

REGOLAMENTO SULLE SPONSORIZZAZIONI

Testo approvato dall'Assemblea Consortile nella seduta n. 11 del 15 luglio 2019

INDICE

- Art. 1 - Oggetto, finalità e principi generali
- Art. 2 - Definizioni ed ambito di applicazione
- Art. 3 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione
- Art. 4 - Modalità di promozione e informazione
- Art. 5 - Corrispettivo
- Art. 6 - Lavori, servizi e forniture realizzati a cura e spese dello sponsor
- Art. 7 - Procedura per la scelta dello sponsor
- Art. 8 - Criteri di aggiudicazione
- Art. 9 - Offerta di sponsorizzazione
- Art. 10 - Proposte spontanee
- Art. 11 - Contratto di sponsorizzazione
- Art. 12 - Versamento corrispettivo sponsorizzazioni
- Art. 13 - Utilizzo delle sponsorizzazioni in relazione a procedure di appalto e concessione
- Art. 14 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni
- Art. 15 - Adempimenti contabili e fiscali
- Art. 16 - Rifiuto ed esclusione di sponsorizzazioni
- Art. 17 - Trattamento dei dati personali
- Art. 18 - Verifiche e controlli
- Art. 19 - Riserva organizzativa e agenzie specializzate
- Art. 20 - Norma di rinvio
- Art. 21 - Entrata in vigore

Art. 1

Oggetto, finalità e principi generali

1. Il presente regolamento, adottato in attuazione dell'art. 43 della legge 27 dicembre 1997, n. 449, dell'art. 119 del d.lgs. 18.08.2000 n. 267 e s.m.i., dell'art. 120 del d.lgs. 22 gennaio 2004, n. 42 e dell'art. 19 del d.lgs. 50 del 18 aprile 2016 e s.m.i., disciplina le condizioni e le modalità operative per la sponsorizzazione di lavori, servizi e forniture in favore del Consorzio BPA.
2. Il Consorzio BPA ricorre ai contratti di sponsorizzazione al fine di ottenere miglioramenti della qualità dei servizi erogati, supportare la realizzazione di opere e servizi, favorire iniziative di innovazione e ottimizzare la spesa.
3. 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 consorziale, sia attraverso il finanziamento di lavori, servizi e forniture che non trovano copertura finanziaria ordinaria.

Art. 2

Definizioni ed ambito di applicazione

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
 - a) per *contratto di sponsorizzazione*, il contratto mediante il quale il Consorzio BPA (denominato *sponsee*) nell'ambito di proprie attività, offre ad un terzo (denominato *sponsor*), la possibilità di veicolare il nome, il marchio, l'immagine, l'attività, i prodotti, i servizi e simili nei modi previsti dal contratto. Lo sponsor si obbliga, a titolo di controprestazione, a pagare un corrispettivo in denaro, ad eseguire lavori, a fornire beni o a prestare servizi al Consorzio BPA;
 - b) per *sponsorizzazione*, ogni prestazione di lavori, servizi, forniture o denaro proveniente da terzi allo scopo di promuovere il loro nome, ragione sociale, marchio, attività, prodotto o altro messaggio concordato, al fine di conseguire un beneficio di immagine;
 - c) per *sponsor*, il soggetto privato (persona fisica o giuridica) che intenda stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Consorzio BPA;
 - d) per *sponsee*: il Consorzio BPA beneficiario della sponsorizzazione, che rende una prestazione di mezzi consistente nella divulgazione dei segni distintivi dello sponsor nei modi previsti dal contratto;
 - e) per *spazio pubblicitario*: lo spazio fisico o digitale e ogni altro supporto messo a disposizione dal Consorzio BPA e utilizzato per promuovere l'immagine dello sponsor.
2. Le sponsorizzazioni, nel rispetto dei principi di cui all'art. 1, possono finanziare in tutto o in parte i lavori, i servizi e le forniture che rientrano nelle attività dell'Ente.
3. Ai fini del presente regolamento, non costituisce sponsorizzazione l'offerta a favore del Consorzio BPA di somme di denaro, di forniture, servizi o lavori quando tali erogazioni sono effettuate dal privato a titolo di liberalità, di contributo o di mero "mecenatismo". L'accettazione di tali erogazioni da parte del Consorzio BPA è subordinata ad una verifica anche ai sensi dell'art. 17, comma 1.

Art. 3

Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione sono definite dal Consiglio di Amministrazione (CdA) nell'ambito del Piano esecutivo di gestione. Il CdA può comunque approvare nel corso dell'anno, con propria deliberazione, ulteriori iniziative o formulare indirizzi specifici al Direttore. Nei casi in cui non sia possibile convocare in tempi brevi il CdA, il Direttore del Consorzio può individuare autonomamente, previo accordo con il Presidente del Consorzio BPA, ulteriori iniziative da sponsorizzare, dandone successiva comunicazione al CdA nella successiva seduta.
2. Il CdA, tenuto conto di quanto previsto dall'art. 20 comma 2, demanda le fasi attuative e gestionali alla

competenza del Direttore, che vi provvede in base alla presente regolamentazione.

3. Il procedimento per la conclusione del contratto di sponsorizzazione è avviato con una determinazione del Direttore che definisce:

- a) l'oggetto della sponsorizzazione;
- b) la previsione dell'entrata monetaria attesa o il valore del lavoro, servizio, fornitura da sponsorizzare;
- c) le modalità e forme di promozione dello sponsor;
- d) le modalità di scelta dello sponsor, lo schema dell'avviso e della modulistica per presentare l'offerta;
- e) l'eventuale capitolato.

Art. 4

Modalità di promozione e informazione

1. Per promuovere e veicolare il nome, il logo, il marchio, il messaggio pubblicitario e più in generale l'immagine dello sponsor, il Consorzio BPA può mettere a disposizione dello stesso "spazi fisici o digitali" - anche nel proprio sito Internet - di volta in volta individuati in relazione all'iniziativa.
2. Qualora siano previsti impianti pubblicitari, targhe o altri supporti, gli stessi sono realizzati a cura e spese dello sponsor nel rispetto della normativa vigente e delle prescrizioni indicate dal Direttore.
3. Nell'informazione giornalistica del Consorzio BPA riguardante attività istituzionali oggetto di sponsorizzazione, viene esclusa qualsiasi forma di comunicazione commerciale del privato. Il Consorzio BPA si riserva in ogni caso la facoltà di citare, per completezza della notizia, il nome dello sponsor.
4. Ove necessario in relazione alle modalità di sponsorizzazione, prima di attivare la procedura o, in caso di offerte spontanee avanzate dallo sponsor, prima di accettare la proposta del privato, il Direttore valuta le modalità di promozione dello sponsor.

Art. 5

Corrispettivo

1. Il corrispettivo offerto dallo sponsor può consistere:
 - a) in una somma di denaro: in questo caso la realizzazione del servizio, lavoro e fornitura sarà effettuata dal Consorzio BPA nel rispetto delle procedure previste dal d.lgs. 50/2016 e s.m.i.
 - b) in servizi, lavori e forniture acquisiti o realizzati a cura e spese dello sponsor: in tal caso la prestazione è effettuata dallo sponsor, anche tramite soggetti da lui individuati in possesso dei requisiti richiesti dalla normativa vigente.
 - c) Forma mista

Art. 6

Lavori, servizi e forniture realizzati a cura e spese dello sponsor

1. Lo sponsor che effettua direttamente la progettazione ed esecuzione di lavori, servizi e forniture quale corrispettivo delle sponsorizzazioni, o i soggetti eventualmente individuati dallo stesso quali progettisti o esecutori, devono possedere i requisiti di qualificazione e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.

Art. 7

Procedura per la scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor è effettuata nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, trasparenza, parità di trattamento e proporzionalità.
2. Il Consorzio BPA si avvale di tutti gli strumenti comunicativi e relazionali che, in base all'oggetto della sponsorizzazione, appaiano più idonei a stimolare l'interesse e il confronto tra i potenziali concorrenti.
3. Ferme restando eventuali specifiche discipline di settore, lo sponsor è individuato:
 - ordinariamente mediante raccolta di manifestazioni di interesse alla compartecipazione della spesa di uno

o più soggetti previa verifica dei requisiti stabiliti da apposito avviso

- eccezionalmente mediante procedura comparativa aperta o negoziata con invito ad almeno cinque operatori, se compatibile con l'oggetto del contratto.

4. Al fine di individuare i concorrenti e aumentare le potenzialità attrattive dell'iniziativa, il Direttore procede mediante avviso pubblicato per almeno 30 gg. all'Albo Pretorio e nel sito internet dell'Ente. E' facoltà del Consorzio BPA effettuare ulteriori forme di pubblicità anche in relazione al valore e alla tipologia della sponsorizzazione.

5. Al fine di consentire una razionale programmazione delle risorse finanziarie disponibili, il Direttore può predisporre due avvisi semestrali, da pubblicare all'Albo Pretorio e nel sito Internet dell'Ente per almeno 30 gg., per acquisire sponsorizzazioni in relazione a servizi, lavori e forniture che siano programmabili all'inizio dell'anno.

6. L'avviso di cui ai commi precedenti contiene l'indicazione degli interventi in relazione ai quali il Consorzio BPA intende pervenire alla stipula del contratto di sponsorizzazione, con l'indicazione degli elementi essenziali per la formulazione delle proposte, tra i quali:

- a) l'indicazione dei lavori, servizi e forniture e del loro valore;
- b) gli obblighi dello sponsor;
- c) le modalità di promozione dello sponsor, l'individuazione dell'eventuale spazio per la veicolazione dell'immagine del privato e la durata del periodo di suo utilizzo;
- d) i requisiti dei partecipanti e degli eventuali esecutori del contratto individuati dallo sponsor;
- e) l'eventuale diritto di esclusiva;
- f) l'importo minimo eventualmente richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
- g) i criteri per la valutazione delle proposte e l'eventualità di co-sponsorizzazioni;
- h) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta;
- i) il diritto di rifiutare o escludere l'offerta nei casi previsti dall'art. 17.

7. Sono ammesse sponsorizzazioni plurime di uno o più lavori, servizi o forniture. Nell'ipotesi di offerte concorrenti e non confliggenti, il Consorzio BPA favorisce le co-sponsorizzazioni.

Art. 8 Criteri di aggiudicazione

1. Qualora non sia possibile la sponsorizzazione plurima dell'iniziativa, il contratto è aggiudicato, di norma, in base ai seguenti criteri:

- a) maggiore valore economico offerto dal privato in termini di denaro o di prestazione;
- b) offerta economicamente più vantaggiosa, valutabile in base ad elementi economici e qualitativi individuati dal Direttore nell'avviso o nella lettera di invito, quali, a titolo meramente esemplificativo, i profili tecnici della proposta, le caratteristiche estetiche, la qualità dello sponsor in termini di fiducia e immagine, il termine di consegna o di esecuzione, il valore economico della sponsorizzazione, la durata.

2. I partecipanti alla procedura per l'affidamento di sponsorizzazioni non hanno diritto ad alcun rimborso spese.

3. Qualora a seguito dell'indagine di mercato di cui all'articolo 7 non sia stata presentata nessuna offerta o nessuna offerta valida o ritenuta appropriata, il Direttore può procedere all'affidamento diretto della sponsorizzazione, previa verifica dei requisiti richiesti e previa valutazione della congruità e convenienza della proposta.

Art. 9 Offerta e manifestazione di interesse di sponsorizzazione

1. Possono assumere la veste di sponsor le persone fisiche, le persone giuridiche, le associazioni senza fini di lucro formalmente costituite.

2. L'offerta *in caso di gara o di manifestazione di interesse*, redatta secondo le modalità e i termini richiesti dal Consorzio BPA nell'avviso o nella lettera di invito, deve essere presentate in forma scritta e, di regola, indicare:

- a) l'oggetto della sponsorizzazione;
- b) il corrispettivo e la sua quantificazione;
- c) il nome, logo, marchio, prodotto che si intende pubblicizzare e le modalità di promozione dello sponsor;

- d) l'accettazione delle condizioni richieste dal Consorzio BPA nonché l'assunzione degli obblighi e responsabilità connesse alla sponsorizzazione (compresi l'eventuale acquisizione di autorizzazioni e la rimozione del messaggio).
3. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni, previste dall'avviso o dalla lettera di invito, attestanti:
- a) per le persone fisiche:
- l'inesistenza delle cause di esclusione dalla partecipazione ad una procedura di gara di cui all'art. 80 del d.lgs. 50/2016;
 - la non rappresentanza di organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.
- b) per le persone giuridiche e gli altri soggetti:
- il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti per ciascuno dei quali devono essere prodotte le autocertificazioni sopra elencate.
4. In caso di lavori, servizi e forniture acquisiti o realizzati a cura e spese dello sponsor, l'offerta deve essere accompagnata anche dalla dichiarazione del possesso dei requisiti di qualificazione richiesti dalla normativa vigente in capo allo sponsor o all'esecutore del contratto.
5. Le offerte e le manifestazioni di interesse sono valutate dal Direttore o da apposita commissione presieduta dal Direttore stesso, nel rispetto dei criteri e delle modalità definiti dal Consorzio BPA nell'avviso o nella lettera di invito.
6. La procedura di scelta dello sponsor è aggiudicata dal Direttore previa verifica dei requisiti.

Art. 10 **Proposte spontanee**

1. Fermo restando quanto previsto dagli articoli precedenti, il Consorzio BPA può recepire, nei modi di seguito indicati, proposte d'interesse pubblico e convenienti per l'Ente, da parte di soggetti privati che intendano assumere la veste di sponsor per la realizzazione di lavori, servizi e forniture.
2. Le proposte devono evidenziare il servizio, il lavoro o la fornitura che si intende sponsorizzare, il valore del corrispettivo, le forme di veicolazione pubblicitaria e l'eventuale richiesta di diritto di esclusiva.
3. Il Consorzio BPA valuta la proposta e se la ritiene d'interesse pubblico garantisce adeguate forme di pubblicità ai sensi dell'articolo 7, per acquisire eventuali ulteriori offerte. Qualora non sia possibile la sponsorizzazione plurima, il contratto è aggiudicato in base ai criteri di cui all'art. 8.
4. Tenuto conto della normativa vigente e dei principi di ragionevolezza, proporzionalità e semplificazione, il Direttore ha facoltà di procedere motivatamente all'affidamento diretto del contratto, previa verifica dei requisiti necessari e della congruità dell'offerta spontanea sotto il profilo tecnico ed economico, nei seguenti casi:
- a) urgenza di provvedere, qualora la tempistica della proposta o dell'attività sponsorizzata non consentano l'esperimento delle procedure comparative e l'offerta appaia comunque conveniente per il Consorzio BPA;
- b) qualora si tratti di lavori, servizi o forniture che, per le loro caratteristiche, possono essere offerte solamente da un soggetto determinato;
- c) qualora la sponsorizzazione sia di modico valore e, comunque, non superiore ad € 40.000,00 per lavori, servizi e forniture o somme di denaro a ciò destinate.
5. In caso di offerta di denaro l'affidamento del servizio, lavoro o fornitura sponsorizzato dovrà essere effettuata secondo le procedure previste dalla normativa vigente.

Art. 11 **Contratto di sponsorizzazione**

1. La sponsorizzazione viene regolata, di norma, mediante un apposito contratto in forma scritta nel quale sono stabiliti:
- a) l'oggetto della sponsorizzazione;
- b) la descrizione della modalità di attuazione della sponsorizzazione;

- c) le forme di veicolazione previste e il diritto dello sponsor alla utilizzazione, anche non esclusiva, dello spazio pubblicitario;
- d) la durata del contratto;
- e) il valore o corrispettivo;
- f) gli impegni reciproci, le responsabilità, le eventuali garanzie richieste;
- g) le possibili cause di risoluzione del contratto e i loro effetti. In particolare dovrà essere inserita una clausola risolutiva espressa per l'ipotesi in cui cause eccezionali non consentano al Consorzio BPA la realizzazione dell'iniziativa e dovranno essere definiti i reciproci rapporti per tale evenienza;
- h) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze;
- i) il termine della rimozione del messaggio pubblicitario con oneri a carico del privato;
- j) eventuali prescrizioni in ordine alla progettazione, nonché alla direzione ed esecuzione del contratto;
- k) eventuale divieto di cessione del contratto e dello spazio pubblicitario;
- l) specifiche clausole inerenti l'uso dei segni distintivi dello sponsor (marchio, logo, ecc.) secondo la normativa vigente;
- m) l'indicazione del foro competente per la risoluzione delle controversie;
- n) eventuali oneri relativi a imposte e canoni, spese di bollo, di registrazione e di contratto, che dovranno essere posti a carico dello sponsor.

2. I contratti di sponsorizzazione di importo non superiore ad € 40.000,00 possono essere stipulati anche mediante corrispondenza secondo l'uso del commercio consistente in un apposito scambio di lettere.

3. Il contratto di sponsorizzazione deve prevedere clausole inerenti la 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.

4. Il Consorzio BPA può definire nel contratto di sponsorizzazione specifiche clausole relative all'utilizzo dei propri segni distintivi e della propria immagine.

5. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Direttore. Con detto contratto viene concessa anche l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario", fermi restando a carico del privato gli obblighi tributari e l'acquisizione di eventuali autorizzazioni previste dalla normativa vigente.

Art. 12

Versamento del corrispettivo delle sponsorizzazioni

1. Il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione in denaro deve essere eseguito, previa fattura del Consorzio BPA, di norma entro 15 gg. dalla sottoscrizione del contratto, con versamento del relativo importo presso la Tesoreria Consorziale. Il contratto può prevedere diverse modalità di pagamento del corrispettivo.

2. A garanzia di detto importo, quale condizione per procedere alla formalizzazione dei rapporti di sponsorizzazione, lo sponsor deve costituire, se richiesta, apposita garanzia a favore del Consorzio BPA, prima della sottoscrizione del contratto.

3. Nell'ipotesi di sponsorizzazione a cura e spese dello sponsor, quest'ultimo deve provvedere a pagare direttamente l'eventuale fornitore o esecutore dell'opera, previo nulla osta del Consorzio BPA di attestazione dell'avvenuta regolare esecuzione delle prestazioni.

4. Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo in favore del Consorzio BPA sarà causa di risoluzione, di diritto, del contratto, fatto salvo il diritto di rivalsa da parte dell'Ente sulle somme versate dallo sponsor a titolo di garanzia.

Art. 13

Utilizzo delle sponsorizzazioni in relazione a procedure di appalto e concessione

1. Il Consorzio BPA può prevedere, nell'ambito di bandi o avvisi di gara per l'affidamento di appalti o concessioni di lavori, servizi o forniture, specifiche clausole inerenti la valutazione di proposte di sponsorizzazione, a parziale scomputo dell'onere previsto a carico dell'Ente.

2. Gli elementi valutativi inerenti la sponsorizzazione non devono comunque costituire un criterio con peso preponderante in relazione a quello complessivo previsto per l'affidamento del contratto.

Art. 14

Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

1. Sono considerati risparmi di spesa le risorse finanziarie di spesa corrente, assegnate con il Piano esecutivo di gestione, riconducibili agli interventi 02 (acquisizione beni di consumo), 03 (prestazione servizi), 04 (utilizzo di beni di terzi), che dovessero risultare non utilizzate a seguito della stipula di un contratto di sponsorizzazione.

2. Il CdA definisce annualmente la destinazione dei risparmi di spesa di cui al comma 1, assicurando, compatibilmente con le disposizioni al momento vigenti in materia di contenimento della spesa pubblica e in particolare della spesa del personale, la destinazione di una quota per l'implementazione del fondo risorse decentrate di cui all'art. 67 comma 3 lett. a) (che tiene conto di quanto previsto dall'art. 15 comma 1 lett.d) del CCNL dell'1.04.1999 come modificato dall'art. 4 comma 4 del CCNL 5.10.2001).

3. Non si applica il comma 2 del presente articolo quando il CdA procede ai sensi dell'articolo 20, comma 3.

Art. 15

Adempimenti contabili e fiscali

1. Le iniziative di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale sulle imposte dirette, per quanto applicabile, sulle imposte indirette e sui tributi locali, alla cui disciplina si rinvia.

2. Ai fini dell'IVA, il valore della fatturazione per la sponsorizzazione equivale al corrispettivo indicato nel contratto tra *sponsor e sponsee*.

3. Qualora la sponsorizzazione preveda, quale corrispettivo della stessa, la fornitura di beni o servizi o lavori da parte dello sponsor, si configura come operazione permutativa ai sensi dell'art. 11 del D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633.

Art. 16

Rifiuto ed esclusione di sponsorizzazioni

1. Il Consorzio BPA si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione offerta o di recedere dal contratto sottoscritto qualora:

- a) ritenga che possa derivarne una situazione di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
- b) ravvisi nel messaggio o nell'attività da promuovere un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
- c) la reputi inaccettabile perché contraria alla normativa vigente, all'ordine pubblico, al buon costume, ovvero la ritenga ingannevole, pregiudizievole per la salute, la sicurezza, l'ambiente e la tutela dei minori ovvero non accoglibile per motivi di inopportunità.

2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:

- a) qualsivoglia tipo di propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- b) la pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di armi, tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
- c) i messaggi offensivi, incluse le espressioni di discriminazione, fanatismo, razzismo, odio o minaccia;
- d) la veicolazione pubblicitaria di un marchio, un logo o un messaggio con contenuti non conformi a quanto previsto dalle norme in materia di pubblicità.

Art. 17

Trattamento dei dati personali

1. I dati personali raccolti in applicazione delle disposizioni di cui al presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità previste dallo stesso o dagli specifici contratti di sponsorizzazione.

2. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dal Regolamento UE 2016/679.
3. I dati saranno trattati, in conformità alle norme vigenti, dagli incaricati appartenenti agli uffici consortili tenuti all'applicazione del presente regolamento. Titolare del trattamento è il Consorzio BPA di Abano nella persona del Direttore pro tempore, che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla normativa citata.
4. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento e nel rispetto delle disposizioni incluse nei contratti di sponsorizzazione.

Art. 18

Verifiche e controlli

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del Direttore del Consorzio al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti.
2. Le difformità o gli inadempimenti emersi in sede di verifica devono essere tempestivamente comunicati e contestati allo sponsor. La comunicazione e la eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto.

Art. 19

Riserva organizzativa e agenzie specializzate

1. La gestione delle sponsorizzazioni è di norma effettuata direttamente dal Consorzio BPA secondo la disciplina del presente regolamento.
2. E' facoltà del Consorzio BPA prevedere forme di coordinamento organizzativo che assicurino uniformità gestionale delle procedure di sponsorizzazione.
3. È facoltà del Consorzio BPA formulare indirizzi per l'individuazione di soggetti esterni specializzati nel campo pubblicitario o nella raccolta di fondi, qualora ritenga tale modalità più opportuna e conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale per il reperimento delle sponsorizzazioni.
4. In tale eventualità, il soggetto esterno è scelto nel rispetto della normativa vigente.

Art. 20

Norma di rinvio

1. Per quanto non espressamente previsto nel presente regolamento, le procedure in materia di sponsorizzazioni si espletano nel rispetto delle disposizioni sul procedimento amministrativo di cui alla legge 7 agosto 1990, n. 241 e s.m.i. e delle disposizioni stabilite dal codice civile.
2. Restano ferme specifiche discipline di settore ed eventuali divieti di sponsorizzazione ivi contenuti.
3. Le norme del presente Regolamento si intendono automaticamente adeguate e modificate per effetto di sopravvenute modifiche alle fonti normative disciplinanti la materia.

Art. 21

Entrata in vigore

1. Il presente Regolamento entra in vigore ad intervenuta esecutività della deliberazione di approvazione.