prestazioni riconducibili alla combinazione tra sponsorizzazione tecnica e sponsorizzazione finanziaria.

2. Tutte le somme indicate nel presente regolamento sono da intendersi IVA esclusa.

3. Il contratto di sponsorizzazione è la fase finale di un procedimento descritto negli articoli che seguono. Esso non ha mai natura competitiva né comparativa: non si tratta di gara, comunque denominata, bensì di applicazione dei principi di imparzialità e parità di trattamento tra gli operatori.

4. Si applicano, in via esclusiva, le regole stabilite dall'art. 134 comma 4 D. Lgs. 36/2023, art. 119 TUEL e le normative di settore succedutesi nel tempo, oltre a quelle contenute in fonti di rango superiore a cui il presente Regolamento dovrà attenersi qualora sopravvenute successivamente alla sua entrata in vigore ed efficacia.

5. Il contratto di sponsorizzazione ha la finalità precipua di acquisire benefici di natura strettamente finanziaria o in termini di lavori, forniture e servizi per la collettività comunale, in applicazione dei principi di economicità ed efficacia. Nei procedimenti di acquisizione di valori finanziari o patrimoniali, comunque denominati, a vantaggio del Comune e della collettività, i quali producono effetti diretti o indiretti positivi per il bilancio del Comune, si applica il principio di non aggravamento secondo il quale “la pubblica amministrazione non può aggravare il procedimento, se non per straordinarie e motivate esigenze imposte dallo svolgimento dell'istruttoria”. Conseguentemente i procedimenti che portano alla conclusione di contratti di sponsorizzazione tendono a concludere il contratto nel più breve tempo possibile, procedendo celermente in vista della realizzazione di lavori, forniture e servizi a vantaggio della collettività amministrata o per acquisire risorse finanziarie ugualmente destinate ad interessi pubblici.

Art. 3

Individuazione, programmazione e gestione delle sponsorizzazioni

1. Le iniziative di sponsorizzazione da offrire ai potenziali *sponsor* possono essere individuate e programmate nell'ambito del Piano Esecutivo di Gestione e possono riguardare tutti i beni, i servizi e le prestazioni previste a carico del bilancio dell'Ente; inoltre, nel corso dell'anno, sia la Giunta Comunale che i dirigenti potranno altresì attivare ulteriori iniziative di sponsorizzazione.

2. Le iniziative attivate direttamente dai Dirigenti dovranno essere condivise con l'Assessore di riferimento e comunicate o approvate dalla Giunta comunale.

3. Nell'ambito del PEG o della delibera di Giunta Comunale potranno essere individuate le somme minime dell'offerta di sponsorizzazione in riferimento agli spazi pubblicitari messi a disposizione.

4. Nei documenti di programmazione dell'ente possono essere individuate spese ed attività la cui realizzazione è vincolata alla conclusione di contratti di sponsorizzazione.

5. Possono inoltre essere ricevute proposte spontanee di sponsorizzazione.

6. Il Dirigente competente è sempre obbligato a comunicare di essere in procinto di stipulare un contratto di sponsorizzazione alla Giunta comunale. L'organo esecutivo potrà richiedere motivate modifiche o integrazioni all'accordo di sponsorizzazione; la Giunta inoltre, qualora ritenga che il contratto di sponsorizzazione non sia conforme all'interesse pubblico potrà inoltre comunicare, con effetto vincolante per il Dirigente, che esso non debba essere sottoscritto o essere sottoscritto solo a seguito di particolari prescrizioni da essa richieste. Di tale facoltà rimessa alla potestà della Giunta, sia in caso di negoziazione diretta, sia in caso di avvisi o bandi, dovrà essere data espressa comunicazione ed informazione a tutti gli interessati.

7. La comunicazione di cui al primo periodo del comma precedente, effettuata a mezzo dell'Assessore competente, potrà essere oggetto di valutazione positiva quale obiettivo di risultato economicamente apprezzabile raggiunto sia dal Dirigente che dal Servizio interessato, nel rispetto del principio di economicità di cui all'art. 2 c. 5.

CAPO II
Scelta dello Sponsor

Art. 4

Scelta dello *sponsor*: contratti di sponsorizzazione finanziaria di importo inferiore a 40.000 Euro

1. Il Comune di procede ad affidamento diretto, con o senza negoziazione, dei contratti di sponsorizzazione finanziaria finalizzati alla realizzazione di lavori, servizi e forniture di importo inferiore ai 40.000 Euro.
2. Ove ritenuto opportuno su valutazione discrezionale e debitamente motivata del Dirigente, può essere pubblicato almeno sull'albo pretorio del sito Internet del Comune di un avviso pubblico preventivo - o successivo *ad opponendum* in caso di proposta su iniziativa dello *sponsor* - per almeno dieci giorni (riducibili alla metà in caso di urgenza). L'avviso preventivo è finalizzato ad acquisire proposte liberamente valutabili dal Dirigente in modo discrezionale con applicazione del principio di non aggravamento di cui all'art. 2 c. 5; l'avviso *ad opponendum* è invece finalizzato a consentire a chiunque abbia interesse di proporre rilievi o osservazioni in qualunque modo denominate, che comunque non vincolano l'amministrazione in ordine alle proprie valutazioni discrezionali.
3. In caso di avviso *ad opponendum* successivo alla presentazione della proposta, esso deve essere pubblicato dopo l'istruttoria dell'Ufficio e, in via ordinaria, prima della determinazione di affidamento diretto e della stipula del contratto di sponsorizzazione. E' fatta comunque salva la possibilità per il Dirigente competente di valutare, in relazione all'urgenza di provvedere o di altri motivi di pubblico interesse, che la determinazione di affidamento diretto e successivo contratto di sponsorizzazione siano effettuati anche senza la previa pubblicazione dell'avviso. In tal caso la pubblicazione verrà effettuata successivamente all'avvenuta stipulazione del contratto quale forma di pubblicità e trasparenza e senza che l'avviso costituisca condizione di validità ed efficacia sia della determinazione che del contratto.

Art. 5

Scelta dello *sponsor*: contratti di sponsorizzazione finanziaria di importo superiore a 40.000 Euro

1. Ai sensi dell'art. 134 c. 4 D. Lgs. 36/2023 l'affidamento di contratti di sponsorizzazione finanziaria di lavori, servizi e forniture per importi superiori a 40.000 Euro è soggetta esclusivamente alla previa pubblicazione almeno sull'albo pretorio del sito Internet del Comune di, per trenta giorni, di apposito avviso con il quale è resa 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.
2. Trascorso il periodo di pubblicazione dell'avviso, il contratto potrà essere liberamente negoziato purché, come previsto per L., nel rispetto dei principi di imparzialità e parità di trattamento tra gli operatori che abbiano manifestato interesse e ferma restando la necessaria assenza, in capo all'operatore, dei motivi di esclusione di cui all'art. 94 D. Lgs. 36/2023.
3. In entrambi i casi di sponsorizzazione (ad iniziativa dell'ente o su proposta del privato), non trattandosi di gara, compete al Dirigente individuare discrezionalmente il soggetto più idoneo con cui contrattare ai fini della determina di affidamento del contratto e successiva stipula dello stesso.
4. È fatta comunque salva la facoltà del Dirigente competente di provvedere ad individuare lo *sponsor* a mezzo di bando pubblico, che potrà eventualmente anche contenere i criteri valutativi delle proposte di sponsorizzazione. In tal caso il Dirigente dovrà motivare la propria scelta tenuto

conto del divieto di aggravamento del procedimento di cui all'art. 2 c. 5 del presente Regolamento, essendo prevalente l'interesse alle acquisizioni patrimoniali e finanziarie, comunque denominate, a vantaggio del Comune. Resta inteso che il bando non ha mai natura competitiva né comparativa, non si tratta di gara: resta in capo al Dirigente la valutazione discrezionale delle proposte pervenute.

5. Nei casi di cui al comma precedente il Dirigente competente provvederà in via ordinaria alla valutazione autonoma delle domande di sponsorizzazione pervenute, secondo i poteri di cui all'art. 107 del TUEL; tuttavia, ove lo ritenga strettamente necessario, potrà costituire una commissione di esperti nel settore di riferimento, individuandone i componenti, mantenendo comunque la competenza alla determinazione di affidamento ed alla stipulazione del contratto.

6. La disposizione di cui al presente articolo non si applicano alle sponsorizzazioni tecniche per le quali vige il terzo periodo dell'art. 134 comma 4 D. Lgs. 36/2023 e l'art 6 della presente regolamentazione.

Art. 6

Scelta dello *sponsor*: contratti di sponsorizzazione tecnica

1. Nel caso di sponsorizzazioni tecniche, in cui lo *sponsor* intenda realizzare lavori o prestare servizi o forniture, di qualsiasi valore ma direttamente a sua cura e spese, si applica il terzo periodo dell'art. 134 comma 4 D. Lgs. 36/2023, a norma del quale 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. A fronte di ciò, il Comune di dovrà comunque verificare il possesso dei requisiti degli esecutori, nel rispetto dei principi e dei limiti europei, impartendo opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere o forniture e alla direzione dei lavori e collaudo degli stessi. Resta comunque salva la possibilità, per lo *sponsor*, di avvalersi di altro soggetto per l'esecuzione dei lavori, la prestazione dei servizi o la fornitura di prodotti, nel rispetto dell'art. 134 D. Lgs. 36/2023.

2. Il Comune di procede ad affidamento diretto, con o senza negoziazione, dei contratti di sponsorizzazione tecnica.

3. A seguito di proposta ad iniziativa dello *sponsor*, se ritenuto opportuno su valutazione discrezionale e debitamente motivata del Dirigente (anche in ordine al divieto di aggravamento del procedimento di cui all'art. 2 c. 5 del presente Regolamento), può essere pubblicato almeno sull'albo pretorio del sito Internet del Comune di un avviso *ad opponendum*, per almeno dieci giorni (riducibili alla metà in caso di urgenza) finalizzato a consentire a chiunque abbia interesse di proporre rilievi o osservazioni in qualunque modo denominate, che comunque non vincolano l'amministrazione in ordine alle proprie valutazioni discrezionali.

4. Qualora il Dirigente ritenga necessario l'avviso di cui al comma che precede, esso deve essere pubblicato dopo l'istruttoria dell'Ufficio e, in via ordinaria, prima della determinazione di affidamento diretto e della stipula del contratto di sponsorizzazione. È fatta comunque salva la possibilità per il Dirigente competente di valutare, in relazione all'urgenza di provvedere o di altri motivi di pubblico interesse, che la determinazione di affidamento diretto e successivo contratto di sponsorizzazione siano effettuati anche senza la previa pubblicazione dell'avviso. In tal caso la pubblicazione verrà effettuata successivamente all'avvenuta stipulazione del contratto quale forma di pubblicità e trasparenza e senza che l'avviso costituisca condizione di validità ed efficacia sia della determinazione che del contratto.

5. Qualora lo si ritenga necessario, l'avviso di cui al comma 3 potrà indicare, salva diversa valutazione del Dirigente:

- l'oggetto della sponsorizzazione;
- i valori presumibili stimati (IVA esclusa) della sponsorizzazione, espressi anche in un intervallo minimo e massimo;

- l'indicazione di massima dello spazio pubblicitario messo a disposizione, comunque sempre negoziabile successivamente;
- gli obblighi di massima dello *sponsor*;
- le modalità e i termini per la presentazione della domanda di sponsorizzazione;
- l'ufficio procedente ed il responsabile del procedimento.

Art. 7

Scelta dello *sponsor*: contratti di sponsorizzazione mista di importo superiore o inferiore ad € 40.000

1. Il Codice dei Contratti prevede maggiori cautele in ordine alle sponsorizzazioni finanziarie. Pertanto, in caso di sponsorizzazioni miste (finanziaria+tecnica) si applica in via assorbente la regolamentazione prevista per le sponsorizzazioni finanziarie e non quella per le sponsorizzazioni tecniche:

- a) nel caso in cui la parte finanziaria della sponsorizzazione sia inferiore a 40.000€, si applica l'art. 4 del presente Regolamento, prescindendosi dal valore della sponsorizzazione tecnica per lavori, forniture e servizi a cura e spese dello *sponsor*.
- b) nel caso in cui la parte finanziaria della sponsorizzazione sia superiore a 40.000€ si applica l'art. 5 del presente Regolamento, prescindendosi dal valore della sponsorizzazione tecnica per lavori, forniture e servizi a cura e spese dello *sponsor*.

Art. 8

Regole comuni in caso di proposte spontanee di potenziali sponsor

1. Nel caso in cui pervenga una proposta spontanea di sponsorizzazione da parte di un potenziale *sponsor*, il Dirigente del Servizio competente ne valuta l'ammissibilità, in termini di rispondenza alle prescrizioni di cui al presente regolamento,

2. L'acquisizione di una proposta di sponsorizzazione non è vincolante per l'Ente, che può in ogni caso chiedere, tramite l'Ufficio facente capo al Dirigente competente, integrazioni o chiarimenti di eventuali proposte lacunose. Nel caso in cui la proposta sia ritenuta inammissibile verrà comunicato per iscritto al proponente.

Art. 9

Contenuti delle proposte spontanee di sponsorizzazione

1. Le proposte di sponsorizzazioni devono essere presentate in forma scritta e, di regola, indicano:

- il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare o la somma offerta a titolo di sponsorizzazione; quanto sopra può essere anche indicato in via di massima;
- l'accettazione di quanto previsto nel presente regolamento e nell'eventuale avviso di sponsorizzazione;
- il contenuto, anche di massima, del messaggio pubblicitario che costituirà oggetto del contratto o l'impegno dello *sponsor* a comunicarlo al Comune preventivamente e con adeguato preavviso.
- l'impegno ad assumere tutte le responsabilità ed a farsi carico degli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario, alle relative autorizzazioni, al pagamento di eventuali tributi o canoni.

2. L'offerta di sponsorizzazione deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

- l'inesistenza della incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione;

- l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
- l'assenza dei motivi di esclusione di cui all'art. 80 del D. Lgs. 50/2016 e ss.mm.ii.
- nel caso di sponsorizzazioni tecniche: la qualificazione dei progettisti e degli esecutori a norma di L. o, in alternativa, l'impegno ad individuare progettisti ed esecutori qualificati.

In caso di persone giuridiche le autocertificazioni sopra indicate sono riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza e deve essere inoltre autocertificata l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari.

Art. 10

Avviso esplorativo

1. Il Comune può emanare uno o più avvisi generali o particolari, pubblicati almeno sull'albo pretorio del sito dell'Ente, con finalità esplorativa, in particolare volti alla ricerca di potenziali *sponsor* per l'acquisizione di risorse finanziarie, patrimoniali o di altro genere di beneficio per la collettività.

2. I medesimi hanno durata minima di 10 giorni (riducibili alla metà in caso di urgenza); possono inoltre avere durata annuale o pluriennale in relazione all'oggetto dell'avviso.

Art. 11

Diritto di rifiuto ed esclusioni

1. Il Comune di si riserva, a suo insindacabile giudizio, di rifiutare qualsiasi proposta di sponsorizzazione e di recedere dal contratto eventualmente sottoscritto qualora:

- a. ritenga che possa derivare un conflitto di interessi tra l'attività pubblica e quella dello *sponsor*;
- b. ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla propria immagine o alle proprie iniziative;
- c. reputi la sponsorizzazione inaccettabile per motivi di pubblico interesse, in quanto contraria all'ordine pubblico o al buon costume o per motivi di inopportunità generale.

Art. 12

Esclusiva generale e commerciale dello sponsor

1. Le sponsorizzazioni possono essere effettuate con o senza diritto di esclusiva da parte dello *sponsor*; pertanto, ove non sia presente diritto di esclusiva, per ogni iniziativa o oggetto possono anche essere previste più sponsorizzazioni e possono pertanto essere stipulati più contratti di sponsorizzazione.

2. Le eventuali clausole di esclusiva devono essere previste espressamente.

Art. 13

Affidamento del servizio di ricerca dello sponsor

1. Il Comune, previa valutazione di convenienza sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, può affidare il servizio di ricerca degli *sponsor* a qualificati soggetti da individuare ai sensi di L..

CAPO III
Il contratto di sponsorizzazione

Art. 14

Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione

1. La sponsorizzazione è regolata da apposito contratto nel quale, in particolare, sono almeno definiti:

- a) l'oggetto del contratto;
- b) gli obblighi delle parti;
- c) i corrispettivi o i lavori/servizi/forniture della sponsorizzazione;
- d) i benefit riconosciuti allo *sponsor*;
- e) la durata del contratto;
- f) l'eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale;
- g) gli eventuali controlli sull'attività dello *sponsor*;
- h) la facoltà di recesso da parte del Comune;
- i) la risoluzione del contratto per inadempimento;
- j) la competenza del Foro di in caso di controversie;
- k) la eventuale disciplina delle spese contrattuali.

2. Nel contratto è sempre prevista la facoltà del Comune di recedere prima della scadenza, previa tempestiva e formale comunicazione allo *sponsor*; deve inoltre essere prevista la clausola risolutiva espressa nel caso in cui lo *sponsor* rechi danno all'immagine del Comune o per tutti i casi di cui all'art. 12 del presente Regolamento, fermo restando il diritto al risarcimento del danno.

3. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo *sponsor* o, se persona giuridica, dal legale rappresentante o dal titolare di poteri gestori e rappresentativi e dal Dirigente del Servizio competente.

4. La stipula del contratto di sponsorizzazione può costituire, ove possibile, autorizzazione all'utilizzazione dello spazio pubblicitario specificamente individuato nel relativo progetto.

Art. 15

Pagamento del corrispettivo in denaro della sponsorizzazione

1. Ove il corrispettivo della sponsorizzazione sia costituito da una somma di denaro, il pagamento avviene nei tempi e modi previsti nel contratto, con possibilità di anticipi, parziali o totali. Il Dirigente competente deve prevedere che il saldo avvenga entro 15 giorni dalla conclusione dell'iniziativa sponsorizzata, salvo diversa motivata valutazione.

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

CAPO IV
Disposizioni transitorie e finali

Art. 16

Aspetti contabili e fiscali

1. Le operazioni di sponsorizzazione sono imponibili IVA ed in generale sono soggette alla normativa fiscale applicabile, fatte salve diverse previsioni normative di favore, inerenti ad eventuali esenzioni o agevolazioni.
2. Nelle sponsorizzazioni tecniche, in cui il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione è costituito da prestazioni di servizi, fornitura di beni o esecuzione di lavori da parte dello *sponsor*, è fatto obbligo di doppia fatturazione, ovvero:
 - di fatturazione dello *sponsor* al Comune del valore del bene, del lavoro o del servizio, soggetto ad IVA;
 - di fatturazione del Comune allo *sponsor* di un pari importo, sempre soggetto ad IVA, per il valore della possibilità di pubblicizzazione del nome, marchio, immagine ecc. legata all'attività di sponsorizzazione.
3. L'emissione di fattura da parte del Comune nei confronti dello *sponsor* avverrà ad avvenuto adempimento della prestazione dovuta da parte dello *sponsor*.
4. Il contratto di sponsorizzazione non esonera lo *sponsor* dall'obbligo di pagamento di eventuali tributi e/o canoni inerenti alle fattispecie poste in essere né è sostitutivo di tale obbligo.
5. I corrispettivi dei contratti di sponsorizzazione sono previsti in bilancio e nel PEG ad inizio anno o durante l'anno con variazione: quelli costituiti da proventi in entrata sono contabilizzati in bilancio in entrata, mentre quelli 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.

Art. 17

Disposizioni finali

1. Eventuali sponsorizzazioni avviate antecedentemente all'entrata in vigore del presente Regolamento restano regolate da eventuali avvisi, contratti o altre formule precedentemente definite e, per quanto compatibili, dal presente Regolamento.
2. Sono abrogate le disposizioni regolamentari o regolatorie comunque non compatibili con il presente Regolamento, con decorrenza a partire dall'entrata in vigore dello stesso.
3. Il presente Regolamento diviene efficace contestualmente all'efficacia della deliberazione di approvazione del medesimo.