

## Manifestazioni culturali e sponsorizzazione con schema negoziale

*Avv. Maurizio Maria LUCCA, Segretario Generale Enti Locali e Development Manager*

In ambito culturale le sponsorizzazioni e i contratti atipici di sponsorizzazione sono sempre più considerati sistemi alternativi per reperire risorse aggiuntive da inserire a bilancio, al punto che alcuni ritengono, al di là dell'esplicita previsione normativa, che si tratti di operazioni di finanza derivata da annoverare tra le «*altre forme di ricorso al mercato finanziario consentite dalla legge*» (ex articolo 199, *Fonti di finanziamento*, comma 1, lettera g) del d.lgs. n. 267/2000): più semplicemente si possono inquadrare come un sistema lecito per il migliore raggiungimento dei risultati e perseguire gli obiettivi previsionali attraverso forme innovative di finanziamento, mediante la sottoscrizione di un contratto di sponsorizzazione, dove a fronte dell'acquisizione di risorse o beni l'Amministrazione veicola il marchio (*alias*, l'immagine) del privato<sup>1</sup>.

Si potrebbe, anche affermare, che la sponsorizzazione di eventi culturali costituisce una pubblicità marcatamente etica, una condivisione di interessi pubblici strumentali a riconoscere un ritorno positivo verso lo *sponsor* che intraprende e investe nelle attività dell'Amministrazione, associandosi all'immagine pubblica, a quei fini generali che istituzionalmente persegue ogni singola estensione degli apparati della PA, ex art. 97 Cost.: una evidente forma di pubblicizzare indirettamente il proprio nome per recuperare margini di maggior credibilità (e utile d'impresa): un partenariato pubblico – privato con benefici per entrambi i soggetti del rapporto contrattuale.

Dunque, attraverso tale negozio giuridico si realizzano maggiori economie, e si risparmiano risorse da imputare ad altri interventi, dimostrando capacità di efficienza (rapporto tra costi/benefici) ed economicità d'azione proprio in funzione di perseguire un risparmio di spesa, a fronte di un ritorno d'immagine del soggetto che effettua la sponsorizzazione: la causa del contratto di sponsorizzazione si identifica nel cosiddetto "*ritorno pubblicitario*", ed implica una valutazione non rigorosa dell'obbligazione del soggetto sponsorizzato, trattandosi di un'obbligazione di mezzi pur tuttavia non trovando una disciplina unitaria a livello codicistico<sup>2</sup>.

In effetti, secondo le indicazioni ministeriali<sup>3</sup> la sponsorizzazione si «*caratterizza per l'associazione del nome, del marchio, dell'immagine o del prodotto di un'impresa a un bene o a un'iniziativa culturale*», chiarendo un *favor* del legislatore per una «*modalità duttile e agevolmente percorribile per il reperimento di risorse, o anche*

---

<sup>1</sup> Cfr. LUCCA, *Considerazioni sul contratto di sponsorizzazione e sue distinzioni dall'erogazione di contributi*, LexItalia.it, 2011, n. 3, dove si precisa che il contratto di sponsorizzazione, essendo di natura sinallagmatica (prestazione e controprestazione), e la sua alterazione ne comporta la risoluzione, si distingue dall'erogazioni di contributi ove manca questa condizione: «*il riconoscimento da parte dei pubblici poteri locali della coerenza di tali attività all'utilità collettiva, perché destinate alla crescita morale, sociale e culturale, turistica di una determinata Comunità e le eventuali forme di aiuto (contribuzione) che da parte delle istituzioni (locali) possono scaturire, hanno l'effetto di esprimere compiutamente i principi di sussidiarietà orizzontale oltre che di autonomia nel contesto allargato degli interessi pubblici, non potendole assimilare (le erogazioni di contributi) a sponsorizzazioni "atecniche" se non minando, in radice, lo stesso concetto e principio di "autonomia" e di "policentrismo istituzionale", celebrato, affermato e voluto soprattutto dopo la riforma del Titolo V della Costituzione, recepito come rispondente tout court all'interesse pubblico, ricondotto tra le attribuzioni dell'Ente (territoriale) locale e condiviso con la libera scelta e iniziativa dei cittadini (nell'intraprendere iniziative e manifestazioni di rilevanza pubblica, rectius istituzionali, sicuramente senza alcuna contropartita pubblicitaria indiretta)*».

<sup>2</sup> Cfr. l'art. 19, *Contratti di sponsorizzazione*, e l'art. 151, *Sponsorizzazioni e forme speciali di partenariato*, del d.lgs. n. 50/2016, nonché l'art. 120, *Sponsorizzazione di beni culturali*, del d.lgs. n. 42/2004.

<sup>3</sup> Ministero per i beni e le attività culturali, Decreto 19 dicembre 2012, *Approvazione delle norme tecniche e linee guida in materia di sponsorizzazioni di beni culturali e di fattispecie analoghe o collegate*.

*di beni e servizi, da destinare al perseguimento dei propri scopi istituzionali», al punto da considerare che tali interventi per i privati risultano «particolarmente appetibile» per «il vantaggio promozionale che può essere tratto dall'accostamento dell'azienda o dei suoi prodotti al prestigioso patrimonio culturale nazionale».*

Queste essenze valoriali, in funzione della promozione della cultura, bene immateriale e fonte di sviluppo sociale di un territorio sotto una molteplicità di aspetti, copre non solo le attività culturali (e dello spettacolo) ma si estende su tutte le funzioni pubbliche, quale efficace strumento di valorizzazione contendibile tra gli operatori economici.

Nell'evento culturale, il contratto di sponsorizzazione costituisce un accordo (a prestazioni corrispettive) tra un soggetto (lo *sponsor*) che intende pubblicizzare se stesso o un evento a lui riferibile, corrispondendo denaro o fornendo beni e servizi di proprietà (o di terzi) ad un altro soggetto cd *sponsee* (Comune) che si obbliga (a sua volta) ad effettuare una o più prestazioni finalizzate a pubblicizzare lo *sponsor*: «*caratteristica peculiare della sponsorizzazione è la stretta connessione tra la promozione dello sponsor e lo spettacolo; mentre l'ordinario contratto di pubblicità, di cui la sponsorizzazione costituisce fattispecie atipica, trova nello spettacolo una mera occasione, con la sponsorizzazione si realizza un abbinamento costante con il soggetto sponsorizzato per cui lo sponsor trae direttamente dallo spettacolo dei vantaggi di autopromozione che ne fanno un fruitore, vale a dire un utilizzatore, anche se in un senso differente dallo spettatore*»<sup>4</sup>.

La sponsorizzazione, in relazione agli interessi sottesi, richiede una preliminare attività di indagine (l'evidenza pubblica)<sup>5</sup> e costituisce in ambito culturale e delle manifestazioni un sistema che produce cambiamenti nella gestione del bilancio (oltre a costituire una faccia della sussidiarietà), nello specifico della ricerca di risorse aggiuntive (esterne e diverse dall'indebitamento), in una logica più produttiva e di mercato, passando da un profilo essenzialmente ordinario (quasi burocratico) a un profilo di *public management*, abbandonando una visione esclusivamente giuridico - contabile per un approccio più integrato, verso una visione economico - aziendale (altri direbbero d'impresa).

In breve, la sponsorizzazione e la ricerca di risorse nelle attività culturali, mediante un avviso pubblico di selezione dello *sponsor*, costituisce un'efficacia modalità per il perseguimento dei fini istituzionali<sup>6</sup>, con effetti diretti sull'impatto di bilancio e di miglioramento dei rapporti tra PA e cittadino, dove le imprese (operatori economici) costituiscono una parte determinante e primaria per il Paese, specie in un momento *post* emergenza sanitaria che ha minato l'animo umano, con chiusure e limitazioni (di movimento e di vita culturale) il più delle volte incomprensibili.

## **CONVENZIONE PER LA SPONSORIZZAZIONE DI ATTIVITÀ E MANIFESTAZIONI CULTURALI**

CON LA PRESENTE SCRITTURA PRIVATA SONO COMPARI I SOTTOSCRITTI:

DA UNA PARTE:

“*COMUNE DI ...*”, C.F. ..., in quest'atto rappresentato dal Dirigente del settore (*nome e cognome*), nato a ... (...) il ... (C.F. ...), e domiciliato per il presente atto presso la sede municipale sita in via ... n. ..., legale rappresentante del Comune infra autorizzato, ai sensi dell'art. 107 del d.lgs. n. 267/2000 e art. 4 del d.lgs. n. 165/2001 ed in esecuzione a decreto sindacale n. ... del ..., che si allega al presente atto sotto la lettera (*oppure, agli atti del Comune presso l'ufficio ...*).

DA UNA PARTE (*indicare soggetti*):

---

<sup>4</sup> Corte Appello Bologna, 27 marzo 1997.

<sup>5</sup> Risulta illegittima, nell'ambito di una procedura di sponsorizzazione, la determinazione dell'importo a base di gara commisurato esclusivamente al valore dei lavori o servizi da realizzare e del tutto disancorato dall'effettivo valore della controprestazione, Cons. Stato, sez. V, 4 novembre 2019, n. 7502.

<sup>6</sup> TAR Lombardia, Milano, sez. I, 31 dicembre 2021, n. 2944.

..., nato a ... (...) il giorno ..., residente a ... via ... n. ... (C.F. ...), indicare la professione, il quale interviene al presente atto in nome e per conto dell'operatore economico ..., con sede legale in ..., via ... n. ..., con capitale sociale di € ..., C.F. ... e n. ... di iscrizione nel Registro delle Imprese di ..., quale socio e legale rappresentante (*oppure, giusta procura del notaio... n... del..., allegata in originale al presente contratto o depositata presso ...*).

#### LE PARTI PREMETTONO CHE:

- in applicazione dell'articolo 43, della legge 27 dicembre 1997, n. 449 e dell'articolo 119, del decreto legislativo 28 agosto 2000, n. 267 al fine di favorire una migliore qualità dei servizi prestati, i Comuni possono stipulare convenzioni di sponsorizzazione con soggetti privati diretti a fornire servizi aggiuntivi (*in esecuzione dell'art. ... del Regolamento comunale sulle sponsorizzazioni, adottato con deliberazione di C.C. n. ... del ..., esecutiva*);
- lo schema del presente contratto è stato approvato con determinazione del dirigente del ... n. ... (CIG ...), efficace a termine di legge, nella quale è allegato anche il programma delle manifestazioni, in esecuzione deliberazione di Giunta Comunale di approvazione del ... (*DUP – PEG - PIAO*) n. ... del ..., esecutiva a termini di legge.

CIÒ PREMESSO, RITENUTA LA NARRATIVA CHE PRECEDE PARTE INTEGRANTE E SOSTANZIALE DEL PRESENTE ATTO, LE PARTI DICHIARANO E STIPULANO QUANTO SEGUE:

#### Art. 1 – Oggetto

L'oggetto del presente contratto è la definizione della partecipazione finanziaria dei soggetti sopra individuati alla realizzazione e promozione delle attività e manifestazioni culturali organizzate dal Comune per aumentare il numero delle associazioni e delle persone coinvolte alla rassegna denominata "...” e più precisamente ... (*indicare, ad. stabilire un calendario annuale d'incontri per rilanciare l'immagine del Comune sul territorio e di conseguenza della ditta sponsor effettuerà ...*)<sup>7</sup>.

#### Art. 2 – Modalità operative

Le attività di cui all'oggetto del presente contratto, sono meglio descritte negli atti in parola depositati presso ..., a cui si rinvia *per relationem* (*oppure, descrivere attività di sponsorizzazione*).

L'organizzazione degli eventi viene così definita ... (*indicare nel dettaglio le diverse componenti, i soggetti che partecipano, i risultati attesi*).

Il Comune si riserva la facoltà di modificare la programmazione con propria determinazione, previa informazione allo *sponsor*.

Il Responsabile del procedimento e referente delle attività viene individuato nel dipendente ...

I costi relativi ad utenze eventualmente necessari per l'attività sono a carico del soggetto ...

#### Art. 3 – Impegni del Comune (*sponsee*)

Il Comune si impegna all'inserimento del marchio e/o logo dei soggetti nella documentazione pubblicitaria e nella carta intestata del Comune per tutto il periodo di durata del presente contratto con la seguente dicitura "*lo sponsor ufficiale del Comune è l'operatore economico ...*".

Il Comune concede ai soggetti l'utilizzo del marchio nell'esercizio della loro attività economica per il periodo delle manifestazioni e tutta la durata del contratto. Inoltre i soggetti hanno diritto ad avere numero ... biglietti

---

<sup>7</sup> Per un approfondimento, si rinvia a Corte conti, sez. controllo Lombardia, deliberazione n. 2 del 22 gennaio 2009, ove si forniscono alcune indicazioni in ordine al corretto utilizzo di una sponsorizzazione di iniziative di interesse locale.

*gratis* di ingresso alle seguenti manifestazioni ... (*indicare quali*); partecipare alle conferenze stampa indette dal Comune; essere convocati alle inaugurazioni delle manifestazioni (*indicare altre modalità*), oltre alla possibilità di inserire i loro prodotti all'interno di spazi concessi dal Comune con l'esenzione di ogni tributo, compresa l'esposizione cartelloni pubblicitari negli spazi ... (*individuare spazi*).

Le Parti rinviando per l'utilizzo del marchio al R.D. 21 giugno 1942, n. 929, *Testo delle disposizioni legislative in materia di brevetti per marchi d'impresa* e al d.lgs. 4 dicembre 1992, n. 480, *Attuazione della Direttiva n. 89/104/CEE del Consiglio del 21 dicembre 1988, recante ravvicinamento delle legislazioni degli stati membri in materia di marchi di impresa*.

#### Art. 4 – Sponsorizzazione

I soggetti partecipano alla sponsorizzazione con l'erogazione dei seguenti importi ripartiti per soggetti: ... (*indicare gli importi con l'indicazione dell'operatore economico*).

Inoltre i soggetti cederanno gratuitamente i servizi di ristorazione per gli eventi del ... (*qui si possono inserire tutti i beni e servizi da cedere*).

I soggetti provvederanno a consegnare al Comune prima di ogni manifestazione articoli pubblicitari e gadget di produzione con il proprio marchio associato a quello del Comune. Il Comune si obbliga a predisporre una relazione dettagliata per ogni servizio ed evento, comprese le affluenze di pubblico, il personale delle associazioni coinvolte, il registro delle presenze (*indicare le modalità di verifica per il ritorno d'immagine*).

Le somme sopra descritte verranno versate al tesoriere comunale presso l'istituto di credito ... sito a ... in via ..., o nel seguente numero di conto ... alle scadenze ...

I soggetti assumono tutti gli obblighi di tracciabilità dei flussi finanziari, di cui all'articolo 3, della legge 13 agosto 2010, n. 136 e successive modifiche, impegnandosi, senza riserve, a dare immediata comunicazione all'Amministrazione ed alla Prefettura – Ufficio Territoriale del Governo della provincia di ... della notizia sull'eventuale inadempimento della propria controparte (*subappaltatore/subcontraente*) agli obblighi di tracciabilità finanziaria.

Costituisce motivo di risoluzione espressa il reiterato ritardo di oltre ... (*indicare*) rispetto dei termini di versamento, nonché il mancato rispetto delle condizioni di tracciabilità dei versamenti e delle operazioni inerenti il presente contratto<sup>8</sup>.

---

<sup>8</sup> Cfr. FAQ ANAC aggiornate 26 marzo 2021, «FA8. Quali sono le fattispecie per le quali non sussiste l'obbligo di richiedere il codice CIG ai fini della tracciabilità? Sono escluse dall'obbligo di richiesta del codice CIG ai fini della tracciabilità le seguenti fattispecie: ... la sponsorizzazione pura di cui all'art. 19, comma 1, del Codice dei contratti pubblici (vedi par. 2.10 della Determinazione n. 4/2011 aggiornata con delibera n. 556/2017)» e «FB12. I contratti di sponsorizzazione sono sottoposti alla normativa sulla tracciabilità? Si premette che nell'ambito dei contratti di sponsorizzazione si distinguono la fattispecie di sponsorizzazione pura (art. 19, comma 1, del Codice dei Contratti pubblici) e la fattispecie di sponsorizzazione tecnica, (art. 19, comma 2, del Codice dei Contratti pubblici). La sponsorizzazione tecnica è sottoposta alla tracciabilità, in quanto l'apporto di denaro privato è correlato alla realizzazione di lavori, servizi o forniture pubblici. Si applica la tracciabilità attenuata, mediante acquisizione dello Smart CIG, per contratti di importo inferiore a € 40.000. Per i contratti di importo uguale o superiore a € 40.000 la tracciabilità sarà assicurata attraverso l'acquisizione di un CIG "ordinario" che permetterà anche di assolvere agli obblighi contributivi e comunicativi verso l'Autorità di cui all'art. 213 del Codice dei Contratti pubblici. La sponsorizzazione pura, invece, non è soggetta alla tracciabilità, in quanto la stessa si traduce in un finanziamento a favore del pubblico effettuato dal privato non immediatamente legato al settore degli appalti (vedi par. 2.10 della Determinazione 4/2011 aggiornata con Delibera n. 556/2017) Si applicano le norme relative alla tracciabilità e agli obblighi comunicativi previsti dal

#### Art. 5 – Durata contrattuale

Il presente contratto ha la durata di ..., con decorrenza dal ... e conclusione in data ..., al termine della scadenza le parti potranno concordare un rinnovo contrattuale per ugual periodo e per almeno lo stesso importo della sponsorizzazione (*purché tale condizione sia già prevista nel bando di assegnazione*).

È in ogni caso fatto divieto del rinnovo tacito del contratto.

#### Art. 6 – Clausola di esclusiva

Il Comune riconosce l'esclusiva sulle prestazioni sopra descritte, per il periodo di durata del contratto, e s'impegna a non stipulare eguale contratto con altri per il suddetto periodo.

#### Art. 7 – Valore del contratto

Il valore del presente contratto è pari a € ... (*in cifra e lettere*) corrispondenti al valore delle prestazioni e contributi erogati.

#### Art. 8 – Modalità dei corrispettivi

Le operazioni sono soggette ad IVA, ai sensi della disciplina dell'articolo 11, del DPR 26 ottobre 1972, n. 633, secondo il valore normale dei beni e servizi oggetto di scambio meglio decritti nel precedente articolo<sup>9</sup>.

Il Comune e i soggetti, provvederanno all'emissione di regolare fattura nei termini ... (*indicare termini*) con riferimento al valore del contratto e delle singole prestazioni<sup>10</sup>

#### Art. 9 – Risoluzioni e controversie

I casi di risoluzioni anticipata sono ... (*indicare i casi di risoluzione sia riferiti ad un inadempimento del Comune relativo alla realizzazione delle attività o manifestazioni, sia relativo al versamento dei contributi o alla fornitura di materiale da parte dei soggetti sponsor*).

La comunicazione di risoluzione deve essere notificata a mezzo raccomandata a.r., con anticipo di almeno ... giorni, ovvero con pec.

Le parti eleggono domicilio legale presso la residenza comunale, di conseguenza per tutte le controversie che dovessero insorgere per l'esecuzione del contratto è competente il Foro esclusivo di ...

Prima di ogni controversia si dovrà procedere ad un tentativo di conciliazione obbligatoria.

---

*Codice per i contratti di lavori, servizi o forniture remunerati con le risorse derivanti dai contratti di sponsorizzazione pura».*

<sup>9</sup> L'imponibile su cui calcolare l'imposta è pari al valore normale dei beni e servizi oggetto di scambio, ex art. 13, comma 2, lett. d) del DPR 633/1972. Vedi, Risoluzione Ministero delle Finanze del 14 luglio 2000, n. 113/E; Parere dell'Agenzia delle Entrate n. 150657 del 23 settembre 2002; atto Ministero dell'Economia e delle Finanze n. 606 del 27 gennaio 2003; Risoluzione del 11 luglio 2005 n. 88 dell'Agenzia delle Entrate ad Oggetto: Istanza d'interpello, legge 27 luglio 2000, n. 212, ove si precisa che siamo in presenza di una forma atipica di pubblicità commerciale, attività considerata, ai sensi dell'articolo 4, comma 5, lett. i) del DPR n. 633 del 1972, in ogni caso commerciale ancorché esercitata dagli enti pubblici, precisando che lo svolgimento di detta attività da parte di un ente pubblico non commerciale fa sorgere il presupposto soggettivo in capo allo stesso.

<sup>10</sup> Per la deducibilità da parte dello *sponsor* vedi, Agenzia delle Entrate, Risoluzione n. 57/E del 23 giugno 2010, ad oggetto: *Consulenza giuridica – IRES – Art. 90, comma 8, legge 27 dicembre 2002, n. 289 – Deducibilità dal reddito d'impresa dei corrispettivi erogati in virtù di contratti di sponsorizzazione a società e associazioni sportive dilettantistiche in misura eccedente rispetto all'importo annuo di 200.000 euro.*

L'Amministrazione comunale è esonerata da ogni responsabilità civile o penale relativa all'esecuzione delle attività e manifestazioni oggetto della presente convenzione.

#### Art. 10 – Spese

Tutte le spese relative al presente contratto sono a carico degli operatori economici in parti uguali (*oppure, con riferimento alla percentuale di sponsorizzazione*).

Il presente contratto è soggetto a registrazione in misura fissa, ai sensi degli artt. 5 e 40 del D.P.R. 26 aprile 1986 n. 131, in quanto trattasi di operazioni soggette ad IVA.

#### Art. 11 – Garanzie e divieti

A garanzia della prestazione lo *sponsor* consegna apposita polizza fideiussoria del valore di € ... pari al ...% delle prestazioni, riportante la clausola della rinuncia al beneficio della preventiva escussione del debitore principale e la sua operatività entro quindici giorni a semplice richiesta scritta del Comune.

È vietata la cessione del contratto, anche in caso di cessione e/o incorporamento d'azienda, salvo espressa autorizzazione del Comune (*purché sia espresso nel bando di gara*).

#### Art. 12 – Disposizioni generali e finali

Le Parti autorizzano che le comunicazioni possano avvenire mediante *e-mail* e/o *pec* ai seguenti indirizzi: per il Comune *e-mail* ..., *pec* ..., *tel.* ..., per ... *e-mail* ..., *pec* ..., *tel.* ..., oltre agli indirizzi di residenza individuati nelle premesse.

Tutti i dati relativi all'instaurazione e all'esecuzione del presente contratto verranno trattati sia in forma cartacea che con strumenti informatici in modo lecito e secondo correttezza, nel rispetto di quanto prescritto dal decreto legislativo n. 196/2003 e della disciplina del Regolamento UE 2016/679 (*si rinvia al bando di gara per gli adempimenti in materia di titolarità e modalità operative in materia di riservatezza*).

Ai sensi dell'articolo 21, della legge 19 marzo 1990, n. 55, le Parti si danno reciprocamente atto che non sussistono le incapacità previste dall'articolo 32 *quater* del codice penale.

Per quanto non disciplinato nel presente atto si rinvia alle disposizioni di legge in materia, con particolare riferimento alla legge n. ..., ed alle disposizioni del codice civile, per quanto compatibili con la natura ed i contenuti del contratto.

Ai sensi dell'articolo 53, comma 16 *ter*, del d.lgs. n. 165/2001, la Parte privata sottoscrivendo il presente contratto, attesta di non aver concluso, con decorrenza dall'entrata in vigore dell'aggiunto comma 16 *ter* in parola, contratti di lavoro subordinato o autonomo e comunque di non aver conferito incarichi ad *ex* dipendenti, che hanno esercitato poteri autoritativi o negoziali per conto delle pubbliche amministrazioni nei loro confronti per il triennio successivo alla cessazione del rapporto.

La violazione di quanto previsto dal comma precedente determina la nullità dei contratti conclusi e degli incarichi conferiti e il divieto per i soggetti privati che li hanno conclusi o conferiti di contrattare con le pubbliche amministrazioni per i successivi tre anni.

La Parte contraente si obbliga, nell'esecuzione del contratto, a rispettare e a far rispettare dai propri dipendenti o collaboratori, quando operano presso le strutture del Comune o al servizio dello stesso, gli obblighi di condotta, per quanto compatibili con il ruolo e l'attività svolta, previsti dal Codice di comportamento dei dipendenti pubblici, approvato con DPR n. 62/2013, e quello dell'Amministrazione, approvato con deliberazione di Giunta comunale n. ... del ... s.m.i., di cui dichiara di avere ricevuto copia, consapevole che la violazione degli obblighi di comportamento comporterà per l'Amministrazione la facoltà di risolvere il contratto, qualora, in ragione della gravità o della reiterazione, la stessa sia ritenuta grave, previo espletamento di una procedura che garantisca il contraddittorio, consapevole che le medesime conseguenze in caso di violazione

delle misure di prevenzione della corruzione e della trasparenza adottata dal Comune nel PTPCT ... (*indicare annualità*).

Quest'atto scritto con mezzi elettronici consta di pagine ... e rimanenti ... righe oltre agli allegati (*se presenti*).

Il presente contratto viene stipulato in modalità elettronica e sottoscritto digitalmente dalle Parti, dopo averlo letto e ritenuto, di conseguenza, valido e vincolante.