

# REGOLAMENTO COMUNALE PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

(Approvato con delibera C.C. n.37 del 30.11.2016)  
IN VIGORE DAL 02.01.2017

## ***Sommario***

**Art. 1** – Oggetto e finalità

**Art. 2** – Definizioni

**Art. 3** – Destinatari dei contratti di sponsorizzazione

**Art. 4** – Natura, presupposti e condizioni

**Art. 5** – Individuazione, programmazione e gestione delle sponsorizzazioni

**Art. 6** – Diritto di rifiuto, esclusioni oggettive e soggettive

**Art. 7** – Corrispettivo delle sponsorizzazioni

**Art. 8** – Pagamento del corrispettivo in denaro della sponsorizzazione

**Art. 9** – Esclusiva generale e commerciale

**Art. 10** – Scelta dello sponsor

**Art. 11** – Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor

**Art. 12** – Affidamento diretto

**Art. 13** – Qualificazione dello sponsor

**Art. 14** – Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione

**Art. 15** – Sponsorizzazioni accessorie a contratti d'appalto

**Art.16** – Sponsorizzazione di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale

**Art. 17** – Affidamento del servizio di ricerca dello sponsor

**Art. 18** – Aspetti contabili e fiscali

**Art. 19** – Controlli

**Art. 20** – Incentivazione della produttività

**Art. 21** – Trattamento dei dati personali

**Art. 22** – Rinvio

**Art. 23** – Entrata in vigore

## **Art. 1 – Oggetto e finalità**

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione di iniziative organizzate e gestite dal Comune di Peschiera Borromeo, in attuazione delle disposizioni dell'art. 43 Legge 449/1997, dell'art. 119 D. Lgs. 267/2000, dell'art. 120 D. Lgs. 42/2004, dell'art. 19 D. Lgs. 50/2016, e con riferimento all'art. 1, comma 1-bis, Legge 241/1990.
2. 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, migliorare la qualità dei servizi prestati all'utenza, nel perseguimento del pubblico interesse e nel rispetto dei requisiti di legittimità, ai sensi della normativa vigente.
3. Il comune di Peschiera Borromeo intende dotarsi di contratti di sponsorizzazione:
  - a) per realizzare maggiori economie di spesa;
  - b) per migliorare la qualità dei servizi istituzionali;
  - c) per incentivare e promuovere innovazioni nell'organizzazione tecnica e amministrativa;
  - d) per ulteriori finalità da definire.

## **Art. 2 – Definizioni**

1. Ai fini del presente Regolamento si intende:
  - a) per “*contratto di sponsorizzazione*”: un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale il Comune, nell'ambito delle proprie iniziative, offre ad un terzo (*sponsor*) la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale e la propria “immagine” in appositi spazi pubblicitari, secondo le modalità ed i tempi pattuiti;
  - b) per “*sponsorizzatore*” o “*sponsor*”: il soggetto che, privato o pubblico, intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune, al fine di incrementare la notorietà dei propri segni distintivi;
  - c) per “*sponsorizzato*” o “*sponsee*”: il soggetto che, dietro corrispettivo, assume l'obbligo di associare alle proprie attività, iniziative, eventi e progetti il nome ed il segno distintivo dello *sponsor*;
  - d) per “*sponsorizzazione di puro finanziamento*” la sponsorizzazione in cui lo sponsor si impegna esclusivamente al riconoscimento di un contributo;
  - e) per sponsorizzazione tecnica: la sponsorizzazione in cui lo sponsor si impegna a svolgere determinate attività, consistenti nella fornitura di beni, nell'erogazione di servizi o nell'esecuzione di lavori in favore dello *sponsee*;

- f) per “*spazio pubblicitario*”: lo spazio fisico o digitale o qualsiasi altro supporto atto alla veicolazione di informazioni, messo a disposizione dal Comune per la pubblicità dello *sponsor*.
2. 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.
  3. Dal contratto di sponsorizzazione deve conseguire un quantificato corrispettivo in denaro ovvero uno stimato risparmio di spesa nella realizzazione di un’iniziativa di pubblico interesse.

### **Art. 3 – Destinatari dei contratti di sponsorizzazione**

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con:
  - a) persona fisica in possesso dei requisiti di legge previsti per contrattare con la Pubblica Amministrazione;
  - b) persone giuridiche quali: società di persone e capitali, imprese individuali, cooperative (ex art. 2511 c.c.), etc.;
  - c) associazioni senza fini di lucro costituite con atto notarile, le cui finalità non siano in contrasto con i fini istituzionali del Comune.

### **Art. 4 – Natura, presupposti e condizioni**

1. Il ricorso al contratto di sponsorizzazione è ammesso ove sussistano le seguenti condizioni:
  - a) il perseguimento di pubblico interesse;
  - b) l’esclusione di forme di conflitto di interesse tra attività pubblica e privata;
  - c) il conseguimento dei vantaggi quali il corrispettivo in denaro o il risparmio di spesa;
  - d) il rispetto delle prescrizioni di legge o di regolamenti.
2. Non sono oggetto di sponsorizzazione:
  - a) i servizi pubblici essenziali;
  - b) i servizi espletati a garanzia dei diritti fondamentali dei cittadini;
  - c) i servizi inerenti il rilascio di certificazioni ed atti riferiti a persone (fisiche e giuridiche);
  - d) la propaganda di natura politica, sindacale o religiosa;
  - e) la pubblicità diretta alla produzione e/o diffusione di tabacchi, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, medicinali o cure mediche;

- f) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, discriminazione, odio o minaccia.

#### **Art. 5 – Individuazione, programmazione e gestione delle sponsorizzazioni**

1. Le iniziative di sponsorizzazione da offrire ai potenziali *sponsor* sono, di norma, individuate e programmate dalla Giunta Comunale nell'ambito del Piano Esecutivo di Gestione. Nel corso dell'anno la Giunta può altresì formulare indirizzi specifici per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione.
2. Possono essere individuate spese ed attività, la cui realizzazione è vincolata alla conclusione di contratti di sponsorizzazione.
3. Il ricorso alle sponsorizzazioni può comunque riguardare tutti i beni ed i servizi a carico del bilancio comunale.
4. I Responsabili dei diversi Settori comunali, nell'ambito della propria competenza, predispongono i progetti operativi delle iniziative di sponsorizzazione e adottano gli atti di gestione necessari al raggiungimento degli obiettivi amministrativi.
5. A titolo esemplificativo, i progetti di sponsorizzazione possono essere classificati secondo due tipologie generali:
  - a) progetti di sponsorizzazione il cui veicolo è rappresentato dallo svolgimento di attività dell'Ente:
    - sponsorizzazione di eventi sportivi, culturali, formativi, sociali, turistici, etc.;
    - cura di aree verdi affidate a terzi (il marchio del terzo è esposto presso l'area verde curata dall'Ente a spese del terzo o curata direttamente da quest'ultimo);
    - servizi di manutenzione e altri servizi erogati dallo *sponsor* come corrispettivo (illuminazioni natalizie, pulizia giardini, pulizia scuole o impianti sportivi, e simili);
    - fornitura di beni (panchine, cestini gettacarta, fioriere, rastrelliere porta bicicletta, e altro);
    - fornitura di *infopoint* e altri strumenti digitali diretti a dare informazioni al cittadino sui servizi erogati dall'Ente;
    - sponsorizzazione di opere pubbliche, progettazioni, lavori, direzione lavori, nel rispetto di quanto previsto dal D. Lgs. 50/2016;
    - altre iniziative similari a quelle evidenziate nei punti precedenti;
  - b) progetti di sponsorizzazione il cui veicolo è rappresentato da spazi e immagini riconducibili all'Ente:

- sponsorizzazioni sul sito internet dell'Ente (possibilità di inserire sul sito appositi spazi pubblicitari per le imprese, riservandosi la clausola di gradimento);
  - concessione del marchio dell'Ente come strumento promozionale (si intende il marchio commerciale di derivazione dello stesso stemma istituzionale, che può essere concesso ad imprese per l'apposizione dello stesso sui propri prodotti o sulle insegne, in abbinamento ai loghi aziendali);
  - utilizzo, a fini pubblicitari, di spazi all'interno dell'Ente (bacheche, ascensori, sale riunioni ritenute idonee, palestre, piscine, impianti sportivi, etc.);
  - utilizzo, a fini pubblicitari, di spazi su documentazione cartacea dell'Ente (brochure, volantini, manifesti, note stampa, materiale di informazione turistica, avvisi di pagamento e fatture, etc.);
  - abbinamenti commerciali (abbinamento ad un'azienda di un teatro e simili, di un'isola pedonale, di una fontana, di una pensilina, etc.);
  - predisposizione di gadget (forniti e venduti dallo *sponsor*) con l'abbinamento all'Ente, al suo simbolo, etc.;
  - altri interventi similari a quelli riportati nei precedenti punti.
6. Sono ammesse sponsorizzazioni plurime di una singola iniziativa.

#### **Art. 6 – Diritto di rifiuto, esclusioni oggettive e soggettive**

1. Il Comune rifiuta qualsiasi proposta di sponsorizzazione e recede dal contratto, eventualmente sottoscritto, 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 o alle proprie iniziative;
  - c) reputi la sponsorizzazione inaccettabile per motivi di pubblico interesse e/o di inopportunità generale.
2. Sono escluse, in ogni caso, le sponsorizzazioni di cui all' art. 4, comma 2.
3. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione i soggetti che:
  - a) non sono in possesso dei requisiti di ordine generale previsti dall'art. 80 D. Lgs. 50/2016;
  - b) si trovano in condizioni di incapacità a contrattare con la Pubblica Amministrazione;
  - c) hanno in atto controversie di natura stragiudiziale o giudiziale con l'Amministrazione Comunale.

### **Art. 7 – Corrispettivo delle sponsorizzazioni**

1. I contratti di sponsorizzazione possono prevedere a titolo di corrispettivo dovuto dallo *sponsor*:
  - a) un contributo in denaro;
  - b) la fornitura di materiale o beni/attrezzature, servizi o lavori, acquisiti o realizzati a cura dello sponsor;
  - c) la fornitura di una prestazione di servizio;
  - d) la realizzazione integrale o parziale di un'opera o di un intervento previsti nel bilancio dell'Ente.
2. 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*, comprensivo di oneri fiscali.

### **Art. 8 – Pagamento del corrispettivo in denaro della sponsorizzazione**

1. Ove il corrispettivo della sponsorizzazione sia costituito da una somma di denaro, il pagamento avviene, di norma, 15 giorni prima della realizzazione dell'iniziativa correlata.
2. Se richiesto dal Comune, lo *sponsor* deve prestare apposita garanzia fideiussoria per il pagamento del corrispettivo, costituita mediante idonea fideiussione bancaria o polizza assicurativa.
3. Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà, *ipso iure*, causa di decadenza del contratto, fatto salvo il diritto di rivalsa da parte dell'Amministrazione sulle somme costituite a titolo di garanzia.

### **Art. 9 – Esclusiva generale e commerciale**

1. Il Comune può definire contratti di sponsorizzazione in esclusiva generale o commerciale, ove lo ritenga opportuno, per reperire maggiori risorse o per conseguire sponsorizzazioni di miglior profilo qualitativo.
2. Le ipotesi di esclusiva sono le seguenti:
  - a) esclusiva generale: comportante la conclusione del contratto di sponsorizzazione con un soggetto in veste di *sponsor* unico del Comune per un determinato periodo;
  - b) esclusiva commerciale: conclusione di più contratti di sponsorizzazione con diversi *sponsor*, ciascuno individuato come controparte unica per una specifica iniziativa, evento, progetto, categoria merceologica o attività.

3. Ove il Comune intenda concludere contratti di sponsorizzazione in esclusiva generale o commerciale, evidenzia la sussistenza di dette clausole in tutti gli atti preliminari alla conclusione dei contratti. Le clausole di esclusiva devono essere espressamente previste.

#### **Art. 10 – Scelta dello *sponsor***

1. L'affidamento dei contratti di sponsorizzazione avviene nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza, proporzionalità e pubblicità.
2. La scelta dello *sponsor* è effettuata mediante procedura selettiva concorrenziale, con pubblicazione di apposito avviso.
3. L'avviso è pubblicato all'Albo Pretorio, sul sito internet del Comune e con altre eventuali modalità, ritenute di volta in volta le più adeguate per una maggiore conoscenza e partecipazione, in relazione alla specifica procedura, al corrispettivo atteso ed ai potenziali partecipanti.
4. L'avviso può anche essere cumulativo, ovvero prevedere progetti, iniziative e interventi da sponsorizzare di competenza di uno stesso Settore e programmati per l'anno cui l'avviso si riferisce. L'avviso può essere preceduto da indagine di mercato informale.
5. L'avviso deve indicare almeno:
  - l'oggetto della sponsorizzazione;
  - i requisiti di partecipazione alla procedura selettiva;
  - le modalità ed il termine per la presentazione delle offerte, che non può essere inferiore a 15 (quindici) giorni;
  - l'eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale;
  - i criteri di valutazione delle offerte;
  - l'eventuale importo minimo richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
  - l'eventuale diritto di prelazione;
  - l'ufficio procedente ed il responsabile del procedimento.
6. Scaduto il termine fissato nell'avviso, si procede alla valutazione delle offerte pervenute nel rispetto dei criteri stabiliti nell'avviso medesimo.
7. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve contenere:
  - le dichiarazioni richieste dall'avviso;
  - l'accettazione incondizionata di quanto previsto nell'avviso e nel presente Regolamento;



- l'impegno ad assumere tutte le responsabilità ed a farsi carico degli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario, alle relative autorizzazioni, al pagamento di eventuali tributi o canoni.

8. In ogni caso non si potranno cedere ad alcun titolo a soggetti terzi i diritti riconosciuti dal Comune allo Sponsor.

#### **Art. 11 – Recepimento di proposte spontanee di potenziali *sponsor***

1. Nel caso in cui, da parte di un potenziale *sponsor*, pervenga al Comune una proposta spontanea di sponsorizzazione, il Responsabile dell'ufficio competente per l'ambito/materia a cui la sponsorizzazione si riferisce, valuta la rispondenza alle prescrizioni del presente Regolamento e, deliberata l'opportunità della proposta da parte della Giunta, predispone apposito avviso, da pubblicare con le modalità previste dal presente Regolamento, che prevede come importo minimo a base di selezione, quello offerto dal soggetto promotore, nonché il diritto di prelazione a favore dell'originario promotore. Alla pubblicazione dell'avviso segue l'espletamento della selezione.
2. Terminata 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 dal Comune. In questo caso il promotore originario è dichiarato aggiudicatario.

#### **Art. 12 – Affidamento diretto**

1. Si può procedere all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazione nei seguenti alternativi casi:
  - a) in caso sia stata esperita infruttuosamente la procedura selettiva di cui all'art. 10;
  - b) in casi eccezionali, adeguatamente motivati, in cui la particolare natura e caratteristiche dell'evento o iniziativa oggetto di sponsorizzazione limitino la trattativa ad un unico determinato soggetto;
  - c) nel caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore ad € 5.000,00 (IVA esclusa), salvo diverse disposizioni regolamentari interne.
2. In ogni caso, l'affidamento diretto avviene previa valutazione di congruità da parte del Responsabile del procedimento precedente.

### **Art. 13 – Qualificazione dello *sponsor***

1. Qualora i lavori, i servizi e le forniture siano acquisiti o realizzati a cura dello *sponsor*, lo stesso, oltre a quanto previsto dal presente Regolamento, deve essere in possesso dei requisiti di qualificazione per gli esecutori dei contratti pubblici.
2. Per i lavori pubblici le imprese esecutrici, quali *sponsor* o individuate preventivamente dallo *sponsor* in sede di offerta, devono possedere i requisiti di qualificazione previsti dalla normativa vigente al momento dell'affidamento.

### **Art. 14 – Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione**

1. La gestione della sponsorizzazione si intende regolata dalle parti con la sottoscrizione dell'accettazione del presente Regolamento, che costituisce parte integrante del contratto, da redigersi in forma scritta e contenente:
  - a) oggetto e finalità del contratto;
  - b) obblighi assunti rispettivamente dal Comune e dallo *sponsor*, nonché le relative sanzioni in caso di eventuale inadempimento;
  - c) modalità di svolgimento della sponsorizzazione, garanzie richieste e responsabilità ad esse connesse;
  - d) diritto dello *sponsor* all'utilizzo degli spazi e degli altri strumenti di veicolazione concessi dal Comune, nonché le modalità e i limiti di esercizio dello stesso;
  - e) valore del corrispettivo della sponsorizzazione;
  - f) durata del contratto, nonché l'eventuale possibilità di proroga o rinnovo dello stesso;
  - g) eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale;
  - h) controlli sull'attività dello *sponsor*;
  - i) facoltà di recesso e modalità di risoluzione del contratto;
  - j) competenza del foro di Milano in caso di controversie;
  - k) disciplina delle spese contrattuali;
  - l) ogni altra clausola e obbligo preventivamente statuiti.
2. Nel contratto deve essere prevista la facoltà del Comune di recedere prima della scadenza, previa tempestiva e formale comunicazione allo *sponsor*; 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. 15 – 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. 16 – Sponsorizzazione di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale**

1. Ai contratti di sponsorizzazione aventi ad oggetto interventi di restauro e manutenzione di beni immobili, mobili e delle superfici decorate di beni architettonici sottoposti a tutela, ai sensi del D. Lgs. 42/2004, si applicano, oltre alle norme previste nel presente Regolamento, le disposizioni in materia di requisiti di qualificazione dei progettisti e degli esecutori del contratto nel caso in cui la realizzazione dell'intervento sia a cura dello *sponsor*.
2. Nel caso in cui l'individuazione dell'esecutore dei lavori sia rimessa allo *sponsor*, il soggetto indicato dovrà essere un soggetto qualificato relativamente alla tipologia di intervento.
3. Qualora le imprese esecutrici rivestano la qualità di *sponsor* del Comune, attraverso la realizzazione diretta di interventi di restauro e manutenzione, non potranno in nessun caso cedere ad altri soggetti il diritto di utilizzare lo spazio pubblicitario oggetto del contratto.
4. L'ufficio competente impartisce le prescrizioni opportune in ordine alla progettazione, alla direzione ed all'esecuzione dei lavori, ed esercita i poteri di alta sorveglianza procedurale al fine di garantire il rispetto della normativa di settore.
5. I contratti di sponsorizzazione, inerenti 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 e il decoro del bene.

### **Art. 17 – Affidamento del servizio di ricerca dello *sponsor***

1. Il Comune, 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 per gli appalti di servizi previste dal D.Lgs. 50/2016 e dai regolamenti comunali in materia di contratti.

## **Art. 18 – Aspetti contabili e fiscali**

1. I corrispettivi dei contratti di sponsorizzazione sono previsti in bilancio e nel P.E.G. ad inizio anno, o durante l'anno con variazione nel rispetto dell'ordinamento finanziario e contabile. I corrispettivi costituiti da proventi di entrata sono contabilizzati tra le entrate; i corrispettivi costituiti da risparmi di spesa sono 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. Le singole fattispecie di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale sulle imposte dirette, sulle imposte indirette e sui tributi locali, alla cui applicazione il Regolamento rinvia.
3. Il contratto di sponsorizzazione non esonera lo *sponsor* dall'obbligo di pagamento degli eventuali tributi e/o canoni inerenti le fattispecie poste in essere, né è sostitutivo di tale obbligo.
4. La sponsorizzazione, oggetto del Regolamento, si configura come operazione permutativa, e trova, quindi, applicazione la disciplina dell'IVA secondo quanto previsto dal D.P.R. 26 ottobre 1972 n. 633 e successive modificazioni ed integrazioni, nonché nei regolamenti, circolari e pareri espressi dall'Agenzia delle entrate in materia. La disciplina dell'IVA si applica anche nel caso di fornitura di beni e servizi. In questo caso la fattura che il Comune emette deve essere rapportata al valore commerciale o ai prezzi di mercato degli stessi beni e/o servizi. Sia il Comune che lo *sponsor* devono emettere fattura, indicando l'importo di intervento o della prestazione o della fornitura, ed assolvere tutti gli adempimenti previsti dalla normativa sull'IVA.

## **Art. 19 – Controlli**

1. L'ufficio precedente impartisce le prescrizioni opportune in ordine all'esecuzione del contratto di sponsorizzazione e vigila sul suo adempimento.
2. I contratti di sponsorizzazione sono 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.
3. Le difformità riscontrate in sede di verifica devono essere notificate allo *sponsor* entro 30 giorni per gli adempimenti fiscali.

#### **Art. 20 – Incentivazione della produttività**

1. Ai sensi dell'art. 43, comma 4, della Legge 27 dicembre 1997, n. 449, al fine di incentivare la produttività ed il miglioramento organizzativo dell'Ente, nel rispetto dei contratti collettivi nazionali di lavoro vigenti, una quota percentuale delle maggiori entrate finanziarie derivanti da sponsorizzazioni saranno destinate all'implementazione del fondo (parte variabile) per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15, comma 1, lettera d) del CCNL di comparto 1/04/1999, come modificato dall'art. 4, comma 4, del CCNL 5/10/2001, espressamente richiamato dall'art. 31 del CCNL 22/01/2004, salvo il rispetto del limite di cui all'art. 9, comma 2 bis, del D.L. 31 maggio 2010, n. 78, convertito in Legge 30 luglio 2012, n. 122 nel rispetto dell'art. 1, comma 236, della Legge n. 208/2015 (Legge di stabilità 2016) e successive disposizioni normative in materia nel tempo vigenti.
2. La quota percentuale di cui al comma precedente andrà ad incrementare il fondo (parte variabile) per il trattamento economico accessorio del personale dipendente e sarà ripartita ai soggetti secondo i regolamenti e la normativa vigente.

#### **Art. 21 – Trattamento dati personali**

3. I dati personali raccolti saranno trattati esclusivamente per le finalità previste.
4. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Peschiera Borromeo, in persona del suo Sindaco pro-tempore, il quale può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità con la legge.
5. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti dagli addetti agli uffici comunali, tenuti all'applicazione del Regolamento. Essi possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del Regolamento.

#### **Art. 22 – Rinvio**

1. Per ogni aspetto che non trovi esplicita disciplina nel presente Regolamento si fa rinvio alle norme di legge ed ai regolamenti comunali applicabili.

#### **Art. 23 – Entrata in vigore**

1. Il presente Regolamento entra in vigore dal momento della pubblicazione all'Albo Pretorio della delibera di Consiglio Comunale di approvazione.