



CITTÀ DI SAVONA

REGOLAMENTO CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONI “AdottiAMO Savona”

ADOTTATO DAL CONSIGLIO COMUNALE

CON DELIBERAZIONE N. 46 DEL 13 NOVEMBRE 2017

Indice

TITOLO I - Riferimenti e principi generali

Articolo 1 – Definizioni-----	3
Articolo 2 – Oggetto e finalità-----	4
Articolo 3 – Profili generali di disciplina dei contratti di sponsorizzazione nei quali l'Amministrazione opera come soggetto sponsorizzato - sponsee-----	5

TITOLO II - Regolazione dei possibili conflitti di interesse e condizioni particolari relative alle sponsorizzazioni

Articolo 4 – Conflitti di interesse-----	6
Articolo 5 – Regolazione dell'esclusiva generale e delle esclusive commerciali-----	7

TITOLO III - Procedure per l'acquisizione di sponsorizzazioni

Articolo 6 – Procedure per l'acquisizione dei sponsorizzazioni di valore inferiore a 40.000 euro-----	8
Articolo 7 – Acquisizione di sponsorizzazioni di valore superiore a 40.000 euro - -----	10
Articolo 8 – Recepimento di iniziative spontanee di potenziali sponsor di valore superiore a 40.000 euro-----	11
Articolo 9 – Disposizioni comuni sponsorizzazioni di valore superiore a 40.000 euro-----	12

TITOLO IV - Disposizioni specifiche sul contratto di sponsorizzazione

Articolo 10 – Struttura e contenuti principali del contratto di sponsorizzazione-----	13
Articolo 11 – Modalità di segnalazione-----	13
Articolo 12 – Tutela dei Marchi-----	14

TITOLO V - Disposizioni particolari e finali

Articolo 13 – Disciplina delle sponsorizzazioni relative ai beni culturali e Art Bonus-----	15
Articolo 14 – Pagamento del corrispettivo in denaro della sponsorizzazione-----	15
Articolo 15 – Aspetti contabili e fiscali-----	16
Articolo 16 – Trattamento dati personali-----	17
Articolo 17 – Rinvio-----	17
Articolo 18 - Entrata in vigore-----	18

TITOLO I

Riferimenti e principi generali

Articolo 1

Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intendono:

- a) per **“Sponsorizzazione”** la relazione a carattere di accordo negoziale tradotta in un contratto atipico a prestazioni corrispettive con funzione di pubblicità, nel quale lo sponsor può rendere la propria prestazione mediante corrispettivo in denaro oppure con esecuzione di forniture di beni, prestazione di servizi o realizzazione di lavori;
- b) per **“Sponsor”** il soggetto che, al fine di incrementare la notorietà dei propri segni distintivi, corrisponde finanziamenti o altre utilità ad altro soggetto veicolatore a fini pubblicitari del segno distintivo, individuato dallo sponsor stesso;
- c) per **“Sponsee”** il soggetto sponsorizzato che rende una prestazione di mezzi, consistente nella divulgazione dei segni distintivi dello sponsor in modi previsti da contratto;
- d) per **“Amministrazione”**, il Comune di Savona, che assume il ruolo di soggetto sponsorizzato in un contratto di sponsorizzazione;
- e) per **“Logo”, “Marchio” o “Segno distintivo”** le rappresentazioni grafiche o le immagini o le rappresentazioni testuali utilizzate dallo sponsor come elemento illustrativo della propria attività o del proprio ruolo commerciale, da veicolare a fini pubblicitari;
- f) per **“Codice dei contratti pubblici”**, il d.lgs. 18 aprile 2016, n. 50;
- g) per **“Esclusiva generale”**, la correlazione tra sponsor e iniziativa o attività definita in modo esclusivo a favore dello stesso, senza possibilità di altre sponsorizzazioni;
- h) per **“Esclusiva commerciale”**, la correlazione tra sponsor e iniziativa o attività definita in modo esclusivo a favore dello stesso per il particolare settore commerciale in cui il medesimo opera, con possibilità di altre sponsorizzazioni riferite ad altri settori commerciali.

Articolo 2

Oggetto e finalità

1. Il presente Regolamento costituisce strumento normativo attuativo degli articoli 19 e 151 del d.lgs. 18 aprile 2016, n.50, disciplinando l'acquisizione e la gestione delle sponsorizzazioni, intese come le relazioni a carattere di accordo negoziale tradotte in un contratto atipico a prestazioni corrispettive.
2. L'Amministrazione, operante come soggetto sponsorizzato – sponsee, procede all'acquisizione di sponsorizzazioni da parte di qualificati soggetti privati e pubblici, al fine di di acquisire risorse utili per ottenere miglioramenti apprezzabili della qualità dei servizi da essa erogati, sostegno allo sviluppo di progettualità ed iniziative innovative.
3. L'Amministrazione perviene all'acquisizione di sponsorizzazioni sulla base di accurate valutazioni di natura economica riferite al potenziale rapporto con gli sponsor.
4. Nella formalizzazione dei contratti di sponsorizzazione, l'Amministrazione e l'altra parte contraente assumono come riferimento il principio per cui le obbligazioni assunte dal soggetto sponsorizzato hanno piena natura patrimoniale, con riferimento a quanto previsto dall'art.1174 del Codice Civile.

Articolo 3

Profili generali di disciplina dei contratti di sponsorizzazione nei quali l'Amministrazione opera come soggetto sponsorizzato – sponsee

1. L'Amministrazione stipula contratti di sponsorizzazioni nei quali interviene con il ruolo di soggetto sponsorizzato - sponsee, in relazione a progetti, iniziative, interventi riferibili alle proprie finalità istituzionali per i quali intende acquisire risorse qualificate o significativo sostegno.
2. Nell'ambito dei contratti di sponsorizzazione nei quali opera come soggetto sponsorizzato – sponsee, l'Amministrazione definisce clausole contrattuali regolanti le proprie prestazioni per la veicolazione di segni distintivi dello sponsor.
3. L'individuazione dei qualificati soggetti scelti dall'Amministrazione come sponsor di propri progetti, iniziative od interventi, è da questa effettuata mediante specifici provvedimenti, sia con riferimento alle procedure di selezione, sia con riguardo ai casi nei quali il rapporto si formi sulla base del recepimento delle manifestazioni di interesse spontanee.

TITOLO II

Regolazione dei possibili conflitti di interesse e condizioni particolari relative alle sponsorizzazioni

Articolo 4

Conflitti di interesse

1. L'Amministrazione non può stipulare contratti di sponsorizzazione con sponsor con i quali sussistano conflitti di interesse tra la propria attività istituzionale e le attività dello sponsor stesso, o il particolare segno distintivo dal medesimo utilizzato nell'ambito della sponsorizzazione.
2. I conflitti di interesse rappresentano causa di esclusione di proposte di sponsorizzazione da confronti concorrenziali o di mancata valutazione delle stesse in relazione a manifestazioni di interesse spontanee.
3. L'Amministrazione e lo sponsor definiscono nel contratto procedure per la risoluzione di eventuali conflitti di interesse verificabili nel periodo di sviluppo della sponsorizzazione.
4. In ogni caso l'Amministrazione non procede alla formalizzazione di contratti di sponsorizzazione qualora sussista uno dei seguenti elementi comportanti conflitti di interesse:
 - a) qualora lo sponsor abbia in corso un contenzioso con l'Amministrazione;
 - b) qualora lo sponsor sia un fornitore di beni, un prestatore di servizi o un esecutore di lavori selezionato dall'Amministrazione con le procedure previste dal d.lgs. 18 aprile 2016 n.50, a meno che la sponsorizzazione non sia stata compresa nelle condizioni in base alle quali è avvenuto l'affidamento della fornitura, del servizio o del lavoro;
 - c) qualora l'oggetto della veicolazione pubblicitaria sia un marchio, un logo o un messaggio con contenuti non conformi a quanto previsto dalle normali regole e dagli usi consolidati in materia di disciplina pubblicitaria (es. Contenuti politici, religiosi, sessuali o di promozione dell'uso di sostanze proibite/nocive, gioco d'azzardo etc);

Articolo 5
Regolazione dell'esclusiva generale o delle esclusive commerciali

1. L'Amministrazione definisce il rapporto con lo sponsor sulla base di clausole di esclusiva generale o commerciale, qualora ritenga che tali disposizioni contrattuali possano risultare utili per sollecitare profili concorrenziali finalizzati al reperimento di maggiori risorse o alla presentazione di proposte di sponsorizzazione maggiormente significative.
2. In relazione a quanto previsto dal precedente comma 1:
 - a) la clausola di esclusiva generale comporta la formalizzazione del rapporto con un unico soggetto in veste di sponsor;
 - b) la clausola di esclusiva commerciale comporta la formalizzazione di più rapporti di sponsorizzazione con soggetti in veste di sponsor, ciascuno individuato come controparte principale ed unica per una specifica categoria merceologica o di attività.
3. L'Amministrazione evidenzia la sussistenza o l'assenza di clausole di esclusiva generale o commerciale nelle procedure preliminari alla stipulazione di un contratto di sponsorizzazione, specificando gli eventuali criteri per la valutazione di proposte concorrenti.

TITOLO III

Procedure per l'acquisizione di sponsorizzazioni

Articolo 6

Procedure per sponsorizzazioni di valore inferiore a 40.000

euro

1. L'Amministrazione acquisisce sponsorizzazioni di valore unitario inferiore a 40.000 euro, mediante dazioni di denaro, accollo del debito o altra modalità di pagamento dei corrispettivi dovuti, nonché mediante realizzazione in forma diretta di lavori, servizi e forniture:
 - a) recependo proposte spontanee dei potenziali sponsor, sostenute da adeguata descrizione della sponsorizzazione e dell'impegno relativo per l'Amministrazione;
 - b) sollecitando i potenziali sponsor a rappresentare il loro interesse, mediante avvisi pubblici o forme di comunicazione mirata e con modalità semplificate, in relazione al tipo di attività o di iniziativa che l'Amministrazione intende far sponsorizzare.
2. Il valore complessivo delle sponsorizzazioni di cui al precedente comma 1 è comprensivo di tutte le possibili opzioni, intendendosi come tali eventuali proroghe o rinnovi espressamente indicati nel contratto.
3. Qualora l'Amministrazione recepisca una proposta spontanea di un potenziale sponsor, analizza i contenuti della stessa, al fine di verificare la rilevanza dei propri obblighi come soggetto sponsorizzato e la congruità del valore rispetto alle prestazioni specificate. Qualora la proposta spontanea di sponsorizzazione sia di interesse, ma comporti obblighi eccessivamente onerosi per l'Amministrazione o sproporzionati rispetto al valore offerto, l'Amministrazione richiede al potenziale sponsor una modifica delle condizioni in termini ad essa più favorevoli e, in caso di rifiuto da parte del soggetto proponente, la rigetta.
4. Qualora pervengano all'Amministrazione più proposte spontanee di sponsorizzazione concorrenti tra loro, la stessa seleziona la proposta di maggior valore.

5. L'Amministrazione può acquisire sponsorizzazioni di valore unitario complessivo inferiore a 40.000 euro anche sollecitando i soggetti potenzialmente interessati ad operare come sponsor rispetto a sue attività o iniziative, mediante:
 - a) specifico avviso, adeguatamente pubblicizzato in rapporto al valore potenziale della sponsorizzazione;
 - b) comunicazione mirata nei confronti di particolari categorie di potenziali sponsor;
 - c) comunicazione semplificata nei confronti di soggetti con potenziali capacità di sponsorizzazione e che hanno manifestato interesse per le attività o per iniziative specifiche dell'Amministrazione.
6. Quando l'Amministrazione acquisisce sponsorizzazioni sulla base delle procedure di cui al precedente comma 5, sottopone ai potenziali sponsor uno schema nel quale rende noti:
 - a) l'attività o l'iniziativa per la quale intende acquisire la sponsorizzazione;
 - b) il valore della sponsorizzazione;
 - c) le prestazioni rese dall'Amministrazione come soggetto sponsorizzato-sponsee;
 - d) le eventuali condizioni, come, in particolare, l'esclusiva generale o commerciale;
 - e) gli eventuali obblighi dello sponsor in relazione all'eventuale relazione con l'immagine dell'Amministrazione.
7. Qualora l'Amministrazione acquisisca sponsorizzazioni sulla base delle procedure di cui al precedente comma 5, la selezione dei potenziali sponsor è effettuata selezionando quella di maggior valore, previa valutazione comparativa, salvo il caso di accoglibilità di tutte le proposte qualora una singola sponsorizzazione non copra il valore della sponsorizzazione richiesto;
8. Nel caso in cui lo sponsor realizzi i lavori, presti 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, e non trovano 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. La stazione appaltante impartisce opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere o forniture e alla direzione dei lavori e collaudo degli stessi.

9. L'Amministrazione non può acquisire sponsorizzazioni dallo stesso sponsor mediante proposte spontanee o in risposta a sollecitazioni proprie qualora le stesse nell'arco del medesimo esercizio finanziario superino il valore di 40.000 euro.
10. Gli sponsor individuati mediante le procedure disciplinate dal presente articolo devono essere in grado di contrattare con la Pubblica Amministrazione e a tal fine, prima della stipulazione del contratto, l'Amministrazione acquisisce specifica dichiarazione sostitutiva sull'assenza dei motivi di esclusione previsti dall'art. 80 del d.lgs. 18 aprile 2016 n.50, sottoponendola a verifica.
11. I contratti per sponsorizzazioni di valore inferiore a 40.000 euro sono stipulati mediante corrispondenza secondo l'uso del commercio, consistente in un apposito scambio di lettere, anche tramite posta elettronica certificata o strumenti analoghi.

Articolo 7

Acquisizione di sponsorizzazioni di valore superiore a 40.000 euro –

1. L'affidamento di contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi o forniture per importi superiori a 40.000 euro, mediante dazione di danaro o accollo del debito, o altre modalità di assunzione del pagamento dei corrispettivi dovuti, nonché mediante realizzazione in forma diretta di lavori, servizi e forniture, è soggetto esclusivamente alla previa pubblicazione sul sito internet dell'Amministrazione, per almeno trenta giorni, di apposito avviso, con il quale si rende nota la ricerca di sponsor, ovvero si comunica l'avvenuto ricevimento di una proposta di sponsorizzazione, indicando sinteticamente il contenuto del contratto proposto.
2. L'avviso per sollecitare le manifestazioni d'interesse alle sponsorizzazioni è predisposto dall'Amministrazione con riferimento ai seguenti elementi essenziali:
 - a) descrizione dell'attività sponsorizzata;
 - b) valore della sponsorizzazione;
 - c) vantaggi per lo sponsor;
 - d) obblighi dello sponsor;
 - e) veicolazione dei segni distintivi dello sponsor da parte del soggetto sponsorizzato – sponsee e ulteriori obblighi;
 - f) eventuali condizioni quali, in particolare, l'esclusiva generale o commerciale;
 - g) procedura per la valutazione delle proposte;

h) procedura per la formalizzazione del contratto.

Articolo 8

Recepimento di iniziative spontanee di potenziali sponsor di valore superiore a 40.000,00 euro

1. L'Amministrazione può anche pervenire alla formalizzazione di contratti di sponsorizzazione con soggetti che manifestino spontaneamente la loro intenzione di assumere il ruolo di sponsor di progetti o iniziative.
2. Le proposte di sponsorizzazione presentate ai sensi del precedente comma 1, devono specificare gli elementi di cui al comma 2 del precedente art.7 che consentano all'Amministrazione l'adeguata valutazione della sponsorizzazione, salvo le lettere g) e h).
3. L'Amministrazione comunica l'avvenuto ricevimento di una proposta di sponsorizzazione mediante avviso pubblicato sul proprio sito internet per almeno trenta giorni, indicando sinteticamente il contenuto del contratto proposto e gli altri elementi previsti dal comma 2 del precedente art.7.

ART.9

Disposizioni comuni sponsorizzazioni superiori a 40 mila euro

1. Trascorso il periodo di pubblicazione dell'avviso sarà selezionata la proposta di maggior valore, previa valutazione comparativa.
2. Gli sponsor individuati mediante le procedure disciplinate dai precedenti articoli devono essere in grado di contrattare con la Pubblica Amministrazione e a tal fine, prima della stipulazione del contratto, l'Amministrazione acquisisce specifica dichiarazione sostitutiva sull'assenza dei motivi di esclusione previsti dall'art. 80 del d.lgs. 18 aprile 2016 n.50, sottoponendola a verifica.
3. Nel caso in cui sia previsto che lo sponsor realizzi i lavori, presti 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, e non trovano 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. La stazione appaltante impartisce opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere o forniture e alla direzione dei lavori e collaudo degli stessi.

4. La stipulazione dei contratti di sponsorizzazione di valore superiore a 40.000 euro acquisiti sulla base delle procedure disciplinate dal presente regolamento è effettuata mediante scrittura privata con modalità elettroniche o modalità analogiche.

TITOLO IV

Disposizioni specifiche sul contratto di sponsorizzazione

Articolo 10

Struttura e contenuti principali del contratto di sponsorizzazione

1. Quando l'Amministrazione perviene alla formalizzazione di rapporti nei quali opera come soggetto sponsorizzato – sponsee, il contratto di sponsorizzazione è impostato facendo riferimento ai seguenti elementi:
 - a) fini della sponsorizzazione;
 - b) definizione dettagliata degli obblighi dello sponsor e del soggetto sponsorizzato - sponsee;
 - c) indicazione di clausole specifiche inerenti il particolare rapporto contrattuale;
 - d) definizione dettagliata della disciplina dell'uso dei loghi, marchi o segni distintivi dello sponsor;
 - e) definizione dettagliata delle forme di veicolazione dei segni distintivi dello sponsor;
 - f) precisazione delle clausole inerenti la risoluzione delle controversie e del contratto;
 - g) risoluzione controversie complesse quali quelle all'art.4 co.3.

2. Quando l'Amministrazione ha individuato come corrispettivo della sponsorizzazione l'esecuzione di lavori, i contratti a tal fine stipulati contengono anche l'esatta individuazione dei lavori da effettuare e le modalità di svolgimento degli stessi.

Articolo 11

Modalità di segnalazione

1. Lo sponsor potrà altresì avvalersi della facoltà di segnalare un progetto di sponsorizzazione attraverso l'apposizione di apposita targa o cartello, le cui dimensioni o materiale dovranno essere concordati con l'Amministrazione comunale e realizzati in materiale ignifugo, antinfortunistico e collocato in modo da non recare danno a persone o cose, nè alla circolazione stradale. Tali mezzi pubblicitari non potranno comunque avere dimensioni superiori a 2.00 x 2.00 m.;

2. le targhe e i cartelli dovranno recare la dicitura “*Progetto _____ . La cura di quest _____ è stata realizzata grazie a _____*”;
3. In ordine ai cartelli di cui al comma 1° non trovano applicazione le disposizioni di cui al Piano generale degli impianti pubblicitari del Comune;
4. L'eventuale occupazione di suolo pubblico effettuata con le targhe e i cartelli di cui al comma 1° è esente dal pagamento del canone di occupazione di spazi e di aree pubbliche;
5. I mezzi suddetti sono soggetti al pagamento dell'imposta pubblicitaria, salvo I casi di esenzione previsti dalla legge.
6. Quanto previsto nel presente articolo sarà regolato nel contratto di sponsorizzazione.
7. L'Amministrazione si riserva di prevedere ulteriori modalità di segnalazione delle attività di sponsorizzazioni realizzate e ritenute di particolare pregio e valore.

Articolo 12
Tutela dei marchi

1.I contratti di sponsorizzazione stipulati dall'Amministrazione prevedono necessariamente clausole inerenti le garanzie e le forme di tutela dei marchi, con specificazione dell'utilizzo dei loghi e dei segni distintivi dello sponsor, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.

TITOLO V
Disposizioni particolari e finali

Articolo 13
Disciplina delle sponsorizzazioni relative ai beni culturali e Art Bonus

1. In conformità alla disciplina di cui all'art.151 del D.lgs 50/16,la disciplina di cui all'art.19 del d.lgs. 18 aprile 2016 n.50 ed al presente Regolamento, si applica ai contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi o forniture relativi a beni culturali di cui al presente capo, nonché ai contratti di sponsorizzazione finalizzati al sostegno degli istituti e dei luoghi della cultura, di cui all'art.101 del d.lgs. 22 gennaio 2004, n. 42.
2. L'Amministrazione Pubblica preposta alla tutela dei beni culturali, anche qualora diversa dal Comune di Savona, impartisce opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere e/o forniture e alla direzione dei lavori e collaudo degli stessi.
3. Resta salva la possibilità, per favorire le erogazioni liberali a sostegno della cultura, l'applicazione della misura agevolativa c.d. Art Bonus, sotto forma di credito di imposta, introdotta dall'art.1 dal D.L.n. 83/2014.
4. co.4 L'amministrazione, a tal fine, provvederà a rendere noto, mediante avviso pubblico, gli interventi, segnalati anche da soggetti privati, sui quali sarà possibile presentare l' erogazione secondo quanto previsto dal D.l. n. 83/2014 convertito con modificazioni dalla L. n. 106/2014.
5. L'erogazione liberale, quale contributo in danaro elargito da un benefattore, diversamente dalla sponsorizzazione, non prevede obblighi di controprestazione o riconoscimenti di natura economica. L'amministrazione, secondo le linee guida del D.M. 19 dicembre 2012

del MiBACT, potrà procedere a un pubblico ringraziamento del mecenate, previa opportuna liberatoria, senza far riferimento a marchi, attività o prodotti.

Articolo 14

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 nella misura del 50% al momento della stipula del contratto, il restante 50% a prestazione corrispettiva avvenuta e non oltre 30 giorni dalla ricezione della relativa fattura.

Articolo 15

Aspetti contabili e fiscali

1. I corrispettivi dei contratti di sponsorizzazione sono previsti nel Bilancio 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 comunque contabilizzati a Bilancio in entrata e in spesa per pari importo al fine di assicurare il rispetto del principio di integrità del Bilancio e la normativa fiscale.
2. Le prestazioni rese ai sensi del presente Regolamento generano emissione di fattura e le singole fattispecie di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale applicabile.
3. Quando il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione è costituito da forniture di beni o servizi o da lavori da effettuare da parte dello sponsor, è fatto obbligo di doppia fatturazione, ovvero di fatturazione dello sponsor al Comune del valore del bene, del servizio o del lavoro, soggetto ad IVA, e di fatturazione del Comune allo sponsor di pari importo, soggetto ad IVA, per l'attività di sponsorizzazione.
4. Le spese relative alla stipula del contratto ed alla sua eventuale registrazione, solo in caso d'uso, saranno interamente a carico dello sponsor.

Articolo 16
Trattamento dati personali

1. I dati personali raccolti in applicazione al 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. 196/2003.

Articolo 17

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.

Articolo 18
Entrata in vigore

1. Il presente Regolamento entra in vigore dopo la conseguita esecutività delle delibera che lo approva.