

## **Allegato A**

### **Deliberazione di Consiglio n. 14/21 del 29.04.2021**

<b>Regolamento per la disciplina dei contratti di sponsorizzazione</b>
--

Pagine 10 (compresa la copertina)

# **REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE**



## INDICE

Art. 1 - Finalità .....	3
Art. 2 - Definizioni .....	3
Art. 3 - Requisiti dello sponsor.....	3
Art. 4 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione.....	3
Art. 5 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor.....	4
Art. 6 - Sponsorizzazioni plurime .....	5
Art. 7 - Regolazione dell'esclusiva generale o delle esclusive commerciali.....	6
Art. 8 - Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor .....	6
Art. 9 - Sponsorizzazione accessorie a contratti d'appalto.....	6
Art. 10 - Contratto di sponsorizzazione .....	6
Art. 11 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni .....	7
Art. 12 - Verifiche e controlli .....	8
Art. 13 - Affidamento del servizio di ricerca dello sponsor .....	8
Art. 14 - Utilizzo delle economie di spesa o dei maggiori introiti derivanti dalle sponsorizzazioni .....	8
Art. 15 - Aspetti fiscali .....	8
Art. 16 - Trattamento dei dati personali .....	9
Art. 17 - Norme finali e di rinvio .....	9

## Art. 1 - Finalità

1. Il presente Regolamento ha per oggetto la disciplina delle sponsorizzazioni che possono interessare tutti gli eventi, progetti, iniziative e attività, promossi, organizzati o gestiti dalla Camera di Commercio di Pistoia-Prato, nel rispetto di quanto previsto dall'articolo 43 della legge 449/1997, dall'art. 19 del d.lgs. 50/2016, e dalle norme dei contratti collettivi di lavoro.
2. Il ricorso alle sponsorizzazioni deve tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa dell'Ente, e realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali prestati.

## Art. 2 - Definizioni

1. Ai fini del presente Regolamento, si intende:
  - a. per **"contratto di sponsorizzazione"**: il contratto atipico mediante il quale la Camera di Commercio di Pistoia-Prato (sponsee) offre a un terzo (sponsor), nell'ambito delle proprie iniziative, la possibilità di pubblicizzare il proprio nome, la propria ragione sociale, il logo e/o il marchio aziendale in appositi e predefiniti spazi pubblicitari e per un periodo definito, mentre lo sponsor si obbliga a riconoscere allo sponsee un corrispettivo ovvero a fornirgli a titolo gratuito o a prezzo scontato una predeterminata prestazione, che può consistere nell'effettuazione di un lavoro, di un servizio o di una fornitura;
  - b. per **"sponsee"**: la Camera di Commercio di Pistoia-Prato, di seguito denominata Camera di Commercio, beneficiaria della sponsorizzazione, che rende una prestazione consistente nella divulgazione dei segni distintivi dello sponsor nei modi previsti dal contratto. L'obbligazione dello sponsee costituisce obbligazione di mezzi e non di risultato e, pertanto, essa deve intendersi adempiuta quando vi sia stata la realizzazione dell'evento, iniziativa o progetto dedotto nel contratto, indipendentemente dall'effettivo ritorno di immagine;
  - c. per **"sponsor"**: il soggetto che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con la Camera di Commercio (sponsee);
  - d. per **"sponsorizzazione"**: ogni contributo che può consistere in una somma di denaro ovvero nella fornitura di beni, nella prestazione di servizi, nella realizzazione di lavori, o altre utilità provenienti da terzi (sponsor), allo scopo di promuovere il proprio nome, la propria ragione sociale, il logo e/o il marchio aziendale;
  - e. per **"spazio pubblicitario"**: lo spazio fisico, digitale o altro supporto di veicolazione delle informazioni (nome, ragione sociale, logo e/o marchio dello sponsor) di volta in volta messo a disposizione dalla Camera di Commercio per la pubblicità dello sponsor;
  - f. per **"soggetto che esercita l'iniziativa"**: il Segretario Generale o il Dirigente dell'Area interessata dall'iniziativa che adotta tutti gli atti di gestione necessari alla definizione della procedura di acquisto della sponsorizzazione.

## Art. 3 - Requisiti dello sponsor

1. Possono assumere la veste di sponsor le persone fisiche, le persone giuridiche, aventi o meno scopo di lucro o finalità commerciale, le fondazioni e le associazioni senza fini di lucro, costituite con atto notarile, le cui finalità statutarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali della Camera di Commercio.
2. Fermo restando quanto previsto nel comma 1, sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione i soggetti che:
  - a. non sono in possesso dei requisiti di ordine generale previsti dall'art. 80 del d.lgs. 50/2016;
  - b. si trovano in condizioni di incapacità a contrattare con la Pubblica Amministrazione;
  - c. abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria con la Camera di Commercio o che esercitino attività in conflitto di interesse con le attività pubbliche.

## Art. 4 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Il ricorso alla sponsorizzazione, salvo contrasto con disposizioni di legge, può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, le prestazioni e i servizi espletati dalla Camera di Commercio. A titolo esemplificativo e non esaustivo, si potrà far ricorso a contratti di sponsorizzazione per:

- inserzioni su pubblicazioni camerale;
  - spazi sul sito internet istituzionale della Camera di Commercio e sulle comunicazioni a soggetti registrati;
  - spazi su materiale divulgativo, manifesti, inviti;
  - spazi in occasione di eventi, convegni, seminari organizzati dalla Camera di Commercio;
  - spazi a copertura di edifici camerale in ristrutturazione;
  - spazi nell'ambito di propri stand fieristici;
  - auditorium, sale riunioni e altri spazi della sede camerale, inclusi i rispettivi allestimenti e arredi.
2. Le iniziative di sponsorizzazione possono essere adottate dal Segretario Generale o dal Dirigente dell'Area competente, ogni qualvolta se ne presenti l'opportunità. Essi predispongono gli atti di gestione necessari a definire la procedura di acquisto della sponsorizzazione, in conformità alle disposizioni del presente Regolamento.

### **Art. 5 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor**

1. L'affidamento dei contratti di sponsorizzazione avviene nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità.
2. L'avvio di ogni procedura di sponsorizzazione, di regola, è disposto dal Segretario Generale o dal Dirigente dell'Area interessata all'evento e/o iniziativa, che, con propria determinazione, individua l'iniziativa, l'oggetto e le modalità di sponsorizzazione, le eventuali tariffe, oltre ad approvare l'avviso e lo schema di contratto.
3. Fermo restando quanto previsto nel successivo comma 7, la scelta dello sponsor è di norma preceduta dalla pubblicazione di un avviso pubblico, anche qualora essa consegua al ricevimento di una proposta spontanea ai sensi dell'art. 8.
4. Per i contratti di sponsorizzazione di importo pari o superiore a € 40.000,00 (IVA esclusa) si applicano le disposizioni di cui all'art. 19 del d.lgs. 50/2016. In questi casi, l'affidamento del contratto di sponsorizzazione è soggetto alla previa pubblicazione sul sito internet della Camera di Commercio, **per almeno trenta giorni**, di apposito avviso con il quale si rende nota la ricerca di sponsor per specifici interventi.
5. Con la determinazione che individua l'iniziativa di sponsorizzazione potranno essere previste altre forme di pubblicità al fine di una maggiore conoscenza e partecipazione.
6. 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, fermo restando il rispetto dell'art. 80 del d.lgs. 50/2016. 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 delle norme vigenti in materia.
7. Per i contratti di sponsorizzazione di importo inferiore a € 40.000,00 (IVA esclusa), la durata di pubblicazione dell'avviso viene stabilita con lo stesso provvedimento che dà l'avvio all'iniziativa, in ragione della natura e del valore della sponsorizzazione; la durata **non può comunque essere inferiore a otto giorni dall'avvenuta pubblicazione**. Rimangono ferme le altre disposizioni di cui ai precedenti commi 5 e 6. Tuttavia, in questi casi, è in facoltà del soggetto che esercita l'iniziativa di procedere con affidamento diretto senza pubblicazione di avviso purché ricorra una delle seguenti condizioni:
  - a. allorché il valore della sponsorizzazione sia di importo pari o inferiore a € 5.000,00 (IVA esclusa);
  - b. in caso di fornitura o prestazione infungibile, eseguibile da un solo soggetto con i requisiti tecnici e il grado di perfezione richiesti, oppure fornitura o prestazione di natura esclusiva, riguardante beni o servizi la cui produzione sia garantita da privativa industriale;
  - c. nei casi di comprovata urgenza che si manifesta anche qualora pervenga un'offerta spontanea di sponsorizzazione per un determinato evento e non vi siano le condizioni per il rispetto delle tempistiche previste dal presente Regolamento per l'utile espletamento di una procedura comparativa;
  - d. nel caso di sponsor istituzionali, quali enti pubblici od organismi partecipati dalla Camera di Commercio;
  - e. in caso di mancanza di offerte a seguito dell'avviso pubblico.

8. L'avviso deve contenere, in particolare:
  - a. l'oggetto della sponsorizzazione (fornitura di beni/attrezzature, prestazione di servizi, contributi in denaro, realizzazione integrale o parziale di un'opera o di un intervento) e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico progetto di sponsorizzazione;
  - b. l'esatta determinazione dello spazio pubblicitario utilizzabile e la durata della sponsorizzazione;
  - c. le modalità, i termini di presentazione dell'offerta e le eventuali garanzie richieste;
  - d. i criteri di scelta, nel caso siano presentate più offerte;
  - e. l'eventuale importo minimo richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
  - f. l'eventuale clausola di esclusiva ai sensi del successivo art. 7;
  - g. l'eventuale diritto di prelazione a norma del successivo art. 8;
9. Nell'avviso può essere previsto che più soggetti siano ammessi a concorrere congiuntamente per l'affidamento del contratto; in tal caso l'avviso può definire altresì il numero massimo di imprese che potranno essere coinvolte e l'importo totale del contratto sarà posto a carico dei soggetti in misura equivalente.
10. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e indicare:
  - a. il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
  - b. il corrispettivo della sponsorizzazione;
  - c. l'accettazione delle condizioni previste nell'avviso pubblico e dall'eventuale capitolato o progetto di sponsorizzazione;
  - d. l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario, alle relative autorizzazioni, e al pagamento di eventuali tributi o canoni.
11. L'offerta deve essere accompagnata da dichiarazione sostitutiva, redatta in conformità alle disposizioni del D.P.R. 445/2000, attestante l'inesistenza di cause ostative a concludere contratti con la pubblica amministrazione, ex art. 80 del d.lgs. 50/2016, oltre che, se necessari per la natura dell'obbligazione, il possesso dei requisiti tecnici e professionali richiesti dalla vigente normativa per l'espletamento dei lavori, servizi o forniture oggetto della sponsorizzazione.
12. Salvo ricorrano le ipotesi di affidamento diretto, le offerte di sponsorizzazione sono valutate da una Commissione appositamente nominata dal soggetto che esercita l'iniziativa, che di norma la presiede. La Commissione è composta dal presidente e da almeno altri due dipendenti camerali.
13. La selezione potrà avvenire sulla base del miglior prezzo offerto, ovvero in base al criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa, secondo i parametri individuati nell'avviso di sponsorizzazione.
14. La Commissione redige apposito verbale ed elabora una graduatoria qualora siano pervenute più offerte valide. Sulla base delle risultanze, il soggetto che esercita l'iniziativa con propria determinazione procede all'individuazione dello sponsor. Si potrà procedere all'individuazione dello sponsor anche nel caso in cui sia pervenuta una sola offerta valida, nel caso in cui questa sia ritenuta economicamente conveniente.
15. In caso di parità di posizione in graduatoria, e ove non ricorrano altre ipotesi di assegnazione e/o distribuzione degli spazi pubblicitari, si procederà mediante sorteggio.
16. In tutti i casi di affidamento diretto, lo stesso è sempre preceduto da idonea istruttoria circa gli effettivi benefici della sponsorizzazione oltre che della sua congruità rispetto ai fini della Camera di Commercio. L'istruttoria è eseguita dal soggetto che esercita l'iniziativa, che, se diverso dal Segretario Generale, lo informa prima della stipula del contratto.

### **Art. 6 - Sponsorizzazioni plurime**

1. In generale le sponsorizzazioni non sono effettuate con diritto di esclusiva da parte dello sponsor, e pertanto la Camera di Commercio può ricevere più sponsorizzazioni per uno stesso evento od oggetto.
2. Ove vengano individuate più ipotesi di sponsorizzazione per lo stesso evento od oggetto, sulla base della graduatoria approvata, gli spazi pubblicitari potranno essere assegnati, sino alla copertura totale degli stessi, in misura di uno per ciascuno sponsor, in ordine di graduatoria. Può anche essere ammessa la possibilità di utilizzo contemporaneo degli spazi, a turno, in forza dei criteri indicati nell'avviso.

### **Art. 7 - Regolazione dell'esclusiva generale o delle esclusive commerciali**

1. La Camera di Commercio può definire il rapporto con lo sponsor sulla base di clausole di esclusiva generale o commerciale, qualora ritenga che tali disposizioni contrattuali possano risultare utili per sollecitare profili concorrenziali finalizzati al reperimento di maggiori risorse o alla presentazione di proposte di sponsorizzazione maggiormente significative.
2. In relazione a quanto previsto dal comma precedente:
  - la clausola di esclusiva generale comporta la formalizzazione del rapporto con un unico soggetto in veste di sponsor per un determinato evento o iniziativa e/o per un periodo prefissato;
  - la clausola di esclusiva commerciale comporta la formalizzazione di più rapporti di sponsorizzazione con soggetti in veste di sponsor, ciascuno individuato come controparte principale e unica per una specifica categoria merceologica o di attività.
3. Della sussistenza di clausole di esclusiva generale o commerciale viene data evidenza espressa in tutti gli atti preliminari, propedeutici e conseguenti alla stipulazione di un contratto di sponsorizzazione, specificando gli eventuali criteri per la valutazione di proposte concorrenti.
4. In ogni caso, l'eventuale inserimento di clausole di esclusiva nei contratti di sponsorizzazione non comporta incompatibilità con altre iniziative coinvolgenti soggetti terzi, quali il patrocinio o iniziative di sensibilizzazione correlate a spazi, beni e tematiche di interesse collettivo.

### **Art. 8 - Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor**

1. Allorché pervenga alla Camera di Commercio un'offerta spontanea di sponsorizzazione da terzi, in relazione a un determinato evento non ricompreso nelle iniziative di sponsorizzazione preventivamente programmate e/o deliberate, il Dirigente dell'Area competente provvederà a valutarne l'opportunità e la rispondenza alle prescrizioni di cui alle presenti disposizioni.
2. La Camera di Commercio, per ragioni di semplificazione dell'azione amministrativa, si riserva di non prendere in esame e non considerare ammissibili proposte di sponsorizzazione di valore inferiore a € 500,00.
3. Appurata l'accogliibilità della proposta pervenuta, il Dirigente darà l'avvio al procedimento ai sensi del precedente art. 5, comma 2, ovvero ne delibererà l'affidamento diretto, ricorrendone i presupposti.
4. Salvo ricorrano le ipotesi di affidamento diretto, si procederà, quindi, con la pubblicazione di un avviso pubblico al fine di aprire il confronto concorrenziale.
5. Ultimata la procedura di selezione, all'originario promotore è riservato, entro un termine prestabilito, il diritto di adeguare la propria proposta a quella giudicata più conveniente dalla Camera di Commercio. In questo caso, il promotore originario, in forza di prelazione, è dichiarato aggiudicatario.

### **Art. 9 - Sponsorizzazione accessorie a contratti d'appalto**

1. La Camera di Commercio può prevedere, nell'ambito di procedure per l'aggiudicazione di appalti di lavori, servizi o forniture, clausole inerenti sponsorizzazioni come prestazioni accessorie al contratto principale.
2. In tal caso la scelta dello sponsor è disciplinata dalle disposizioni inerenti la procedura di scelta del contraente del contratto principale di appalto e la valutazione della sponsorizzazione deve costituire elemento con peso meramente marginale rispetto alla valutazione complessiva dell'offerta.

### **Art. 10 - Contratto di sponsorizzazione**

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:
  - l'oggetto del contratto;
  - il valore della sponsorizzazione;

- la forma di corrispettivo e le modalità di pagamento;
  - la durata del contratto;
  - gli impegni e/o obblighi del soggetto sponsorizzato (sponsee);
  - le forme di veicolazione dei segni distintivi dello sponsor da parte del soggetto sponsorizzato (sponsee);
  - la disciplina dell'uso dei loghi, marchi o segni distintivi dello sponsor;
  - gli impegni e/o obblighi dello sponsor e le modalità di gestione del logo del soggetto sponsorizzato (sponsee) ove previsto;
  - l'eventuale diritto di "esclusiva";
  - il recesso;
  - l'inadempimento e la risoluzione del contratto;
  - la risoluzione delle controversie relative all'esecuzione del contratto;
  - le spese e le disposizioni contrattuali finali.
2. Quando la Camera di Commercio individua come corrispettivo della sponsorizzazione l'esecuzione di lavori, servizi o forniture, i contratti a tal fine stipulati contengono anche l'esatta individuazione dei lavori, servizi o forniture da effettuare e le modalità di svolgimento degli stessi, nonché i profili utili alla loro correlazione con le attività di veicolazione dei segni distintivi dello sponsor.
  3. Nel caso di cessione di beni o prestazioni di servizi, si applicano, per quanto compatibili, le disposizioni del codice civile in materia di vendita, ivi incluse le norme sulla garanzia dei prodotti e di responsabilità del cessionario in caso di prodotti difettosi o affetti da vizi, anche occulti.
  4. Nel caso in cui la sponsorizzazione abbia a oggetto l'utilizzo temporaneo di beni, si applicano le disposizioni sulla locazione ovvero sul comodato d'uso, in quanto compatibili.
  5. 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; tale valore può essere accertato con qualunque mezzo, anche mediante interrogazione dei mercati elettronici presenti in rete.
  6. Ove il corrispettivo della sponsorizzazione sia costituito da una somma di denaro, il pagamento avviene, di norma, almeno nella misura del 30% al momento della conclusione del contratto e nella misura restante entro i 15 giorni successivi alla conclusione dell'iniziativa correlata.
  7. Se richiesto dalla Camera di Commercio, lo sponsor deve prestare apposita garanzia fideiussoria per il pagamento del corrispettivo, costituita mediante fideiussione bancaria o polizza assicurativa, contenente le clausole di cui all'art. 103 del d.lgs. 50/2016.
  8. Nel contratto possono essere, altresì, inserite clausole eventuali, quali:
    - il rinnovo, totale o parziale della sponsorizzazione;
    - la proroga del contratto;
    - l'eventuale prelazione per lo sponsor uscente in caso di iniziativa analoga a quella oggetto del contratto;
    - clausole di non concorrenza, qualora il contratto contenga clausole di esclusiva;
    - clausole di tolleranza, da parte dello sponsor "non in esclusiva", in merito alla presenza, nell'ambito della stessa iniziativa, ovvero altre iniziative indette in concomitanza, di altri operatori economici con cui la Camera di Commercio abbia concluso contratti di sponsorizzazione;
    - clausole di non ingerenza, da parte dello sponsor sull'attività oggetto di sponsorizzazione, rispetto alla quale la Camera di Commercio conserva ogni autonomia organizzativa e decisionale.

### **Art. 11 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni**

1. Fermo restando quanto previsto dall'art. 3, il soggetto che esercita l'iniziativa, previo confronto con il Segretario Generale, se diverso, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:
  - a. ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata, ovvero tra le finalità della Camera di Commercio e quelle dello sponsor;



- b. ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno all'immagine della Camera di Commercio o alle proprie iniziative;
  - c. la reputi inaccettabile per motivi di ordine o interesse pubblico ovvero perché contraria a norme di legge o al buon costume;
  - d. la reputi inaccettabile per motivi di inopportunità generale.
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:
- a. propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
  - b. produzione o distribuzione di tabacco e/o generi di monopolio e, in generale, dei prodotti la cui sponsorizzazione sia vietata da norme di legge o regolamentari, anche comunitarie;
  - c. materiale pornografico o a sfondo sessuale;
  - d. messaggi offensivi in genere, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

### **Art. 12 - Verifiche e controlli**

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del soggetto che esercita l'iniziativa per l'attività oggetto di sponsorizzazione, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, quanto ai contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi.
2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente contestate allo sponsor; la comunicazione e l'eventuale diffida producono gli effetti previsti dal contratto di sponsorizzazione.

### **Art. 13 - Affidamento del servizio di ricerca dello sponsor**

1. La ricerca e la gestione delle sponsorizzazioni è di regola effettuata direttamente dalla Camera di Commercio, secondo la disciplina contenuta nel presente Regolamento e, per quanto non previsto, dalle disposizioni vigenti in materia.
2. E' tuttavia facoltà della Camera di Commercio, qualora lo ritenga opportuno o più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, acquisire presso operatori economici terzi un servizio avente a oggetto il reperimento delle sponsorizzazioni. In tal caso, il contraente sarà individuato secondo le norme regolanti gli appalti di beni e servizi.

### **Art. 14 - Utilizzo delle economie di spesa o dei maggiori introiti derivanti dalle sponsorizzazioni**

1. Le risorse acquisite dalla Camera di Commercio a titolo di corrispettivo delle sponsorizzazioni, al netto di costi eventualmente sostenuti dall'Ente per la veicolazione pubblicitaria, ovvero i minori oneri sostenuti per l'acquisto di beni, servizi o la realizzazione di opere per effetto del ricorso alla sponsorizzazione, sono considerati risparmi di spesa, da utilizzare per le seguenti finalità:
  - a. nella misura del 30% sono destinate all'implementazione del fondo risorse decentrate del personale non dirigente;
  - b. la restante quota costituisce economia di bilancio.
2. Non concorrono alla costituzione dei fondi di cui alle lettere a) e b) del comma precedente, le somme introitate per effetto di contratti stipulati ai sensi del comma 2 del precedente articolo 12.

### **Art. 15 - Aspetti fiscali**

1. Il contratto di sponsorizzazione costituisce attività rilevante ai fini IVA e soggetta ad aliquota di legge vigente. Il contributo specificato dal contratto dovrà essere sempre espresso con la dicitura "oltre a IVA di legge".
2. Qualora il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione consista in lavori, nella prestazione di servizi o nella fornitura di beni a carico dello sponsor, è fatto obbligo di operare la doppia fatturazione, ovvero la fatturazione dello sponsor alla Camera di Commercio del valore dei lavori, servizi o beni, soggetta a IVA,

e la fatturazione della Camera di Commercio allo sponsor di un pari importo, sempre soggetto a IVA, per il valore della promozione di immagine fornita allo sponsor.

3. Pertanto, la regolamentazione contabile del rapporto di sponsorizzazione, a seconda delle forme di realizzazione dello stesso, si effettuerà come di seguito indicato:
  - **contributi economici:** la Camera di Commercio emetterà fattura al soggetto finanziatore per un importo pari al contributo versato, che dovrà coincidere con quello pattuito nel contratto;
  - **cessione gratuita di beni e/o servizi:** lo sponsor fatturerà alla Camera di Commercio un importo pari al valore stimato del bene, dei lavori o dei servizi ceduti, come stabilito nel contratto di sponsorizzazione. In conseguenza, la Camera di Commercio provvederà a emettere fattura allo sponsor di uguale importo, a titolo di sponsorizzazione, con compensazione contabile delle due fatture;
  - **compartecipazione economica alle spese di realizzazione delle varie iniziative organizzate dalla Camera di Commercio o assunzione diretta delle spese medesime:** lo sponsor prenderà in carico il pagamento della/e fattura/e emessa/e dal/i fornitore/i.

### **Art. 16 - Trattamento dei dati personali**

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente Regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste e nel rispetto delle disposizioni di cui al Regolamento (UE) 2016/679 (GDPR).
2. Il Titolare del trattamento è la Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Pistoia-Prato, con sede in Prato, via del Romito n. 71.
3. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dall'art. 15 e seguenti del GDPR, nei modi e nei limiti dagli stessi previsti.
4. Ai sensi e per gli effetti dell'art. 2-*quaterdecies* del d.lgs.196/2003, il personale camerale, compresi i membri della Commissione di cui al precedente art. 5, è autorizzato al trattamento dei dati personali raccolti in applicazione del presente Regolamento.

### **Art. 17 - Norme finali e di rinvio**

1. Per ogni aspetto che non trovi esplicita disciplina nel presente Regolamento si fa rinvio alle norme di legge e regolamentari applicabili.
2. Le disposizioni contenute nel presente Regolamento si intendono automaticamente adeguate, senza necessità di una modifica formale, nel caso di norme sopravvenute che modifichino ovvero abrogano la normativa di riferimento.