



Allegato 1 alla delibera del Consiglio camerale n. 9 del 01/09/2022

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Art. 1 - Finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione che possono interessare tutte le iniziative, progetti e attività della Camera di Commercio di Reggio Calabria, nel rispetto di quanto previsto dall'art. 43 della Legge 27.12.1997 n. 449 e ss.mm.ii. e dall'art. 19 del D.Lgs. 50/2016 e ss.mm.ii.
2. Il ricorso alle sponsorizzazioni costituisce un'opportunità innovativa di finanziamento delle attività della CCIAA ed è finalizzato a favorire il miglioramento organizzativo e l'ottenimento di proventi di entrata o risparmi di spesa nel perseguimento del pubblico interesse, nonché una migliore qualità dei servizi resi.

Art. 2 - Destinatari e contenuti delle sponsorizzazioni

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e associazioni senza fini di lucro, ovvero con operatori economici ai sensi del D. Lgs. 50/2016 e ss. mm. e ii., per realizzare o acquisire interventi, servizi, prestazioni, attività, beni o corrispettivi in denaro, inerenti programmi di spesa preventivamente individuati, con finanziamento a carico del bilancio della Camera di Commercio.
2. Possono assumere la veste di sponsor i soggetti risultanti in possesso dei requisiti di moralità e professionalità previsti dalla normativa vigente, con specifico riferimento agli artt. 80 e ss. del D. Lgs. 50/2016 e ss. mm. e ii..
3. Il risultato della sponsorizzazione si concretizza in un provento in entrata ovvero nella realizzazione di una economia di bilancio totale o parziale, rispetto alla previsione di spesa, in relazione alla totale o parziale acquisizione, senza oneri per l'Ente, del previsto risultato da parte dello sponsor.

Art. 3 - Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende per:

- "sponsorizzazione": ogni contributo in beni, servizi, prestazioni, denaro od ogni altra utilità proveniente alla Camera di Commercio da terzi, nell'ambito dell'applicazione di "contratti di sponsorizzazione";
- "contratto di sponsorizzazione": un contratto a prestazioni corrispettive, mediante il quale una parte (c.d. sponsor o sponsorizzatore o soggetto sponsorizzante) si impegna a versare una somma di denaro e/o fornire dei beni e/o erogare dei servizi e/o eseguire dei lavori/opere/interventi a favore della Camera di Commercio (c.d. sponsee o sponsorizzato), che a sua volta si impegna, nell'ambito delle proprie iniziative

individuare nel contratto, a promuovere la ragione sociale/denominazione/nome, logo, marchio, ecc. dello sponsor in appositi e predeterminati spazi e per un periodo definito;

- “sponsor” o “sponsorizzatore” o “soggetto sponsorizzante”: il soggetto privato che, al fine di incrementare la notorietà dei propri segni distintivi, stipula un contratto di sponsorizzazione tecnica o di puro finanziamento o mista (in parte tecnica e in parte di finanziamento) con la Camera di Commercio di Reggio Calabria;

- “sponsee” o “sponsorizzato”: la Camera di Commercio Industria Artigianato Agricoltura di Reggio Calabria (di seguito indicata anche come “C.C.I.A.A. di Reggio Calabria” e “Ente Camerale”) che stipula un contratto di sponsorizzazione con un soggetto privato;

- “contratto di sponsorizzazione tecnica”: il contratto mediante il quale lo sponsor si obbliga a fornire dei beni o a erogare dei servizi o a realizzare dei lavori/opere/interventi in favore della C.C.I.A.A. di Reggio Calabria;

- “contratto di sponsorizzazione di puro finanziamento”: il contratto mediante il quale lo sponsor si obbliga a versare una somma di denaro in favore della C.C.I.A.A. di Reggio Calabria;

- “spazio pubblicitario”: lo spazio fisico o digitale o il supporto o le modalità operative di veicolazione delle informazioni individuati dalla Camera di Commercio di Reggio Calabria per la promozione dello sponsor.

Art. 4 - Individuazione delle iniziative, dell’oggetto del contratto di sponsorizzazione e delle modalità di sponsorizzazione

1. La Giunta camerale, nell’ambito delle attività indicate nel piano della performance, individua le iniziative e formula eventuali indirizzi specifici al Segretario Generale per l’attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.

2. Il ricorso alla sponsorizzazione, salvo contrasto con disposizioni di legge, può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, le prestazioni ed i servizi espletati dalla Camera di Commercio e previsti a carico del bilancio dell’Ente camerale.

3. Il contratto di sponsorizzazione può avere ad oggetto la fornitura di materiale o beni/attrezzature, la fornitura di una prestazione di servizio, la fornitura di un contributo in denaro, la realizzazione integrale o parziale di un’opera o di un intervento previsti nel bilancio dell’Ente.

4. Le iniziative di sponsorizzazione possono assumere, a titolo esemplificativo e non esaustivo, le seguenti forme:

- presenza del marchio dello sponsor sui materiali ufficiali di comunicazione (pubblicazioni camerali, programma dell’evento, manifesti, locandine, cartella stampa, canali multimediali, ecc.);

- partecipazione ai momenti salienti di presentazione dell’evento: conferenza stampa, evento inaugurale, ecc.;

- spazi in occasione di eventi, convegni, seminari, ecc. organizzati dalla Camera di Commercio;

- spazi a copertura di edifici in ristrutturazione;

- spazi nell’ambito di stand fieristici;

- spazi sul portale della Camera di Commercio e sulle comunicazioni a soggetti registrati.

5. Sono ammesse le sponsorizzazioni sia plurime, sia esclusive di singole manifestazioni, iniziative o interventi. Sono altresì ammesse le sponsorizzazioni per lotti di interventi o fasi di manifestazioni o iniziative.

6. 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 dalla Camera di Commercio con qualunque mezzo, anche mediante interrogazione dei mercati elettronici presenti in rete.

7. Nelle sponsorizzazioni “tecniche” sussiste l’obbligo di tracciabilità dei flussi finanziari di cui alla L. n. 136/2010, essendo la prestazione dello sponsor correlata alla realizzazione di lavori, servizi o forniture pubblici. Conseguentemente, per le sponsorizzazioni tecniche dovrà essere acquisito il CIG. Diversamente, nelle sponsorizzazioni “pure”, ove l’oggetto della prestazione dello sponsor è la corresponsione di una somma di denaro, non vi è l’obbligo di acquisire il CIG (ANAC parere 45/2013).

Art. 5 - Procedura per la 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 è disposta dal Segretario Generale. Il Responsabile del Servizio competente per l’evento o la materia inerente la sponsorizzazione predispone una istruttoria che sottopone al Segretario Generale che, con propria determinazione, individua l’iniziativa, l’oggetto e le modalità di sponsorizzazione, le eventuali tariffe ed approva altresì l’avviso, il disciplinare e lo schema di contratto. Pertanto, ogni determinazione, come la stipula dell’eventuale contratto con lo sponsor, è di competenza del Segretario Generale.

Il Servizio competente per la gestione del procedimento di sponsorizzazione è il Servizio interessato alla realizzazione dell’evento e/o iniziativa inerente alla sponsorizzazione. L’individuazione del RUP avviene in base a quanto previsto dalle linee guida ANAC n.3 sulla “Nomina, ruolo e compiti del responsabile unico del procedimento per l’affidamento di appalti e concessioni” e dal “Regolamento per l’acquisizione di lavori, servizi e forniture” adottato dalla Camera di Commercio di Reggio Calabria ai sensi del D. Lgs. n.50/2016 e s.m.i.

3. Per contratti di sponsorizzazione di importo superiore ad € 40.000,00 oltre all’Iva, si applicano le disposizioni di cui all’art. 19 del D.Lgs. 50/2016. L’affidamento di contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi o forniture, mediante dazione di danaro o acollo del debito o altre modalità di assunzione del pagamento dei corrispettivi dovuti, è soggetto alla previa pubblicazione, sul sito internet della stazione appaltante, per almeno 30 giorni, di apposito avviso, con il quale si rende nota la ricerca di sponsor per specifici interventi. 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. L’Ente impartisce opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, all’esecuzione delle opere o forniture e alla direzione dei lavori e collaudi degli stessi.

4. Per i contratti di sponsorizzazione di valore pari o inferiore ad € 40.000,00 oltre all'Iva, la durata di pubblicazione dell'avviso viene stabilita dal Segretario Generale con lo stesso provvedimento che dà l'avvio all'iniziativa, in ragione della natura e del valore della sponsorizzazione e, comunque, non può essere inferiore ad 8 giorni solari e consecutivi dall'avvenuta pubblicazione. Rimangono ferme le altre disposizioni di cui al precedente comma 3.

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

- a) l'oggetto della sponsorizzazione (fornitura di beni e attrezzature (con annessi servizi di installazione), prestazioni di servizi, contributi in denaro, realizzazione integrale o parziale di un'opera o un intervento) e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico capitolato (o progetto di sponsorizzazione);
- b) l'esatta determinazione dello spazio promozionale utilizzabile e la durata della sponsorizzazione;
- c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione e le eventuali garanzie richieste anche in termini di conformità dei beni e servizi alle vigenti normative;
- 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. 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.

6. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e in essa lo sponsor deve 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 nel capitolato o progetto e nel regolamento di sponsorizzazione adottato dalla Camera;
- d) l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.

7. L'offerta deve essere accompagnata da una dichiarazione sostitutiva, redatta in conformità alle disposizioni del DPR 28.12.2000 n. 445 e ss.mm.ii., 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.

8. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dalla Commissione appositamente nominata dal Segretario Generale con propria determinazione.

9. La selezione potrà avvenire sulla base del miglior prezzo offerto ovvero in base al criterio dell'offerta economicamente più conveniente, secondo i parametri individuati nell'avviso di sponsorizzazione. La Commissione redige apposito verbale ed elabora una graduatoria qualora siano pervenute più offerte

valide. Sulla base delle risultanze, il Segretario Generale, con propria determinazione, procede all'individuazione dello sponsor.

10. 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.

11. Nel caso in cui vengano individuati più ipotesi di sponsorizzazione per la stessa attività/fornitura, 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.

12. In caso di parità di posizione in graduatoria e non ricorressero altre ipotesi di assegnazione e/o distribuzione degli spazi pubblicitari, si procederà mediante sorteggio.

13. E' facoltà dell'Ente camerale procedere all'affidamento diretto purché ricorra una delle seguenti condizioni:

- Allorché il valore della sponsorizzazione non sia superiore ad € 40.000 iva esclusa;
- Fornitura o prestazione infungibile, eseguibile da un solo soggetto con i requisiti tecnici ed in grado di perfezione richiesti, oppure fornitura o prestazione di natura esclusiva, riguardante beni o servizi la cui produzione sia garantita da privativa industriale;
- Completamento di beni o servizi acquisiti da un determinato fornitore;
- Nei casi di comprovata urgenza: essa 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;
- In caso di mancanza di offerta a seguito della pubblicazione dell'avviso pubblico.

Si applicano, per quanto compatibili, le disposizioni di cui all'art. 63 commi 2, 3 e 4 del D.Lgs. 50/2016.

In tali casi l'affidamento è sempre preceduto da idonea istruttoria circa gli effettivi benefici della sponsorizzazione oltre che della sua congruità rispetto ai fini dell'Ente.

14. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Segretario Generale; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato.

Art. 6 - Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor

1. Allorché pervenga alla Camera di Commercio un'offerta spontanea di sponsorizzazione da terzi, anche in relazione ad un determinato evento (fiera, convegni, seminari, pubblicazioni, ecc.) non ricompreso nelle iniziative di sponsorizzazione preventivamente programmate e deliberate, il Segretario Generale, verificata l'istruttoria del Responsabile del Servizio competente, provvederà a valutarne l'opportunità e la rispondenza alle prescrizioni di cui alle presenti disposizioni.

2. Appurata l'accogliibilità della proposta pervenuta, il Segretario Generale, previa deliberazione della Giunta Camerale ai sensi dell'art. 4 comma 1 se trattasi di iniziativa di sponsorizzazione non

preventivamente programmata e deliberata, darà l'avvio al procedimento ai sensi del precedente art. 5 comma 2 ovvero ne determinerà l'affidamento diretto, ricorrendone i presupposti.

3. Salvo ricorrano le ipotesi di cui al precedente art. 5 comma 13 si procederà, quindi, con la pubblicazione di un avviso pubblico, ai sensi del precedente art. 5 commi 3 e 4, al fine di aprire il confronto concorrenziale.

4. 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 dall'Amministrazione. In questo caso il promotore originario, in forza di prelazione, è dichiarato aggiudicatario.

Art. 7 - 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 di sponsorizzazione;
- 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);
- forme di veicolazione dei segni distintivi dello sponsor da parte del soggetto sponsorizzato (sponsee);
- disciplina dell'uso dei loghi, marchi o segni distintivi dello sponsor;
- gli impegni e/o obblighi dello sponsor (anche in termini di garanzie prestate sui beni e servizi resi) e le modalità di gestione del logo del soggetto sponsorizzato (sponsee) ove previsto;
- la dichiarazione dello sponsor di essere o non essere soggetto al regime dello Split Payment, ai sensi dell'art. 17-ter del D.P.R. n.633/1972;
- l'eventuale diritto di "esclusiva";
- il recesso;
- le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze e la risoluzione del contratto;
- la risoluzione delle controversie relative all'esecuzione del contratto;
- le spese e disposizioni contrattuali finali.

2. 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.

3. Se richiesto dall'Ente camerale, 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. n. 50/2016.

4. Quando l'Ente camerale abbia individuato 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.

5. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Segretario Generale in nome e per conto della Camera di Commercio di Reggio Calabria; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato.

Art. 8 - Regolazione dell'esclusiva generale o delle esclusive commerciali

1. La C.C.I.A.A. di Reggio Calabria 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 precedente comma 1:

- la clausola di esclusiva generale comporta la formalizzazione del rapporto con un unico soggetto in veste di sponsor;

- la clausola di esclusiva commerciale comporta la formalizzazione di più rapporti di sponsorizzazione con soggetti in veste di sponsor, ciascuno individuato come controparte principale ed unica per una specifica categoria merceologica o di attività.

3. La C.C.I.A.A. di Reggio Calabria evidenzia la sussistenza o l'assenza di clausole di esclusiva generale o commerciale nelle procedure preliminari 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 od iniziative di sensibilizzazione correlate a spazi, beni e tematiche di interesse collettivo.

Art. 9 - Affidamento del servizio di ricerca dello sponsor

1. La ricerca e la gestione delle sponsorizzazioni, di norma, è effettuata direttamente dall'Ente camerale secondo la disciplina del presente regolamento e dalle disposizioni vigenti in materia.

2. L'Ente camerale, previa valutazione di convenienza sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, può affidare il servizio di ricerca degli sponsor a soggetti da individuare tramite le procedure previste per gli appalti di servizi previste dal D.Lgs. n. 50/2016.

Art. 10 - Sponsorizzazioni accessorie a contratti d'appalto

1. La C.C.I.A.A. di Reggio Calabria 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. 11 - Proventi ed economie di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

1. 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. Il corrispettivo derivante dal contratto di sponsorizzazione dovrà essere:

- fatturato dalla Camera di Commercio allo sponsor, nella misura di cui all'art.7 comma 2, e la fattura successivamente liquidata da questo alla Camera di Commercio in un'unica soluzione, tramite pagamento di apposito avviso PagoPa emesso dalla Camera all'atto di emissione della fattura;

- assoggettato ad IVA con aliquota ordinaria.

Nello specifico, in base alla tipologia di sponsorizzazione si elencano di seguito le operazioni da eseguire:

- in denaro

La Camera di Commercio emetterà regolare fattura elettronica soggetta ad IVA ordinaria per l'ammontare pattuito e riceverà regolare pagamento da parte del cliente (Sponsor).

- in beni e servizi

Esempio: L'accordo prevede un corrispettivo per la sponsorizzazione pari a 1.000,00 euro più IVA e in cambio il cliente (Sponsor) anziché saldare in denaro la fattura provvede a consegnare beni o a effettuare servizi per il valore corrispondente.

La Camera di Commercio emette regolare fattura elettronica soggetta ad IVA ordinaria per l'ammontare pattuito (1.000,00 euro + 22% IVA 220,00 euro Tot. 1.220,00 euro) ed emette un avviso PagoPa solo per la quota IVA.

Lo Sponsor consegna beni o effettua servizi ed emette fattura in split payment completa di CIG pari a 1.000,00 euro + IVA.

Per procedere alla corretta compensazione contabile, lo Sponsor dovrà pagare l'ammontare IVA della fattura di vendita pari a 220,00 euro.

Dovranno essere emessi 3 ordinativi di pagamento/incasso:

1 ordinativo di incasso della fattura di vendita per la quota imponibile;

1 ordinativo di pagamento della fattura di acquisto per la quota imponibile pari a 1.000,00 euro (la quota IVA della fattura viene versata direttamente dalla Camera di Commercio all'Erario);

1 ordinativo di incasso per la quota IVA della fattura di vendita, a regolarizzazione del sospeso di entrata;

- miste

Esempio: L'accordo prevede un corrispettivo per la sponsorizzazione pari a 1.000,00 euro più IVA e in cambio il cliente (Sponsor) anziché saldare totalmente in denaro provvede a consegnare beni o a effettuare servizi per un valore di 700,00 euro più IVA.

La Camera di Commercio emette regolare fattura elettronica soggetta ad IVA ordinaria per l'ammontare pattuito (1.000,00 + 22% IVA 220,00 Tot. 1.220,00) ed emette un avviso PagoPa di 520,00 euro (220,00 euro della quota IVA + 300,00 euro della quota imponibile).

Lo Sponsor consegna beni o effettua servizi ed emette fattura in split payment completa di CIG per 700,00 euro + IVA.

Per procedere alla corretta compensazione contabile lo Sponsor dovrà pagare l'ammontare IVA della fattura di vendita pari a 220,00 euro + 300,00 euro previsti dal contratto.

Dovranno essere emessi 3 ordinativi di pagamento/incasso:

1 ordinativo di incasso della fattura di vendita per una parte della quota imponibile pari ai 700 euro previsti per la consegna di beni o per l'esecuzione di servizi;

1 ordinativo di pagamento della fattura di acquisto per la quota imponibile pari a 700 euro (la quota IVA della fattura viene versata direttamente dalla Camera all'Erario);

1 ordinativo di incasso per la quota IVA della fattura di vendita 220,00 euro + 300,00 euro dell'imponibile, a regolarizzazione del sospeso di entrata.

Art. 12 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

1. L'Ente Camerale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:

- a) ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
- b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine e alle proprie iniziative;
- c) 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) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
- c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

Art. 13 - Verifiche e controlli

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte della Camera, 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 la eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

Art. 14 - Trattamento dei dati personali

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste e nel rispetto delle disposizioni di cui al Regolamento (UE) 2016/679 (GDPR).

2. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dall'art. 15 e seguenti del GDPR e successive modificazioni.

3. Il Titolare del trattamento è la Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Reggio Calabria con sede in Via Tommaso Campanella n. 12.