

ALLEGATO "A" ALLA DELIBERA DI C. C. N. 79/09 =

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Art. 1 – Oggetto del Regolamento

Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in conformità delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997, dell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000.

Le norme del presente Regolamento comunale costituiscono la disciplina generale per la stipula di contratti di sponsorizzazione afferenti allo svolgimento di attività e di iniziative di interesse del Comune di Leonforte.

Preso atto della sostanziale atipicità e novità delle iniziative di "sponsorizzazione" delle specifiche disposizioni legislative inerenti le attività contrattuali degli Enti Pubblici e della mancanza di uno specifico quadro normativo di riferimento, il criterio di stesura, lettura e interpretazione delle disposizioni che seguono, fa proprio l'istituto della libertà contrattuale sancito dall'art. 1322/1 del Codice Civile, nell'imprescindibile rispetto delle leggi che, per analogia e specificità dei campi di applicazione, vengono richiamate e adottate.

Art. 2 – Finalità del Regolamento

Il comune di Leonforte intende avvalersi di contratti di "sponsorizzazione", essenzialmente:

- a) per realizzare maggiori economie di spesa, anche nel rispetto del patto di stabilità interno di cui all'art. 28 della legge 23 dicembre 1998, n. 448, e successive modificazioni e integrazioni;
- b) per migliorare la qualità dei servizi istituzionali prestati;
- c) per incentivare e promuovere una più spiccata innovazione nell'organizzazione tecnica e amministrativa dell'Ente;
- d) altre finalità da definire, anche a scopo sociale e umanitario, che facciano propri i citati punti a), b), c).

Art. 3 – Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi sia con soggetti privati, singoli cittadini e/o figure giuridiche riconosciute dalla legge, sia con associazioni senza fini di lucro, per realizzare ovvero beneficiare, a titolo gratuito, di interventi, servizi, prestazioni, beni o attività di nuova realizzazione inseriti, oppure da inserire, nei programmi di spesa ordinari, 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, rispetto alla previsione di

spesa, in relazione al totale o parziale raggiungimento del previsto risultato da parte dello sponsor e/o dello "sponsee", senza oneri per l'Ente, ovvero con oneri ridotti.

Art. 4 – Definizioni

Ai fini del presente Regolamento si intende:

- a) per "contratto di sponsorizzazione": un contratto mediante il quale il Comune (sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a fornire a titolo gratuito una predeterminata prestazione, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale e la propria "immagine", in appositi e predefiniti spazi pubblicitari secondo le modalità ed i tempi pattuiti;
- b) per "sponsorizzazione": ogni contributo in beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale e la propria "immagine";
- c) per "sponsor": ai sensi dell'art. 119 del T.U. approvato con D.Lgs. 18.8.2000, n. 267, il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;
- d) per "sponsee": il soggetto, che assume dietro corrispettivo (nelle forme meglio specificate di seguito), l'obbligo di associare alle proprie attività il nome o il segno distintivo dello sponsor; nel caso, il Comune di Leonforte;
- e) per "spazio pubblicitario": lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor;
- f) per "veicolo pubblicitario": l'opera o la prestazione attraverso l'esecuzione della quale lo "sponsor" produce il beneficio conseguente alla sponsorizzazione; esso non necessariamente include la individuazione di uno "spazio pubblicitario".

Art. 5 – Contenuto del contratto di sponsorizzazione e diritti di tutela dell'immagine dell'Amministrazione

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 del Comune di Leonforte, le modalità con cui questo Ente si obbliga a divulgare il nome o il marchio del soggetto sponsorizzante nelle varie estrinsecazioni della propria attività, promuovendone l'immagine.

All'atto della presentazione della proposta presso il protocollo, il Comune di Leonforte acquisisce oltreché l'obbligo, anche il diritto alla divulgazione dell'iniziativa e il diritto alla tutela dell'immagine dell'Amministrazione, condizionata dall'effettiva e conclusiva realizzazione dell'iniziativa di sponsorizzazione; a tal fine è fatto obbligo allo "sponsor" di stipulare una polizza fidejussoria che compensi la mancata realizzazione dell'iniziativa di sponsorizzazione e l'indebito godimento dell'attività pubblicitaria svolta dallo "sponsee" secondo i criteri meglio determinati all'Art.20.

Art.6 – Regola generale per l'utilizzo del nome e del marchio dello sponsor e del simbolo dello sponsee, nonché per la definizione della forma contrattuale

I contratti di sponsorizzazione stipulati dal Comune devono includere obbligatoriamente le clausole inerenti le garanzie e le forme di tutela dei marchi (dello sponsor e dello sponsee) con specificazione dell'utilizzo dei loghi e dei segni distintivi dello sponsor. Le modalità di associazione del nome e del marchio o simbolo del soggetto "sponsorizzante o "sponsee" ovvero di quello "sponsor" devono presentare caratteri consoni e compatibili alla natura istituzionale ed all'immagine di pubblica autorità neutrale proprie del Comune di Leonforte.

L'utilizzazione dello strumento della sponsorizzazione avviene sempre attraverso la stipula di apposito contratto da redigersi in forma scritta.

L'Amministrazione comunale può definire di volta in volta, in relazione ai contratti di sponsorizzazione, specifiche clausole relative ai propri segni distintivi qualificando, con appositi atti, lo stemma ufficiale come segno distintivo con tutela pari al marchio.

Art. 7 – Ambito di applicazione del contratto di sponsorizzazione

Il Comune può autorizzare forme "sponsorizzazione" in relazione:

- a) ad attività culturali di differente tipologia;
- b) ad attività sportive;
- c) ad attività di promozione turistica;
- d) ad attività di valorizzazione del patrimonio comunale;
- e) ad attività di restauro e di recupero conservativo di beni artistici, culturali ed ambientali;
- f) ad esecuzione di scavi archeologici;
- g) ad attività di miglioramento dell'assetto urbano;
- h) ad attività inerenti il servizio di Verde Pubblico e di Arredo Urbano;
- i) ad attività inerenti la Protezione Civile ed i Lavori Pubblici;
- j) ad ogni altra attività di rilevante interesse pubblico (residualmente).

Art.8 – Vincoli di carattere generale

Tutte le iniziative (veicoli pubblicitari) supportate dalle forme, in senso lato, di sponsorship di cui al precedente art. 7, devono essere necessariamente dirette al perseguimento di interessi pubblici con i seguenti vincoli etici:

- a) devono escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
 - b) devono essere consone e compatibili con l'immagine del Comune di Leonforte;
 - c) devono produrre risparmi di spesa;
 - d) le prestazioni lavorative, ovvero le forniture di beni o servizi, oggetto della sponsorizzazione, dovranno essere eseguite da soggetti qualificati nelle rispettive competenze, secondo i vincoli normativi dei rispettivi ambiti di applicazione (commercio, lavori pubblici, servizi, ecc.), nel rispetto delle finalità di cui all'art. 2.
- Sono in ogni caso categoricamente escluse le sponsorizzazioni riguardanti:
- a) propaganda di natura politica, sindacale o religiosa;

- b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione dei tabacchi, prodotti alcolici, alimentari tendenti a fenomeni di bulimia ed anoressia, materiale pornografico, ed ogni altra forma di pubblicità ritenuta diseducativa.
- c) messaggi offensivi incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

Art.9 – Il Comune di Leonforte come sponsee

La Giunta Comunale, nel rispetto del presente regolamento ricorre al finanziamento tramite sponsorizzazioni, in via generale con l'approvazione del PEG (Piano Esecutivo di Gestione), previa approvazione del bilancio di previsione e le sue successive variazioni.

I benefici conseguiti andranno rendicontati nel conto consuntivo.

Tutte le conseguenti fasi attuative e gestionali inerenti alle iniziative di cui ai due commi che precedono sono demandate alla esclusiva competenza del dirigente preposto al servizio interessato (o maggiormente interessato), che vi provvede sotto la sua personale responsabilità attraverso appositi atti di determina, in stretta collaborazione con il dirigente del servizio finanziario che integra ed aggiorna all'uopo il PEG comunale.

Art.10 – La figura dello sponsor

Possono assumere la veste di "sponsor" i seguenti soggetti:

- a) qualsiasi persona fisica, purché in possesso dei requisiti di legge per contrattare ordinariamente 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 cod. civ.), le mutue di assicurazioni e i consorzi imprenditoriali (ex art.2602 cod. civ.);
- c) le Associazioni senza fini di lucro, generalmente costituite con atto notarile, le cui finalità statuarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali di questo Comune;

Art.11 – Funzione della sponsorizzazione

La sponsorizzazione rappresenta strumento tramite il quale il Comune acquisisce da soggetti terzi risorse finanziarie e/o strumentali (beni, forniture e servizi) finalizzati alla:

- a) realizzazione di opere e di lavori pubblici, concernenti i beni mobili e immobili, la cui esecuzione rimane in obbligo del Comune;
- b) interventi sugli elementi architettonici e sulle superfici decorate di beni del patrimonio culturale, sottoposti alle disposizioni di tutela di cui al D.Lgs. 490/99 e del D.Lgs. 42/2004;
- c) esecuzione di scavi e sondaggi archeologici;
- d) programmazione, progettazione ed esecuzione di iniziative culturali e di OO.PP.;
- e) concretizzazione di attività progettuali, o più genericamente, di iniziative da realizzarsi da parte di questo Comune;
- f) realizzazione di iniziative riconducibili ai fini propri di questo Comune.

Nell'ottica del conseguimento di un pubblico beneficio nonché di economie di bilancio e gestione, le sponsorizzazioni potranno anche consistere nella esecuzione di opere e

lavori pubblici espletati direttamente da altro soggetto (se dotato dei requisiti di legge) investito di tale onere dal soggetto sponsorizzante, solo ed esclusivamente nel caso in cui lo sponsor finanzia il 100% del costo dell'opera

In questa evenienza l'Amministrazione può ritenere opportuno di individuare il contraente per il tramite di procedure concorrenziali di evidenza pubblica, secondo quanto più dettagliatamente specificato nel successivo Art.14 del presente regolamento

È comunque obbligatorio rendere pubblica l'imminenza della stipula del contratto di sponsorizzazione integrando le istituzionali pubblicazioni degli atti amministrativi presso l'albo pretorio del Municipio, anche attraverso la pubblicazione degli stessi sul sito internet del Comune.

Art.12 – Iniziativa spontanea o per azione di terzi

La sponsorizzazione può avere origine per:

- a) iniziativa spontanea dell' Amministrazione Comunale;**
- b) iniziativa di uno qualsiasi dei soggetti indicati nel precedente art. 8 di questo Regolamento.**

Qualora l'iniziativa si correli alla proposta di soggetti terzi, essa – ferme restando le modalità di scelta del contraente di cui al Titolo II che segue – deve essere riconosciuta e valutata come utile agli interessi e confacente agli scopi istituzionali di questo Ente con riferimento alle sue componenti economiche, qualitative ed organizzative.

Per tipologie di opere inserite nei prezziari ufficiali e speciali della Regione Sicilia in materia di lavori pubblici, su beni ed immobili comunali, compreso strade, infrastrutture e opere di urbanizzazione, l'utilità è attestata dal consiglio comunale e la congruità dal Dirigente del servizio competente in relazione alla sussistenza dell'obbligo di manutenzione del bene stesso.

In virtù di quanto sancito dall'art. 2 del DPR 22 gennaio 2004, n. 30, relativo agli "interventi realizzati mediante sponsorizzazione" per quanto attiene la realizzazione dei lavori di cui all'Art. 1 del presente Regolamento, "non trovano applicazione le disposizioni nazionali e regionali in materia di appalti di lavori pubblici ad eccezione di quelle sulla qualificazione dei progettisti e dei soggetti esecutori".

Vista la determinazione della Autorità per la Vigilanza sui Lavori Pubblici, sono altresì inserite quali "sponsorizzazioni", allo stesso titolo:

- a) la progettazione;**
- b) l'esecuzione;**
- c) la direzione dei lavori;**
- d) il collaudo;**
- e) le certificazioni**

Art.13 – Sponsorizzazioni plurime

Sono sempre ammesse le sponsorizzazioni plurime di una singola manifestazione o iniziativa.

II – MODALITÀ DI SCELTA DEL CONTRAENTE

Art.14 – Regole generali e comuni

La scelta del contraente avviene, di norma, con procedure ad evidenza pubblica tese a garantire la parità di trattamento tra i soggetti potenzialmente interessati alle iniziative oggetto di sponsorizzazione, ma anche e soprattutto, la versatilità e agilità dell'istituto nell'evidente e irrinunciabile beneficio per l'Ente.

E' ammessa la procedura negoziata, previa adeguata motivazione ed autorizzazione della Giunta, con specifico riferimento:

- a) alle ipotesi in cui si tratti di forniture di beni e servizi che un solo soggetto sia in grado di offrire con quelle specifiche caratteristiche, previa certificazione da parte del Dirigente del Settore interessato;
- b) ad ogni altra situazione in cui ricorrano speciali ed eccezionali circostanze per le quali non appaia né utile né congruo il ricorso alle procedure degli incanti e delle licitazioni e facendo riferimento alle pertinenti norme, previa certificazione da parte del Dirigente del Settore interessato;
- c) alle ipotesi di modico valore economico della sponsorizzazione, da indicarsi entro il limite di:

- 10.000,00 EURO per iniziative non attinenti l'esecuzione di opere pubbliche;
- 20.000,00 EURO per opere classificabili come tali;
- 30.000,00 EURO per opere di restauro di beni architettonici e ambientali secondo i criteri già individuati nell'art. 24 della L.109/94 e s.m.i..

Per le iniziative che contemplino contemporaneamente diverse categorie di forniture (beni – servizi – oo.pp.) la somma cui fare riferimento per l'applicazione del presente regolamento è quella complessiva riferita alla singola iniziativa di sponsorizzazione; nel caso di sponsorizzazione plurima tale limite va riferito all'intervento dei singoli sponsor. Tutte le somme sono da intendersi escluse di I.V.A.

Ai sensi dell'Art.11 del presente regolamento è obbligo del Comune rendere pubblico il contratto di sponsorizzazione integrando le istituzionali pubblicazioni (min. per 30 giorni) degli atti amministrativi presso l'albo pretorio del Municipio con la diffusione dei medesimi sul sito web e, qualora l'importanza dell'iniziativa lo rendesse opportuno, attraverso forme di diffusione sugli strumenti di informazione nazionale e locale.

Anche qualora l'iniziativa della sponsorizzazione muova da privati o da soggetti terzi, il Comune garantisce adeguate forme di pubblicità e di concorrenza al fine di comparare l'offerta ricevuta con possibili ulteriori offerte migliorative.

A tal fine il contratto di sponsorizzazione si ritiene definitivamente approvato trascorsi 30 gg. dalla data di scadenza della pubblicazione degli atti presso l'albo pretorio.

Art.15 – Atto di mecenatismo

Le sponsorizzazioni offerte o proposte da privati o da enti e soggetti giuridici privi di finalità di lucro, specie ove il ritorno di natura pubblicitaria appaia del tutto tenue e prevalga l'aspetto di un sostanziale contratto a prestazioni economicamente unilaterali, con la prevalenza di profili c.d. di "mecenatismo" da parte dello sponsor, sono formalizzate come procedure di trattativa privata diretta, qualunque sia il valore della prestazione resa

Art.16 – La valutazione delle proposte

Tutti le offerte di rapporti di sponsorizzazione superiori agli importi di cui all'art.14 verranno valutate da una Commissione composta dal Presidente del Consiglio Comunale o suo delegato, dal Presidente della Commissione consiliare competente in materia, dal Sindaco o suo delegato, e dal Dirigente competente che funge da segretario.

Art.17- polizza fideiussoria

E' fatto obbligo al proponente l'iniziativa di sponsorizzazione (sponsor) la sottoscrizione di una polizza fidejussoria a beneficio del Comune per un importo pari al 10% degli oneri della sponsorizzazione, a tutela dell'immagine dell'Amministrazione (Sponsee).

Art.18 – Compiti specifici della dirigenza

Acquisito il parere della Giunta Comunale o della commissione di cui all'art. 16 sulle modalità di definizione del contraente e tutti i contenuti contrattuali, l'intera gestione della pratica e del rapporto, si radicano nelle esclusive competenze della dirigenza, ai sensi del vigente regolamento per il funzionamento degli uffici e dei servizi.

III – DISPOSIZIONI FINALI

Art.19 – Normativa di riferimento

Per quanto non esplicitamente previsto e/o specificamente stabilito negli articoli di questo Regolamento che precedono, si fa formale rinvio alle leggi e normative vigenti in materia di regolamento dei rapporti con la pubblica Amministrazione e specialmente:

- Codice Civile;**
- ai decreti RR DD. 18 novembre 1923, n. 2440, e 23 maggio 1924, n. 827, in materia di contabilità generale dello stato;**

- ai decreti legislativi 24 luglio 1992, n. 358 (così come modificato dal decreto legislativo 20 ottobre 1998, n.402) e 18 aprile 1994, n. 573, in materia di appalti di forniture;
- alla legge 11 febbraio 1994, n. 109, e successive modificazioni e integrazioni, nel testo recepito in Sicilia dalla L.R. n.7/2002 e s.m.i. in materia di lavori pubblici;
- al D. Lgs nr. 163/2006;
- alle normative recate dal codice civile e dalle altre leggi vigenti riguardanti la peculiare materia dei contratti e, più genericamente, delle obbligazioni;
- alla normativa contenuta nello Statuto e nei Regolamenti adottati dal Comune.

Art.20 – Aspetti fiscali

Il valore della fatturazione per la sponsorizzazione, qualora richiesta dallo sponsor, corrisponde all'importo della somma stanziata o da stanziare in bilancio per la specifica iniziativa; la fatturazione può coincidere con l'intero stanziamento o con una quota dello stesso, in relazione alla totale o parziale copertura, mediante sponsorizzazione dell'intervento.

Art.21 – Verifiche e controlli

Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del Dirigente di ogni servizio competente in materia, che ne assume la responsabilità, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per contenuti tecnici, qualitativi e quantitativi.

Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor (nei tempi utili agli adempimenti fiscali) e agli Organi comunali di controllo. La notifica e l'eventuale diffida producono ipso jure gli effetti previsti dal contratto di sponsorizzazione.

Art.22 – Riserva organizzativa

La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dal Comune secondo la disciplina del presente regolamento..

Art.23 – Entrata in vigore

Il presente Regolamento entra in vigore dalla data d'esecutività della deliberazione consiliare d'approvazione.

Copia del Regolamento esecutivo verrà consegnata a cura dell'ufficio di Segreteria dell'Ente a tutti i responsabili dei settori e al Collegio dei Revisori dei Conti e pubblicata nel sito comunale.

Art.24 – Criteri di pubblicità della proposta di sponsorizzazione

La scelta dello sponsor è effettuata secondo i criteri stabiliti nell'Art.14 del presente regolamento preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso.

All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, inserimento nel sito internet del Comune.

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

- a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico "capitolato ...(o progetto di sponsorizzazione)";
- b) l'esatta determinazione dell'offerta per lo "spazio" o dell'"iniziativa" di sponsorizzazione;
- c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.

L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica:

- a) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
- b) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato speciale di sponsorizzazione.

L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

1) per le persone fisiche:

- a) l'inesistenza delle condizioni a contrattare con la pubblica amministrazione, di cui agli artt. 120 e seguenti della legge 24.11.1981, n. 689, e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
- b) l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
- c) l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese);
- d) la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa

2) per le persone giuridiche: oltre alle autocertificazioni sopra elencate riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza, deve essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.

L'offerta deve, inoltre, contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.

Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Dirigente dell'Ufficio competente; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata la utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato.

Art.25 – Contratto di sponsorizzazione

La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione per accettazione da parte dello "sponsor" del presente regolamento che costituisce, congiuntamente alla deliberazione di Giunta Comunale o di Consiglio, parte integrante e sostanziale di uno specifico contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:

- a) il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario;
- b) la durata del contratto di sponsorizzazione;
- c) gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
- d) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze;
- e) ogni altra clausola e obbligo preventivamente statuiti in sede di contrattazione fra lo "sponsor" e lo "sponsee".

Art.26 – Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

Le somme previste nei capitoli interessati alla sponsorizzazione che risultano non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto, sono considerate risparmi di spesa, che costituiscono economia di bilancio

Art.27 – Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

L'amministrazione comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare o risolvere in danno, previo preavviso e diffida di 15 gg., qualsiasi beneficio di sponsorizzazione qualora ravvisi gli estremi documentati della violazione dell'art. 8

Art.28 – Trattamento dei dati personali

I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste; i singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dall'art. 13 del D.Lgs. 196/2003 e successive modificazioni.

Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Leonforte in persona del suo Sindaco pro-tempore che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge citata.

I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali tenuti alla applicazione del presente regolamento, essi possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento.