



**COMUNE DI CARPANETO PIACENTINO**  
Provincia di Piacenza

# **REGOLAMENTO**

## **PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI A FAVORE DEL COMUNE**

Approvato con deliberazione del Consiglio Comunale n° 02 in seduta 24.02.2016

## **INDICE:**

**Art. 01 - Oggetto, finalità e principi generali del Regolamento**

**Art. 02 - Definizioni**

**Art. 03 - Ambito di applicazione**

**Art. 04 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione**

**Art. 05 - Corrispettivo della sponsorizzazione**

**Art. 06 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor**

**Art. 07 - Recepimento di proposte spontanee di sponsorizzazione**

**Art. 08 - Affidamento diretto**

**Art. 09 - Contratto di sponsorizzazione**

**Art. 10 - Sponsorizzazione di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale**

**Art. 11 - Sponsorizzazione di opere pubbliche**

**Art. 12 - Diritto di rifiuto di sponsorizzazioni**

**Art. 13 - Erogazioni liberali**

**Art. 14 - Verifiche e controlli**

**Art. 15 - Incentivazione alla produttività**

**Art. 16 - Aspetti contabili e fiscali**

**Art. 17 - Trattamento dei dati personali**

**Art. 18 - Norme di rinvio**

**Art. 19 - Entrata in vigore**

## **Art. 1 - Oggetto, finalità e principi generali del Regolamento**

1. Il presente Regolamento, in conformità alle vigenti disposizioni di cui all'art. 43 della Legge n° 449/1997, all'art. 119 del D. Lgs. n° 267/2000 e s.m., all'art. 26 del D. Lgs. n° 163/2006 e s.m. ed all'art. 199-bis dello stesso D. Lgs. n° 163/2006 (per settore beni culturali), intende disciplinare le condizioni e le modalità operative per favorire il ricorso da parte dell'Amministrazione comunale alla sponsorizzazione come opportunità innovativa di finanziamento delle proprie attività.
2. Le norme del presente Regolamento costituiscono disciplina generale per una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione e del loro iter procedurale, nel rispetto dei principi di efficienza, efficacia e trasparenza che regolano l'operato della Pubblica Amministrazione.
3. L'Amministrazione comunale può ricorrere alla sponsorizzazione al fine di ottenere:
  - miglioramenti della qualità dei servizi erogati e della qualità del vivere urbano;
  - supporto alla realizzazione di opere ed infrastrutture;
  - sostegno allo sviluppo di progettualità ed iniziative innovative;
  - economie di spesa o acquisizione di entrate.
4. Il ricorso alla sponsorizzazione si conforma ai seguenti principi generali:
  - a) - il perseguimento di interessi pubblici;
  - b) - l'esclusione di qualsiasi conflitto di interesse tra attività pubblica e attività privata;
  - c) - l'ottimizzazione della spesa, sia attraverso la realizzazione di economie sulle poste iscritte nel bilancio comunale, sia attraverso la realizzazione di progetti, interventi o opere, prestazione di servizi, acquisizione di beni che non trovano copertura finanziaria ordinaria.

## **Art. 2 - Definizioni**

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
  - a) - per "contratto di sponsorizzazione" il contratto, a prestazioni corrispettive, mediante il quale l'Amministrazione comunale - denominata sponsee - offre, nell'ambito di proprie iniziative ed attività ad un terzo, denominato sponsor, la possibilità di pubblicizzare - in appositi e predeterminati spazi - il nome, il marchio, l'immagine, l'attività, i prodotti, i servizi e simili, ovvero di distribuire prodotti o servizi a titolo promozionale, nei modi previsti dal contratto.  
Lo sponsor si obbliga, a titolo di controprestazione, a pagare un determinato corrispettivo in denaro oppure ad eseguire lavori o a fornire beni o a prestare servizi - in modo diretto o indiretto, a titolo gratuito;
  - b) - per "sponsor": il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico che intenda stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;
  - c) - per "sponsee": il soggetto sponsorizzato, cioè il Comune;
  - d) - per "spazio pubblicitario": lo spazio fisico o digitale e ogni altro supporto utilizzato per veicolare le attività pubblicitarie e promozionali dello sponsor.

## **Art. 3 - Ambito di applicazione**

1. Le iniziative di sponsorizzazione possono interessare tutti i servizi, le attività, i progetti, dell'Amministrazione, nonché eventi artistico-culturali-ricreativi o di rilevanza sociale, manifestazioni sportive, attività di promozione turistica del territorio, gestite o

organizzate dal Comune.

2. Possono inoltre riguardare, a titolo esemplificativo ma non esaustivo:
  - attività o interventi volti alla valorizzazione e alla tutela del patrimonio comunale in genere;
  - progettazione, realizzazione di opere o lavori;
  - fornitura di beni, materiali, apparecchiature ed attrezzature di vario genere, arredi, arredo urbano, attrezzature ludiche;
  - prestazione di servizi di manutenzione e/o gestione di aree pubbliche, manutenzione di attrezzature;
  - attività di comunicazione;
  - realizzazione di progetti ed erogazione di servizi anche a carattere innovativo - sperimentale;
  - contributo in denaro.
3. Il contratto di sponsorizzazione può avere inoltre ad oggetto interventi per il restauro, recupero, conservazione di beni architettonici e monumentali, di opere d'arte, di archivi storici, nel rispetto della normativa specifica prevista dal Codice dei Contratti Pubblici e da altre normative di settore.

#### **Art. 4 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione**

1. Le iniziative di sponsorizzazione da offrire ai potenziali sponsor sono di norma individuate dall'Amministrazione nell'ambito del Documento Unico di Programmazione. Nel corso dell'esercizio finanziario la Giunta Comunale può altresì formulare indirizzi specifici per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione, anche in adesione a offerte spontanee provenienti da soggetti terzi e giudicate di interesse pubblico. Il ricorso alle sponsorizzazioni può comunque riguardare tutti i beni, i servizi, le opere e le iniziative a carico del bilancio comunale. Possono inoltre essere individuate spese ed attività la cui realizzazione è vincolata alla conclusione di contratti di sponsorizzazione.
2. Sono ammesse sponsorizzazioni plurime di una singola iniziativa.
3. Tutte le conseguenti fasi attuative e gestionali inerenti iniziative di sponsorizzazione sono demandate alla competenza del responsabile preposto al settore interessato.

#### **Art. 5 - Corrispettivo della sponsorizzazione**

1. Il corrispettivo offerto per la sponsorizzazione può consistere:
  - a) - in una somma di denaro (sponsorizzazione pura): in questo caso la realizzazione dell'iniziativa, compresa l'individuazione dell'esecutore materiale delle prestazioni, sarà effettuata dall'Amministrazione secondo le ordinarie procedure previste dal Codice dei Contratti Pubblici;
  - b) - in servizi, lavori e forniture acquisiti o realizzati a cura e a spese dello sponsor (sponsorizzazione tecnica): gli esecutori materiali delle prestazioni individuati dallo sponsor devono essere in possesso di tutti i requisiti specifici necessari per contrattare con la pubblica amministrazione. Nel caso di interventi inerenti beni architettonici, monumentali e culturali i soggetti esecutori devono inoltre essere in possesso dei requisiti specifici di qualificazione tecnica previsti dal Codice dei Contratti Pubblici D. Lgs. n. 163/2006 e dal relativo Regolamento di attuazione DPR n. 207/2010 e da eventuali altre normative specifiche di settore, come precisato al successivo art. 10 del

presente Regolamento.

2. Ove il corrispettivo della sponsorizzazione sia costituito da una somma di denaro, il pagamento della stessa avviene, di norma, nella misura del 50% al momento della sottoscrizione del contratto e nella misura restante entro il termine di 30 giorni successivi alla conclusione dell'iniziativa correlata.
3. Se richiesto dal Comune, a garanzia del corrispettivo e quale condizione per procedere alla formalizzazione dei rapporti di sponsorizzazione, lo sponsor deve prestare - prima della sottoscrizione del contratto, apposita garanzia fidejussoria a favore dell'Ente, da costituire mediante fidejussione bancaria o polizza assicurativa contenente le clausole di cui all'art. 113 comma 2 del D. Lgs. n. 163/2006.
4. Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza del contratto, fatto salvo il diritto di rivalsa da parte dell'Amministrazione comunale sulla garanzia eventualmente prevista e costituita.

#### **Art. 6 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor**

1. Il contratto di sponsorizzazione è contratto atipico escluso dallo specifico ambito di applicazione del Codice dei Contratti Pubblici D. Lgs. n. 163/2006 che disciplina l'affidamento e l'esecuzione di appalti pubblici, eccettuate le disposizioni di esso Codice previste all'art. 26 e all'art. 199-bis (per sponsorizzazioni nel settore dei beni culturali) in merito alle modalità di scelta dello sponsor e le disposizioni in materia di requisiti di qualificazione dei progettisti e degli esecutori del contratto.
2. L'individuazione dello sponsor avviene nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità ed è effettuata mediante espletamento di procedura ad evidenza pubblica (procedura selettiva concorrenziale) preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso.
3. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione sul sito istituzionale ed all'albo pretorio on-line del Comune ed - eventualmente - con altre forme di pubblicità che non comportino costi per l'Ente, ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.
4. L'avviso pubblico è approvato con determinazione del Responsabile del Servizio interessato e deve contenere, in particolare, le seguenti informazioni:
  - a) l'oggetto, la descrizione, le principali caratteristiche dell'attività, progetto, intervento, iniziativa oggetto di sponsorizzazione ed i conseguenti obblighi delle parti, secondo i contenuti di specifico capitolato di sponsorizzazione;
  - b) l'indicazione dello spazio pubblicitario messo a disposizione per la veicolazione del messaggio pubblicitario dello sponsor;
  - c) i requisiti di partecipazione alla procedura selettiva;
  - d) le modalità ed il termine per la presentazione dell'offerta di sponsorizzazione, di norma non inferiore a giorni 15;
  - e) i criteri di valutazione delle proposte;
  - f) l'eventuale importo minimo, a base della procedura selettiva, richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
  - g) l'indicazione dell'ufficio procedente e del Responsabile del procedimento.
5. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve indicare almeno:
  - l'attività, il progetto, il bene, la prestazione o l'iniziativa che si intende sponsorizzare;
  - il contenuto del messaggio pubblicitario (eventuale) che si intende proporre nella sponsorizzazione;

- il corrispettivo della sponsorizzazione;
  - la dichiarazione di accettazione incondizionata delle condizioni previste nell'avviso pubblico e nel capitolato di sponsorizzazione;
  - la dichiarazione di impegno ad assumere tutte le responsabilità ed a farsi carico degli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario, alle relative autorizzazioni ed al pagamento di eventuali tributi o canoni.
6. L'offerta deve essere accompagnata da dichiarazione sostitutiva resa ai sensi del DPR. n. 445/2000, sottoscritta dal soggetto proponente e corredata da copia di valido documento di identità del medesimo, attestante:
- il nominativo del titolare/legale rappresentante;
  - l'inesistenza di condizioni che comportano la incapacità di contrattare con la Pubblica Amministrazione - attualmente previste all'art. 38 del D. Lgs. n. 163/2006 e s.m. - e di ogni altra situazione considerata dalla Legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
  - l'inesistenza di impedimenti derivanti dall'applicazione di misure cautelari antimafia;
  - l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari.
- Per le persone giuridiche detta dichiarazione sostitutiva deve essere resa con riferimento a tutti i soggetti aventi poteri di rappresentanza.
7. L'offerta di sponsorizzazione - previa istruttoria e valutazione da parte del Servizio competente per l'iniziativa, progetto, attività oggetto di sponsorizzazione - è approvata con determinazione del Responsabile del predetto Servizio competente.

#### **Art. 7 - Recepimento di proposte spontanee di sponsorizzazione**

1. L'Amministrazione può recepire offerte spontanee proposte da soggetti interessati a sponsorizzare la realizzazione di eventi, progetti, attività, servizi rispondenti all'interesse pubblico.
2. Qualora pervenga all'Amministrazione - da parte di un potenziale sponsor - una proposta spontanea di sponsorizzazione il Responsabile del Servizio competente, valutatane l'opportunità e la rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento, garantisce adeguate forme di pubblicità e concorrenza al fine di comparare la proposta di sponsorizzazione pervenuta dal soggetto proponente con possibili ulteriori offerte migliorative. Egli provvede quindi alla pubblicazione di apposito avviso ai sensi del precedente art. 6 nel quale manifesta l'intento dell'Amministrazione di pervenire alla stipula di contratto di sponsorizzazione finalizzato alla realizzazione di determinato lavoro, servizio, evento, fornitura, attività, con indicazione degli elementi essenziali per la formulazione di proposte.  
Se il corrispettivo della sponsorizzazione proposta consiste in somma di denaro, nel predetto avviso sarà indicato - come valore minimo della sponsorizzazione da porre a base d'asta della selezione - quello offerto dal soggetto promotore.
3. Alla scadenza del termine fissato nell'avviso, esperita la procedura di valutazione e selezione delle offerte pervenute ed individuata la proposta più vantaggiosa, l'originario soggetto promotore ha facoltà - entro un termine prestabilito - di adeguare la propria proposta originaria a quella giudicata dall'Amministrazione più conveniente. In questo caso il promotore risulterà aggiudicatario della sponsorizzazione.

## **Art. 8 - Affidamento diretto**

1. Si può procedere all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazione nei seguenti casi:
  - a) - qualora sia stata esperita senza esito la procedura selettiva di cui all'art. 6;
  - b) - in casi eccezionali, adeguatamente motivati, in cui la particolare natura e caratteristiche dell'evento, iniziativa, attività, progetto oggetto di sponsorizzazione limitino la trattativa ad un unico determinato soggetto;
  - c) - in casi, adeguatamente motivati, in cui la tempistica che scandisce la proposta non consenta il materiale esperimento di procedure competitive e la proposta stessa appaia comunque congrua ed economicamente sostenibile;
2. In ogni caso l'affidamento diretto avviene previa valutazione di congruità della proposta di sponsorizzazione da parte del Responsabile del Servizio procedente.

## **Art. 9 - Contratto di sponsorizzazione**

1. Il rapporto di sponsorizzazione viene regolato mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:
  - a) - l'oggetto del contratto, la sua finalità e la sua durata (nel caso in cui il contratto non riguardi un singolo evento o manifestazione ma si riferisca ad una attività del soggetto sponsorizzato continuata nel tempo);
  - b) - gli obblighi delle parti, le modalità di attuazione della sponsorizzazione e l'indicazione di eventuali garanzie richieste;
  - c) - la definizione degli aspetti economici della sponsorizzazione, con particolare riguardo alla forma del corrispettivo;
  - d) - il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario concesso dallo sponsee (Ente comunale);
  - e) - la disciplina sanzionatoria in caso di inadempimento;
  - f) - i controlli sull'attività dello sponsor;
  - g) - le prescrizioni in materia di controversie e di spese contrattuali.
2. Nel contratto di sponsorizzazione devono essere altresì previste:
  - la facoltà per il Comune di recedere dal contratto stesso prima della scadenza - previa formale comunicazione allo sponsor;
  - clausola risolutiva espressa nel caso di arreco di danno all'immagine del Comune da parte dello sponsor nonché nel caso di mancato o parziale pagamento del corrispettivo previsto nei termini stabiliti o nel caso di mancata o parziale esecuzione delle prestazioni o dei servizi offerti, fermo restando l'eventuale risarcimento del danno.

## **Art. 10 - 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 della Soprintendenza per i Beni Architettonici e per il Paesaggio, si applicano le disposizioni per la scelta dello sponsor definite dall'art. 199-bis del D. Lgs. 163/2006 e s.m. nonché i principi enunciati all'art. 6 del presente Regolamento per quanto compatibili con dette disposizioni e - comunque - le disposizioni in materia di requisiti soggettivi 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 risultare qualificato ai sensi della normativa vigente in materia di lavori pubblici, relativamente alla tipologia dell'intervento.
3. I contratti di sponsorizzazione inerenti beni culturali sono preventivamente sottoposti alla Soprintendenza competente al fine di ottenere i nulla osta o atti di assenso richiesti dalla normativa per assicurare che l'esposizione pubblicitaria sia effettuata in forme compatibili con il carattere artistico o storico, l'aspetto ed il decoro del bene oggetto di intervento.

#### **Art. 11 - Sponsorizzazione di opere pubbliche**

1. L'Amministrazione comunale può individuare come corrispettivo di prestazioni da essa rese in qualità di sponsee anche la progettazione o l'esecuzione di lavori per la realizzazione o la manutenzione di opere a destinazione pubblica.
2. Nel contratto di sponsorizzazione sono esattamente individuate le prestazioni o i lavori da realizzare e le modalità di esecuzione nonché gli elementi ed attività di veicolazione dei segni distintivi dello sponsor.
3. Restano di competenza dell'Amministrazione comunale l'approvazione del progetto nonché l'attività di verifica, controllo e collaudo dei lavori.
4. Lo sponsor che realizza direttamente lavori definiti a corrispettivo della sponsorizzazione deve possedere i requisiti e le qualificazioni per lo svolgimento di tali attività nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia di lavori pubblici. Analogamente, nel caso in cui i lavori non vengano realizzati direttamente dallo sponsor, il soggetto individuato dallo sponsor quale esecutore di detti lavori deve essere qualificato ai sensi della normativa in materia di lavori pubblici.

#### **Art. 12 - Diritto di rifiuto di sponsorizzazioni**

1. L'Amministrazione comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi proposta di sponsorizzazione qualora:
  - a) - ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata 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 comunque escluse le sponsorizzazioni aventi ad oggetto:
  - a) - propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
  - b) - pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di prodotti, oggetti dannosi o pericolosi per la sicurezza e per la salute umana (tabacco, prodotti superalcolici, droghe, gioco d'azzardo, armi,.....), materiale pornografico o a sfondo sessuale;
  - c) - messaggi contrari ai principi costituzionali, non rispettosi della dignità umana, contrari al decoro ed alla morale pubblica;
  - d) - messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo ed esaltazione di razzismo, discriminazione tra i generi e/o tra le diverse etnie, odio, minaccia.
3. Sono comunque esclusi da contratti di sponsorizzazione i soggetti che non sono in possesso dei requisiti morali e di ordine generale necessari per poter contrattare con una Pubblica Amministrazione sanciti dal Codice per la disciplina dei contratti pubblici,



nonché i soggetti che abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria con l'Amministrazione.

### **Art. 13 - Erogazioni liberali**

1. Sono escluse dalla disciplina del presente regolamento le erogazioni liberali effettuate a favore del Comune da parte di soggetti privati o da enti nei confronti dei quali il Comune stesso si assume esclusivamente l'onere di rendere pubblico il contributo.
2. L'Amministrazione comunale si riserva la facoltà di ricevere comunque contribuzioni erogate da soggetti pubblici o privati a titolo di liberalità per il sostegno di iniziative nelle quali appaia poco significativo il ritorno pubblicitario e l'attività finanziata è svolta a cura del Comune e non dello sponsor.  
Dette offerte sono formalizzate come procedure di trattativa privata diretta.
3. L'erogazione liberale può essere effettuata per iniziativa spontanea del soggetto proponente oppure per sollecitazione da parte dell'Amministrazione rivolta alla cittadinanza. In quest'ultimo caso è predisposto a cura del Responsabile del Servizio interessato apposito avviso da pubblicare con le modalità di cui all'art. 6 comma 3 del presente regolamento.  
L'avviso deve rendere noto che, a fronte della erogazione liberale, non corrisponde alcun corrispettivo né alcuna specifica obbligazione da parte del Comune.
4. Il Comune può procedere a riconoscimenti a valenza morale nei confronti degli autori di atti di liberalità. Il riconoscimento attribuito al donante impresa commerciale non deve determinare un ritorno di immagine tale da assumere la consistenza di una sponsorizzazione.

### **Art. 14 - Verifiche e controlli**

1. Il Servizio competente per materia impartisce le prescrizioni opportune in ordine all'esecuzione del contratto di sponsorizzazione ed effettua verifiche e controlli al fine di accertare il corretto adempimento di quanto convenuto.
2. Le difformità eventualmente riscontrate in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor con invito/diffida ad un immediato intervento ed all'attuazione di idonee misure correttive.

### **Art. 15 - Incentivazione della produttività**

1. Al fine di incentivare la produttività ed il miglioramento organizzativo, l'Amministrazione comunale si riserva la facoltà, con apposito atto, di destinare una quota percentuale dei corrispettivi introitati annualmente dal Comune per contratti di sponsorizzazione all'implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività, con modalità ed in misura da definire in sede di contrattazione decentrata, nel rispetto del contratto collettivo nazionale di lavoro e delle norme al momento vigenti in materia di spesa per il personale.

### **Art. 16 - Aspetti contabili e fiscali**

1. Ai fini dell'applicazione dell'imposta sul valore aggiunto il valore della sponsorizzazione corrisponde all'importo della somma versata dallo sponsor o al valore in denaro dei lavori, servizi o forniture dallo stesso eseguiti o prestati.

2. In particolare, quando il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione è determinato in prestazioni di servizi, forniture di beni o esecuzione di lavori a totale carico dello sponsor, è fatto obbligo di doppia fatturazione ovvero: la fatturazione dello sponsor all'Ente del valore del servizio o del bene o del lavoro - soggetta ad Iva - e la fatturazione dell'Ente allo sponsor di un pari importo, sempre soggetta ad Iva, per l'attività di veicolazione svolta a favore dell'immagine dello sponsor (spazio/messaggio pubblicitario concesso allo sponsor).

#### **Art. 17 - Trattamento dei dati personali**

1. L'esecuzione dei contratti di sponsorizzazione avviene nell'osservanza della disciplina in materia di protezione dei dati personali.
2. Il Comune di Carpaneto Piacentino utilizzerà i dati personali dello sponsor esclusivamente per il conseguimento delle finalità del contratto di sponsorizzazione e del presente Regolamento. Gli stessi saranno trattati in conformità alle vigenti normative di riferimento dal personale comunale tenuto all'applicazione del Regolamento medesimo.

#### **Art. 18 - Norme di 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.
2. Tutti i richiami alle norme contenuti nel presente Regolamento devono intendersi effettuati alle disposizioni vigenti al momento dell'attuazione concreta del Regolamento stesso, senza necessità di suo adeguamento espresso.

#### **Art. 19 - Entrata in vigore**

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