
Regolamento

sulla disciplina dei contratti di sponsorizzazione e degli accordi di collaborazione

INDICE

TITOLO I - Natura, scopi e Funzioni del contratto di sponsorizzazione e degli accordi di collaborazione

- Art. 1 - Oggetto
- Art. 2 - Contratto di sponsorizzazione
- Art. 3 - Contratto di collaborazione
- Art. 4 - Regola comune per l'associazione del nome e del marchio e per forma contrattuale
- Art. 5 - Finalità
- Art. 6 - Ambito di applicazione
- Art. 7 - Vincoli di carattere generale
- Art. 8 - Il Comune come sponsee
- Art. 9 - Le figure dello sponsor e del collaboratore istituzionale
- Art. 10 - Funzione della sponsorizzazione e degli accordi di collaborazione
- Art. 11 - Iniziativa spontanea o per azione di terzi
- Art. 12 - Sponsorizzazioni plurime

TITOLO II - Modalità di scelta del contraente

- Art. 13 - Regole generali e comuni
- Art. 14 - Gli accordi di collaborazione
- Art. 15 - L'offerta di sostanziale mecenatismo
- Art. 16 - La valutazione delle offerte
- Art. 17 - Diritto di rifiuto alle sponsorizzazioni
- Art. 18 - Modalità di pubblicizzazione dello sponsor
- Art. 19 - Versamento e utilizzo proventi delle sponsorizzazioni
- Art. 20 - Utilizzo risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

TITOLO III - Disposizioni finali

- Art. 21 - Normativa di rinvio
- Art. 22 - Aspetti fiscali
- Art. 23 - Trattamento dei dati personali
- Art. 24 - Verifiche e controlli
- Art. 25 - Riserva organizzativa
- Art. 26 - Entrata in vigore

TITOLO I

Natura, Scopi e funzioni del contratto di sponsorizzazione e degli accordi di collaborazione

Art.1 - Oggetto

1. Le norme del presente Regolamento costituiscono la disciplina generale per la realizzazione di rapporti afferenti la sponsorizzazione, e più in generale la conclusione di speciali accordi di collaborazione, relativi allo svolgimento di attività e di iniziative di interesse del Comune di Castiglione a Casauria nei settori e nei campi di intervento di cui al successivo art. 6 e per le finalità indicate nell'art. 5, che di nuovo segue.

2. Il presente Regolamento è adottato in sostanziale attuazione delle previsioni recate dall'art. 26 <<contratti di sponsorizzazione>> del D.Lgs. n. 163/06, dall'art. 43 della legge 27 dicembre 1997, n. 449 e s.m.i. - che si pone in tema, come normativa di principio - rispettando altresì le linee fondanti delle disposizioni contenute nell'ex art. 119 del TUEL Dlgs 267/00 e successive modificazioni ed integrazioni, dall'art. 15 "Risorse per le politiche di sviluppo delle risorse umane e per la produttività" del C.C.N.L. del comparto del personale delle Regioni – Autonomie locali – sottoscritto il 01/04/1999, dall'art. 26 "finanziamento della retribuzione di posizione e di risultato del C.C.N.L. dei dirigenti degli Enti locali

3. E' criterio preminente di lettura e di interpretazione delle disposizioni regolamentari che seguono, quello della peculiare atipicità e novità degli istituti contrattuali considerati, pertanto le specifiche disposizioni inerenti le attività contrattuali degli Enti Pubblici richiamate vengono adottate, di volta in volta, in base alla specialità dei rapporti di seguito disciplinati.

Ai fini del presente Regolamento si intende:

- a) per "*sponsor*": il soggetto privato (persona fisica o giuridica) che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con questo Comune;
- b) per "*sponsorizzazione*": ogni contributo in beni, servizi, danaro o altri tipi di prestazioni e interventi provenienti da terzi, allo scopo di promuovere la propria attività per conseguire un beneficio d'immagine;
- c) per "*contratto di sponsorizzazione*": un contratto mediante il quale il Comune (sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo o ad effettuare una prestazione determinata, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale, il logo, il marchio, i prodotti in appositi o predefiniti spazi pubblicitari;
- d) per "*Spazio pubblicitario*": lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione del Comune per la pubblicità dello sponsor.

Art. 2 - Contratto di sponsorizzazione

1. Il contratto di sponsorizzazione determina a fronte di un corrispettivo, costituito da una somma di denaro ovvero da forniture di beni e/o servizi prestati dallo sponsor a vantaggio del comune di Castiglione a Casauria, le modalità con cui questo Comune si obbliga a divulgare il nome o il marchio del soggetto sponsorizzante nelle varie estrinsecazioni della propria attività.

Art. 3 - Contratto di collaborazione

1. Gli accordi di collaborazione determinano, a fronte di investimenti privati di peculiare rilevanza a vantaggio del Comune di Castiglione a Casauria, oltre al ritorno pubblicitario rimarcato all'art 2 che precede, la possibilità economica di ricavare direttamente una redditività specifica dalla collaborazione con il Comune a favore del soggetto c.d. collaborante, estrinsecantesi in forniture di servizi e di beni caratterizzati da potenzialità di redditività.

Art.4 - Regola comune per l'associazione del nome e del marchio, oltreché per la forma contrattuale

1. I contratti di sponsorizzazione stipulati da questa Amministrazione comunale 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.

2. Le modalità di associazione del nome e del marchio del soggetto <<sponsorizzante o sponsee>> ovvero di quello <<collaborante o sponsor>> devono presentare caratteri consoni e compatibili alla natura istituzionale ed alla immagine di pubblica autorità neutrale proprie di questo Comune di Castiglione a Casauria.

3. L'utilizzazione sia dello strumento della sponsorizzazione che di quello degli accordi di collaborazione, avviene sempre attraverso la stipula di apposito contratto da redarsi in forma scritta che deve contenere:

- a. il diritto dello sponsor o collaborante alla pubblicizzazione dell'immagine;
- b. la durata del contratto di sponsorizzazione o dell'accordo di collaborazione;
- c. gli obblighi assunti a carico dello sponsor o collaborante;
- d. le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

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

Art.5 - Finalità

1. Il comune di Castiglione a Casauria intende tendenzialmente avvalersi degli istituti in questione della sponsorizzazione e degli accordi di collaborazione, essenzialmente:

- per incentivare e promuovere una più spiccata innovazione nell'organizzazione tecnica e amministrativa dell'Ente;
- per realizzare maggiori economie di spesa;
- per migliorare la qualità dei servizi prestati.

Art.6 - Ambito di applicazione

1. Il comune di Castiglione a Casauria ricorre, esemplificativamente, a forme di <<sponsorizzazione>> in relazione:

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

2. Per gli accordi di collaborazione sono attività privilegiate in specie:

- la concessione di edifici monumentali in degrado a soggetti privati, i quali, fatta salva la destinazione d'uso li restaurino e li utilizzino anche per proprie sedi, per lo stretto tempo necessario per recuperare, attraverso i normali costi di locazione, le spese sostenute;
- le istituzioni museali, ovvero settori di attività delle stesse;
- gli impianti sportivi di proprietà comunale;
- il restauro, il recupero e gestione di qualsiasi bene pubblico, appartenente al demanio o al patrimonio indisponibile del Comune.

Art.7 - Vincoli di carattere generale

1. Tutte le iniziative supportate dalle forme, in senso lato, di sponsorship di cui al precedente art.6, sono necessariamente dirette al perseguimento di interessi pubblici:

- devono escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
- devono essere consone e compatibili con l'immagine del Comune Castiglione a Casauria;
- devono produrre risparmi di spesa.

2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:

- propaganda di natura politica, sindacale o religiosa;
- pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione dei tabacchi, prodotti alcolici e materiale pornografico o a sfondo sessuale;
- messaggi offensivi incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

Art.8 - Il comune come sponsee

1. Con l'approvazione del seguente regolamento (e nel rispetto dello stesso) il Consiglio Comunale autorizza in via generale la Giunta Comunale, ad avvalersi di sponsorizzazioni e collaborazioni per il conseguimento di finalità d'interesse pubblico.

2. La Giunta Comunale nel rispetto del presente regolamento, autorizza per le attività del Comune di Castiglione a Casauria il ricorso al finanziamento tramite sponsorizzazioni o collaborazioni, in via generale con l'approvazione del PRO (Piano Risorse ed obiettivi) e successive variazioni, per iniziative specifiche, con apposite deliberazioni.

3. Tutte le conseguenti fasi attuative e gestionali inerenti alle iniziative di cui ai due commi che precedono sono demandate alla competenza del Responsabile preposto al servizio interessato (o maggiormente interessato).

Art.9 - Le figure dello sponsor e del collaboratore istituzionale

1. Possono assumere la veste di sponsor ovvero di collaboratore istituzionale i seguenti soggetti:

- qualsiasi persona fisica, purché in possesso dei requisiti di legge per contrattare ordinariamente con la pubblica Amministrazione;

- qualsiasi persona giuridica, avente o meno scopo o finalità commerciali, quali le società di persone e di capitali, le imprese individuali, quelle cooperative (ex art. 2511 cod. civ.), le mutue di assicurazioni e i consorzi imprenditoriali (ex art.2602 cod. civ.), i liberi professionisti anche in forma associata;

- le Associazioni senza fini di lucro, le cui finalità statuarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali di questo Comune di Castiglione a Casauria.

Art.10 - Funzione della sponsorizzazione e degli accordi di collaborazione

1. La sponsorizzazione, come del resto gli accordi di collaborazione, rappresentano strumenti tramite i quali questo Comune realizza o acquisisce a titolo gratuito interventi, servizi, prestazioni, beni o attività inseriti nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio del Comune. Il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di una economia di bilancio totale o parziale rispetto alla previsione di spesa, in relazione alla totale o parziale acquisizione, senza oneri per il Comune, del previsto risultato da parte dello sponsor.

2. Eccezionalmente, la sponsorizzazione e gli accordi di collaborazione potranno anche consistere nella esecuzione di opere e lavori pubblici e/o di pubblico interesse espletati direttamente o per suo diretto strumento dal soggetto sponsorizzante o collaborante.

Art. 11 Iniziativa spontanea o per azione di terzi

1. La sponsorizzazione e gli accordi di collaborazione possono avere origine per:

- iniziativa di qualsiasi persona giuridica, avente o meno scopo o finalità commerciali, quali le società di persone e di capitali, le imprese individuali, quelle cooperative (ex art. 2511 cod. civ.), le mutue di assicurazioni e i consorzi imprenditoriali (ex art.2602 cod. civ.), i liberi professionisti anche in forma associata;

– iniziativa spontanea di questa Amministrazione comunale

– iniziativa di uno degli altri soggetti indicati nel precedente art. 9 di questo Regolamento.

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

3. Il riconoscimento della utilità della proposta di cui al comma 2, che immediatamente precede, avviene mediante l'inserimento della stessa nell'apposito P.R..O. (Piano Risorse ed Obiettivi).

Art.12 - Sponsorizzazioni plurime

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

TITOLO II

Modalità di scelta del contraente

Art.13 - Regole generali e comuni

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura negoziata, sia quando la proposta provenga da iniziativa di uno qualsiasi dei soggetti indicati nel precedente art. 9 di questo Regolamento, sia qualora la proposta avvenga su iniziativa spontanea di questa Amministrazione comunale, preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso e, comunque, da adeguate forme di pubblicità.

2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio e/o inserimento nel sito internet del Comune, e/o invio alle associazioni di categoria ed in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.

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

- a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor;
- b) l'esatta determinazione dello spazio pubblicitario utilizzabile e la durata della pubblicità;
- c) le modalità ed i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione;
- d) l'importo minimo richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione.

4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve indicare, almeno:

- a) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende pubblicizzare;
- b) il corrispettivo della sponsorizzazione;
- c) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato (o progetto di sponsorizzazione).

5. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

a) per le persone fisiche:

- l'inesistenza della condizione di incapacità a contrarre con la Pubblica Amministrazione e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della
- capacità contrattuale;
- l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
- l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprenditore);
- la non rappresentanza di organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.

b) per le persone giuridiche:

- il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti per ciascuno dei quali devono essere prodotte le autocertificazioni sopra elencate.

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

Art. 14 - Gli accordi di collaborazione

1. Gli accordi di collaborazione di cui al precedente art. 3, stante la loro natura di più spiccata valenza economica e di interesse imprenditoriale dell'altro contraente, sono più puntualmente sottoposti al rispetto delle regole dell'evidenza pubblica e previo regime di raffronto fra più possibili concorrenti.

Art.15 - L'offerta di sostanziale mecenatismo

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

prestazione resa.

Art.16 - La valutazione delle offerte

1. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate – sulla base dei criteri definiti nel capitolato, nel progetto o nella delibera di Giunta – dal responsabile del settore che organizza l’iniziativa o l’evento, dal responsabile all’uopo incaricato dal Sindaco in presenza di situazioni diverse ovvero da apposita commissione all’uopo costituita.
2. In presenza di più offerte accettabili viene predisposta ed approvata con determinazione dirigenziale una graduatoria per ognuna delle iniziative per le quali è prevista la sponsorizzazione.
3. La graduatoria è formata in ragione della maggiore utilità economica per il Comune o sulla base dei punteggi attribuiti in ragione dei criteri qualitativo-economici fissati nell’avviso (valore economico, convenienza dell’Amministrazione ad acquisire lo sponsor nella propria disponibilità, fiducia ed immagine dello sponsor per gli effetti di ritorno sulla pubblicizzazione dell’evento, eventuali servizi aggiuntivi e simili).

Art. 17 – Diritto di rifiuto alle sponsorizzazioni

1. L’Amministrazione Comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:
 - a. ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l’attività pubblica e quella privata;
 - b. ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
 - c. la reputi inaccettabile per motivi di inopportunità generale.

Art.18 – Modalità di pubblicizzazione dello sponsor

1. L’attività di pubblicizzazione dello sponsor da parte del Comune è realizzata nei seguenti modi:
 - a) nel caso di manifestazioni e progetti di tipo culturale, informativo, sportivo e sociale, finanziati con risorse economiche derivanti dalla sponsorizzazione, il logo dello sponsor potrà essere inserito sia nel materiale pubblicitario relativo alle iniziative (volantini, inviti, manifesti, depliant, striscioni, tabelloni luminosi, giornali ecc.), sia nel sito internet del Comune nella pagina dedicata all’informazione sulle manifestazioni e sulle attività organizzate dal Comune a beneficio della cittadinanza, sono inoltre possibili altre forme di intervento promozionale (stand, striscioni, allestimenti, ecc.) eventualmente dettagliate di volta in volta nell’avviso pubblico di sponsorizzazione;
 - b) nel caso di interventi mirati alla valorizzazione del territorio, del patrimonio comunale e dell’assetto urbano, il Comune consentirà apposite forme di pubblicizzazione particolarmente visibili all’esterno, quali, ad esempio, il posizionamento di cartelli o di targhe indicanti lo sponsor che finanzia l’intervento o fornisce i beni.
2. Il materiale pubblicitario indicato alla lettera b) del precedente comma 1 o, comunque, specifico è realizzato e posto in opera a spese dello sponsor nel rispetto delle prescrizioni indicate dal competente servizio comunale. Sono, altresì, a carico dello sponsor l’acquisizione di eventuali pareri e/o autorizzazioni previsti dalla normativa vigente e tutti gli oneri derivanti dal pagamento dei tributi dovuti a livello locale.

Art. 19 - Versamento e utilizzo proventi delle sponsorizzazioni

1. Il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione deve essere eseguito in misura non inferiore all’80% al momento della sottoscrizione del contratto e nell’importo restante a conclusione dell’evento. Qualora l’importo superi i 50.000,00 Euro, a garanzia e quale condizione essenziale per procedere alla formalizzazione dei rapporti di sponsorizzazione, lo Sponsor dovrà costituire, sempre al momento della sottoscrizione del contratto, apposita polizza fideiussoria, a favore del Comune.
2. Nei casi in cui il contratto preveda la fornitura di beni e/o servizi di terzi, lo Sponsor dovrà provvedere a

pagare direttamente il fornitore, previa attestazione del Comune dell'avvenuta esecuzione delle prestazioni. Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza, ipso iure, del contratto, fatto salvo il diritto di rivalsa da parte del Comune sulle somme versate dallo Sponsor a titolo di garanzia previste nel contratto di sponsorizzazione.

Art. 20 - Utilizzo risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

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

2. I risparmi di spesa di cui al comma 1 sono utilizzati per le seguenti finalità:

a) quanto al 10% per l'implementazione del fondo delle risorse decentrate del personale dipendente di cui all'art. 31 del CCNL 22 gennaio 2004, nonché del fondo della retribuzione di risultato della dirigenza di cui all'art. 26 del CCNL del 23 dicembre 1999, da ripartirsi tra dipendenti e dirigenti che hanno curato l'istruttoria del procedimento ed adottato i relativi atti, sulla base della qualità e quantità dell'apporto individuale e delle rispettive responsabilità.

b) quanto al 90% per il finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni di bilancio.

La ripartizione dei proventi di cui al precedente c. lettera a del presente articolo è disposta, sulla base dei criteri fissati dalla contrattazione decentrata, rispettivamente per il personale dipendente e la dirigenza, con determinazione del responsabile del servizio.

TITOLO III

Disposizioni finali

Art. 21 - Normativa di rinvio

1. Per quanto non esplicitamente previsto e specificatamente stabilito negli articoli di questo Regolamento che precedono, si fa formale rinvio alle leggi e normative vigenti in materia e specificatamente:

- R.D. 18.11.1923, n. 2440 recante: <<Nuove disposizioni sull'amministrazione del patrimonio e sulla contabilità generale dello Stato>> e s.m.i.;
- D.Lgs. 12/04/2006 n. 163 recante "Codice di contratti pubblici relativi a lavori, servizi, e forniture".

Inoltre trovano applicazione: - le eventuali norme che regolano di recentemente la specifica materia oggetto della sponsorizzazione; - lo statuto e tutti i regolamenti comunali.

Art. 22 - Aspetti fiscali

1. Il valore della fatturazione per la sponsorizzazione corrisponde al corrispettivo concordato nell'accordo tra sponsor e sponsee così come meglio specificato agli articoli 2 e 3 del presente regolamento.

2. La sponsorizzazione oggetto del presente regolamento, quando prevede quale corrispettivo della stessa la fornitura di beni e/o servizi da parte dello sponsor, si configura come operazione permutativa e trova quindi applicazione la disciplina sull'I.V.A. secondo le previsioni dell'art. 11 del D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633.

3. Allo sponsor compete il pagamento della somma dovuta per imposta sulla pubblicità e dei tributi dovuti a livello locale.

Art. 23 – Trattamento dei dati personali

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste.

2. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti ai sensi del D.Lgs 196/2003.

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

4. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici tenuti alla applicazione del presente regolamento.

5. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento.

Art. 24 - Verifiche e controlli

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

2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor.

3. La notifica e l'eventuale diffida producono gli effetti previsti dal contratto di sponsorizzazione.

Art. 25 - Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente da questa Amministrazione comunale secondo la disciplina del presente Regolamento.

2. E' tuttavia facoltà del Comune, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare in convenzione l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario, secondo le vigenti normative degli appalti dei servizi richiamate anche al precedente art. 13.

Art. 26 – Pubblicità del Regolamento

1. Copia del presente regolamento, a norma dell'articolo 22 della L. 07/08/90 n. 241 come sostituito dall'art. 15 c. 1, della L. 11.02.2005 n. 15, sarà tenuta a disposizione del pubblico perchè possa prendere visione in qualsiasi momento;

Art. 27 - Entrata in vigore

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

2. Copia del Regolamento esecutivo verrà consegnata a cura della Segreteria comunale a tutti i Responsabili di servizi ed al Revisore dei Conti.