



COMUNE DI MOZZECANE

PROVINCIA DI VERONA

REG. DEL. N° 14

COPIA

VERBALE DI DELIBERAZIONE DEL CONSIGLIO COMUNALE

Seduta Pubblica di Prima convocazione

**OGGETTO: REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE
SPONSORIZZAZIONI. APPROVAZIONE.**

L'Anno **duemilasette** addì **ventinove** del mese di **marzo** alle ore **20:45**, a seguito di regolari inviti, nella sala delle adunanze consiliari, si è riunito il Consiglio Comunale di Mozzecane.

All'appello risultano

FORONCELLI MICHELANGELO	Presente
PICCININI TOMAS	Presente
BERTASI GIAMPIETRO	Presente
MARTELLI MAURO	Presente
TELLAROLI GERMANA	Presente
MARCONI SIMONETTA	Presente
ZERMINIANI GRAZIANO	Presente
SALAN PIERANGELO	Presente
MELOTTO MIRCO	Presente
GIAVONI PAOLO	Presente
VANONI RICCARDO	Presente
VENTURINI MARIO LUCA	Presente
BOSCHINI DANTE	Presente
FORONCELLI LIVIO	Presente
SCATOLON NICOLA	Assente
PIETROPOLI ANTONELLA	Presente
FRIGO GIOVANNI	Presente

Assiste all'adunanza il Segretario dott. ROSANNA BARBALINARDO.

Il Sig. FORONCELLI MICHELANGELO, nella sua qualità di SINDACO assume la presidenza e, riconosciuta legale l'adunanza, dichiara aperta la seduta per discutere e deliberare sull'oggetto sopraindicato.

OGGETTO: Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni.

Il Sindaco propone l'adozione della sottoriportata proposta di deliberazione;

VISTI:

- la Legge n. 449/1997, art. 43;
- il T.U. n. 267/2000, art. 119, che, al fine di favorire la migliore qualità dei servizi prestati e conseguire risparmi di spesa, consentono ai Comuni di stipulare contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione, nonché convenzioni, con soggetti pubblici e privati;

VISTO lo schema di Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni, proposto dagli uffici comunali al fine di rendere operative le norme in materia di sponsorizzazione;

Preso atto che il suddetto testo è stato esaminato in data 26.03.07 dalla commissione consiliare consultiva per la predisposizione dei regolamenti e dello statuto, nominata con deliberazione C.C. n. 38 del 13.07.2004;

RITENUTO lo stesso meritevole di approvazione;

ACQUISITO il parere favorevole del Responsabile del Servizio, in ordine alla regolarità tecnica, reso sulla proposta di deliberazione ai sensi dell'art. 49 del D.Lgs. 18.08.2000, n. 267;

PROPONE

Di approvare il Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni, composto da n. 11 articoli, che allegato al presente atto ne forma parte integrante.

OGGETTO: Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni.

Il Sindaco illustra la proposta di delibera in esame. Precisa che si tratta di uno strumento di cui si avvale l'Ente per realizzare maggiori economie di bilancio garantendo la qualità dei servizi erogati. Precisa altresì che anche il suddetto regolamento è stato esaminato dalla Commissione statuto e Regolamenti in data 26.03.07 e che tale precisazione verrà inserita anche nel provvedimento in esame.

Esce Bertasi.

Terminata l'illustrazione interviene il consigliere Boschini il quale ritiene corretto che il Comune si dia una disciplina in tal senso con apposito regolamento. Rileva che, a suo avviso, si dovrebbe procedere con la pubblicazione dell'avviso anche per importi al di sotto dei 50.000 euro.

Il Sindaco precisa che le cifre sono state tenute alte ben sapendo che a Mozzecane certe cifre non verranno mai utilizzate. Si tratta comunque di minori esborsi per il Comune.

Il Segretario Comunale precisa che la non necessità di procedere con la pubblicazione di avvisi è derivata dalla armonizzazione del regolamento con il codice dei contratti, il vigente regolamento comunale dei servizi e forniture in economia, nonché dalla analisi di altri regolamenti del genere.

Entra Bertasi.

Il consigliere Boschini ribadisce la propria posizione, precisando che non avrebbe fatto alcuna differenziazione tra i 20.000 e i 50.000.

IL CONSIGLIO COMUNALE

Vista l'allegata proposta di deliberazione relativa all'oggetto;

Visti gli allegati pareri favorevoli espressi dai responsabili dei servizi competenti ai sensi dell'art. 49 comma 1 del D. Lgs. 267/2000;

Sentiti gli interventi dei Consiglieri come sopra riportati;

Ritenuta la propria competenza ai sensi dell'art. 42 del D. Lgs. 267/2000;

Considerata la stessa meritevole di approvazione per le motivazioni in essa indicate, che si recepiscono nel presente provvedimento;

Posta ai voti la proposta in esame, si ottiene il seguente risultato:

Presenti n. 16

Con voti favorevoli n. 12

Contrari //

Astenuti n. 4 (Boschini, Pietropoli, Foroncelli Livio e Frigo).

Espressi nella forma di legge

DELIBERA

Di approvare integralmente l'allegata proposta di deliberazione, che viene inserita nel presente atto come parte integrante e sostanziale del medesimo.

DELIBERA DI CONSIGLIO n. 14 del 29-03-2007 COMUNE DI MOZZECANE

Successivamente il Consiglio Comunale;

Presenti n. 16

Con voti favorevoli n. 12

Contrari //

Astenuti n. 4 (Boschini, Pietropoli, Foroncelli Livio e Frigo).

Espressi nella forma di legge

DELIBERA

Di dichiarare il presente provvedimento immediatamente eseguibile ai sensi dell'art. 134 comma 4° del D. Lgs. 267/2000.

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Approvato con deliberazione di C.C. n.14 del 29.03.07

Art. 1

Finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione dell'art. 43 della Legge n. 449/1997, dell'art. 119 del D.Lgs. n. 267/2000, dell'art. 15, comma 1, lett. d) del CCNL del 01.04.1999, come sostituito dall'art. 4, comma 4, del CCNL del 05.10.2001, dell'art. 26, comma 1, lett. b) del CCNL del 23.12.1999 per l'area della dirigenza e dell'art. 2, comma 6, della Legge n. 109/1994, come modificato dall'art. 7, comma 1, della Legge n. 166/2002.
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione e a realizzare maggiori economie nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali.

Art. 2

Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e associazioni senza fini di lucro per realizzare o acquisire a titolo gratuito interventi, servizi, prestazioni, beni, attività, lavori, attività di progettazione, direzione lavori, esecuzione e collaudo di opere pubbliche (determinazione dell'Autorità per la vigilanza sui lavori pubblici n. 24 del 05.12.2001), inseriti nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio dell'ente; 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 l'ente, del previsto risultato da parte dello sponsor.

Art. 3

Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
 - a) 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 fornire a titolo gratuito una predeterminata prestazione, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
 - b) per "sponsorizzazione": ogni contributo in beni, servizi, prestazioni, interventi o lavori provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale;
 - c) per "sponsor": il soggetto privato che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione;
 - d) per "spazio pubblicitario": lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor.

Art. 4

Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1. Per sponsorizzazioni il cui valore sia tra € 50.000.= (cinquantamila) ed € 100.000.= (centomila), oneri fiscali inclusi, la scelta dello sponsor è effettuata con le modalità e le forme della trattativa privata, previa pubblicazione di un apposito avviso con il quale la volontà dell'amministrazione sia rappresentata ai soggetti potenzialmente interessati a divenire sponsor.
2. Quando il valore della sponsorizzazione non supera € 50.000.= (cinquantamila), oneri fiscali inclusi, si prescinde dalla pubblicazione dell'avviso di cui al comma 1. In tal caso la scelta dello sponsor è effettuata direttamente dall'amministrazione anche recependo proposte specifiche di soggetti privati interessati. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante le forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.
3. Quando il valore della sponsorizzazione supera € 100.000.= (centomila), oneri fiscali inclusi, la scelta dello sponsor è effettuata con le modalità e le forme della licitazione privata, dell'appalto concorso o del pubblico incanto.
4. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:
 - a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico capitolato o progetto di sponsorizzazione;
 - b) l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario;
 - c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
5. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica:
 - a) il bene, il servizio, il lavoro, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
 - b) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato o progetto di sponsorizzazione.
6. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
 - a) per le persone fisiche:
 - l'inesistenza delle condizioni di incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione, di cui agli artt. 120 e seguenti della Legge 24.11.1981, n. 689 e successive modifiche ed integrazioni 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 imprese);
 - la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.

b) per le persone giuridiche:

- oltre alle autocertificazioni sopra elencate riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza deve essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.
7. 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.
 8. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal Responsabile di servizio che abbia deciso di concludere il contratto di sponsorizzazione nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato.
 9. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile del servizio di cui al comma 8.
 10. Con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato o nel progetto di sponsorizzazione.

Art. 5

Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del P.E.G. assegnati ai Responsabili di servizio. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta comunale può formulare indirizzi specifici al Responsabile di servizio per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.
2. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi, i lavori, le attività e le prestazioni previsti a carico del bilancio dell'ente nei capitoli di spesa ordinaria.

Art. 6

Contratto di sponsorizzazione

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto redatto nella forma pubblica amministrativa o mediante scrittura privata autenticata.
2. Il perfezionamento del contratto di sponsorizzazione può avvenire anche mediante scambio di corrispondenza o scrittura privata non autenticata qualora il valore della sponsorizzazione non superi € 20.000.= (ventimila), oneri fiscali inclusi.
3. Nel contratto sono, in particolare, stabiliti:
 - a) il diritto dello sponsor all'utilizzazione dello spazio pubblicitario;

- b) la durata del contratto di sponsorizzazione;
- c) gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
- d) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

Art. 7

Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

1. I risparmi conseguiti con i contratti di sponsorizzazione sono destinati in misura non inferiore al 3% ad implementare il fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL del 01.04.1999.

Art. 8

Diritto di rifiuto delle 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.
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:
 - a) propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
 - c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

Art. 9

Trattamento dei dati personali

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste ed in conformità alle norme vigenti.
2. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dall'art. 13 della Legge 31.12.1996, n. 665 e successive modificazioni.
3. I dati potranno essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento.

Art. 10

Aspetti fiscali

1. Il valore della fatturazione per la “sponsorizzazione” corrisponde al valore/importo del contratto di sponsorizzazione.

Art. 11

Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'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.

INDICE

- Art. 1 - Finalità
- Art. 2 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari
- Art. 3 - Definizioni
- Art. 4 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor
- Art. 5 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione
- Art. 6 - Contratto di sponsorizzazione
- Art. 7 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni
- Art. 8 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni
- Art. 9 - Trattamento dei dati personali
- Art. 10 - Aspetti fiscali
- Art. 11 - Riserva organizzativa

AI SENSI DELL'ART. 49 COMMA 1° DEL DECRETO LEGISLATIVO 18.08.2000 N. 267.

Oggetto:

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE
SPONSORIZZAZIONI. APPROVAZIONE.

Letto, approvato e sottoscritto.

IL SINDACO – PRESIDENTE
F.to FORONCELLI MICHELANGELO

IL SEGRETARIO COMUNALE
F.to ROSANNA BARBALINARDO

La presente copia è conforme all'originale ed un esemplare della stessa verrà affisso all'albo pretorio il 05-04-2007 e vi rimarrà per la durata di gg. 15 consecutivi.

Mozzecane, lì 05-04-2007

IL RESPONSABILE DEL SETTORE SERVIZI ISTITUZIONALI
Dott.ssa Elisabetta Soave

La presente deliberazione è divenuta esecutiva dopo il decimo giorno dalla sua pubblicazione ai sensi dell'art. 134 comma 3° del Decreto Legislativo 18.08.2000 n. 267.

Mozzecane, lì _____

IL RESPONSABILE DEL SETTORE SERVIZI ISTITUZIONALI