

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

IL CONSIGLIO COMUNALE

Premesso:

- ❖ che l'Amministrazione Comunale, per propri fini istituzionali è promotrice di una serie di attività finalizzate alla realizzazione di eventi culturali, sociali, ricreativi, sportivi e altro;
- ❖ che negli ultimi anni l'azione della Pubblica Amministrazione ha risentito degli effetti della congiuntura economica;
- ❖ che in particolare, in ambito locale, gli enti Locali se per un verso sono chiamati sempre più ad assolvere a compiti primari nella Amministrazione del paese e a soddisfare le attese crescenti del cittadino – utente, dall'altra registrano una continua e progressiva riduzione dei trasferimenti statali destinati a finanziare le attività istituzionali delle Autonomie stesse;
- ❖ che pertanto vengono intraprese numerose iniziative per incentivare una maggiore collaborazione con il mondo imprenditoriale;
- ❖ che in questo contesto il vigente testo unico degli Enti Locali consente ai predetti Enti di reperire risorse attraverso la stipula di contratti di sponsorizzazione;
- ❖ che l'art. 43 della Lg. 27.12.1997, n. 449 costituisce il principale riferimento normativo per la stipulazione di contratti di sponsorizzazione da parte di amministrazioni pubbliche in cui le stesse siano soggetti che fruiscono di finanziamenti da sponsor – e prescrive che i particolari rapporti scaturenti tra lo sponsee e lo sponsor siano “finalizzati a favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi prestati”;
- ❖ che l'art. 119 del T.U.E.L. richiamandosi all'art. 43 della lg. 449/97, riafferma la legittimazione delle pubbliche amministrazioni a stipulare contratti di sponsorizzazione, subordinandola al ricorrere delle seguenti condizioni:
 - Perseguimento di interessi pubblici;
 - Esclusione di conflitti di interesse tra attività pubblica e privata;
 - Conseguimento di un risparmio di spesa;
- ❖ che viene ammessa pertanto la sola sponsorizzazione passiva, in cui lo sponsor stesso ottiene la pubblicazione della propria immagine tramite l'attività della pubblica amministrazione e lo sponsor paga per questo fine un corrispettivo ovvero concorre variamente alle spese dell'iniziativa pubblica;

Atteso:

- ❖ che il contratto di sponsorizzazione trova una propria definizione, ma non un'autonoma disciplina, nella legge 6 agosto 1990 n. 223 in tema di spettacoli televisivi e radiofonici;
- ❖ che la prescritta legge 27 dicembre 1997 n. 449, all'articolo 43 si limita a prevedere la possibilità per le pubbliche amministrazioni di stipulare i predetti atti contrattuali, ma non detta nessuna disciplina positiva al riguardo;
- ❖ che il contratto di sponsorizzazione è un contratto atipico (art. 1322 codice civile) a forma libera (art. 1350 codice civile), di natura patrimoniale (art. 1174 codice civile), in forza del quale lo sponsorizzato (sponsee) si obbliga a consentire ad altri (legassi sponsor) l'uso della propria immagine pubblica e del proprio nome, per promuovere un marchio o un prodotto, dietro corrispettivo (che può sostanziarsi in una somma di denaro, in beni o servizi o in entrambi da erogarsi da parte dello sponsor);
- ❖ che l'art. 26 del d.lgs. 163/2006 prescrive che ai contratti di sponsorizzazione e ai contratti a questi assimilabili quando i lavori, i servizi, le forniture sono acquisiti o realizzati a cura a spese dello

sponsor, si applicano i principi del trattato UE per la scelta dello sponsor, nonché i requisiti di progettisti e degli esecutori del contratto;

- ❖ che pertanto la fase di scelta del contraente da parte dell'amministrazione Comunale prevede – di norma – che la stessa sia preceduta adeguate forme di pubblicità al fine di stimolare l'interesse di privati a concorrere o ad assumere la sponsorizzazione di cui trattasi nonché di garantire un confronto concorrenziale fra le proposte pervenute entro il termine fissato dall'Amministrazione e deve tenere conto delle qualità dello sponsor in termini di fiducia e di immagine, degli effetti di ritorno sulla pubblicazione dell'avvenimento, del relativo valore economico e della convenienza dell'Amministrazione ad acquisirlo nella propria disponibilità nonché della responsabilità sociale ed ambientale dello sponsor;
- ❖ che data la atipicità del contratto in questione, occorre comunque ricorrere a procedure che garantiscono il sostanziale rispetto dei principi di efficacia, efficienza, e trasparenza dell'azione amministrativa;
- ❖ che pertanto l'Amministrazione Comunale – in applicazione della vigente normativa – intende sviluppare idonee iniziative per il reperimento di sponsor e la definizione di contratti di sponsorizzazione con soggetti pubblici e privati in occasione di eventi culturali, sociali, ricreativi, sportivi e altro, d'iniziativa diretta della Amministrazione Comunale ovvero realizzati da soggetti terzi;
- ❖ che alla luce di quanto sopra, si rende necessario approvare un regolamento ove, nei limiti del proprio potere di autonomia e nel rispetto della vigente normativa, l'Amministrazione Comunale definisca modalità e termini per il reperimento di sponsorizzazioni in occasione di eventi culturali, sociali,
- ❖ ricreativi, sportivi, e altro in ambito cittadino;

Visto l'art.119 del D.Lgs. 267/2000;

Visti gli articoli 26 e 53 del D.lgs. 163/2006

Visto i pareri favorevoli ai sensi dell'art. 49 del D.Lgs. 267/2000, come da allegato;

Il Segretario comunale illustra la proposta di cui trattasi con riferimento allo schema di deliberazione che viene sottoposta all'approvazione del consiglio comunale.

Non essendovi richieste di interventi, il Presidente sottopone a votazione la proposta in esame.

VISTO l'esito della seguente votazione legalmente espressa:

CONSIGLIERI presenti	n. 15
CONSIGLIERI votanti	n. 15
CONSIGLIERI astenuti	n. //
VOTI favorevoli	n. 15
VOTI contrari	n. //

DELIBERA

1. Di approvare il Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni e degli accordi di collaborazione che allegato al presente atto ne costituisce parte integrante e sostanziale.

REGOLAMENTO COMUNALE

PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Allegato alla delibera C.C. n.63 del 30.11.2007

Art. 1 - OGGETTO E FINALITA'

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione da parte di terzi in occasione di iniziative promosse, organizzate e gestite dall'amministrazione comunale.
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione, a realizzare maggiori economie, a migliorare la qualità dei servizi, sempre nell'ottica del perseguimento di interessi pubblici.
3. Il presente regolamento si prefigge lo scopo di realizzare le condizioni e gli strumenti normativi necessari per una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione nel rispetto di criteri di efficienza, efficacia e trasparenza, in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della Legge n. 449/1997, nell'art. 119 del Decr. Legisl. vo n. 267/2000, nell'art. 2 della Legge n. 109/1994, nell'art. 2 del Decr. Legisl. vo n. 30/2004, nonché degli orientamenti espressi dal Consiglio di Vigilanza sui LL.PP. nella determina n. 24 del 5.12.2001 e nell'art. 26 del Decr. Legisl. vo n. 163/2006.

Art. 2 - CONTENUTI DELLE SPONSORIZZAZIONI E DESTINATARI

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e pubblici, per realizzare o acquisire, a titolo gratuito, interventi, servizi, prestazioni, beni o attività, inseriti nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio dell'Ente.
2. 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 a titolo oneroso mediante il quale il Comune (sponsee) offre, nell'ambito di proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a fornire a titolo gratuito una predeterminata

- prestazione, la possibilità di pubblicizzare, in appositi e predeterminati spazi, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, ecc.;
- b. per "sponsorizzazione": ogni contributo in beni, servizi, prestazioni o ogni altra utilità proveniente da terzi allo scopo di promuovere il loro nome, logo, marchio, attività, prodotti, ecc., ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio d'immagine;
 - c. per "sponsor": ai sensi dell'art. 119 del T.U. approvato con Decr. Legisl. vo 18.8.2000, n. 267, il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;
 - 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 - SCELTA DELLO SPONSOR

1. La scelta dello sponsor è effettuata a mezzo di trattativa privata preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso.
2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, inserimento nel sito internet del Comune, invio alle associazioni di categoria e/o in altre forme ritenute di volta in volta più conveniente per una maggiore conoscenza e partecipazione.
3. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:
 - ▶▶ l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico progetto di sponsorizzazione;
 - ▶▶ l'esatta determinazione dello spazio pubblicitario e la durata della pubblicità;
 - ▶▶ le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
4. L'offerta di sponsorizzazione deve essere presentata in forma scritta e deve indicare:
 - ⇒ il bene, il servizio, l'opera, l'attività, la prestazione, ecc. che s'intende sponsorizzare;

- ⇒ l'accettazione delle condizioni, modalità, ecc. previste nel progetto che l'A.C. ha predisposto;
- ⇒ il corrispettivo della sponsorizzazione;
- ⇒ ciò che s'intende pubblicizzare;
- ⇒ l'assunzione di tutte le responsabilità inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.

5. L'offerta deve essere accompagnata dall'autocertificazione attestante il possesso da parte dell'offerente e dell'esecutore del contratto dei requisiti soggettivi previsti dalle vigenti disposizioni di legge.

In modo specifico deve risultare:

per i soggetti privati (persone fisiche/giuridiche)

se persone fisiche:

- ▶ l'inesistenza della condizione di incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione, di cui agli artt. 120 e seguenti della Legge 24.11.1981, n. 689, 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;
- ▶ la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.

se persone giuridiche:

- oltre alle certificazioni anzidette riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza, dovrà essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti;
- l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari.

per i soggetti pubblici:

- ☞ il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti;
 - ☞ la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.
6. L'offerta di sponsorizzazione è istruita da parte del Responsabile del Servizio competente per materia con riferimento all'oggetto dell'iniziativa di sponsorizzazione

e sulla base dei criteri di valutazione stabiliti nel progetto medesimo, approvato quale "linea di indirizzo" dalla Giunta Comunale.

7. Ove pervengano più offerte il Responsabile del Servizio stilerà apposita graduatoria, che tenga conto della maggiore utilità economica per il Comune.
8. Definita la graduatoria, gli spazi pubblicitari sono assegnati sino alla copertura totale degli stessi, in misura di uno per ciascuno sponsor, cominciando dal primo della graduatoria. Nel caso sia stato individuato un solo spazio pubblicitario, lo stesso è assegnato al primo in graduatoria.
9. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile del Servizio competente per materia, secondo quanto stabilito al comma 6. Con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello spazio pubblicitario di cui al comma 8.

Art. 5 - INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE PER LE QUALI E' AMMESSA LA SPONSORIZZAZIONE

1. Le iniziative nelle quali è possibile destinare spazi alla pubblicità di terzi sono individuate sulla base degli indirizzi e delle direttive impartite dalla Giunta Comunale con apposito atto, a seguito di esame ed approvazione di specifico progetto.
2. Il ricorso al finanziamento attraverso le sponsorizzazioni può interessare tutte le iniziative, i progetti, le attività dell'amministrazione, non esclusi gli eventi a rilevanza artistico culturale o spettacolare promossi, gestiti od organizzati dal comune o suo concessionario od affidatario, la realizzazione di OO.PP., la realizzazione dei lavori di cui all'allegato I del Decr. Legisl. vo n. 163/2006, gli interventi di restauro e manutenzione di beni mobili e delle superfici decorate di beni architettonici sottoposti a tutela ai sensi del Decr. Legisl. vo n. 42/2004, i servizi di cui all'allegato II del Decr. Legisl. vo n. 163/2006, le forniture disciplinate dal Decr. Legisl. vo n. 163/2006.

Art. 6 - CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto, a mezzo scrittura privata, con oneri a carico dello sponsor, nel quale sono, in particolare, stabiliti:
 - ▶ il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario;
 - ▶ la durata del contratto di sponsorizzazione;
 - ▶ gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
 - ▶ le clausole di tutela, rispetto alle eventuali inadempienze.

Art. 7 - UTILIZZO DEI RISPARMI DI SPESA E DELLE MAGGIORI ENTRATE DERIVANTI DALLE SPONSORIZZAZIONE

1. Le somme previste nei capitoli interessati alla sponsorizzazione che non risultano utilizzate a seguito della stipula del contratto di sponsorizzazione sono considerati risparmi di spesa.
2. I risparmi di spesa conseguiti a seguito della stipula dei contratti di sponsorizzazione sono destinate al finanziamento di iniziative istituzionali secondo le indicazioni di bilancio.

Art. 8 - DIRITTO DI RIFIUTO DI SPONSORIZZAZIONI INACCETTABILI

1. L'Amministrazione Comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:
 - ◆ ritenga possa derivare un conflitto d'interesse fra l'attività pubblica e quella privata;
 - ◆ ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
 - ◆ la reputi inaccettabile per motivi di opportunità generale.
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:
 - ⇒ propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - ⇒ pubblicità diretta e collegata alla distribuzione o produzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;

- ⇒ 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.
2. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dal Decr. Legisl. vo n. 196/2003 e successive modifiche ed integrazioni.
3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Colico in persona del suo Sindaco in carica che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge citata e del regolamento Comunale in materia (Regolamento sulla tutela della riservatezza dei dati personali).
4. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti dagli addetti agli uffici comunali 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 presente regolamento.-

Art. 10 - ASPETTI FISCALI

1. Il valore della fatturazione per la "sponsorizzazione" corrisponde all'importo della somma stanziata in bilancio per la specifica iniziativa; la fatturazione può coincidere con l'intero stanziamento o con una quota dello stesso, in relazione alla totale o parziale copertura, mediante sponsorizzazione, dei risultati del capitolo interessato.
2. Il valore della fatturazione correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor (spazio pubblicitario) è pari all'importo specificato al comma 1.

Art. 11 - VERIFICHE E CONTROLLI

1. Le "sponsorizzazioni" sono soggette a periodiche verifiche da parte del Responsabile del Servizio competente per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi.
2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor; la notifica e la eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

Art. 12 - 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.
3. Salvo che per le parti espressamente richiamate, non si applica ai contratti di sponsorizzazione il Decr. Legisl. vo n. 163/2006.

COMUNE DI BRESSANA BOTTARONE

PROVINCIA DI PAVIA

PROPOSTA DI DELIBERAZIONE DI CONSIGLIO COMUNALE:

DECRETO LEGISLATIVO 18.08.2000 N. 267 - ART. 49

N. 63 del Reg.	OGGETTO:
Data 30.11.2007	APPROVAZIONE DEL REGOLAMENTO COMUNALE PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI.

ad iniziativa del Sindaco

Dott. Eddy Latella

Dipendente incaricato dell'istruttoria - (Responsabile del servizio n. 1 e del procedimento) Dr. Roberto Bariani.

Esaminati gli atti del fascicolo della proposta deliberazione, esprime parere favorevole in ordine alla sua regolarità tecnica.

Bressana Bottarone, lì 22.11.2007

IL RESPONSABILE DEL SERVIZIO N. 1

Dr. Roberto Bariani

**IL SINDACO
LATELLA DOTT. EDDY**

Approvato e sottoscritto:

Il Segretario Comunale
Bariani Dr. Roberto

DICHIARAZIONE DI PUBBLICAZIONE

Si dichiara che copia della deliberazione suesposta, è pubblicata all'Albo pretorio dal **11.12.2007** e vi rimarrà per gg 15 consecutivi e cioè sino al **25.12.2007**

Addì **11.12.2007**

Il Segretario Comunale
Bariani Dr. Roberto

=====
Il sottoscritto Segretario comunale, visti gli atti d'ufficio,

ATTESTA

- Che la presente deliberazione:

O E' stata affissa all'albo pretorio comunale per quindici giorni consecutivi dal **11.12.2007** al **25.12.2007** come prescritto dall'art. 124, comma 1, del D.Lgvo 18 agosto 2000, n. 267, senza reclami;

O Che la presente deliberazione è dichiarata immediatamente eseguibile ai sensi dell'art. 134, C. 4 D.Lgvo 267/2000

il giorno.....

O-Che la presente deliberazione è divenuta esecutiva il giorno **21.12.2007** in quanto:

O decorsi 10 giorni dalla pubblicazione (Art. 134, comma 3, D.Lgvo 267/2000);

Dalla Residenza comunale, li **21.12.2007**

Il Segretario Comunale

Bariani Dr. Roberto

Copia conforme all'originale, per uso interno amministrativo.

Addì.....

Il Segretario Comunale

Bariani Dr. Roberto

=====
COMUNE DI BRESSANA BOTTARONE - **Delibera di Consiglio N. 63 DEL 30.11.2007**