



**CITTA' DI BAVENO**  
**Provincia del Verbano Cusio Ossola**

---

**Regolamento per la disciplina delle  
sponsorizzazioni  
in favore dell'Amministrazione Comunale**

**Approvato con Delibera di C.C. n. 35 del 23/11/2017**

## **CAPO I DISPOSIZIONI GENERALI**

### **Art. 1 Oggetto e finalità**

1) Il presente regolamento disciplina le condizioni e le modalità operative per la conclusione di accordi o contratti di sponsorizzazione in favore dell'Amministrazione Comunale, in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della L. 449/1997, nell' art. 119 del D.Lgs 267/2000, nel D.Lgs 42/2004 e nell'art. 19 del D.lgs 50/2016.

2) L'Amministrazione Comunale ricorre alla sponsorizzazione al fine di ottenere miglioramenti della qualità dei servizi erogati, supportare la realizzazione di opere e servizi, favorire iniziative di innovazione ed ottimizzare la spesa.

3) Il ricorso alla sponsorizzazione è ammissibile a condizione che si conformi ai seguenti principi generali:

a) perseguimento di interessi pubblici;

b) esclusione di forme di conflitto d'interesse tra attività pubblica e privata;

c) risparmi di spesa rispetto agli stanziamenti disposti, sia mediante la realizzazione di economie di spesa sulle poste iscritte in bilancio, sia attraverso il finanziamento di lavori, servizi e forniture che non trovano copertura finanziaria ordinaria.

### **Art. 2 Definizioni**

1. Ai fini del presente regolamento si intende:

a) per "contratto di sponsorizzazione": un contratto atipico, a titolo oneroso ed a prestazioni corrispettive, mediante il quale un soggetto (detto sponsor) si obbliga a versare in tutto o in parte un corrispettivo in denaro ovvero ad eseguire lavori in tutto o in parte ovvero a fornire in tutto o in parte beni o servizi in favore dell'Amministrazione Comunale (detto sponsee) che a sua volta si obbliga, nell'ambito delle proprie iniziative, eventi, progetti e contratti, a diffondere il nome dello sponsor tramite veicolazione del nome, del marchio, del logo o prodotti, i servizi e simili nei modi previsti dal contratto, in appositi e predefiniti spazi pubblicitari ovvero mediante la concessione della denominazione di un impianto sportivo comunale per tutta la durata del rapporto di sponsorizzazione;

b) per "sponsorizzazione": ogni prestazione di denaro o di lavori o di servizi o forniture provenienti da terzi allo scopo di promuovere il nome, ragione sociale, marchio, attività, prodotto o altro messaggio concordato;

c) per "sponsor": il soggetto che intenda stipulare un accordo o contratto di sponsorizzazione;

d) per "sponsee" il soggetto sponsorizzato, cioè l'Amministrazione Comunale;

e) per "spazio pubblicitario": lo spazio fisico o ogni altro supporto di veicolazione delle informazioni messe a disposizione dall'Amministrazione Comunale utilizzato per promuovere l'immagine dello sponsor, secondo le modalità, i criteri e la disciplina di cui al presente Regolamento nonché alla normativa di settore ivi compreso il Regolamento comunale della Pubblicità ed eventuali sue successive integrazioni e/o modificazioni.

### **Art. 3 Contenuti delle sponsorizzazioni**

1. Gli accordi e/o i contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati, pubblici, istituzioni e associazioni senza fini di lucro formalmente costituite, ove ciò sia consentito dalle discipline di settore, per ottenere maggiori risorse finanziarie e/o per realizzare o acquisire a titolo gratuito interventi, servizi, prestazioni, beni o attività inseriti nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio dell'Ente, come di seguito elencati:

- a) realizzazione di progetti o eventi sportivi, culturali, sociali e di promozione turistica;
- b) realizzazione di lavori pubblici, servizi e forniture, la cui esecuzione rientri nelle competenze del Comune;
- c) programmazione, progettazione ed esecuzione di iniziative e di OO.PP;
- d) manutenzione di aree a verde appartenenti al patrimonio comunale e/o la gestione di servizi ad esse collegati e/o realizzazione di interventi di sistemazione a verde o in materia di arredo urbano,
- g) ogni altra attività di interesse pubblico.

#### **Art. 4**

#### **Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione**

1. Le iniziative di sponsorizzazione sono definite dalla Giunta Comunale nell'ambito del PEG (Piano esecutivo di gestione). La Giunta può comunque approvare nel corso dell'anno, con proprio provvedimento, ulteriori iniziative o formulare indirizzi specifici ai Responsabili di servizio competenti.
2. Le fasi attuative e gestionali sono di competenza del Responsabile del servizio interessato, che vi provvede in base al presente regolamento.
3. Nell'ambito del PEG o della deliberazione di Giunta Comunale possono essere individuate le somme minime dell'offerta di sponsorizzazione in riferimento agli spazi pubblicitari messi adisposizione.

#### **Art. 5**

#### **Corrispettivo**

1. Il corrispettivo offerto dallo sponsor può consistere:
  - a) in tutto o in parte, in una somma di denaro;
  - b) prestazioni, servizi, lavori e forniture acquisiti o realizzati in tutto o in parte a cura e spese dello sponsor, anche tramite soggetti da lui individuati in possesso dei requisiti richiesti dalla specifica normativa di settore cui si riferisce il contratto.

#### **Art. 6**

#### **Lavori, servizi e forniture realizzati a cura e spese dello sponsor**

1. Lo sponsor che effettua direttamente la progettazione ed esecuzione di lavori, servizi e forniture quale corrispettivo parziale o totale delle sponsorizzazioni, o i soggetti eventualmente individuati dallo stesso quali progettisti o esecutori, devono possedere i requisiti di partecipazione e di qualificazione, prescritti dal D.Lgs 50/2016, in relazione allo specifico oggetto del contratto.
2. L'Amministrazione Comunale impartisce le prescrizioni opportune in ordine alla progettazione, nonché alla direzione ed esecuzione del contratto ed esercita i poteri di sorveglianza, al fine di garantire il rispetto del contratto e della normativa vigente.
3. Compete all'Amministrazione Comunale l'approvazione dei livelli di progettazione eventualmente richiesti, dei collaudi (ivi compresi quelli in corso d'opera) nonché la Direzione e la vigilanza dell'esecuzione del contratto.

#### **Art. 7**

#### **Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor**

1. La scelta dello sponsor è effettuata nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, trasparenza, parità trattamento e proporzionalità.
2. L'Amministrazione Comunale si avvale di tutti gli strumenti comunicativi e relazionali che, in base all'oggetto della sponsorizzazione, appaiano più idonei a stimolare l'interesse e il confronto tra i potenziali concorrenti.
3. Ferme restando eventuali specifiche discipline di settore, lo sponsor è individuato, di norma, all'esito di una procedura comparativa aperta o negoziata con invito ad almeno cinque

operatori, se compatibile con l'oggetto del contratto. Al fine di individuare i concorrenti e aumentare le potenzialità attrattive dell'iniziativa, il responsabile del servizio competente può procedere mediante avviso pubblicato per almeno 10 gg. all'Albo Pretorio e nel sito internet dell'Ente. E' facoltà dell'Amministrazione Comunale effettuare ulteriori forme di pubblicità anche in relazione al valore e alla tipologia della sponsorizzazione;

4. L'avviso deve contenere l'indicazione degli interventi in relazione ai quali l'Amministrazione Comunale intende pervenire alla stipula dell'avviso o contratto di sponsorizzazione, in particolare:

- a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti del progetto di sponsorizzazione;
- b) le modalità di promozione dello sponsor, l'indicazione dell'eventuale spazio per la veicolazione dell'immagine del privato e la durata del periodo di suo utilizzo ovvero l'indicazione della concessione di denominazione dell'impianto sportivo comunale e la durata;
- c) i requisiti dei partecipanti e degli eventuali esecutori del contratto individuati dallo sponsor;
- d) l'eventuale diritto di esclusiva;
- e) l'importo minimo eventualmente richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
- f) i criteri per la valutazione delle proposte e l'eventualità di co-sponsorizzazione;
- g) le modalità ed i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione;
- h) eventuali indicazioni e prescrizioni in ordine alla progettazione, nonché alla direzione ed esecuzione del contratto;
- i) il diritto di rifiutare o escludere l'offerta;
- l) eventuali garanzie a copertura per la corretta esecuzione del contratto.

#### **Art. 8**

##### **Criteri di aggiudicazione**

1. Sono ammesse sponsorizzazioni plurime di uno o più interventi, lavori, servizi o forniture. Nell'ipotesi di offerte concorrenti e non configgenti, l'Amministrazione Comunale favorisce le cosponsorizzazioni.

2. Qualora non sia possibile la sponsorizzazione plurima dell'iniziativa, il contratto è aggiudicato, di norma, in base ai seguenti criteri:

- a) maggiore valore economico offerto dal privato in termini di denaro o di prestazione;
- b) offerta economicamente più vantaggiosa, valutabile in base ad elementi economici e qualitativi individuati dal responsabile nell'avviso o nella lettera di invito, quali, a titolo meramente esemplificativo, i profili tecnici della proposta, le caratteristiche estetiche, la qualità dello sponsor in termini di fiducia e immagine, il termine di realizzazione, di consegna o di esecuzione, il valore economico della sponsorizzazione, la durata.

3. I partecipanti alla procedura per l'affidamento di sponsorizzazioni non hanno diritto ad alcun rimborso spese.

4. Qualora a seguito delle procedure di cui all'art. 7 non sia stata presentata nessuna offerta o nessuna offerta valida o ritenuta appropriata, il responsabile può procedere all'affidamento diretto della sponsorizzazione, previa verifica dei requisiti richiesti e previa valutazione della congruità e convenienza della proposta.

#### **Art. 9**

##### **Offerta di sponsorizzazione**

1. L'offerta, redatta secondo le modalità ed i termini richiesti dall'Amministrazione Comunale nell'avviso o nella lettera d'invito, deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica:

- a) l'oggetto della sponsorizzazione;
- b) il corrispettivo e la sua quantificazione;
- c) il nome, il logo, il marchio, prodotto che si intende pubblicizzare e le modalità di promozione dello sponsor;
- d) l'accettazione delle condizioni richieste dall'Ente nonché l'assunzione degli obblighi e responsabilità connesse alla sponsorizzazione;

- e) il possesso dei requisiti soggettivi e oggettivi di partecipazione di cui all'art. 80 D.lgs. 50/2016, nonché i requisiti previsti all'art. 19 comma 2 D.lgs. 50/2016.
2. L'offerta deve, inoltre, contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni.
  3. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal responsabile competente che approva il progetto di sponsorizzazione o da apposita Commissione, nel rispetto dei criteri e delle modalità definiti dall'Amministrazione Comunale nell'avviso o nella lettera di invito.
  4. La procedura di scelta dello sponsor è aggiudicata dal responsabile competente previa verifica dei requisiti soggettivi e oggettivi di partecipazione richiesti nell'avviso o nella lettera d'invito.
  5. Il contratto di sponsorizzazione o collaborazione è sottoscritto dallo sponsor e dal responsabile del settore incaricato. Il contratto di sponsorizzazione autorizza all'uso dello "spazio pubblicitario" previo parere positivo del Comando di Polizia Locale in relazione ai disposti del vigente Codice della Strada.
  6. Le spese per la stipula ed i relativi oneri sono a carico dello sponsor.

#### **Art. 10**

#### **Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor**

1. Fermo restando quanto previsto dagli articoli precedenti, l'Amministrazione Comunale può recepire proposte d'interesse pubblico e conveniente per l'Ente, da parte di soggetti privati ed altri che intendano assumere la veste di sponsor per la realizzazione di progetti, eventi, prestazioni, lavori, servizi e forniture.
2. Le proposte devono contenere l'oggetto della sponsorizzazione, il valore del corrispettivo, le forme di veicolazione pubblicitaria e l'eventuale richiesta di diritto di esclusiva.
3. L'Amministrazione Comunale valuta la proposta e se la ritiene d'interesse pubblico garantisce adeguate forme di pubblicità, ai sensi dell'art. 7, al fine di acquisire eventuali ulteriori offerte. Qualora non sia possibile la sponsorizzazione plurima, il contratto è aggiudicato in base ai criteri di cui all'art. 8.
4. Il Responsabile competente ha facoltà di procedere motivatamente all'affidamento diretto del contratto, previa verifica dei requisiti necessari e della congruità dell'offerta spontanea sotto il profilo tecnico ed economico, qualora il valore della prestazione dello sponsor sia inferiore a **€40.000,00**.

#### **Art. 11**

#### **Accordo o Contratto di sponsorizzazione**

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito accordo o contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:
  - a) l'oggetto della sponsorizzazione;
  - b) le modalità di promozione dello sponsor;
  - c) le forme di veicolazione previste e il diritto dello sponsor alla utilizzazione, anche non esclusiva, dello spazio pubblicitario;
  - d) la durata della sponsorizzazione;
  - e) il valore o corrispettivo;
  - f) gli obblighi reciproci, la responsabilità, le eventuali garanzie richieste garanzie a copertura della corretta esecuzione del contratto;
  - g) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze;
  - h) le possibili cause di risoluzione del contratto ed i loro effetti;
  - i) il termine della rimozione del messaggio pubblicitario con oneri a carico del privato;
  - j) eventuali prescrizioni in ordine alla progettazione, nonché alla direzione ed esecuzione del contratto;
  - k) eventuale divieto di cessione del contratto e dello spazio pubblicitario ovvero della concessione di denominazione dell'impianto sportivo comunale;

- l) specifiche clausole inerenti l'uso dei segni distintivi dello sponsor (marchio, logo ecc) secondo la normativa vigente;
  - m) l'indicazione del foro competente per la risoluzione delle controversie;
  - n) eventuali oneri relativi a imposte e canoni, spese di bollo, di registrazione e di contratto, che dovranno essere posti a carico dello sponsor;
2. L'accordo o il contratto di sponsorizzazione deve prevedere clausole inerenti la tutela dei marchi, con specificazione dell'utilizzo dei loghi e dei segni distintivi dello sponsor nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.
  3. L'Amministrazione può definire nel contratto di sponsorizzazione specifiche clausole relative all'utilizzo dei propri segni distintivi e della propria immagine.
  4. L'Accordo o il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal responsabile competente.

## **Art. 12**

### **Adempimenti contabili e fiscali**

1. Le iniziative di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale sulle imposte dirette, per quanto applicabile, sulle imposte indirette e sui tributi locali, alla cui disciplina si rinvia.
2. Ai fini dell'IVA, il valore della fatturazione per la sponsorizzazione equivale al corrispettivo indicato nel contratto tra sponsor e sponsee.
3. Il valore della fatturazione per la "sponsorizzazione" può coincidere con l'intero stanziamento previsto in bilancio per la specifica iniziativa o con una quota dello stesso, in relazione alla totale o parziale copertura, mediante sponsorizzazione, dei risultati del capitolo interessato.
4. Qualora la sponsorizzazione preveda, quale corrispettivo della stessa, la fornitura di beni o servizi o lavori da parte dello sponsor, si configura come operazione permutativa ai sensi dell'art.11 del D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633.
5. Allo sponsor compete il pagamento delle somme dovute a titolo di imposta comunale sulla pubblicità, tassa per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche ed altri tributi di competenza comunale.

## **Art. 13**

### **Rifiuto ed esclusione di sponsorizzazioni**

1. La Città di Baveno, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare le offerte di sponsorizzazione, specificando nell'avviso o lettera d'invito tale possibilità, 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 o alle proprie iniziative;
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;
  - d) la veicolazione pubblicitaria di un marchio, un logo o un messaggio con contenuti non conformi a quanto previsto dalle norme in materia di pubblicità.

## **CAPO II**

### **Manutenzione e valorizzazione delle aree a verde**

#### **Articolo 14**

##### **Ambito d'applicazione per la manutenzione e la valorizzazione delle aree a verde**

1. Al fine di promuovere attività riguardanti la manutenzione e la valorizzazione delle aree a verde pubblico, possono essere attivate le sponsorizzazioni di seguito specificate:

- a) manutenzione ordinaria delle aree a verde;
  - b) riqualificazione e manutenzione di aree gioco ed aree cani;
  - c) realizzazione di aiuole fiorite;
  - d) incremento del patrimonio arboreo;
  - e) acquisto e posa in opera di arredi per aree a verde.
2. Per le attività di cui alle lettere d) ed e) del comma 1 del presente articolo sono ammesse esclusivamente sponsorizzazioni finanziarie.
3. L'Amministrazione Comunale individua le aree a verde per le quali intende realizzare un risparmio di spesa attivando iniziative di sponsorizzazione da parte di terzi;
4. E' consentito ai soggetti interessati avanzare richieste di sponsorizzazione di aree a verde non comprese nell'elenco di cui sopra. L'Amministrazione Comunale si riserva in tal caso di integrare l'elenco delle aree a verde, tenuto conto delle esigenze di pubblico interesse.

#### **Art. 15**

##### **Durata del contratto per la manutenzione e la valorizzazione delle aree a verde**

1. Il contratto per le attività di cui al presente capo non può avere durata superiore a tre anni.

#### **Art. 16**

##### **Impegni per lo sponsor per la manutenzione e la valorizzazione delle aree a verde**

1. Il corrispettivo a carico dello sponsor per la veicolazione pubblicitaria del proprio nome/marchio/logo/attività, ad esclusione dei casi della sponsorizzazione finanziaria, consiste nella realizzazione, a propria cura e spese, degli interventi e attività di cui all'art. 14 e previsti nell'avviso pubblico, nel contratto di sponsorizzazione o nell'accordo di collaborazione nonché nel capitolato prestazionale, con la conseguente assunzione di ogni responsabilità per danni a cose o a persone imputabili all'attività medesima.

### **Capo III**

#### **Attività culturali**

##### **Articolo 17**

##### **Ambito di applicazione per le attività culturali**

1. Al fine di promuovere attività riguardanti la realizzazione delle attività culturali, possono essere attivate le sponsorizzazioni di seguito specificate:

- a) donazione di beni mobili utili alla realizzazione degli eventi e delle iniziative culturali dell'ente;
- b) fornitura in comodato di beni utili alla realizzazione di specifici eventi culturali, per la durata degli stessi;
- c) fornitura di servizi di stampa o distribuzione di materiale informativo relativo ad iniziative culturali realizzate dal Comune.
- d) sostegno anche parziale di costi relativi alla partecipazione di artisti ad eventi realizzati dal Comune;
- e) sostegno anche parziale di i costi di preparazione e gestione di eventi culturali realizzati dal Comune

. Per le attività di cui alle lettere a), b), c) del comma 1 del presente articolo sono ammesse sponsorizzazioni di tipo finanziario e/o tecnico. Per le attività di cui alle lettere d) ed e) sono ammesse esclusivamente sponsorizzazioni finanziarie.

3. I soggetti interessati possono sponsorizzare eventi o attività culturali promosse e realizzate dal Comune. E' consentito agli stessi avanzare proposte di eventi culturali da realizzare in collaborazione con l'amministrazione comunale.

4. Qualora la proposta culturale avanzata dal soggetto interessato sia accolta, eventuali altri sponsor sono comunque individuati mediante avviso pubblico, secondo le procedure definite al capo I.

#### **Art. 18**

##### **Durata dei contratti per attività culturali**

1. Il contratto per le attività di cui al presente capo ha durata pari a quella dell'evento o dell'attività culturale di riferimento comunque non superiore a tre anni.

#### **Art. 19**

##### **Impegni dello sponsor per le attività culturali**

1. Lo sponsor si impegna a fornire al Comune materiale idoneo all'uso per il quale proposto, in perfetto stato di conservazione e conforme alle normative in materia di sicurezza ed agli elementi del capitolato.

2. Nei casi in cui il contratto preveda la collaborazione dello sponsor con il Comune per la realizzazione di attività o eventi culturali, le prestazioni sono svolte secondo le indicazioni del responsabile del settore incaricato, al fine di rispettare la tempistica e le esigenze organizzative dell'attività. Sono a carico dello sponsor eventuali responsabilità derivanti da danni a persone o cose imputabili all'attività svolta nonché per vizi o mal funzionamento di beni forniti o messi a disposizione.

#### **Art. 20**

##### **Vantaggi per lo sponsor nella realizzazione di attività culturali**

1. oltre a quanto previsto dall'art. 6, per le attività di cui al presente capo, l'Amministrazione comunale consente la collocazione di impianti informativo pubblicitari negli spazi dove si svolge l'evento o l'attività culturale oggetto di sponsorizzazione. Gli impianti sono definiti secondo le indicazioni e specifiche tecniche riportate nell'avviso pubblico, in numero commisurato alla dimensione dell'area ed al valore della sponsorizzazione.

### **CAPO IV**

#### **Norme finali e transitorie**

#### **Art. 21**

##### **Trattamento dei dati personali**

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste.

2. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti ai sensi del D.Lgs 196/2003 e successive modifiche ed integrazioni.

3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune, in persona del Responsabile competente alla gestione del contratto di sponsorizzazione, che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge citata ed alla disciplina interna prevista in materia di trattamento dei dati personali.

4. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici tenuti alla applicazione del presente regolamento.

5. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento, fornendo apposita informativa ai diretti interessati, i quali dovranno sottoscrivere espressa accettazione.

#### **Art. 22**

##### **Verifiche e controlli**

1. Le “sponsorizzazioni” sono soggette alle verifiche da parte del Responsabile comunale competente per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti.
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. 23**

#### **Riserva organizzativa e agenzie specializzate**

1. La gestione delle sponsorizzazioni è di norma effettuata direttamente dall'Amministrazione comunale secondo la disciplina del presente regolamento.
2. E' facoltà dell'Amministrazione comunale prevedere forme di coordinamento organizzativo che assicurino uniformità gestionale delle procedure di sponsorizzazione.
3. È facoltà dell'Amministrazione comunale formulare indirizzi per l'individuazione di soggetti esterni specializzati nel campo pubblicitario o nella raccolta di fondi, qualora ritenga tale modalità più opportuna e conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale per il reperimento delle sponsorizzazioni.
4. In tale eventualità, il soggetto esterno è scelto nel rispetto della normativa vigente.

#### **Art.24**

#### **Norma di rinvio**

1. Per quanto non espressamente previsto nel presente regolamento, le procedure in materia di sponsorizzazioni si espletano nel rispetto delle disposizioni sul procedimento amministrativo di cui alla legge 7 agosto 1990, n. 241 e s.m.i. e delle disposizioni stabilite dal Codice Civile.
2. Restano ferme specifiche discipline di settore ed eventuali divieti di sponsorizzazione ivi contenuti.

#### **Art. 25**

#### **Entrata in vigore**

1. Il presente Regolamento entra in vigore a compimento delle procedure di pubblicazione previste dall'art. 89 del vigente Statuto Comunale da ultimo modificato con deliberazione C.C. n. 34 del 28/07/2016