



COMUNE DI FILANDARI
(Provincia di Vibo Valentia)

**REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA
DELLE SPONSORIZZAZIONI**

Approvato con delibera del Consiglio comunale n. 6 del 09/04/2024

INDICE

ART. 1 – OGGETTO E FINALITÀ

ART. 2 – DEFINIZIONI

ART. 3 – AMBITO DI APPLICAZIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

ART. 4 – CORRISPETTIVO DELLE SPONSORIZZAZIONI

ART. 5 – PAGAMENTO DEL CORRISPETTIVO IN DENARO DELLA SPONSORIZZAZIONE

ART. 6 – “ADOZIONE” DI AREE VERDI E/O ROTONDE

ART. 7 – SPONSORIZZAZIONE DI LAVORI, SERVIZI E FORNITURE AVENTI AD OGGETTO BENI CULTURALI

ART. 8 – DIRITTO DI RIFIUTO, ESCLUSIONI OGGETTIVE E SOGGETTIVE

ART. 9 – SPONSORIZZAZIONI PLURIME

ART. 10 – PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE E SCELTA DELLO SPONSOR

ART. 11 – AFFIDAMENTO DIRETTO

ART. 12 – RECEPIMENTO DI PROPOSTE SPONTANEE

ART. 13 – CONTENUTI MINIMI DEL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

ART. 14 – SPONSORIZZAZIONI ACCESSORIE A CONTRATTI DI APPALTO

ART. 15 – AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI RICERCA DELLO SPONSOR

ART. 16 – ASPETTI CONTABILI E FISCALI

ART. 17 – CONTROLLI

ART. 18 – TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

ART. 19 – RINVIO

ART. 20 – ENTRATA IN VIGORE

ART. 1 OGGETTO E FINALITÀ

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione di iniziative promosse, organizzate e gestite dal Comune di Filandari, in attuazione delle disposizioni contenute:

- nell'art. 43 della Legge n. 449 del 27 dicembre 1997;
- nell'art. 28, comma 2 *bis*, della Legge n. 448 del 23 dicembre 1998;
- nell'art. 119 del D.Lgs. n. 267 del 18 agosto 2000;
- nell'art. 120 del D.Lgs. n. 42 del 22 gennaio 2004;
- negli artt. 8 e 134 del D.Lgs. n. 36 del 31 marzo 2023;

e con riferimento all'art. 1, comma 1-*bis*, della Legge n. 241 del 7 agosto 1990.

2. Possono assumere la veste di “*sponsor*” i seguenti soggetti:

- a) qualsiasi persona fisica, purché in possesso dei requisiti di legge per contrattare con la pubblica amministrazione;
- b) qualsiasi persona giuridica, avente o meno scopo o finalità commerciali, quali le società di persone e di capitali, le imprese individuali, quelle cooperative (ex art. 2511 del Codice Civile), le mutue di assicurazioni e i consorzi imprenditoriali (ex art. 2602 del Codice Civile);
- c) le Associazioni senza fini di lucro, costituite con atto notarile, le cui finalità statutarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali del Comune di Filandari.

3. I contratti oggetto del presente Regolamento con i soggetti suddetti sono posti in essere per realizzare ovvero beneficiare, a titolo gratuito, di interventi, servizi, prestazioni, beni o attività 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, parziale o programmatica, rispetto alla previsione di spesa, in relazione al totale o parziale raggiungimento del previsto risultato da parte dei soggetti suddetti e/o del Comune, senza oneri per l'Ente, ovvero con oneri ridotti.

4. Il ricorso alle sponsorizzazioni costituisce un'opportunità innovativa di finanziamento delle attività del Comune ed è finalizzato a favorire il miglioramento organizzativo e l'ottenimento di proventi di entrata o risparmi di spesa nel perseguimento del pubblico interesse.

ART. 2 DEFINIZIONI

1. Ai fini del presente regolamento si intende:

- a) per “*contratto di sponsorizzazione*”: un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale una parte (*sponsor*) si obbliga a versare una

somma di denaro, a fornire beni o servizi o a effettuare lavori a favore dell'altra parte (*sponsee*) la quale le garantisce, nell'ambito di propri eventi, iniziative o progetti, la possibilità di pubblicizzare, in appositi spazi, il nome, il marchio, l'immagine, l'attività, prodotti o servizi o simili, ovvero di distribuire prodotti o servizi a titolo promozionale, nei modi previsti dal contratto. L'obbligazione dello *sponsee* costituisce obbligazione di mezzi e non di risultato, 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;

- b) per "*sponsorizzatore*" o "*sponsor*": il soggetto che, al fine di incrementare la notorietà dei propri segni distintivi, stipula il contratto di sponsorizzazione;
- c) per "*sponsorizzato*" o "*sponsee*": il soggetto che rende la prestazione di mezzi consistente nel mettere a disposizione la possibilità di pubblicizzare i segni distintivi dello *sponsor* nell'ambito di propri eventi, iniziative o progetti;
- d) per "*spazio pubblicitario*": lo spazio fisico o digitale o qualsiasi altro supporto atto alla veicolazione di informazioni, messo a disposizione dello *sponsor*;
- e) per "*sponsorizzazione di puro finanziamento*" il contratto mediante il quale lo *sponsor* si obbliga a versare una somma di denaro;
- f) per "*sponsorizzazione tecnica*" il contratto mediante il quale lo *sponsor* si obbliga a fornire beni o servizi o ad effettuare lavori.

2. Il contratto di sponsorizzazione determina, a fronte di un corrispettivo, costituito da una somma di denaro, ovvero da forniture di beni e/o servizi prestati dallo *sponsor* a vantaggio dello *sponsee*, le modalità e garanzie con cui il Comune di Filandari si obbliga a divulgare il nome o il marchio del soggetto sponsorizzante nelle varie estrinsecazioni della propria attività, promuovendone l'immagine.

3. La finalità perseguita con i contratti di *sponsor* consistono nel migliorare la qualità dei servizi prestati dal Comune.

4. Ai fini del presente regolamento, non costituisce sponsorizzazione l'offerta al Comune, a titolo di liberalità, di somme di denaro o di altre utilità, effettuata in occasione di iniziative organizzate dal Comune stesso.

ART. 3

AMBITO DI APPLICAZIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. Il Comune può stipulare contratti di sponsorizzazione con soggetti privati e pubblici.

2. Le sponsorizzazioni possono interessare tutte le iniziative, i progetti, le attività, i beni, i servizi, i lavori previsti nella programmazione del Comune ed a carico del Bilancio comunale, fra i quali si indicano a mero titolo esemplificativo e non esaustivo:

- a) attività od eventi a rilevanza artistico, culturale o spettacolare di differente tipologia promossi, gestiti od organizzati dal Comune, sia direttamente che indirettamente;
- b) eventi sportivi e/o di rilevanza sociale;

- c) attività di promozione turistica, di *marketing* e promozione territoriale;
- d) attività di comunicazione, realizzazione di periodici;
- e) servizi di manutenzione e gestione di aree verdi pubbliche, del patrimonio arboreo, di aree diverse e immobili comunali, di arredo urbano;
- f) fornitura di beni con riferimento, a titolo esemplificativo, ad attrezzature informatiche di vario genere ed alla fornitura di arredi;
- g) attività di progettazione, direzione lavori, esecuzione di opere pubbliche o di pubblica utilità;
- h) realizzazione di corsi di formazione;

e rappresentano strumenti tramite i quali il Comune acquisisce da soggetti terzi risorse finanziarie e/o strumentali (beni, forniture e servizi) finalizzati agli stessi.

3. Il Responsabile del Servizio competente predisporre gli avvisi, i progetti operativi delle iniziative di sponsorizzazione e adotta gli atti di gestione necessari al raggiungimento dei correlati obiettivi amministrativi. Nel caso in cui la sponsorizzazione non corrisponda a programmi dell'Ente, il Responsabile opera previa decisione della Giunta comunale.

4. Il Comune è legittimato ad inserire, a propria discrezione, la cosiddetta "*clausola sponsor*" in qualunque procedimento di gara, la quale preveda a carico del partecipante l'obbligo, in caso di aggiudicazione, di sponsorizzare attività comunque rientranti nelle fattispecie di cui al precedente comma 2, purché la sponsorizzazione, ai fini dell'aggiudicazione, non divenga criterio preponderante.

ART. 4

CORRISPETTIVO DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. I contratti di sponsorizzazione possono prevedere, a titolo di corrispettivo dovuto dallo *sponsor*:

- a) somme di denaro;
- b) forniture di beni, servizi o lavori, acquisiti o realizzati a cura e spese dello *sponsor*.

ART. 5

PAGAMENTO DEL CORRISPETTIVO IN DENARO DELLA SPONSORIZZAZIONE

1. Quando il corrispettivo della sponsorizzazione è costituito da una somma di denaro, il pagamento avviene, di norma entro 30 giorni successivi alla conclusione dell'iniziativa correlata.

2. Se richiesto dal Comune, lo *sponsor* deve prestare apposita garanzia fideiussoria per il pagamento del corrispettivo, costituita mediante fideiussione bancaria o polizza assicurativa, contenente le clausole previste nella determina a contrarre.

3. Per sponsorizzazioni superiori ad un valore di 5.000,00 € il contratto di sponsorizzazione può prevedere modalità di pagamento rateali.

ART. 6
“ADOZIONE” DI AREE VERDI E/O ROTONDE

1. Il Comune, con deliberazione della Giunta comunale, può procedere all'individuazione delle aree comunali destinate a verde pubblico che possono essere assegnate in “adozione” a società, associazioni o privati in genere, affidandone l'allestimento, la gestione e la manutenzione in cambio dell'autorizzazione alla posa di mezzi finalizzati alla sponsorizzazione.

2. L'adozione consiste nell'obbligo dello *sponsor* di provvedere alla realizzazione del primo impianto dell'area e/o della rotonda e/o alla manutenzione della stessa.

3. Lo *sponsor* deve presentare, sia per la realizzazione del primo impianto che per la manutenzione, un progetto tecnico che deve rispettare le disposizioni del vigente Codice della Strada e contenere l'indicazione delle spese necessarie per le relative operazioni. Tale progetto, approvato dalla Giunta comunale con propria deliberazione, costituisce allegato al contratto di sponsorizzazione.

4. Per progetto tecnico di cui al precedente comma 3. si intende la progettazione ed esecuzione di opere di riqualificazione o nuovo allestimento quali, a titolo esemplificativo e non esaustivo, messa a dimora di fiori, alberi, arbusti, siepi, pavimentazioni, arredo urbano, installazioni artistiche, illuminazione, etc..

5. Nel caso in cui sussista il concorso di più richieste al medesimo intervento, la scelta sarà effettuata in base ai sottoelencati titoli di precedenza:

- a) le richieste di adozione relative al primo impianto e manutenzione dell'area o rotonda sono evase tenuto conto della migliore qualità della proposta presentata;
- b) le richieste di adozione relative alla sola manutenzione dell'esistente (area verde o rotonda già allestita) sono evase in base all'ordine di arrivo cronologico.

6. La pubblicità viene assicurata tramite l'installazione nell'area verde, in spazi indicati dal Comune, di appositi cartelli o targhe.

7. L'area verde non dovrà in nessun modo essere sottratta all'uso pubblico al quale è destinata, se non per il tempo strettamente necessario alle operazioni d'impianto ed a quelle relative alla manutenzione.

8. Il contratto di sponsorizzazione dovrà avere una durata pari a quella indicata nel progetto.

9. Il contratto è rinnovabile con lo stesso *sponsor*, sulla base della bontà dei risultati raggiunti nel periodo pregresso, per la stessa durata di quello originario, nei limiti previsti dalle disposizioni normative vigenti.

ART. 7
SPONSORIZZAZIONE DI LAVORI, SERVIZI E FORNITURE
AVENTI AD OGGETTO BENI CULTURALI

1. Alle sponsorizzazioni di lavori, servizi e forniture aventi per oggetto beni culturali, si applicano le disposizioni del Codice dei Contratti pubblici e, per quanto compatibili, le norme del presente regolamento.

2. I contratti di sponsorizzazione inerenti i beni culturali sono preventivamente sottoposti alla Soprintendenza competente in relazione alla tipologia di intervento, al fine di ottenere i nulla osta o gli atti di assenso normativamente richiesti, per assicurare che l'esposizione pubblicitaria sia effettuata in forme compatibili con il carattere artistico o storico, l'aspetto ed il decoro del bene.

ART. 8
DIRITTO DI RIFIUTO, ESCLUSIONI OGGETTIVE E SOGGETTIVE

1. L'Amministrazione comunale si riserva la facoltà di esaminare ogni iniziativa e di rifiutare qualsiasi proposta disciplinata dal presente regolamento, qualora:

- a) ritenga che possa derivare un conflitto di interessi tra l'attività pubblica e quella dello *sponsor*;
- b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla propria immagine od alle proprie iniziative;
- c) reputi la sponsorizzazione inaccettabile per motivi di pubblico interesse.

2. Sono escluse, in ogni caso, le sponsorizzazioni aventi per oggetto:

- a) propaganda di natura politica, sindacale, religiosa o filosofica;
- b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, medicinali o cure mediche;
- c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, discriminazione, odio o minaccia.

3. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione i soggetti che non sono in possesso dei requisiti di ordine generale di cui all'art. 94 del D.Lgs. n. 36 del 31 marzo 2023, per quanto applicabile;

4. L'interessato attesta il possesso dei requisiti di cui al precedente comma 3 mediante dichiarazione sostitutiva ai sensi del D.P.R. n. 445 del 28 dicembre 2000.

5. Sono, altresì, esclusi dai contratti di sponsorizzazione i soggetti che abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria con il Comune di Filandari.

ART. 9
SPONSORIZZAZIONI PLURIME

1. Di norma le sponsorizzazioni non sono effettuate con diritto di esclusiva da parte dello *sponsor* e pertanto il Comune può ricevere più sponsorizzazioni per una stessa iniziativa od oggetto.

2. Qualora il Comune intenda concludere contratti di sponsorizzazione in esclusiva evidenzia la sussistenza di detta clausola in tutti gli atti preliminari alla conclusione del contratto. La clausola di esclusiva deve essere espressamente prevista nel contratto.

ART. 10
PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE E SCELTA DELLO SPONSOR

1. La scelta dello *sponsor* per contratti di sponsorizzazione il cui valore è superiore ad € 40.000,00 IVA esclusa è effettuato con iniziativa da parte dell'Amministrazione comunale, al fine di assicurare il rispetto dei principi di trasparenza, imparzialità e parità di trattamento, mediante selezione ad evidenza pubblica, preceduta dalla pubblicazione, sul sito *Internet* del Comune e sull'Albo pretorio *online* per almeno trenta giorni, di apposito avviso, con il quale si rende nota la ricerca di *sponsor* per specifici interventi, ovvero si comunica l'avvenuto ricevimento di una proposta di sponsorizzazione, indicando sinteticamente il contenuto del contratto proposto.

2. L'avviso pubblico, unitamente all'eventuale capitolato/progetto di sponsorizzazione, è approvato con determinazione del Responsabile del Servizio competente, che può anche stabilire, di volta in volta, forme di pubblicità ulteriori per favorire una maggiore conoscenza e partecipazione all'iniziativa.

3. L'avviso deve indicare almeno:

- l'oggetto della sponsorizzazione ed i conseguenti obblighi dello *sponsor*, secondo i contenuti dell'eventuale capitolato/progetto di sponsorizzazione;
- l'esatta determinazione dello spazio pubblicitario messo a disposizione del Comune per la pubblicità dello *sponsor*;
- i requisiti di partecipazione;
- le modalità ed i termini per la presentazione delle offerte;
- i criteri di ammissibilità delle offerte;
- l'eventuale importo minimo richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
- l'ufficio precedente ed il responsabile del procedimento.

4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve contenere fra l'altro:

- i dati del proponente e del legale rappresentante;
- il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;

- le dichiarazioni richieste dall'avviso, anche con riferimento al possesso dei requisiti di ordine generale;
- l'accettazione incondizionata di quanto previsto nell'avviso e nel presente regolamento;
- l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e a farsi carico degli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario, alle relative autorizzazioni, al pagamento di eventuali tributi o canoni.

5. Scaduto il termine fissato nell'avviso, il contratto può essere liberamente negoziato, purché nel rispetto dei principi di imparzialità e di parità di trattamento tra gli operatori che abbiano manifestato interesse.

ART. 11 **AFFIDAMENTO DIRETTO**

1. Si può procedere all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazione esclusivamente:

- a) nel caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore ad € 40.000,00 (IVA esclusa);
- b) nel caso sia stata esperita, per due volte, infruttuosamente la procedura selettiva di cui all'art. 10;
- c) in casi eccezionali, adeguatamente motivati, in cui la particolare natura e le particolari caratteristiche dell'iniziativa oggetto di sponsorizzazione limitino la trattativa ad un unico determinato soggetto.

2. In ogni caso, l'affidamento diretto avviene previa valutazione di congruità da parte del Responsabile del Servizio procedente.

ART. 12 **RECEPIMENTO DI PROPOSTE SPONTANEE**

1. Qualora arrivi una proposta spontanea di sponsorizzazione da parte di soggetti terzi, essa deve essere riconosciuta e valutata come utile agli interessi e confacente agli scopi istituzionali del Comune di Filandari con riferimento alle sue componenti economiche, qualitative ed organizzative. Il riconoscimento dell'utilità della proposta avviene mediante approvazione della stessa da parte della Giunta comunale.

2. A seguito di ciò, se il valore complessivo del contratto di sponsorizzazione (corrispondente all'importo proposto o al valore in denaro del servizio, fornitura od intervento proposti dal soggetto terzo) è:

- inferiore o uguale a 40.000,00 euro, il contratto di sponsorizzazione può essere affidato direttamente dall'Amministrazione, senza alcuna procedura comparativa, al soggetto in possesso dei necessari requisiti per poter contrarre con una Pubblica Amministrazione;

- superiore a 40.000,00 euro, l'approvazione dell'affidamento è soggetta alla previa pubblicazione sul sito *Internet* della stazione appaltante, per almeno trenta giorni, di apposito avviso, con il quale si comunica l'avvenuto ricevimento di una proposta di sponsorizzazione, indicando sinteticamente il contenuto del contratto proposto e l'importo minimo richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione, quello fissato dal soggetto proponente.

3. In quest'ultimo caso, alla scadenza dei termini fissati nell'avviso, l'Amministrazione procederà, tramite selezione delle proposte eventualmente pervenute, all'individuazione dell'aggiudicatario, sulla base di criteri che tengano conto di elementi qualitativi, oltre che del valore economico della sponsorizzazione. Qualora l'Amministrazione decida di riservare al soggetto promotore una sorta di prelazione, se il soggetto promotore originario adegua la propria proposta a quella giudicata dall'Amministrazione più conveniente, risulterà aggiudicatario. A seguito dell'approvazione ufficiale della proposta mediante determina dirigenziale, si procede alla sottoscrizione di un contratto in forma scritta, in analogia con quanto previsto dalla normativa vigente.

4. Il Comune, salve le ipotesi in cui sia da escludersi qualsiasi forma di concorrenzialità o di trattativa privata plurima, potrà decidere, anche per le proposte inferiori o uguali a 40.000,00 €, di garantire adeguate forme di pubblicità e concorrenza, al fine di comparare l'offerta ricevuta con possibili ulteriori offerte migliorative, predisponendo apposito avviso da pubblicare sul sito internet del Comune di Filandari per almeno sette giorni.

ART. 13 CONTENUTI MINIMI DEL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

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

- a) l'oggetto del contratto;
- b) gli obblighi delle parti;
- c) il valore del corrispettivo della sponsorizzazione;
- d) la durata del contratto;
- e) l'eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale;
- f) i controlli sull'attività dello *sponsor*;
- g) la facoltà di recesso da parte del Comune;
- h) la risoluzione del contratto per inadempimento;
- i) la competenza in caso di controversie;
- j) la disciplina delle spese contrattuali.

2. Nel contratto deve essere prevista la facoltà del Comune di recedere prima della scadenza, previa tempestiva e formale comunicazione allo *sponsor* e deve essere inoltre prevista la clausola risolutiva espressa nel caso in cui lo *sponsor* rechi danno all'immagine del Comune, fermo restando il diritto al risarcimento del danno.

ART. 14
SPONSORIZZAZIONI ACCESSORIE A CONTRATTI D'APPALTO

1. Il Comune 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 valutazione della sponsorizzazione deve costituire elemento con peso meramente marginale rispetto alla valutazione complessiva dell'offerta.

ART. 15
AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI RICERCA DELLO SPONSOR

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Amministrazione comunale secondo la disciplina del presente Regolamento.

2. Il Comune, previa valutazione di convenienza sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, può tuttavia affidare il servizio di ricerca degli *sponsor* a soggetti da individuare tramite procedure sugli appalti di servizi previste dal "Codice dei contratti".

ART. 16
ASPETTI CONTABILI E FISCALI

1. Le prestazioni corrispettive oggetto del contratto di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale applicabile.

2. Nel caso di sponsorizzazione consistente in una erogazione finanziaria il Comune dovrà emettere regolare fattura a titolo di sponsorizzazione per l'importo del contributo economico stabilito nel contratto.

3. Nel caso di sponsorizzazione consistente in prestazioni e/o fornitura di beni gratuiti lo *sponsor* dovrà emettere regolare fattura al Comune corrispondente al valore contrattuale dei lavori realizzati o dei beni o servizi ceduti. Il Comune dovrà emettere fattura allo *sponsor*, a titolo di sponsorizzazione, di importo pari ai proventi della sponsorizzazione.

4. Resta fermo l'obbligo dello *sponsor* di adempiere alle eventuali ed ulteriori obbligazioni tributarie o fiscali inerenti all'attività posta in essere.

5. Ogni spesa contrattuale inerente e conseguente alla stipulazione ed alla registrazione del contratto di sponsorizzazione nei casi previsti dalla legge è a carico dello *sponsor*.

ART. 17
CONTROLLI

1. L'ufficio procedente impartisce le prescrizioni opportune in ordine all'esecuzione dei contratti di sponsorizzazione e vigila sul suo adempimento.

2. I contratti di sponsorizzazione sono inoltre soggetti a controlli da parte dell'ufficio individuato come competente, al fine di accertare la correttezza di quanto convenuto sia sotto il profilo normativo che per gli aspetti procedurali, tecnici, organizzativi e finanziari.

ART. 18
TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

1. I dati personali raccolti in applicazione delle disposizioni di cui al presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità previste dallo stesso o dagli specifici contratti di sponsorizzazione, nel rispetto del Regolamento (UE) n. 679/2016 del Parlamento europeo e del Consiglio del 27 aprile 2016 e del D.lgs n. 196 del 30 giugno 2003 e successive modifiche e integrazioni.

2. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento.

3. Il titolare del trattamento dei dati è il Comune di Filandari.

ART. 19
RINVIO

1. Per ogni aspetto che non trovi esplicita disciplina nel presente regolamento si fa rinvio alle norme di legge applicabili.

2. Tutti i richiami alle norme contenuti nel presente Regolamento devono intendersi effettuati alle disposizioni vigenti al momento dell'applicazione concreta del Regolamento stesso, senza necessità di suo adeguamento espresso.

ART. 20
ENTRATA IN VIGORE

1. Il presente Regolamento entra in vigore ad esecutività della delibera che lo approva.

2. L'entrata in vigore del presente Regolamento comporta l'immediata abrogazione delle previgenti norme regolamentari comunali in contrasto con quanto ivi previsto.