

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

## **Art.1 – Oggetto e finalità**

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione di iniziative organizzate e gestite dal Comune, in attuazione delle disposizioni contenute:

- nell'art. 1, comma 1-bis, della Legge 241/1990;
- nell'art. 43 della Legge 449/1997,
- nell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000;
- nell'art. 120 del D. Lgs. 42/2004;
- nell'art. 19 del d. Lgs. 18 aprile 2016 n. 50

2. 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 ed i principi di efficienza, trasparenza, buon andamento ed imparzialità che regolano l'attività della Pubblica Amministrazione.

3. Il ricorso alle sponsorizzazioni costituisce un'opportunità innovativa di finanziamento delle attività del Comune ed è finalizzato a promuovere ed 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 ed aziende attive sul territorio;
- una migliore qualità nei servizi/prestazioni erogati alla collettività,
- economia di spesa.

4. Le procedure di affidamento e le altre attività amministrative nella materia disciplinata dal presente Regolamento si svolgono, oltre che in ottemperanza a quanto previsto dalla normativa sopra richiamata, nel rispetto delle disposizioni sul procedimento amministrativo di cui alla Legge 241/1990 e ss.mm.ii. e, per quanto in essa non espressamente previsto, nel rispetto delle disposizioni stabilite dal Codice Civile.

## **Art. 2 - Definizioni**

1.- Ai fini del presente regolamento si intende:

- a) per “contratto di sponsorizzazione” (sponsorship): un contratto a titolo oneroso e a prestazioni corrispettive mediante il quale il Comune (sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a sua volta, a fornire a titolo gratuito un

predeterminato corrispettivo, in beni e servizi, denaro, o ogni altra utilità, 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;

b) per “sponsorizzazione”: ogni corrispettivo in denaro, beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale, attività, prodotti, servizi e simili;

c) per “sponsor”: la persona fisica o giuridica che intende stipulare il contratto di sponsorizzazione;

d) 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;

e) per “sponsee” il Comune di Senigallia.

### **Art. 3 – Individuazione, programmazione e gestione delle sponsorizzazioni**

1. Le iniziative di sponsorizzazione da offrire ai potenziali sponsor sono, di norma, individuate e programmate dalla Giunta Comunale. Nel corso dell’anno la Giunta può altresì formulare indirizzi specifici per l’attivazione di iniziative di sponsorizzazione.

2. Il Comune può stipulare contratti di sponsorizzazione con soggetti privati e pubblici. Possono essere individuate spese ed attività, la cui realizzazione è vincolata alla conclusione di contratti di sponsorizzazione.

3. I contratti di sponsorizzazione possono essere attivati sia su iniziativa dell’Amministrazione che su iniziativa di soggetti terzi ed il ricorso alle sponsorizzazioni può comunque riguardare tutti i beni, i servizi e le iniziative a carico del bilancio comunale

4. I titolari di funzioni Dirigenziali, nell’ambito della loro competenza, predispongono i progetti operativi delle iniziative di sponsorizzazione e adottano gli atti di gestione necessari al raggiungimento degli obiettivi amministrativi.

### **Art. 4 – Ambito di applicazione delle Sponsorizzazioni. Clausole sponsor e contenuto**

La Sponsorizzazione a favore dell’Ente, a carattere tecnico o finanziario, può avere ad oggetto, a titolo esemplificativo:

a. la fornitura di materiale/attrezzature/beni;

b. la realizzazione di un’opera o di un lavoro;

c. la fornitura di una prestazione di servizio;

d. la gestione di un’opera o di un’area;

e. la gestione di un servizio;

f. contributo in denaro da introitarsi in apposito capitolo di Bilancio vincolato ai fini prefissati nel contratto di sponsorizzazione.

La sponsorizzazione, può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni in favore del Comune di Senigallia, fra le quali si indicano a titolo esemplificativo e non esaustivo:

- a. attività od eventi a rilevanza artistico, culturale o spettacolare di differente tipologia promossi, gestiti od organizzati dal Comune, sia direttamente che indirettamente;
- b. eventi sportivi e/o di rilevanza sociale;
- c. attività di programmazione turistica;
- d. utilizzo a fini pubblicitari di spazi all'interno del Comune (es: bacheche, sale riunioni, impianti sportivi, coperture con teli di opere e/o lavori);
- e. servizi di manutenzione e gestione di aree verdi pubbliche compresi gli impianti di irrigazione e le fontane se presenti, aree diverse e immobili comunali nonché manutenzione e gestione dell'arredo urbano;
- f. fornitura di beni con riferimento, a titolo esemplificativo, ad attrezzature informatiche di vario genere ed alla fornitura di arredo urbano;
- g. attività di progettazione, direzione lavori, esecuzione di opere pubbliche o di pubblica utilità;
- h. realizzazione di mostre, concerti, spettacoli e, in genere, attività culturali;
- i. gestione di sportelli informa-giovani, marketing e promozione territoriale;
- l. attività di comunicazione, realizzazione di periodici.

#### **Art. 5- Adozione di aree verdi**

Nel territorio comunale sono presenti numerose aree verdi in parte già allestite e in parte di nuova progettazione, per le quali l'Amministrazione Comunale intende avvalersi di forme di sponsorizzazione per il miglioramento della qualità del verde pubblico, la qualità dell'immagine della città e in particolare:

- per la realizzazione e la manutenzione delle aree verdi all'interno delle rotatorie e di aree verdi stradali di futura realizzazione;
- per la manutenzione delle aree verdi all'interno delle rotatorie e di aree verdi stradali già esistenti, e la gestione degli allestimenti esistenti di tipo stagionale;
- per la manutenzione, gestione e pulizia di parchi ed aree gioco.

L'atto convenzionale di sponsorizzazione, avrà durata da un minimo di tre ad un massimo di cinque anni a decorrere dalla stipula dell'atto medesimo.

Le aree, oggetto degli atti convenzionali di sponsorizzazione, manterranno la funzione ad uso pubblico, in base alle destinazioni previste dagli strumenti urbanistici o da interventi in corso di progettazione/realizzazione.

I soggetti pubblici o privati che eseguiranno, a proprie cure e spese, interventi di realizzazione e successiva manutenzione delle aree loro assegnate, otterranno in cambio, oltre ai benefici fiscali previsti dalla normativa vigente, il necessario ritorno di immagine, come meglio precisato nei successivi articoli.

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

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

- a) ritenga 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 sono in possesso dei requisiti di ordine generale necessari per poter contrarre con una Pubblica Amministrazione, di cui all'art. 80 del D. Lgs. del 18 aprile 2016, n. 50, per quanto applicabile;

b) non dichiarano di rispettare o, comunque, non rispettano i seguenti principi definiti dalla Risoluzione 2003116 del 13 agosto 2003 della Sottocommissione delle Nazioni Unite 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.

c) abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria con l'Amministrazione Comunale.

4. L'interessato attesta il possesso dei requisiti di cui al precedente punto 3 mediante dichiarazione sostitutiva ai sensi del D.P.R. 445/2000.

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

1. I contratti di sponsorizzazione nei quali il Comune è parte possono prevedere a titolo di corrispettivo dovuto dallo sponsor:

- a) somme di denaro;

b) 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. 8 – Pagamento del corrispettivo in denaro della sponsorizzazione**

1. Ove il corrispettivo della sponsorizzazione sia costituito da una somma di denaro, il pagamento avviene, di norma, almeno della misura del 50% al momento della conclusione del contratto ed il restante secondo un piano predisposto dal Responsabile di Settore a cui spetterà 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 previste nella determina a contrarre.

#### **Art. 9 – Sponsorizzazioni plurime**

In generale le sponsorizzazioni non sono effettuate con diritto di esclusiva da parte dello sponsor, e pertanto il Comune può ricevere più sponsorizzazioni per uno stesso evento od oggetto.

#### **Art.10 – Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor**

1. Nell'ipotesi di iniziativa dell'Amministrazione Comunale, l'affidamento dei contratti di sponsorizzazione avviene nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità.

2. Il procedimento di scelta dello sponsor è effettuato mediante procedura selettiva concorrenziale, con pubblicazione di apposito avviso, salvo quanto previsto dal successivo art. 11. L'avviso pubblico, unitamente al capitolato, è approvato con determinazione del Responsabile di Settore competente che sarà individuato nella delibera di Giunta che sarà adottata per l'avvio della procedura.

3. L'avviso è pubblicato all'albo pretorio online.

4. L'avviso deve indicare almeno:

- l'oggetto della sponsorizzazione;
- i requisiti di partecipazione;
- le modalità e il termine per la presentazione delle offerte;
- i criteri di valutazione delle offerte;
- l'eventuale importo minimo, a base della procedura selettiva, richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
- l'eventuale diritto di prelazione a norma del successivo art. 11;
- l'ufficio procedente ed il responsabile del procedimento.

5. Scaduto il termine fissato nell'avviso, si procede alla valutazione delle offerte pervenute nel rispetto dei criteri stabiliti nell'avviso medesimo. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal Responsabile di Settore competente nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato. Per la suddetta valutazione ci si potrà avvalere di apposita commissione presieduta dal Responsabile del Settore indicato.

6. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve contenere fra l'altro:

- le dichiarazioni richieste dall'avviso;
- 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.

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

1. Nel caso in cui, da parte di un potenziale sponsor, pervenga al Comune una proposta spontanea di sponsorizzazione, il Responsabile di Settore competente valuta la rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento e, deliberata l'opportunità della proposta da parte della Giunta, predisponde apposito avviso, da pubblicare con le modalità di cui al precedente art. 10, che preveda come importo minimo a base di selezione quello offerto dal soggetto promotore nonché il diritto di prelazione a parità di condizioni a favore dell'originario promotore ai sensi del comma 2 del presente articolo. Alla pubblicazione dell'avviso segue l'espletamento della selezione.

2. Terminata la procedura di selezione, all'originario promotore è riservato, entro un termine prestabilito, il diritto di adeguare, ove necessario, la propria proposta a quella giudicata più conveniente dal Comune. In questo caso, il promotore originario è dichiarato aggiudicatario.

### **Art. 12 –Affidamento diretto**

1. Si può procedere all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazione nei seguenti casi:

- a) in caso sia stata esperita infruttuosamente la procedura selettiva di cui all'art. 10;
- b) in casi eccezionali, adeguatamente motivati, in cui la particolare natura e caratteristiche dell'evento o iniziativa oggetto di sponsorizzazione limitino la trattativa ad un unico determinato soggetto.

2. In ogni caso, l'affidamento diretto avviene previa valutazione di congruità da parte del Responsabile di Settore procedente.

### **Art. 13 – Beni e servizi di modesta entità**

1. L'Amministrazione Comunale si riserva la facoltà di aderire alle proposte di sponsorizzazioni quando il contenuto dei beni o servizi offerti non è superiore a € 10.000,00.

Si riportano a titolo esemplificativo e non esaustivo, i seguenti casi:

- a) l'allestimento di locali e spazi pubblicitari in occasione di ricorrenze o manifestazioni pubbliche;
- b) la fornitura di cancelleria, piccoli attrezzi di lavoro, materiale di consumo, divise di lavoro;
- c) la fornitura di materiale "usa e getta" se ecocompatibile;
- d) la fornitura di materiale da arredo urbano.

2. Nei casi di cui al precedente comma, il contratto si perfeziona con l'accettazione della proposta senza altre formalità che la forma scritta.

3. Tutte le sponsorizzazioni di modestà entità saranno pubblicate in apposito elenco disponibile sul sito internet del Comune di Senigallia.

#### **Art. 14 – Affidamenti di valore superiore ai 40.000 euro**

In attuazione di quanto disposto all'art. 19 del vigente codice dei contratti (Decreto legislativo 18 aprile 2016, n. 50) si stabilisce che:

1. Al fine di assicurare il rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza, proporzionalità, l'affidamento di contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi o forniture per importi superiori a quarantamila euro, mediante donazione di danaro o accollo del debito, o altre modalità di assunzione del pagamento dei corrispettivi dovuti, è soggetto esclusivamente alla previa pubblicazione sul sito internet della stazione appaltante, 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. Trascorso il periodo di pubblicazione dell'avviso, il contratto può essere liberamente negoziato, purché nel rispetto dei principi di imparzialità e di parità di trattamento fra gli operatori che abbiano manifestato interesse.

2. Nel caso in cui lo sponsor intenda realizzare i lavori, prestare i servizi e/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. L'ufficio procedente impartisce opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere e/o forniture e alla direzione dei lavori e collaudo degli stessi.

#### **Art. 15 - 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 delle modalità di attuazione della sponsorizzazione;
- c) il valore del corrispettivo della sponsorizzazione;

- d) la durata del contratto che non può essere superiore ad anni cinque;
- e) l'eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale;
- f) i controlli sull'attività dello sponsor e le penali in caso d'inadempimento;
- g) la facoltà di recesso da parte del Comune;
- h) la risoluzione del contratto per inadempimento;
- i) la competenza del Tribunale di Ancona in caso di controversie;
- j) la disciplina delle spese contrattuali.

2. Nel contratto deve essere prevista la facoltà del Comune di recedere prima della scadenza, previa tempestiva e formale comunicazione allo sponsor; deve inoltre essere prevista la clausola risolutiva espressa nel caso in cui lo sponsor rechi danno all'immagine del Comune, fermo restando il diritto al risarcimento del danno.

### **Art. 16 – Obblighi a carico del Comune**

1. Il Comune, quale controprestazione ai beni e/o ai servizi 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 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 aiuole 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, carta intestata, biglietti d'ingresso alla manifestazione interessata, inviti alla manifestazione, ecc.);

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.

3. L'imposta sulla pubblicità, ove dovuta, dovrà essere corrisposta dallo sponsor direttamente al Comune od al concessionario, nella misura di legge.

### **Art. 17 – Sponsorizzazioni di lavori, servizi e forniture aventi ad oggetto beni culturali**

Alle sponsorizzazioni di lavori, servizi e forniture aventi per oggetto beni culturali, si applicano le disposizioni del D.Lgs. 50/2016 e, per quanto con esse compatibili, le norme del presente regolamento.

### **Art. 18 – 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 (D.Lgs.50/2016).

#### **Art. 19 – Aspetti contabili e fiscali**

1. Le iniziative derivanti da contratto di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale sulle imposte dirette, per quanto applicabili, sulle imposte indirette e sui tributi locali, 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 di oneri 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, soggetti ad 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) contributi economici: il Comune emetterà fattura al soggetto finanziatore per un importo pari al contributo pattuito nel contratto;
  - b) cessione gratuita di beni e/o servizi: 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 provvederà ad emettere fattura allo sponsor di uguale importo, a titolo di sponsorizzazione, con compensazione contabile delle due fatture;
  - c) adozione di aree verdi: lo sponsor provvederà a fatturare al Comune gli importi indicati nel preventivo e recepiti nel contratto, al termine della sistemazione 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.
5. Ogni spesa contrattuale inerente e conseguente alla stipulazione ed alla registrazione del contratto di sponsorizzazione e/o dell’accordo di collaborazione nei casi previsti dalla legge è a carico dello sponsor.
6. L’emissione di fattura da parte del Comune nei confronti dello sponsor avverrà ad avvenuto pagamento.

## **Art. 20 – 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 notificate allo sponsor a mezzo raccomandata a/r o PEC.
3. Il mancato rispetto delle norme contrattuali produce la risoluzione del contratto; è fatto salvo il risarcimento del danno.

## **Art. 21 – 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 GDPR 679/2016.

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. 22 - 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 utilizzate per le seguenti finalità:

- a) ad implementare il fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività;
- b) al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio.

## **Art. 23 – 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. 24 – Entrata in vigore**

Il presente regolamento entra in vigore dopo la conseguita esecutività della deliberazione che lo approva.