

**CONSERVATORIO STATALE DI MUSICA VINCENZO BELLINI CATANIA**  
**Istituto Superiore di Studi Musicali**

**DELIBERAZIONE DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE**  
**N. 36/2023 DEL 16 Giugno 2023**

**OGGETTO:** Approvazione dello schema di Regolamento per la disciplina e la gestione delle attività di sponsorizzazione del conservatorio statale “Vincenzo Bellini” di Catania.

**Il Consiglio di amministrazione si è riunito presso la Sala Sangiorgi dell’Istituto il venerdì 16 giugno 2023, alle ore 13:00**

**Il Presidente, avv. Carmelo Galati, presiede la seduta.**

**Sono presenti i Consiglieri: Il Direttore, Prof. Epifanio Comis, l’esperto di amministrazione nominato dal Ministro, Avv. Pierpaolo Lucifora**

**Assenti: Il rappresentante dei docenti, Prof. Carmelo Giudice, il rappresentante degli studenti, sig. Alfio Adamo Pio Tomasello.**

**La presente deliberazione viene pubblicata sul sito Internet [www.istitutobellini.it](http://www.istitutobellini.it) all’Albo dell’Istituto in data 30/06/2023.**



**Il Direttore Amministrativo**  
**Dott. Omar Moricca**

**DELIBERAZIONE DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE**  
**N. 36/2023 DEL 16 GIUGNO 2023**

**OGGETTO: Approvazione dello schema di Regolamento per la disciplina e la gestione delle attività di sponsorizzazione del conservatorio statale “Vincenzo Bellini” di Catania.**

Premesso che:

Il Conservatorio, in applicazione delle disposizioni contenute nell’art. 43, della legge n. 449/1997, e del Codice degli appalti pubblici vigente intende ricorrere a delle sponsorizzazioni esterne, al fine di ottenere degli interventi di supporto tecnico/finanziario alla produzione istituzionale dell’Ente, promuovendo la collaborazione coi soggetti pubblici e privati;

La sponsorizzazione è volta a ottenere un sostegno economicamente apprezzabile alle attività istituzionali dell’Ente, da prediligere per la realizzazione delle proprie attività istituzionali, posto che consente di reperire risorse dall’esterno allo scopo di perseguire interessi pubblici purché siano esclusi conflitti di interesse tra attività pubblica e privata e l’Ente consegua un effettivo risparmio di spesa;

I contratti di sponsorizzazione, per tali ragioni, si configurano come strumenti negoziali sempre più diffusi tra gli enti pubblici, i quali vi ricorrono, al fine di reperire risorse tecniche e finanziarie e consentire allo stesso tempo dei risparmi di spesa in occasione di iniziative eventi e progetti di diverso tipo;

Per le superiori ragioni, è stato predisposto dalla Direzione di competenza un apposito schema di regolamento, allo scopo di raccogliere le manifestazioni d’interesse e le offerte di sponsorizzazione da parte di soggetti pubblici e privati, in cambio della valorizzazione e veicolazione della loro immagine nei modi e termini stabiliti dal Regolamento stesso;

**Considerato che:**

Per avviare il procedimento volto alla ricerca di eventuali *sponsee*, occorre procedere all’approvazione del Regolamento suddetto, e, nei casi previsti dallo stesso, all’approvazione di apposito Avviso pubblico predisposto dagli uffici

Visto l’art. 33 della Costituzione italiana;

Vista la Legge 21 Dicembre 1999, n. 508;

Visto il D.P.R. 28 Febbraio 2003, n. 132;

Visto lo Statuto del Conservatorio Vincenzo Bellini di Catania approvato con d.D.G. n. 1489/2022, allegato E (registrato dalla Corte dei Conti il 10 novembre 2022 al n. 2844),

Visto regolamento di amministrazione, finanza e contabilità ai sensi dell’art.14, comma 2, lettera c), del D.P.R. 28/2/2003 n.132

Visto il regolamento didattico di questo Conservatorio;

**DELIBERA**

La parte narrativa fa parte integrante e sostanziale del dispositivo, per cui nello stesso si intende richiamata e trascritta:

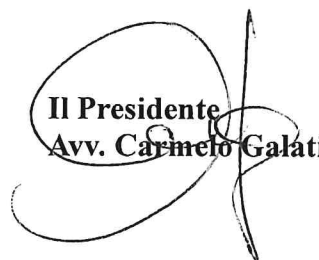
1. Approvare lo schema di Regolamento per la disciplina e la gestione delle attività di sponsorizzazione del Conservatorio statale “Vincenzo Bellini” di Catania, allegato alla presente delibera sotto la voce “Allegato A”, della quale è da considerare parte integrante e sostanziale;

2. Pubblicare il Regolamento approvato con la presente deliberazione all'Albo pretorio dell'Ente e nella sezione "Amministrazione trasparente/Statuto e regolamenti" del sito istituzionale, nei modi e termini di legge.

**Il Direttore Amministrativo  
Dr Omar Moricca**



**Il Presidente  
Avv. Carmelo Galati**





*Ministero dell'Università e della Ricerca*

CONSERVATORIO DI MUSICA

“Vincenzo Bellini” – CATANIA

Via Istituto Sacro Cuore, 3 – Catania Tel. 095 437127

**C.F. 80008870877**

**REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE ATTIVITA'**

**DI SPONSORIZZAZIONE DEL CONSERVATORIO STATALE “VINCENZO BELLINI” DI CATANIA**

(Allegato A alla delibera di approvazione del CdA n. 36 del 16-6-23)

#### **Art. 1 - Oggetto e finalità**

1. Il presente regolamento disciplina le attività del Conservatorio Statale “Vincenzo Bellini” di Catania (d’ora innanzi Conservatorio) dirette a realizzare, in attuazione di obiettivi definiti, sponsorizzazioni nonché gli accordi di collaborazione e si prefigge lo scopo di disciplinare le condizioni e gli strumenti normativi necessari per una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione e degli accordi di collaborazione, del loro iter procedurale, nel rispetto dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza.

2. Il ricorso alle sponsorizzazioni costituisce un'opportunità innovativa di finanziamento delle attività dell'Ente ed è finalizzato a promuovere ed incentivare la collaborazione con soggetti pubblici e privati al fine di ottenere un sostegno economicamente apprezzabile alla produzione istituzionale dell'Ente che si riflette in una migliore qualità dei servizi resi e nella realizzazione di maggiori economie.

#### **Art. 2 - Definizioni**

1. Ai fini del presente regolamento si intende:

a) per "contratto di sponsorizzazione": un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale una parte (*sponsor*) si obbliga a versare una somma di denaro o a fornire beni o servizi o ad effettuare lavori a favore del Conservatorio (*sponsee*), che a sua volta si impegna, nell'ambito di propri eventi, iniziative o progetti, a pubblicizzare, in appositi spazi, il nome, il marchio, l'immagine, l'attività dello sponsor ovvero a consentirne la distribuzione di prodotti o servizi a titolo promozionale, secondo le modalità che verranno di volta in volta definiti nell'apposito contratto il tutto mediante interventi su misura a rilevante contenuto d'immagine e diversificati a seconda dell'investimento, che verranno legati al piano di comunicazione dell'evento;

b) per "sponsorizzazione": ogni contributo in beni, servizi, prestazioni, interventi provenienti da terzi a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale e/o marchio aziendale;

c) per "sponsor": il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico che, al fine di incrementare la notorietà dei propri segni distintivi, intende stipulare un contratto di sponsorizzazione;

d) per "spazio pubblicitario": lo spazio fisico o digitale o qualsiasi altro supporto di veicolazione dell'immagine dello sponsor di volta in volta messo a disposizione dal Conservatorio;

e) per "sponsorizzazione di puro finanziamento": il contratto mediante il quale lo sponsor si obbliga a versare esclusivamente una somma di denaro;

f) per "sponsorizzazione tecnica": il contratto mediante il quale lo sponsor si obbliga a fornire beni o servizi o ad effettuare lavori;

g) per "accordo di collaborazione" s'intende il contratto mediante il quale il terzo si impegna a collaborare con il Conservatorio per la realizzazione e lo svolgimento della propria attività artistica, anche di tipo continuativo, in cambio della possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale o la propria attività in appositi e predefiniti spazi pubblicitari.

2. Ai fini del presente regolamento, non costituisce sponsorizzazione l'offerta a titolo di liberalità, di somme di denaro o di altre utilità, effettuata in occasione di iniziative organizzate dal Conservatorio.

### **Art. 3 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione**

1. Le attività di sponsorizzazione e/o collaborazione possono guardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni previste a carico del bilancio dell'Ente nei capitoli di spesa ordinaria.

2. Tali attività sono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi assegnati dal Consiglio di

Amministrazione. In alternativa, nel corso dell'anno, il Consiglio di Amministrazione può demandare al Direttore amministrativo l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione, in base alla presente regolamentazione, collegate alle varie produzioni artistiche o ad eventi di particolare risonanza mediatica.

3. La sponsorizzazione può riguardare le seguenti attività: attività culturali, manutenzione degli stabili ed acquisto di dotazioni tecniche, erogazioni di finanziamento o contributi economici.

### **Art. 4 - Sponsorizzazione o accordo di collaborazione: destinatari**

1. La sponsorizzazione è adottata tramite stipula di un contratto di sponsorizzazione o accordo di collaborazione con i soggetti interessati.

2. Sono soggetti interessati tutti gli enti pubblici o privati, imprese individuali, associazioni, fondazioni, ed in generale chiunque svolga attività non in conflitto con i fini istituzionali dell'Ente, per realizzare o acquisire, senza ulteriori oneri a carico dell'Ente, interventi, servizi, prestazioni, beni o attività inseriti nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio.

3. Il risultato della sponsorizzazione o dell'accordo di collaborazione si esplica nella realizzazione di una economia di bilancio totale o parziale, rispetto alla previsione di spesa, di relazione alla totale o parziale acquisizione, senza oneri, dei beni o dei servizi ricevuti.

#### **Art. 5 - Procedura di scelta dello sponsor**

1. L'affidamento dei contratti di sponsorizzazione avviene nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di risanamento, trasparenza e proporzionalità.

2. Il procedimento di scelta dello sponsor è effettuato mediante procedura selettiva concorrenziale, previa pubblicazione di apposito avviso di interesse.

3. E' tuttavia facoltà dell'Ente, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare in convenzione l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzia specializzata nel campo pubblicitario mediante procedura ad evidenza pubblica.

4. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione sul sito Internet dell'Ente ed eventualmente in altre forme ritenute di volta in volta le più idonee ad assicurare una maggiore conoscenza e partecipazione.

5. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti elementi:

a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti del progetto di sponsorizzazione.

b) individuazione dei mezzi di veicolazione dell'immagine e disciplina dell'uso dei loghi, marchi o dei segni distintivi dello sponsor;

c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione;

e) L'Ufficio con cui gli sponsor possono prendere contatti.

6. L'offerta deve essere presentata in forma scritta, in cui lo sponsor deve indicare:

a) il bene, il servizio, l'attività o la produzione artistica che si intende pubblicizzare;

b) L'offerta della sponsorizzazione;

c) L'accettazione delle condizioni previste nel progetto di sponsorizzazione.

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

a) per i soggetti privati o se persone fisiche: di non trovarsi nelle condizioni di esclusione previste dal Codice degli appalti pubblici vigente *ratione temporis* e in ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale; di possedere i requisiti professionali desumibili dal codice degli appalti pubblici, vigente *ratione temporis*; se persone giuridiche: il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti; le autocertificazioni di cui al punto precedente riferite al legale rappresentante e, in generale, a tutti i soggetti muniti di potere di rappresentanza;

b) per i soggetti pubblici: il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.

8. 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.

9. Le offerte di sponsorizzazione o collaborazione saranno oggetto di valutazione da parte di apposita Commissione che procederà ad una valutazione sia delle caratteristiche soggettive dei proponenti che delle modalità di sponsorizzazione proposte, anche in relazione alla compatibilità dell'attività del proponente rispetto al contesto culturale e d'immagine dell'attività istituzionale dell'Ente.

10. In caso di più offerte di sponsorizzazione della stessa natura, l'Ente valuta quella che, per caratteristiche, qualità ed entità economica ritiene più confacente all'oggetto della sponsorizzazione.

11. L'Ente si riserva di non accettare proposte di sponsorizzazione che, per propria natura o a causa dell'attività commerciale, dell'immagine o del marchio dello sponsor, siano ritenuti incompatibili con i propri valori e le proprie finalità.

12. Il contratto di sponsorizzazione o collaborazione è sottoscritto dallo sponsor e dal rappresentante legale del Conservatorio. Con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio di veicolazione" espressamente indicato nel progetto di sponsorizzazione.

13. Le spese per la stipula del contratto ed i relativi oneri sono a carico dello sponsor.

#### **Art. 6 - Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor**

1. L'Ente può stipulare contratti di sponsorizzazione anche con soggetti pubblici o privati i quali, intendendo assumere la veste di sponsor di progetti o iniziative agganciati alle singole produzioni o a momenti particolarmente significativi delle stesse, manifestino spontaneamente la loro volontà di sponsorizzare il Conservatorio.

2. Le proposte di sponsorizzazione, devono evidenziare le forme del supporto e il valore presumibile del corrispettivo della veicolazione pubblicitaria.

3. In tal caso le varie proposte, da sottoporre all'approvazione del Consiglio di Amministrazione, verranno regolamentate con apposito accordo attuativo in funzione del settore di attività dello sponsor e della dimensione dell'investimento.

#### **Art. 7 - Vantaggi per lo sponsor**

1. Ai soggetti individuati come sponsor il Conservatorio garantirà, in linea generale ed in misura direttamente proporzionale all'importo o all'importanza tecnica della sponsorizzazione, una o più delle controprestazioni di seguito elencate, che saranno regolamentate nel dettaglio nel contratto di sponsorizzazione:

a) ESPOSIZIONE NOME/LOGO - Esposizione del nome/logo;

b) COMUNICAZIONE UFFICIALE E PROMO-PUBBLICITARIA - Presenza del proprio marchio sui materiali ufficiali di comunicazione dell'evento: programma, manifesti, locandine, etc.; presenza del proprio marchio sulla comunicazione promo-pubblicitaria prodotta in relazione all'evento (pubblicità sulla stampa, alla radio, in televisione, affissione statica e dinamica etc.);

c) DISTRIBUZIONE PRODOTTI E GADGET - diritto, nei limiti da concordare con l'Ente, a distribuire propri prodotti, gadget e/o materiale informativo al pubblico presente nell'ambito dell'evento o presente ad iniziative a questo correlate, con la presenza di proprio personale negli spazi ove si tengono le stesse, eventualmente allestiti e personalizzati ad hoc;

d) SITO INTERNET - nome/marchio/logo o altro segno identitario dello sponsor sul sito istituzionale del Conservatorio nell'apposita sezione dedicata agli sponsor;

e) SOCIAL NETWORK - Pubblicazione e condivisione notizie relative all'attività dello sponsor, nei materiali interattivi dell'evento (sui social *facebook* e *whatsapp* o su altri in uso dell'Ente.

Resta inteso che tutti i materiali di comunicazione realizzati dallo sponsor saranno a spese e cura dello stesso, previa approvazione degli stessi da parte dell'Ente.

#### **Art. 8 - Contratto di sponsorizzazione o di collaborazione: contenuto**

1). La gestione della sponsorizzazione o della collaborazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono stabiliti, in particolare:

a) la qualificazione delle parti contraenti;

b) il diritto dello sponsor all'utilizzazione dello spazio ed alla veicolazione della sua immagine;

c) l'oggetto del contratto di sponsorizzazione;

d) la durata del contratto;

e) l'indicazione analitica degli impegni assunti dallo sponsor;

f) la definizione dei rapporti tra il soggetto sponsor ed il Conservatorio;

g) le modalità di controllo da parte del Conservatorio;

h) l'eventuale diritto di esclusiva;

i) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze;

l) l'impegno dello sponsor a svolgere le attività previste senza obbligo per il Conservatorio di garantire il ritorno pubblicitario dello sponsor;

m) la definizione degli aspetti fiscali;

n) eventuali regimi convenzionali della responsabilità dello sponsor;

o) le possibili cause di soluzione del contratto;

p) il divieto di cessione contrattuale;

q) l'indicazione del foro competente;

o) ogni altro elemento utile a discrezione del Consiglio di Amministrazione.

2. In ogni contratto deve essere prevista la facoltà dell'Ente di recedere dallo stesso prima della scadenza (clausola risolutiva espressa) nel caso in cui lo sponsor abbia una caduta di immagine a livello mediatico (inchieste giudiziarie, proteste dei lavoratori, gravi



inadempienze, ecc.), che potrebbe ripercuotersi negativamente sull'immagine del Conservatorio.

3. Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo previsto o la mancata o parziale esecuzione delle

prestazioni o dei servizi offerti sarà causa di risoluzione del contratto, fermo restando l'eventuale risarcimento del danno.

4. Ai contratti di sponsorizzazione tecnica e/o di collaborazione è allegato uno specifico capitolato tecnico inerente la disciplina dell'attività svolta sotto il profilo della sicurezza.

5. Tutti i contratti di sponsorizzazione, ad eccezione di quelli esclusivamente finanziari, devono contenere l'esplicito obbligo dello sponsor di fornire la documentazione di regolarità contributiva nonché l'impegno dello stesso di tenere indenne il Conservatorio da ogni e qualsivoglia responsabilità o pregiudizio scaturente da eventuali controversie in materia di lavoro.

#### **Art. 9- Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni**

1-L'Ente, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:

- a) ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica istituzionale 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 opportunità generale.

2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni che prevedono messaggi pubblicitari riguardanti:

- a) propaganda di natura politica sindacale, filosofica o religiosa;
- b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, armi, materiale pornografico o a sfondo sessuale e gioco d'azzardo;
- c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia;
- d) ogni altra proposta che costituisca pericolo per la pubblica salute.

3. Nel caso in cui le incompatibilità esemplificate in questo articolo si appalesino successivamente alla stipula del contratto, il Conservatorio si riserva sempre espressamente il diritto di recedere con effetto immediato, fatto salvo il risarcimento danni per la lesione dell'immagine subita.

#### **Art. 10 - Aspetti contabili**

1 Le risorse provenienti da contratto di sponsorizzazione vengono introitate dall'Ente e destinate a specifiche attività o alla copertura delle spese sostenute per il raggiungimento delle finalità istituzionali. Sono soggette alla normativa fiscale vigente, alla cui applicazione il presente regolamento fa rinvio.

#### **Art. 11 – Attività culturali - ambito di applicazione**

1. Al fine di promuovere iniziative atte a favorire la realizzazione di attività culturali, possono essere attivate le sponsorizzazioni di seguito specificate:

- a) donazione di beni mobili utili alla realizzazione delle attività e iniziative istituzionali del Conservatorio;
- b) fornitura in comodato di beni utili alle suddette iniziative per la durata degli stessi;
- c) fornitura di servizi di stampa di materiale pubblicitario (manifesti, volantini, brochure con carico di distribuzione negli appositi spazi) o distribuzione di materiale informativo relativo a eventi realizzati dall'Ente;
- d) servizio di pubblicizzazione attraverso l'acquisizione di spazi pubblicitari sui media o sui social;
- e) sostegno economico anche parziale dei costi relativi alla partecipazione di artisti ad eventi culturali realizzati dal Conservatorio;
- f) sostegno economico anche parziale dei costi di realizzazione e di gestione di produzioni facenti parte dell'attività istituzionale del Conservatorio.

3. I soggetti interessati possono sponsorizzare eventi o attività culturali promosse e realizzate dal Conservatorio. E' consentito agli stessi avanzare proposte di eventi culturali da realizzare in collaborazione con l'Ente.

#### **Art. 12 – Impegni dello sponsor per le attività culturali**

1. Nel caso in cui oggetto del contratto di sponsorizzazione è la fornitura, da parte dello sponsor, di beni, quest'ultimo si impegna a fornire al Conservatorio materiale idoneo all'uso per il quale è proposto, in perfetto stato di conservazione e conforme alla normativa in materia di sicurezza ed agli elementi del capitolato.

2. Nei casi in cui il contratto preveda la collaborazione dello sponsor per la realizzazione di attività o eventi culturali, le prestazioni dovranno essere svolte sulla base delle indicazioni che verranno date dal Consiglio di Amministrazione su proposta del Direttore, al fine di assicurare il rispetto delle esigenze organizzative connesse alla messa in scena dell'attività medesima e dei tempi di rappresentazione dello stesso.

3. Sono a carico dello sponsor eventuali responsabilità derivanti da danni a persone o cose imputabili all'attività svolta nonché per vizi o mal funzionamento dei beni forniti o messi a disposizione.

#### **Art. 13 - Ambito d'applicazione per la manutenzione ordinaria degli stabili e acquisto dotazioni tecniche**

1. Al fine di promuovere attività riguardanti la manutenzione ordinaria degli stabili e acquisto dotazioni tecniche, possono essere attivate le sponsorizzazioni di seguito specificate:

- a) manutenzione ordinaria dei locali del Conservatorio;
- b) acquisto di arredi;
- c) acquisto di dotazioni tecniche per finalità istituzionali;

3. L'Ente individua le opere di manutenzione ordinaria degli stabili o le dotazioni tecniche occorrenti per le attività per le quali intende realizzare un risparmio di spesa attivando iniziative di sponsorizzazione da parte di terzi;

4. È consentito ai soggetti interessati avanzare richieste di sponsorizzazione non comprese nell'elenco di cui sopra purché volte alla realizzazione di interventi o di attività che risultino rispondenti all'interesse istituzionale. L'Ente si riserva, in tal caso, di valutare le istanze non ricomprese nel superiore elenco. Il contratto per le attività di cui al presente articolo non può avere durata superiore a tre anni.

**Art. 14 - Impegni per lo sponsor, per la manutenzione ordinaria degli stabili e acquisto dotazioni tecniche**

1. Il corrispettivo a carico dello sponsor per la veicolazione pubblicitaria del proprio nome/marchio/logo/attività, ad esclusione dei casi della sponsorizzazione finanziaria, consiste nella realizzazione, a propria cura e spese, degli interventi e attività previsti dal presente regolamento, i quali saranno previsti nel contratto di sponsorizzazione o nell'accordo di collaborazione nonché nel capitolato prestazionale, con la conseguente assunzione di ogni responsabilità per danni a cose o a persone imputabili all'attività medesima.

**Art. 15 - Vantaggi per lo sponsor nella manutenzione ordinaria degli stabili e acquisto dotazioni tecniche**

1. Oltre a quanto previsto dalle precedenti disposizioni del presente regolamento, per le attività riguardanti la manutenzione ordinaria degli stabili e l'acquisto delle dotazioni tecniche, l'Ente può consentire l'utilizzo di una porzione di area del Conservatorio per la sistemazione stabile di impianti informativo-pubblicitari.

**NORME FINALI E TRANSITORIE**

**Art. 19 - Entrata in vigore**

1. Il presente regolamento entra in vigore alla data di esecutività della Deliberazione di approvazione del Consiglio di Amministrazione.

