



COMUNE DI CELLE DI SAN VITO
Provincia di Foggia

**REGOLAMENTO PER LA
DISCIPLINA E LA GESTIONE
DEI CONTRATTI DI
SPONSORIZZAZIONE**

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 - Qualificazione dello sponsor e/o degli esecutori*
- ART. 13 - Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione*
- ART. 14 - Obblighi a carico del Comune*
- ART. 15 - Affidamento del servizio di ricerca dello sponsor*
- ART. 16 - Aspetti contabili e fiscali*
- ART. 17 - Controlli e verifiche*
- ART. 18 - Trattamento dati personali*
- ART. 19 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni*
- ART. 20 - Rinvio*
- ART. 21 - Entrata in vigore*

Art. 1 – Oggetto e finalità

1. Il presente Regolamento disciplina le procedure relative alla stipula dei contratti di sponsorizzazione, ai quali l'Amministrazione comunale può ricorrere, in attuazione delle disposizioni contenute:

- nell'art. 43 della Legge n. 449/1997;
- nell'art. 119 del D.Lgs. n. 267/2000;
- nell'art. 120 del D.Lgs. n. 42/2004;
- nell'art. 8 e, quanto ai contratti nell'ambito del settore dei beni culturali, nell'art. 134 del D.Lgs. n. 36/2023.

2. Il ricorso alle sponsorizzazioni, nel perseguimento dell'interesse pubblico, costituisce un'opportunità innovativa di finanziamento delle attività del Comune ed è finalizzato a promuovere e incentivare la collaborazione tra pubblico e privato e a favorire il miglioramento organizzativo realizzando:

- una valorizzazione delle competenze, delle professionalità, della disponibilità di persone, enti, associazioni e aziende attivi sul territorio
- una migliore qualità nei servizi/prestazioni erogati alla collettività;
- economie di spesa.

3. Le disposizioni del presente Regolamento sono finalizzate a definire una disciplina organica delle iniziative di sponsorizzazione allo scopo di assicurare il rispetto della normativa vigente e i principi di efficienza, trasparenza, buon andamento e imparzialità che regolano l'attività della Pubblica Amministrazione.

Art. 2 – Definizioni

1. Ai fini del presente Regolamento, si intende per:

- contratto di sponsorizzazione: un contratto a titolo oneroso e a prestazioni corrispettive mediante il quale il Comune (*sponsee*) offre, nell'ambito di proprie iniziative, ad un terzo (*sponsor*), che si obbliga a sua volta a fornire un predeterminato corrispettivo – in denaro, beni, servizi, opere o ogni altra utilità comunque economicamente valutabile – la possibilità di pubblicizzare, in appositi e predeterminati spazi, il proprio nome, il logo, il marchio, i prodotti, i servizi e simili, nei modi previsti dallo stesso 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'iniziativa dedotta nel contratto, indipendentemente dall'effettivo ritorno d'immagine;
- sponsorizzazione: ogni corrispettivo in denaro, fornitura di beni, prestazione di servizi, realizzazione di opere pubbliche e/o di pubblica utilità, o in altre utilità provenienti da terzi, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale, attività, prodotti, servizi e simili;

- sponsor: il soggetto privato, sia esso persona fisica che giuridica, o il soggetto pubblico che intende stipulare il contratto di sponsorizzazione;
- sponsee o sponsorizzato: il soggetto che assume, dietro corrispettivo, l'obbligo di associare alle proprie attività il nome o segno distintivo dello sponsor;
- spazio pubblicitario: lo spazio fisico o qualsiasi altro supporto atto alla veicolazione di informazioni, messo a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor;
- sponsorizzazione "pura": l'impegno dello sponsor di riconoscere esclusivamente un contributo economico (in cambio del diritto di sfruttare spazi per fini pubblicitari);
- sponsorizzazione "tecnica": l'impegno dello sponsor di fornire beni e servizi o progettare e realizzare lavori in cambio della possibilità di sfruttare spazi.

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 le quali si indicano a mero titolo esemplificativo e non esaustivo:
 - attività od eventi a rilevanza artistico, culturale o spettacolare di differente tipologia promossi, gestiti od organizzati dal Comune, sia direttamente che indirettamente;
 - eventi sportivi e/o di rilevanza sociale;
 - attività di promozione turistica, di marketing e promozione territoriale;
 - attività di comunicazione, realizzazione di periodici;
 - servizi di manutenzione e gestione di aree verdi pubbliche, del patrimonio arboreo, di aree diverse e immobili comunali, di arredo urbano;
 - fornitura di beni con riferimento, a titolo esemplificativo, ad attrezzature informatiche di vario genere ed alla fornitura di arredi;
 - attività di progettazione, direzione lavori, esecuzione di opere pubbliche o di pubblica utilità
 - realizzazione di corsi di formazione.
3. Il Responsabile del Servizio competente predispone 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 cd. "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 nei quali il Comune è parte possono prevedere a titolo di corrispettivo dovuto dallo sponsor:

- a. la dazione di somme di denaro;
- b. le forniture di beni, servizi o lavori, acquisiti o realizzati a cura dello sponsor.

2. Nel caso di cui al punto 1.b), si assume quale controvalore monetario del contratto il valore di mercato della fornitura dei beni, dei servizi o dei lavori effettuati dallo sponsor.

Art. 5 - 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, almeno nella misura del 20% al momento della conclusione del contratto e il restante secondo un piano predisposto dal Responsabile del Servizio a cui spetta la valutazione delle modalità.

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 di cui al Codice dei contratti pubblici.

Art. 6 - "Adozione" di aree verdi

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, approvato dalla Giunta comunale con propria deliberazione, costituisce allegato al contratto di sponsorizzazione. Il progetto può anche essere fornito dal Comune. In ogni caso, esso deve contenere l'indicazione delle spese necessarie per le relative operazioni.

4. 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. valutazione del concorso del richiedente alla realizzazione dell'intervento;
- b. precedenti esperienze nel medesimo intervento o in interventi simili condotte con efficienza e regolarità.

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

6. 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.

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

8. 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. Il Comune rifiuta qualsiasi proposta di sponsorizzazione e recede dal contratto eventualmente sottoscritto qualora:

- a. ritenga possa derivare un conflitto di interessi tra l'attività pubblica e quella dello sponsor;
- b. ravvisi nel messaggio pubblicitario o nei mezzi utilizzati dallo sponsor un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative/attività;
- c. reputi la sponsorizzazione inaccettabile per motivi di pubblico interesse.

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

- a. la propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;

- b. la pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti superalcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, medicinali o cure mediche, gioco d'azzardo;
 - c. messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, discriminazione, odio o minaccia;
 - d. messaggi contrari al decoro o alla morale pubblica.
3. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione i soggetti che:
- a. non dichiarano il possesso dei requisiti di ordine generale necessari per poter contrarre con una Pubblica Amministrazione, di cui al Codice dei Contratti pubblici, per quanto applicabile;
 - b. non dichiarano di rispettare o, comunque, non rispettano i seguenti principi definiti dalla Risoluzione ONU 2003/16 del 13 agosto 2003 sulla promozione e protezione dei diritti umani:
 - diritto di pari opportunità e al trattamento non discriminatorio;
 - diritto alla sicurezza e alla salute delle persone;
 - diritti dei lavoratori;
 - rispetto degli assetti istituzionali, delle norme giuridiche e delle prassi degli interessi pubblici, delle politiche sociali, economiche e culturali, della correttezza dei comportamenti imprenditoriali e pubblici;
 - obblighi riguardanti la tutela dei consumatori;
 - obblighi riguardanti la protezione dell'ambiente;
 - abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria con il Comune.
4. L'interessato attesta il possesso dei requisiti di cui al precedente punto 3. mediante dichiarazione sostitutiva ai sensi del DPR n. 445/2000.

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 IVA esclusa è effettuato, 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/Dirigente 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 procedente 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 (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 e del Servizio precedente.

Art. 12 – Qualificazione dello sponsor e/o degli esecutori

1. Nel caso in cui lo sponsor intenda realizzare i lavori, prestare i servizi o le forniture direttamente a sua cura e spese, resta ferma la necessità di verificare il possesso dei requisiti degli esecutori, nel rispetto dei principi e dei limiti europei in materia, non trovando applicazione le disposizioni nazionali e regionali in materia di contratti pubblici di lavori, servizi e forniture, ad eccezione di quelle sulla qualificazione dei progettisti e degli esecutori.
2. L'ufficio precedente impartisce opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere o forniture e alla direzione dei lavori e collaudo degli stessi.

Art. 13 – Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione

1. La sponsorizzazione viene regolata da apposito contratto nel quale, in particolare, sono almeno stabiliti:
 - a. l'oggetto del contratto;
 - b. gli obblighi delle parti e le modalità di attuazione della sponsorizzazione;
 - c. il valore del corrispettivo della sponsorizzazione e la definizione degli aspetti fiscali;
 - d. la durata del contratto;
 - e. l'eventuale clausola di esclusiva;
 - f. i controlli sull'attività dello sponsor e le penali in caso d'inadempimento;
 - g. la facoltà di recesso da parte del Comune, previa tempestiva e formale comunicazione allo sponsor, nei casi in cui lo sponsor rechi danno all'immagine del Comune, fermo restando il diritto al risarcimento del danno;
 - h. la risoluzione del contratto per inadempimento;
 - i. l'eventuale cauzione;
 - j. la competenza del Foro di Foggia in caso di controversie;
 - k. la disciplina delle spese contrattuali.

2. I rapporti contrattuali sono tenuti dal Servizio interessato. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile del Servizio competente.

Art. 14 – Obblighi a carico del Comune

1. Il Comune, quale controprestazione ai beni e/o ai servizi e/o ai lavori forniti dallo sponsor, potrà realizzare, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, alcune delle forme pubblicitarie indicate di seguito:

- riproduzione del marchio-logo o delle generalità dello sponsor su tutto il materiale pubblicitario delle iniziative oggetto della sponsorizzazione (manifesti, volantini, ecc.) e/o nel sito web istituzionale del Comune, all'interno dello spazio informativo dell'attività interessata;
- posizionamento di targhe o cartelli indicanti il marchio-logo o le generalità dello sponsor sui beni durevoli o sulle aree verdi oggetto della sponsorizzazione;
- utilizzo a fini pubblicitari di spazi all'interno del Comune (es. bacheche, ascensori, sale riunioni, impianti sportivi, androni, coperture con teli di opere e/o lavori, ecc.);
- utilizzo a fini pubblicitari di spazi su documentazione del Comune (buoni mensa, bollette, biglietti d'ingresso all'iniziativa coinvolta dalla sponsorizzazione, inviti all'iniziativa, etc.).

2. Le forme di pubblicità possono riguardare tutte o solo alcune delle modalità previste dal presente articolo. Le stesse sono determinate in sede di stipulazione del contratto e in esso riportate.

3. L'imposta sulla pubblicità, ove dovuta, grava sullo sponsor nella misura di legge e dovrà essere corrisposta direttamente al Comune o al concessionario.

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 iniziative derivanti da contratto di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale sulle imposte dirette, per quanto applicabili, nonché sulle imposte

indirette e sui tributi locali, per quanto compatibili, per la cui applicazione il presente regolamento fa rinvio.

2. Il contratto di sponsorizzazione costituisce attività rilevante ai fini IVA e soggetta ad aliquota di legge vigente. Il contributo specificato dal contratto dovrà essere sempre espresso con la dicitura "oltre ad IVA di legge", e l'importo erogato dovrà pertanto essere sempre comprensivo d'IVA. Gli importi utilizzabili ai fini dell'evento o dell'iniziativa finanziata saranno pertanto rappresentati dai contributi stessi al netto di quanto di competenza erariale per IVA.

3. Qualora il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione consista in lavori, nella prestazione di servizi o nella fornitura di beni a carico dello sponsor, è fatto obbligo di operare la doppia fatturazione, ovvero la fatturazione dello sponsor al Comune del valore dei lavori, servizi o beni, soggetto all'IVA, e la fatturazione del Comune allo sponsor di un pari importo, sempre soggetto ad IVA, per il valore della promozione di immagine fornita allo sponsor.

4. La regolamentazione contabile del rapporto di sponsorizzazione, a seconda delle forme di realizzazione dello stesso, si effettuerà pertanto come di seguito indicato:

- a. corrispettivo monetario: il Comune emetterà fattura allo sponsor per un importo pari al contributo pattuito nel contratto e provvederà a riversare l'IVA dovuta all'Erario.
- b. operazioni permutative di beni e/o servizi e/o lavori: lo sponsor fatturerà al Comune un importo pari al valore stimato, stabilito nel contratto di sponsorizzazione, del bene, dei lavori o dei servizi ceduti. In conseguenza, il Comune emetterà fattura allo sponsor di uguale importo, a titolo di sponsorizzazione, con compensazione contabile delle due fatture con IVA a esigibilità immediata;
- c. operazioni permutative quali "adozione" di aree verdi e/o rotonde: lo sponsor fatturerà al Comune gli importi indicati nel preventivo e recepiti nel contratto al termine della realizzazione del primo impianto e, qualora sia previsto che nel corrispettivo cui è tenuto lo sponsor rientri anche la manutenzione delle aree, dopo ogni anno di manutenzione; a sua volta, il Comune provvederà ad emettere fattura per uguale importo, a titolo di sponsorizzazione. Le due fatture avranno IVA a esigibilità immediata.

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 e verifiche

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del Servizio comunale competente per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, qualitativi e quantitativi.

2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente e formalmente notificate allo sponsor a mezzo raccomandata a/r o PEC.
3. Il mancato rispetto delle norme contrattuali comporta la risoluzione del contratto; è fatto salvo il risarcimento del danno.

Art. 18 – Trattamento dati personali

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente Regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste; i soggetti interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti ai sensi del d.lgs. n. 196/2003.
2. I dati, trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti degli uffici comunali tenuti all'applicazione del presente regolamento, possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici o privati in relazione alle finalità del regolamento.

Art. 19 – Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

1. Sono considerati risparmi di spesa:
 - a. le somme previste in bilancio e non utilizzate a motivo dell'intervento dello sponsor, nei limiti del valore economico della sponsorizzazione;
 - b. le sponsorizzazioni in denaro a fronte della concessione di spazi pubblicitari all'interno di proprie iniziative o manifestazioni.
2. I risparmi di spesa di cui al comma 1 possono essere utilizzati per le seguenti finalità
 - a. implementare il fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività, nel rispetto dei limiti stabiliti dalle vigenti norme in materia;
 - b. finanziare altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio.

Art. 20 – 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. 21 – Entrata in vigore

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