

OGGETTO: Regolamento sulle sponsorizzazioni. Modifiche.

IL CONSIGLIO COMUNALE

Visto l'art. 117, comma 6, della Costituzione della Repubblica Italiana, che prevede la potestà regolamentare dei Comuni in ordine alla disciplina dell'organizzazione e svolgimento delle funzioni ad essi attribuite;

Visto altresì l'art. 7 del Testo Unico delle Leggi sull'Ordinamento degli Enti Locali, di cui al D.Lgs. 267/2000 e successive modifiche ed integrazioni, che prevede che il comune adotti regolamenti nelle materie di propria competenza, ed in particolare per il funzionamento degli organi e degli uffici e per l'esercizio delle funzioni;

Visto:

- l'art. 1, comma 1-bis, della Legge 241/1990;
- l'art. 43 della Legge 449/1997;
- l'art. 119 del D.Lgs. 267/2000;
- l'art. 120 del D.Lgs. 42/2004;
- gli artt. 26, 27 e 199-bis del D.Lgs. 163/2006;

Ricordato che con Deliberazione del C.C. n. 38 del 20.07.2010 è stato approvato il "Regolamento sulle sponsorizzazioni";

Vista la proposta di modifica del Regolamento sulle sponsorizzazioni (allegato "A") e la Relazione istruttoria (allegato "B");

Ritenuto di procedere all'approvazione delle modifiche regolamentari proposte, in quanto conformi alle disposizioni legislative sopravvenute ed alla funzionale applicazione del Regolamento medesimo;

Visto il parere favorevole di regolarità tecnica, espresso ai sensi dell'art. 49 del D.Lgs. 267/2000, ed omessa la richiesta del parere di regolarità contabile in quanto il presente atto non comporta diminuzione di entrata o impegno di spesa;

Visto il parere favorevole espresso dalla IV^a Commissione Consiliare;

D E L I B E R A

di approvare le modifiche al "Regolamento sulle sponsorizzazioni" riportate nell'allegato "A" alla presente deliberazione quale parte integrante e sostanziale.



COMUNE DI PISA

OGGETTO DELLA PROPOSTA DI DELIBERAZIONE:

☐
☒

della Giunta Comunale
del Consiglio Comunale

Regolamento sulle sponsorizzazioni. Modifiche.

PARERE DI REGOLARITA' TECNICA

Ai sensi dell'art. 49 del D.Lgs. 267/2000, si esprime parere favorevole di regolarità tecnica sulla proposta di deliberazione in oggetto, dando atto che:

☐
☒

comporta diminuzione di entrata o impegno di spesa;
non comporta diminuzione di entrata o impegno di spesa.

Pisa, 19 luglio 2012

IL DIRIGENTE DELLA DIREZIONE
FINANZE PROVVEDITORATO AZIENDE
Dr. Claudio Sassetti

PARERE DI REGOLARITA' CONTABILE

Ai sensi dell'art. 49 del D.Lgs. 267/2000 e per quanto previsto dall'art. 15 del Regolamento di contabilità, si esprime parere favorevole di regolarità contabile sulla proposta di deliberazione in oggetto.

Accertamento n°

Prenotazione di impegno n°

Pisa,

IL RAGIONIERE CAPO
Dr. Claudio Sassetti

Nota di avvenuta trasmissione

Ricevuta la proposta di deliberazione in oggetto.

Pisa,

IL RAGIONIERE CAPO
Dr. Claudio Sassetti

| TESTO VIGENTE: | PROPOSTA DI MODIFICA: |
|--|--|
| <p>(omissis)</p> <p>Art. 2 – Definizioni</p> <p>1. Ai fini del presente regolamento si intende:</p> <p>a) per “contratto di sponsorizzazione”: un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale una parte (<i>sponsor</i>) si obbliga a versare una somma di denaro, a fornire beni o servizi o ad effettuare lavori a favore dell’altra parte (<i>sponsee</i>) la quale le garantisce, nell’ambito di propri eventi, iniziative o progetti, la possibilità di pubblicizzare, in appositi spazi, il nome, il marchio, l’immagine, l’attività, prodotti o servizi o simili, ovvero di distribuire prodotti o servizi a titolo promozionale, nei modi previsti dal contratto; l’obbligazione dello <i>sponsee</i> costituisce obbligazione di mezzi e non di risultato, pertanto essa deve intendersi adempiuta quando vi sia stata la realizzazione dell’evento, iniziativa o progetto dedotto nel contratto, indipendentemente dall’effettivo ritorno di immagine;</p> <p>b) per “sponsorizzatore” o “<i>sponsor</i>”: il soggetto che, al fine di incrementare la notorietà dei propri segni distintivi, stipula il contratto di sponsorizzazione;</p> <p>c) per “sponsorizzato” o “<i>sponsee</i>”: il soggetto che rende la prestazione di mezzi consistente nel mettere a disposizione la possibilità di pubblicizzare i segni distintivi dello <i>sponsor</i> nell’ambito di propri eventi, iniziative o progetti;</p> <p>d) per “spazio pubblicitario”: lo spazio fisico o digitale o qualsiasi altro supporto atto alla veicolazione di informazioni, messo a disposizione dello <i>sponsor</i>.</p> <p>2. Ai fini del presente regolamento, non costituisce sponsorizzazione l’offerta al Comune, a titolo di liberalità, di somme di</p> | <p>(omissis)</p> <p>Art. 2 – Definizioni</p> <p>1. Ai fini del presente regolamento si intende:</p> <p>a) per “contratto di sponsorizzazione”: un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale una parte (<i>sponsor</i>) si obbliga a versare una somma di denaro, a fornire beni o servizi o ad effettuare lavori a favore dell’altra parte (<i>sponsee</i>) la quale le garantisce, nell’ambito di propri eventi, iniziative o progetti, la possibilità di pubblicizzare, in appositi spazi, il nome, il marchio, l’immagine, l’attività, prodotti o servizi o simili, ovvero di distribuire prodotti o servizi a titolo promozionale, nei modi previsti dal contratto; l’obbligazione dello <i>sponsee</i> costituisce obbligazione di mezzi e non di risultato, pertanto essa deve intendersi adempiuta quando vi sia stata la realizzazione dell’evento, iniziativa o progetto dedotto nel contratto, indipendentemente dall’effettivo ritorno di immagine;</p> <p>b) per “sponsorizzatore” o “<i>sponsor</i>”: il soggetto che, al fine di incrementare la notorietà dei propri segni distintivi, stipula il contratto di sponsorizzazione;</p> <p>c) per “sponsorizzato” o “<i>sponsee</i>”: il soggetto che rende la prestazione di mezzi consistente nel mettere a disposizione la possibilità di pubblicizzare i segni distintivi dello <i>sponsor</i> nell’ambito di propri eventi, iniziative o progetti;</p> <p>d) per “spazio pubblicitario”: lo spazio fisico o digitale o qualsiasi altro supporto atto alla veicolazione di informazioni, messo a disposizione dello <i>sponsor</i>;</p> <p>e) per “sponsorizzazione di puro finanziamento” il contratto mediante il quale lo <i>sponsor</i> si obbliga a versare una somma di denaro;</p> <p>f) per “sponsorizzazione tecnica” il contratto mediante il quale lo <i>sponsor</i> si obbliga a fornire beni o servizi o ad effettuare lavori.</p> <p>2. Ai fini del presente regolamento, non costituisce sponsorizzazione l’offerta al Comune, a titolo di liberalità, di somme di</p> |

| | |
|--|---|
| <p>denaro o di altre utilità, effettuata in occasione di iniziative organizzate dal Comune stesso.</p> <p><i>(omissis)</i></p> <p>Art. 4 – Diritto di rifiuto, esclusioni oggettive e soggettive</p> <p>1. Il Comune rifiuta qualsiasi proposta di sponsorizzazione e recede dal contratto eventualmente sottoscritto qualora:</p> <p>a) ritenga che possa derivare un conflitto di interessi tra l'attività pubblica e quella dello <i>sponsor</i>;</p> <p>b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla propria immagine od alle proprie iniziative;</p> <p>c) reputi la sponsorizzazione inaccettabile per motivi di pubblico interesse.</p> <p>2. Sono escluse, in ogni caso, le sponsorizzazioni aventi per oggetto:</p> <p>a) propaganda di natura politica, sindacale, religiosa o filosofica;</p> <p>b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, medicinali o cure mediche;</p> <p>c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, discriminazione, odio o minaccia.</p> <p>3. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione i soggetti che:</p> <p>a) non sono in possesso dei requisiti di ordine generale previsti dall'art. 38 del D.Lgs. 163/2006;</p> <p>b) si trovano in condizioni di incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione;</p> <p>c) non dichiarano di rispettare o, comunque, non rispettano i seguenti principi definiti dalla Risoluzione 2003/16 del 13 agosto 2003 della Sottocommissione delle Nazioni Unite sulla Promozione e Protezione dei Diritti Umani:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 amministrative, degli interessi pubblici, delle politiche sociali, economiche e culturali, della trasparenza e correttezza dei comportamenti imprenditoriali e pubblici; - obblighi riguardanti la tutela dei consumatori; - obblighi riguardanti la protezione dell'ambiente. <p><i>(omissis)</i></p> | <p>denaro o di altre utilità, effettuata in occasione di iniziative organizzate dal Comune stesso.</p> <p><i>(omissis)</i></p> <p>Art. 4 – Diritto di rifiuto, esclusioni oggettive e soggettive</p> <p><i>(omissis)</i></p> <p>3. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione i soggetti che:</p> <p>a) non sono in possesso dei requisiti di ordine generale di cui all'art. 38 del D.Lgs. 163/2006, per quanto applicabile;</p> <p>b) non dichiarano di rispettare o, comunque, non rispettano i seguenti principi definiti dalla Risoluzione 2003/16 del 13 agosto 2003 della Sottocommissione delle Nazioni Unite sulla Promozione e Protezione dei Diritti Umani:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 amministrative, degli interessi pubblici, delle politiche sociali, economiche e culturali, della trasparenza e correttezza dei comportamenti imprenditoriali e pubblici; - obblighi riguardanti la tutela dei consumatori; - obblighi riguardanti la protezione dell'ambiente. <p>4. L'interessato attesta il possesso dei requisiti di cui al precedente comma 3 mediante dichiarazione sostitutiva ai sensi del D.P.R. 445/2000.</p> <p><i>(omissis)</i></p> |
|--|---|

| | |
|---|--|
| <p>Art. 10 - Affidamento diretto</p> <p>1. Si può procedere all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazione nei seguenti casi:</p> <p>a) in caso sia stata esperita infruttuosamente la procedura selettiva di cui all'art. 8;</p> <p>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;</p> <p>c) nel caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore ad € 20.000,00 (IVA esclusa).</p> <p>2. In ogni caso, l'affidamento diretto avviene previa valutazione di congruità da parte del dirigente precedente.</p> <p>Art. 11 – Qualificazione dello sponsor</p> <p>1. Qualora i lavori, i servizi e le forniture siano acquisiti o realizzati a cura dello sponsor, lo stesso, oltre a quanto previsto all'art. 4 del presente regolamento, deve essere in possesso dei requisiti di qualificazione per gli esecutori dei contratti pubblici.</p> <p>2. Per i lavori pubblici, le imprese esecutrici devono possedere i requisiti di qualificazione previsti dalla normativa vigente al momento dell'affidamento.</p> <p><i>(omissis)</i></p> <p>Art. 14 – Sponsorizzazione di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale</p> <p>1. Ai contratti di sponsorizzazione aventi ad oggetto interventi di restauro e manutenzione di beni immobili, mobili e delle superfici decorate di beni architettonici sottoposti a tutela ai sensi del D.Lgs. 42/2004, si applicano, oltre alle norme previste nel presente regolamento, le disposizioni in materia di requisiti di qualificazione dei progettisti e degli esecutori del contratto, nel caso in cui la realizzazione dell'intervento sia a cura dello <i>sponsor</i>.</p> <p>2. Nel caso in cui l'individuazione dell'esecutore dei lavori sia rimessa allo <i>sponsor</i>, il soggetto indicato dovrà essere un soggetto qualificato relativamente alla tipologia dell'intervento.</p> <p>3. Qualora le imprese esecutrici rivestano la qualità di sponsor del Comune attraverso la realizzazione diretta di interventi di restauro e manutenzione, non potranno in nessun caso cedere ad altri soggetti il diritto di utilizzare lo spazio pubblicitario oggetto del contratto.</p> <p>4. L'ufficio competente impartisce le prescrizioni opportune in ordine alla progettazione, alla direzione ed all'esecuzione dei lavori ed esercita i poteri di alta sorveglianza procedurale al fine di garantire il rispetto della normativa di settore.</p> <p>5. I contratti di sponsorizzazione inerenti beni culturali sono preventivamente sottoposti alla Soprintendenza competente in relazione alla tipologia dell'intervento, al</p> | <p>Art. 10 - Affidamento diretto</p> <p>1. Si può procedere all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazione nei seguenti casi:</p> <p>a) in caso sia stata esperita infruttuosamente la procedura selettiva di cui all'art. 8;</p> <p>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;</p> <p>c) nel caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore ad € 40.000,00 (IVA esclusa).</p> <p>2. In ogni caso, l'affidamento diretto avviene previa valutazione di congruità da parte del dirigente precedente.</p> <p>Art. 11 – Qualificazione dello sponsor</p> <p>Ai contratti di sponsorizzazione aventi per oggetto i lavori, i servizi o le forniture di cui all'art. 26 del D.Lgs. 163/2006, acquisiti o realizzati a cura e spese dello sponsor per importi superiori a 40.000,00 Euro, si applicano le disposizioni in materia di requisiti di qualificazione dei progettisti e degli esecutori del contratto previsti dal D.Lgs. 163/2006.</p> <p><i>(omissis)</i></p> <p>Art. 14 – Sponsorizzazione di lavori, servizi e forniture aventi ad oggetto beni culturali</p> <p>1. Alle sponsorizzazioni di lavori, servizi e forniture aventi ad oggetto beni culturali, si applicano le disposizioni di cui all'art. 199-bis del D.Lgs. 163/2006 e, per quanto con esse compatibili, le norme del presente regolamento.</p> |
|---|--|

fine di ottenere i nulla osta o gli atti di assenso
normativamente richiesti, per assicurare che
l'esposizione pubblicitaria sia effettuata in forme
compatibili con il carattere artistico o storico, l'aspetto e
il decoro del bene.

(omissis)

(omissis)

Relazione illustrativa

Il Regolamento sulle sponsorizzazioni è stato approvato dal Consiglio Comunale con Delibera n. 38 del 20 luglio 2010 al fine di disciplinare il ricorso a contratti di sponsorizzazione quale modalità innovativa per il finanziamento di proprie dell'Ente.

Successivamente all'approvazione sono intervenute alcune modifiche legislative che hanno interessato la materia delle sponsorizzazioni. Si fa riferimento, in particolare, alle modifiche apportate dall'art. 20 del D.L. 9 febbraio 2012, n. 5 (c.d. decreto semplificazioni) all'art. 26 del D.Lgs. 163/2006 (Codice dei contratti pubblici) nonché all'introduzione dell'art. 199-bis del medesimo Codice.

Il novellato testo dell'art. 26 del D.Lgs. 163/2006, rubricato "*Contratti di sponsorizzazione*", prevede che:

1. Ai contratti di sponsorizzazione e ai contratti a questi assimilabili, di cui siano parte un'amministrazione aggiudicatrice o altro ente aggiudicatore e uno sponsor che non sia un'amministrazione aggiudicatrice o altro ente aggiudicatore, aventi ad oggetto i lavori di cui all'allegato I, nonché gli interventi di restauro e manutenzione di beni mobili e delle superfici decorate di beni architettonici sottoposti a tutela ai sensi del decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42, ovvero i servizi di cui all'allegato II, ovvero le forniture disciplinate dal presente codice, quando i lavori, i servizi, le forniture sono acquisiti o realizzati a cura e a spese dello sponsor per importi superiori a quarantamila euro, si applicano i principi del Trattato per la scelta dello sponsor nonché le disposizioni in materia di requisiti di qualificazione dei progettisti e degli esecutori del contratto.
2. L'amministrazione aggiudicatrice o altro ente aggiudicatore beneficiario delle opere, dei lavori, dei servizi, delle forniture, impartisce le prescrizioni opportune in ordine alla progettazione, nonché alla direzione ed esecuzione del contratto.
- 2-bis. Ai contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi e forniture aventi ad oggetto beni culturali si applicano altresì le disposizioni dell'articolo 199-bis del presente codice.

L'art. 199-bis del D.Lgs. 163/2006, rubricato "*Disciplina delle procedure per la selezione di sponsor*", recita:

1. Al fine di assicurare il rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza, proporzionalità, di cui all'articolo 27, le amministrazioni aggiudicatrici competenti per la realizzazione degli interventi relativi ai beni culturali integrano il programma triennale dei lavori di cui all'articolo 128 con un apposito allegato che indica i lavori, i servizi e le forniture in relazione ai quali intendono ricercare sponsor per il finanziamento o la realizzazione degli interventi. A tal fine provvedono a predisporre i relativi studi di fattibilità, anche semplificati, o i progetti preliminari. In tale allegato possono essere altresì inseriti gli interventi per i quali siano pervenute dichiarazioni spontanee di interesse alla sponsorizzazione. La ricerca dello sponsor avviene mediante bando pubblicato sul sito istituzionale dell'amministrazione procedente per almeno trenta giorni. Di detta pubblicazione è dato avviso su almeno due dei principali quotidiani a diffusione nazionale e nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana, nonché per contratti di importo superiore alle soglie di cui all'articolo 28, nella Gazzetta Ufficiale dell'Unione europea. L'avviso contiene una sommaria descrizione di ciascun intervento, con l'indicazione del valore di massima e dei tempi di realizzazione, con la richiesta di offerte in aumento sull'importo del finanziamento minimo indicato. Nell'avviso è altresì specificato se si intende acquisire una sponsorizzazione di puro finanziamento, anche mediante accollo, da parte dello sponsor, delle obbligazioni di pagamento dei corrispettivi dell'appalto dovuti dall'amministrazione, ovvero una sponsorizzazione tecnica, consistente in una forma di partenariato estesa alla progettazione e alla realizzazione di parte o di tutto l'intervento a cura e a spese dello sponsor. Nel bando, in caso di sponsorizzazione tecnica, sono indicati gli elementi e i criteri di valutazione delle offerte. Nel bando e negli avvisi è stabilito il termine, non inferiore a sessanta giorni, entro il quale i soggetti interessati possono far pervenire offerte impegnative di sponsorizzazione. Le offerte pervenute sono esaminate direttamente dall'amministrazione aggiudicatrice o, in caso di interventi il cui valore stimato al netto dell'imposta sul valore aggiunto sia superiore a un milione di euro e nei casi di particolare complessità, mediante una commissione giudicatrice. L'amministrazione procede a stilare la graduatoria delle offerte e può indire una successiva fase finalizzata all'acquisizione di ulteriori offerte migliorative, stabilendo il termine ultimo per i rilanci. L'amministrazione procede, quindi, alla stipula del contratto di sponsorizzazione con il soggetto che ha offerto il

finanziamento maggiore, in caso di sponsorizzazione pura, o ha proposto l'offerta realizzativa giudicata migliore, in caso di sponsorizzazione tecnica.

2. Nel caso in cui non sia stata presentata nessuna offerta, o nessuna offerta appropriata, ovvero tutte le offerte presentate siano irregolari ovvero inammissibili, in ordine a quanto disposto dal presente codice in relazione ai requisiti degli offerenti e delle offerte, o non siano rispondenti ai requisiti formali della procedura, la stazione appaltante può, nei successivi sei mesi, ricercare di propria iniziativa lo sponsor con cui negoziare il contratto di sponsorizzazione, ferme restando la natura e le condizioni essenziali delle prestazioni richieste nella sollecitazione pubblica. I progetti per i quali non sono pervenute offerte utili, ai sensi del precedente periodo, possono essere nuovamente pubblicati nell'allegato del programma triennale dei lavori dell'anno successivo.

3. Restano fermi i presupposti e i requisiti di compatibilità stabiliti dall'articolo 120 del decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42, e successive modificazioni, recante il codice dei beni culturali e del paesaggio, nonché i requisiti di partecipazione di ordine generale dei partecipanti stabiliti nell'articolo 38 del presente codice, nonché, per i soggetti incaricati di tutta o di parte della realizzazione degli interventi, i requisiti di idoneità professionale, di qualificazione per eseguire lavori pubblici, di capacità economica e finanziaria, tecnica e professionale dei fornitori e dei prestatori di servizi, di cui agli articoli 39, 40 41 e 42, oltre ai requisiti speciali e ulteriori di cui all'articolo 201 del presente codice.

Le modifiche che interessano il comma 1 dell'art. 2 riguardano l'introduzione dei punti e) ed f) recanti, rispettivamente, le definizioni di "sponsorizzazione di puro finanziamento" e di "sponsorizzazione tecnica", riprendendo la distinzione oggi operata dal citato art. 199-bis del D.Lgs. 163/2006.

Le modifiche all'art. 4 del Regolamento sono finalizzate ad una più appropriata elencazione dei requisiti soggettivi di ordine generale dei potenziali *sponsor*; infatti, la previsione della lett. b) del vigente comma 3 è già ricompresa nella portata della lett. a). Si precisano inoltre le modalità della resa delle dichiarazioni attestanti il possesso di tali requisiti da parte dei concorrenti ai sensi del D.P.R. 445/2000 (T.U. delle disposizioni legislative e regolamentari in materia di documentazione amministrativa).

Pertanto, l'art. 26 del D.Lgs. 163/2006, per effetto delle modifiche introdotte dal citato D.L. 5/2012, non richiede più l'applicazione di tutti i requisiti soggettivi previsti dal Codice per la partecipazione alle procedure di gara ma solo dei requisiti di qualificazione.

La proposta di modifica dell'art. 10 del Regolamento riguarda l'innalzamento da 20.000,00 a 40.000,00 Euro della soglia per l'affidamento diretto dei contratti di sponsorizzazione coerentemente con le disposizioni introdotte dall'art. 20 del D.L. 5/2012 in materia di semplificazione amministrativa. Detta norma infatti limita ai contratti di sponsorizzazione tecnica di importo superiore a 40.000,00 Euro l'applicazione dei principi del Trattato U.E. per la scelta dello *sponsor* e l'applicazione della disciplina codicistica sui requisiti di qualificazione degli operatori economici.

Pertanto con detta modifica regolamentare viene ripristinata la corrispondenza con il limite di importo previsto dall'art. 125, comma 11, del D.Lgs. 163/2006, come modificato dall'art. 4, comma 2, lett. m-bis), del D.L. 70/2011, per l'affidamento diretto in economia di servizi e forniture.

Con le proposte di modifica degli artt. 11 e 14 del Regolamento, si provvede all'aggiornamento della disciplina in materia, rispettivamente, di qualificazione dello *sponsor* e di sponsorizzazioni aventi ad oggetto beni culturali, facendo rinvio alle norme di legge sopra riportate.