

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Approvato con deliberazione di Consiglio Comunale n. 18 del 26.04.2019

Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni

INDICE

TITOLO I – Contratto di sponsorizzazione e accordi di collaborazione

Art. 1 - Oggetto del Regolamento

Art. 2 – Finalità del Regolamento

Art. 3 – Contenuto delle sponsorizzazioni e destinatari

Art. 4 – Definizioni

Art. 5 – Contenuto del contratto di sponsorizzazione. Tutela dell'immagine dell'Amministrazione

Art. 6 – Altra forma di sponsorizzazione: contratti di collaborazione

Art. 7 – Regola per l'utilizzo del nome e del marchio dello sponsor e del simbolo del Comune.

Definizione della forma e del contenuto del contratto

Art. 8 – Ambito di applicazione delle specie contrattuali

Art. 9 – Vincoli di carattere generale

Art.10 – Il Comune di Borgo Ticino: soggetto sponsorizzato

Art.11 – Iniziativa spontanea o per azione di terzi

TITOLO II – Modalità di scelta del contraente

Art.12 – Disposizioni

Art.13 – Atti di mecenatismo

Art.14 – Versamento dei proventi delle sponsorizzazioni e garanzie

TITOLO III – Disposizioni finali

Art.15 – Aspetti fiscali

Art.16 – Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

Art.17 – Verifiche e controlli

Art.18 – Riserva organizzativa

Art.19 – Rifiuto delle sponsorizzazioni/risoluzione

Art.20 – Trattamento dei dati personali

Art.21 – Controversie

Art.22 – Normativa di riferimento

Art.23 – Entrata in vigore

TITOLO I - CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE E ACCORDI DI COLLABORAZIONE

Art. 1 - Oggetto del Regolamento

1. Il Regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in conformità delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997 e s.m.i., nell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000, nell'art. 15, comma 1, lett. d) del CCNL dell'1.4.1999, come sostituito dall'art. 4, comma 4, del CCNL del 5.10.2001. Le norme del Regolamento costituiscono la disciplina generale per la stipula di contratti di sponsorizzazione e, più in generale, per la conclusione di speciali accordi di collaborazione afferenti allo svolgimento di attività e di iniziative di interesse del Comune di Borgo Ticino, per le finalità indicate nel successivo art. 2, nei settori e nei campi di intervento di cui al successivo art.8. Preso atto della sostanziale atipicità delle iniziative di "sponsorizzazione" e di "collaborazione", delle specifiche disposizioni legislative inerenti le attività contrattuali degli Enti Pubblici e della mancanza di uno specifico quadro normativo di riferimento, il criterio di stesura, di lettura e di interpretazione delle disposizioni che seguono richiama l'istituto della libertà contrattuale sancito dall'art. 1322/1 del codice civile; seppur nell'imprescindibile rispetto delle leggi che, per analogia e specificità dei campi di applicazione, vengono richiamate e adottate.

Art. 2 - Finalità del Regolamento

1. Il Comune di Borgo Ticino intende dotarsi di contratti tipizzati sia per "sponsorizzazione" che per "collaborazione", essenzialmente:

- a) per realizzare maggiori economie di spesa, anche nel rispetto del patto di stabilità interno di cui all'art. 28 della legge 23 dicembre 1998 n. 448 e successive modificazioni e integrazioni, unitamente al rispetto dell'art. 1, comma 466 della Legge 11/12/2016 n. 232 e s.m.i.;
- b) per migliorare la qualità dei servizi istituzionali;
- c) per incentivare e promuovere innovazioni nell'organizzazione tecnica e amministrativa dell'Ente;
- d) per ulteriori finalità da definire, a scopo sociale e umanitario, che purtuttavia ineriscano i citati punti a), b), c).

Art. 3 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con:

- a) persona fisica, purché in possesso dei requisiti di legge per contrattare con la pubblica amministrazione; b) persona giuridica, avente o meno scopo o finalità commerciali, quali: le società di persone e di capitali, le imprese individuali, le cooperative (ex art. 2511 cod. civ.), le mutue di assicurazioni e i consorzi imprenditoriali (ex art. 2602 cod. civ.);
- c) le associazioni e/o i comitati senza fini di lucro regolarmente costituite, le cui finalità statuarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali del Comune. Quant'anzi con l'intento di beneficiare a titolo gratuito di interventi, servizi, prestazioni, beni o attività di nuova realizzazione inseriti, oppure da inserire, nei programmi di spesa, ordinari o straordinari per i quali è previsto o prevedibile il finanziamento a carico del bilancio dell'Ente. Il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di una economia di bilancio totale o parziale, rispetto alla previsione di spesa.

Art. 4 - Definizioni.

1. Ai fini del Regolamento si intende:

- a) "contratto di sponsorizzazione": un contratto mediante il quale il Comune, nell'ambito delle proprie iniziative, offre ad un terzo (sponsor) la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale e la propria "immagine" in appositi e predefiniti "spazi pubblicitari" secondo le modalità ed i tempi pattuiti; ciò a fronte di predeterminati servizi/prestazioni da svolgere gratuitamente.
- b) "sponsorizzazione": ogni contributo in beni, servizi, prestazioni o interventi resi a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale e la propria "immagine";

- c) "sponsor": il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o soggetto pubblico che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;
- d) "sponsorizzato": il soggetto, che assume dietro corrispettivo, l'obbligo di associare alle proprie attività il nome o il segno distintivo dello sponsor;
- e) "spazio pubblicitario": lo spazio materiale o digitale o qualsiasi altro supporto di veicolazione delle informazioni messe a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor;
- f) "veicolo pubblicitario": l'opera o la prestazione attraverso la quale lo "sponsor" produce il beneficio conseguente alla sponsorizzazione.

Art. 5 - Contenuto del contratto di sponsorizzazione - Tutela dell'immagine dell'Amministrazione.

1. Il contratto di sponsorizzazione, a fronte di un corrispettivo costituito da una somma di denaro ovvero da forniture di beni e/o servizi prestati dallo sponsor a vantaggio del Comune di Borgo Ticino, prescrive le modalità con cui l'Ente si impegna a divulgare il nome/marchio del soggetto sponsorizzante nello svolgimento della propria attività al fine di promuoverne l'immagine. All'atto della presentazione della proposta, il Comune di Borgo Ticino, oltre all'obbligo della divulgazione dell'iniziativa, mantiene il diritto alla tutela dell'immagine dell'Amministrazione.

Art. 6 - Altra forma della sponsorizzazione: contratti di collaborazione.

1. I contratti di collaborazione, indipendentemente dalla natura della proposta di sponsorizzazione o collaborazione, a fronte degli investimenti privati di peculiare rilevanza a vantaggio del Comune, oltre che il ritorno pubblicitario rimarcato all'art. 5, potranno prevedere per lo "sponsor", anche la possibilità economica di ricavare una redditività specifica dalla collaborazione con il Comune. Tale possibilità potrà concretizzarsi nella fornitura di servizi e di beni resi dal Comune. A titolo esemplificativo si indica la gestione di strutture pubbliche quali: attrezzature sportive, spazi espositivi, parcheggi, ecc.

Art. 7 - Regola per l'utilizzo del nome e del marchio dello sponsor e del simbolo del Comune. Definizione della forma e del contenuto del contratto

1. Le modalità di abbinamento del nome e del marchio o del simbolo del soggetto "sponsorizzante" con quello del Comune devono presentare modalità consone e compatibili con la natura istituzionale e con l'immagine di pubblica autorità, peraltro neutrale, proprie del Comune. L'Amministrazione comunale, in relazione al contratto di sponsorizzazione, può definire specifiche clausole riguardanti i propri segni distintivi in ordine allo stemma ufficiale e quant'altro. La "gestione della sponsorizzazione" si intende regolata tra le parti con la sottoscrizione per accettazione del Regolamento, che costituisce parte integrante e sostanziale del contratto, che deve redigersi in forma scritta e contemplare:

- a) l'oggetto, la finalità e la durata;
- b) il diritto dello sponsor alla utilizzazione esclusiva, ovvero non esclusiva, degli spazi pubblicitari nel corso delle iniziative per le quali la sponsorizzazione è prevista;
- c) l'importo oppure l'elencazione dei servizi connessi con la sponsorizzazione;
- d) le modalità di svolgimento della sponsorizzazione, le garanzie richieste e le responsabilità ad essa connesse;
- e) gli obblighi assunti dallo sponsor e dal Comune;
- f) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze;
- g) la disciplina della facoltà di recesso e le modalità di risoluzione;
- h) le prescrizioni in materia di controversie e le spese contrattuali;
- i) ogni altra clausola e obbligo preventivamente statuiti. La gestione delle sponsorizzazioni di importo inferiore a Euro 40.000,00 più IVA non necessita della stipula del contratto ma può essere regolata mediante lettera commerciale, quantunque nel rispetto della regolamentazione in oggetto.

Art. 8 - Ambito di applicazione delle specie contrattuali.

1. Il Comune di Borgo Ticino può autorizzare forme di "sponsorizzazione" in relazione alle seguenti iniziative:

- a) attività culturali di differente tipologia e borse di studio;
- b) attività sportive;
- c) attività di promozione turistica;
- d) attività di valorizzazione del patrimonio e territorio comunale;
- e) attività di restauro e di recupero conservativo di beni artistici, culturali ed ambientali;
- f) attività di miglioramento dell'assetto urbano;
- g) attività inerenti il servizio di verde pubblico e di arredo urbano; i) attività inerenti la protezione civile ed i lavori pubblici;
- hj) ogni altra attività ritenuta residualmente di interesse pubblico.

2. Il contratto di collaborazione consta nella concessione a privati:

- a) di edifici monumentali in degrado od in disuso, purchè venga fatta salva la destinazione d'uso, si provveda al recupero od al restauro od al loro utilizzo, anche per proprie sedi ma per il tempo necessario ad ammortizzare, attraverso i costi di locazione, le spese sostenute;
- b) di istituzioni museali, bibliotecarie ed espositive, ovvero settori specifici di attività delle stesse;
- c) di impianti sportivi di proprietà comunale;
- d) per il restauro, il recupero, l'adeguamento funzionale, la messa a norma, e la gestione di qualsiasi bene pubblico, appartenente al demanio od al patrimonio del Comune.

Art. 9 - Vincoli di carattere generale.

1. Le iniziative supportate da forme di sponsorizzazione devono essere dirette al perseguimento di interessi pubblici con i seguenti vincoli:

- a) escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
- b) essere consone e compatibili con l'immagine del Comune;
- c) produrre risparmi di spesa;
- d) le prestazioni lavorative e le forniture di beni o servizi riferite alla sponsorizzazione dovranno essere eseguite da soggetti qualificati nelle rispettive competenze, con particolare attenzione alle Cooperative Sociali di tipo B; quant'anzi secondo i vincoli normativi dei rispettivi ambiti di applicazione, nel rispetto delle finalità di cui all'art. 2.

2. Sono da ritenersi non oggetto di sponsorizzazione:

- a) la propaganda di natura politica, sindacale o religiosa;
- b) la pubblicità diretta o collegata alla produzione/distribuzione di tabacchi e materiale pornografico; Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni
- c) i messaggi ritenuti offensivi, le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia;
- d) la violazione delle pari opportunità tra generi e/o etnie;
- e) tutte quelle attività in contrasto con le finalità istituzionali dell'Ente

3. Il Comune di Borgo Ticino, con deliberazione motivata dalla Giunta Comunale, può rifiutare sponsorizzazioni che, pur rientrando fra quelle previste, siano ritenute in contrasto con le finalità istituzionali.

Art.10 - Il Comune di Borgo Ticino: soggetto sponsorizzato.

1. Con l'approvazione del Regolamento il Consiglio Comunale autorizza, in via generale, la Giunta Comunale, quindi il Responsabile competente per servizio, ad avvalersi di forme di sponsorizzazioni e di collaborazioni per il conseguimento di quelle finalità d'interesse pubblico, anzi previste e/o comunque ritenute tali. La Giunta Comunale autorizza pertanto, per le attività del Comune di Borgo Ticino, il ricorso al finanziamento tramite sponsorizzazioni o collaborazioni, attraverso gli strumenti di programmazione ovvero, per iniziative specifiche, con apposite deliberazioni, i cui benefici economici andranno rendicontati nel conto consuntivo e certificati dall'organo di revisione economico finanziario. Le conseguenti fasi attuative e gestionali inerenti le

sponsorizzazioni o le collaborazioni sono demandate alla competenza del Responsabile preposto al servizio interessato. Qualora l'iniziativa si rivolga a più settori, al Responsabile individuato dal Segretario Comunale, che dispone in merito, attraverso appositi atti di determina, con propria responsabilità ed in collaborazione con il Responsabile del servizio finanziario.

Art.11 - Iniziativa spontanea o per azione di terzi.

1. Il contratto di sponsorizzazione e quello di collaborazione possono avere origine a seguito di:

- a) iniziativa dell'amministrazione comunale;
- b) iniziativa dei soggetti indicati nel precedente art. 3.

2. Qualora l'iniziativa si correli alla proposta di soggetti terzi, essa - ferme restando le modalità di scelta del contraente di cui al Titolo II che segue - deve essere ritenuta confacente con gli scopi e le finalità istituzionali dell'Ente. L'utilità della proposta di cui alla lett.b) avviene mediante l'inserimento della stessa negli strumenti di programmazione, oppure attraverso deliberazione di Giunta che dia atto della corrispondenza dell'iniziativa con le finalità dell'Ente. Sono altresì ammesse sponsorizzazioni plurime riguardanti una singola manifestazione od iniziativa.

TITOLO II - MODALITÀ DI SCELTA DEL CONTRAENTE

Art.12 - Disposizioni.

1. Ai contratti di sponsorizzazione ed ai contratti assimilati si applicano le disposizioni del codice dei contratti, previste dall'art.19 del D.Lgs.50/2016, le disposizioni contenute nel Regolamento comunale dei contratti e nel Regolamento comunale per lavori, forniture e servizi in economia.

2. La scelta dello sponsor è effettuata a mezzo delle procedure previste dal codice e dai regolamenti sopra richiamati e, se del caso, preceduta dalla pubblicazione di un'apposita informativa.

3. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, con l'inserimento nel sito internet del Comune di Borgo Ticino, se ritenuto opportuno dal responsabile del procedimento in relazione alla natura specifica della proposta, con l'invio alle Regole per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni associazioni di categoria oppure in altre forme ritenute più convenienti ai fini della maggiore conoscenza e/o partecipazione.

4. L'avviso, in particolare, deve contenere i seguenti dati:

- a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor riferiti al capitolato od al progetto di sponsorizzazione;
- b) la procedura e il criterio di scelta;
- c) l'esatta determinazione dell'offerta per lo "spazio" o dell'"iniziativa" da sponsorizzare;
- d) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta.

5. L'offerta deve essere presentata in forma scritta ed indicare:

- a) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
- b) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato. L'offerta, inoltre, deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
- c) l'inesistenza delle condizioni di incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione, di cui all'art.38 del codice dei contratti e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
- d) l'impegno ad assumere le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile del settore competente, con la forma ed i contenuti previsti all'art.7.

6. Qualora l'iniziativa della sponsorizzazione o di collaborazione muova da privati o da soggetti terzi, il Comune garantisce pure adeguate forme di pubblicità e di concorrenza al fine di comparare l'offerta con possibili ulteriori offerte migliorative.

7. Si può procedere all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazione, nei seguenti casi:

- a) nel caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore ad € 40.000,00 (IVA esclusa)
- b) in caso sia stata esperita infruttuosamente la procedura selettiva di cui al presente articolo.

c) in casi eccezionali, adeguatamente motivati e deliberati dalla Giunta Comunale, dell'evento o iniziativa oggetto di sponsorizzazione limitino la trattativa ad un unico determinato soggetto;

Art.13 - Atti di mecenatismo.

1. Le sponsorizzazioni provenienti da privati, da enti o da soggetti giuridici privi di finalità di lucro, specie ove il ritorno di natura pubblicitaria appaia del tutto tenue e prevalga l'aspetto di un sostanziale contratto a prestazioni economicamente unilaterali, ove si riscontino profili inerenti al cosiddetto "mecenatismo", sono formalizzate con la procedura di negoziazione diretta; ciò qualunque sia il valore della prestazione.

Art.14 - Versamento dei proventi delle sponsorizzazioni e garanzie.

1. Il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione, qualora si estrinsechi in danaro, deve essere effettuato presso la tesoreria comunale. A titolo di garanzia dell'importo predeterminato, lo sponsor, se richiesto dall'Amministrazione comunale, deve costituire, prima della sottoscrizione del contratto, apposita garanzia secondo le modalità indicate. Nell'ipotesi in cui il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione sia costituito da forniture di beni e/o servizi, lo sponsor deve provvedere a pagare direttamente i fornitori, previo nulla osta dell'amministrazione di attestazione dell'avvenuta esecuzione delle prestazioni, ovvero ad eseguire la prestazione. Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà, ipso iure, causa di decadenza del contratto, fatto salvo il diritto di rivalsa da parte dell'Amministrazione sulle somme costituite a titolo di garanzia.

TITOLO III - DISPOSIZIONI FINALI

Art.15 - Aspetti fiscali

1. Le iniziative derivanti da contratto di sponsorizzazione sono soggette, per quanto applicabili, alla normativa fiscale sulle imposte dirette, sulle imposte indirette e sui tributi locali, alla cui applicazione il presente Regolamento fa rinvio. L'importo della fatturazione relativa alla sponsorizzazione corrisponde alla somma a tal fine stanziata o da stanziare in bilancio per la specifica iniziativa; la fatturazione può coincidere con l'intero stanziamento o con una quota dello stesso; ciò con riferimento alla totale o parziale copertura, a seconda dell'entità della sponsorizzazione dell'intervento. L'importo della fatturazione, correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor, (spazio pubblicitario) è pari alla cifra di cui sopra. La sponsorizzazione oggetto del Regolamento si configura come operazione permutativa e trova, quindi, applicazione la disciplina dell'IVA secondo quanto previsto dal DPR 26 ottobre 1972, n.633 e successive modificazioni ed integrazioni, nonché nei regolamenti, circolari e pareri espressi dall'Agenzia delle entrate in materia. La disciplina dell'IVA si applica anche nel caso di fornitura di beni e servizi. In questo caso la fattura che l'Ente emette deve essere rapportata al valore commerciale od ai prezzi di mercato degli stessi beni e/o servizi. Sia l'Ente pubblico che lo sponsor devono emettere fattura, indicando l'importo dell'intervento o della prestazione o della fornitura ed assolvere tutti gli adempimenti previsti dalla normativa sull'IVA.

Art.16 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

1. Le somme inserite nei capitoli interessati, in quanto provenienti dalle sponsorizzazioni, devono pacificamente essere considerate corrisposte in favore della comunità cittadina.

2. Pur tuttavia, la buona riuscita delle manifestazioni oggetto di sponsorizzazione, alle quali partecipano attivamente i dipendenti comunali, può incentivare gli sponsor a reiterare ed a mantenere l'iniziativa nel tempo. Può altresì indurre Terzi alla proposizione di nuove e diverse sponsorizzazioni. Cosa per cui, il Comune ritiene che, in effetti ed in relazione a quant'anzi, parte delle somme provenienti dalle sponsorizzazioni costituisca una forma assimilabile al risparmio di spesa.

3. Quanto sopra deve emergere dalla certificazione dell'organo di revisione economico finanziario, che dovrà attenersi ai seguenti parametri: le sponsorizzazioni pari all'importo complessivo annuo di Euro 20.000,00 devono ritenersi effettivamente assorbite nei costi sostenuti dal Comune e, quindi, non danno adito ad alcun risparmio di spesa; per le somme eccedenti l'importo suddetto sino al raggiungimento di Euro 50.000,00 annui si ritiene possa essersi verificato un risparmio di spesa pari ad un terzo della media dei due dati numerici oggettivamente riscontrabili; per le somme eccedenti l'importo di Euro 50.000,00, si ritiene possa essersi verificato un risparmio di spesa pari ad un quarto della media dei due dati numerici oggettivamente riscontrabili;

4. Quanto anzi affermato e ritenuto, compatibilmente con le disposizioni vigenti in materia di contenimento della spesa pubblica ed, in particolare, della spesa riguardante il personale, potrà essere utilizzato sotto forma di risparmio di spesa come segue:

a) nella misura del 20% all'implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e in particolare per il fondo di produttività di cui all'art.15 del CCNL dell'1.4.1999, per il personale che ha collaborato alla positiva riuscita del progetto di sponsorizzazione, sulla base della qualità e quantità dell'apporto individuale e delle rispettive responsabilità;

c) nella misura del 10% all'implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art.15 del CCNL dell'1.4.1999 per la generalità dei dipendenti sulla base della metodologia fissata dal Regolamento sulla valutazione e misurazione della performance vigente nell'Ente e dei risultati accertati dal sistema permanente di valutazione.

Art.17 - Verifiche e controlli.

1. Le sponsorizzazioni, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti contrattualmente convenuti, sono soggette a periodiche verifiche da parte del Responsabile del settore competente in materia. Le difformità riscontrate in sede di verifica devono essere notificate allo sponsor nei tempi utili per gli adempimenti fiscali.

Art.18 - Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata dal Comune secondo la disciplina del presente Regolamento. E' facoltà dell'Amministrazione, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario.

Art.19 - Rifiuto delle sponsorizzazioni/risoluzione.

1. L'Amministrazione comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare la sponsorizzazione oppure di risolverla per danno qualora ravvisi gli estremi della violazione di cui all'art.9.

Art.20 - Trattamento dei dati personali.

1. I dati personali raccolti saranno trattati esclusivamente per le finalità previste; i singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti riconosciuti dal D.Lgs. 30.06.03, n.196 e successive modificazioni. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Borgo Ticino o in persona del suo Sindaco pro-tempore, che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge.

2. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti dagli addetti agli uffici comunali tenuti alla applicazione del Regolamento. Essi possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del Regolamento.

Art.21 – Controversie.

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

Art.22 - Normativa di riferimento

1. Per quanto non esplicitamente previsto e/o stabilito nell'articolato, si rinvia alle leggi e normative vigenti in materia di rapporti con la pubblica Amministrazione e segnatamente:

- codice civile;
- decreto legislativo 18.04.2016, n.50 e s.m.i., in materia di contratti pubblici relativi a lavori, servizi e forniture;
- decreti RR DD. 18 novembre 1923, n. 2440, e 23 maggio 1924, n. 827, in materia di contabilità generale dello stato;
- normative richiamate dal codice civile e dalle altre leggi vigenti riguardanti la peculiare materia dei contratti e, più genericamente, delle obbligazioni;
- normativa contenuta nello Statuto e nei regolamenti adottati dal Comune di Borgo Ticino;
- disposizioni eventualmente sopravvenienti in materia.

Art.23 - Entrata in vigore

1. Il Regolamento entra in vigore dalla data d'esecutività della deliberazione consiliare d'approvazione.
