



COMUNE DI MONTEMAGGIORE AL METAURO
PROVINCIA DI PESARO E URBINO

COD. ISTAT 41037

COPIA DI DELIBERAZIONE DEL CONSIGLIO COMUNALE

Numero 81 del 29-12-09

Oggetto: REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DELLE ATTIVITA' DI SPONSORIZZAZIONE.

L'anno duemilanove il giorno ventinove del mese di dicembre alle ore 21:00, nella sala delle adunanze si é riunito il Consiglio Comunale, convocato con appositi avvisi spediti nei modi e termini di legge in sessione Straordinaria ed in Prima convocazione.

Risultano presenti ed assenti i seguenti Consiglieri:

| | | | |
|----------------------------|----------|---------------------------|----------|
| VERDINI TARCISIO | P | CAVALLI CLAUDIO | P |
| ORDONSELLI MARIO | P | CIACCI AUGUSTO | P |
| FABIANI LUCA | P | RUGGERI FILIPPO | P |
| TRAMONTANA LUCA | P | SANCHIONI FABRIZIO | A |
| PRIMAVERA EMANUELA | P | LAURI ROBERTO | P |
| RICCIALDELLI TAMARA | P | PASCUCCI PAOLA | P |
| MEI SILVIA | P | | |

assegnati n. 13 presenti n. 12

in carica n. 13 assenti n. 1

Partecipa il Segretario Sig. PATREGNANI DOTT. FRANCESCO

Il Presidente **Sig. VERDINI TARCISIO in qualità di SINDACO** , visto l'art. 50, 2^a c., D.Lgs. 267/2000, dichiarata aperta la seduta per aver constatato il numero legale degli intervenuti, invita i Consiglieri Comunali a discutere in seduta Pubblica sull'argomento in oggetto, previa nomina degli scrutatori nelle persone dei Signori:

FABIANI LUCA
RICCIALDELLI TAMARA
RUGGERI FILIPPO

In continuazione di seduta. Punto n° 4 all'OdG "Regolamento per la disciplina delle attività di sponsorizzazione".

Si dà atto che in precedenza, al punto n° 2, è entrata la consigliera Mei Silvia.

Consiglieri presenti n° 12.

Relaziona sull'argomento l'Assessore Primavera Emanuela.

Nel corso della discussione intervengono i consiglieri:

- Lauri Roberto per richiedere chiarimenti in ordine alla necessità di adottare il regolamento di che trattasi;
- Mei Silvia per far presente che occorre disciplinare la materia in relazione all'esigenza di disporre di risorse finanziarie mediante contratti di sponsorizzazione precisando che non è l'unico caso in cui si stipulano accordi con i privati;
- Ruggeri Filippo per sottolineare la delicatezza della questione in riferimento ai contenuti dei contratti di sponsorizzazione;
- Sindaco per far rilevare le necessità di disciplinare le sponsorizzazioni nel rispetto dei principi di imparzialità e trasparenza dell'azione amministrativa.

Pertanto vista la sottoriportata proposta:

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, turistici e promozionali;
- ✓ che in tale contesto le vigenti disposizioni del T.U.L.C.P N. 267/2000 consentono 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;

ATTESO:

- ✓ che la 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 (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, turistici, promozionali ecc., 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;

P R O P O N E

1. Di approvare il Regolamento per la disciplina delle attività di sponsorizzazione composto da n.11 articoli che allegato al presente atto ne costituisce parte integrante e sostanziale.

IL CONSIGLIO COMUNALE

UDITA la relazione del Sindaco;

VISTA la proposta di deliberazione sopra riportata;

VISTO il parere favorevole del Responsabile dell'ufficio proponente in ordine alla regolarità tecnica espresso ai sensi dell'art. 49 del Decreto Legislativo 18.08.2000 n. 267 infra trascritto;

Consiglieri presenti n. 12

Consiglieri astenuti n. 3 (minoranza consiliare: Ruggeri-Lauri-Pascucci)

Votanti n. 9

Con voti favorevoli n. 9 espressi per alzata di mano;

D E L I B E R A

1- Di approvare la proposta sopra riportata concernente l'oggetto APPROVAZIONE REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DELLE ATTIVITA' DI SPONSORIZZAZIONE

"PARERI"

- art. 49 - 1^ comma del D.L.vo 267/2000 -

-VISTO: Si esprime parere favorevole in ordine alla regolarità tecnica.

M.Maggiore, li @2-----@

Il Responsabile del Settore Amministrativo
TORELLI Angela

**REGOLAMENTO
PER LA DISCIPLINA DELLE ATTIVITA' DI SPONSORIZZAZIONE**

(Allegato alla delibera di Consiglio n. 81 del 29/12/2009)

ART. 1
FINALITA'

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art.43 della legge 449/1997 e nell' art. 119 del D.Lgs 267/2000.
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, costituite con atto notarile, per realizzare o acquisire, interventi, servizi, prestazioni, beni o attività 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, 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) si obbliga a consentire ad altri (sponsor) la possibilità di pubblicizzare il proprio marchio e/o la propria ragione sociale e/o propri prodotti in appositi e predefiniti spazi pubblicitari, dietro corrispettivo, che può sostanziarsi in una somma di denaro e/o in beni e/o in servizi da erogarsi da parte dello sponsor;
 - b) per "sponsorizzazione": ogni contributo in denaro, beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi, allo scopo di promuovere il proprio marchio e/o la propria ragione sociale e/o i propri prodotti;
 - c) per "sponsor": il soggetto privato e l'associazione senza fini di lucro, costituita con atto notarile, 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. Nel caso in cui la sponsorizzazione non superi i 5.000,00 euro iva esclusa, la scelta dello sponsor è effettuata mediante l'utilizzo della procedura per le spese in economia. Per importi superiori, la scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura ad evidenza pubblica 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 e/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.
3. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:
 - a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti del progetto di sponsorizzazione;
 - b) l'indicazione dello spazio pubblicitario messo a disposizione;
 - c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica:
 - a) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare, oppure la somma offerta quale sponsorizzazione;
 - b) l'accettazione delle condizioni previste nel progetto di sponsorizzazione.
5. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
 - a) per le persone fisiche:

- l'inesistenza della incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione, di cui agli artt. 32 ter e seguenti del Codice Penale e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
- l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla normativa antimafia ;
 - l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo per le imprese);
- b) per le persone giuridiche:
- oltre alle autocertificazioni sopra elencate, rese dai soggetti muniti di potere di rappresentanza, deve essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti;
6. L'offerta deve, inoltre, contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni.
7. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal Responsabile del Settore competente per la gestione del bene o del servizio in cui viene individuato lo spazio pubblicitario, nel rispetto dei criteri definiti nel progetto di sponsorizzazione.
8. Qualora a seguito della procedura ad evidenza pubblica non pervengano offerte di sponsorizzazione, il competente Responsabile di Settore può procedere anche mediante accettazione dell'offerta di sponsorizzazione che sia pervenuta dopo l'esaurimento della procedura ad evidenza pubblica.
9. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile del Settore competente di cui al precedente comma. Con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel progetto nel rispetto degli adempimenti, previsti a carico dello sponsor, dalle disposizioni vigenti in materia di imposta sulla pubblicità e diritti sulle pubbliche affissioni.

ART. 5 INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE DI SPONSORIZZAZIONE

1. Le iniziative interessate dalla procedura di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate con il PEG. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può individuare le iniziative interessate dalla sponsorizzazione.
2. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutti i servizi, le prestazioni le iniziative, i prodotti e i beni di cui sia titolare o che vengano comunque realizzati/e dal Comune di Montemaggiore al Metauro;
3. Nell'ambito del PEG o della delibera della Giunta Comunale sarà anche approvato il progetto di sponsorizzazione con l'individuazione del minimo dell'offerta di sponsorizzazione in riferimento agli spazi pubblicitari messi a disposizione. Per ogni iniziativa possono essere previste più sponsorizzazioni e possono essere stipulati più contratti di sponsorizzazione.

ART. 6 CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

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

ART. 7 DIRITTO DI RIFIUTO ALLE 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, razziale od etnica;
 - 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. 8 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 dall'art. 7 del D. Lgs. 196/2003 e successive modificazioni.
3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune, in persona del suo Sindaco pro-tempore.
4. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti.
5. I dati possono essere oggetto di comunicazione a soggetti pubblici, privati e enti pubblici economici e di diffusione in relazione alle finalità del presente regolamento e nel rispetto di quanto previsto dal D. Lgs. 196/2003. La comunicazione e la diffusione di cui al presente comma può essere quindi effettuata per i dati diversi da quelli sensibili e giudiziari. Ai dati sensibili e giudiziari si applica la disciplina prevista dal D. Lgs. 196/2003 (e in particolare dagli artt. 20, 21 e 22 del medesimo) e dal Regolamento dei diritti di accesso dei cittadini alle informazioni ed agli atti e documenti amministrativi che all'allegato "A" riporta i dati trattabili e le operazioni eseguibili.

ART. 9 ASPETTI FISCALI

1. La sponsorizzazione è soggetta alla normativa fiscale vigente tempo per tempo.

ART. 10 VERIFICHE E CONTROLLI

1. Le "sponsorizzazioni" sono soggette a periodiche verifiche da parte del Settore comunale competente per materia in relazione alla gestione del bene o del servizio in cui viene individuato lo spazio pubblicitario, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti.
2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente comunicate allo sponsor. La comunicazione e la eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

ART.11 DISPOSIZIONI FINALI

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata, di norma, direttamente dall'Amministrazione Comunale secondo la disciplina del presente regolamento.
2. E' facoltà del Comune, qualora lo ritenga conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare in convenzione l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni a soggetti specializzati.
3. Le norme contenute nel presente regolamento non si applicano qualora una persona fisica, una persona giuridica o un altro soggetto comunque terzo rispetto al Comune offra al Comune medesimo un contributo in denaro, beni, servizi prestazioni o interventi ed il Comune non metta a disposizione lo spazio pubblicitario di cui all'art. 3 del presente regolamento.

In tali ipotesi, ove necessario, i rapporti tra il Comune ed i soggetti sopra citati sono regolati da appositi accordi facendo salvo in ogni caso quanto previsto dalla normativa vigente tempo per tempo.

4. Qualora pervenga al Comune un'offerta per una sponsorizzazione in relazione alla quale non sia stato approvato un progetto di sponsorizzazione, il Comune medesimo può accettare l'offerta senza effettuare una procedura ad evidenza pubblica preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso, purchè ricorrano i seguenti presupposti:

- a) l'offerta sia di importo inferiore a €5000,00 con esclusione dell'iva;
- b) il responsabile del settore competente attesti la congruità dell'offerta in relazione allo spazio pubblicitario che si intende mettere a disposizione. Nell'ipotesi di cui al presente comma si prescinde dalla stipulazione del contratto di sponsorizzazione ma trovano applicazione le norme del presente regolamento in quanto compatibili.

Il presente verbale, salva la sua definitiva approvazione nella prossima seduta, viene sottoscritto come segue:

IL PRESIDENTE
F.to VERDINI TARCISIO

IL SEGRETARIO COMUNALE
F.to PATREGNANI DOTT. FRANCESCO

=====

E' copia conforme all'originale.

IL SEGRETARIO COMUNALE

Montemaggiore al M., li 18-01-10

PATREGNANI DR. FRANCESCO

=====

ATTESTATO DI PUBBLICAZIONE

Si attesta che copia della presente deliberazione viene pubblicata all'Albo Pretorio di questo Comune per quindici giorni consecutivi con decorrenza odierna (Art. 124 D.L.gs 267/200).

Viene trasmessa al CO.RE.CO. ai sensi dell'art. 126 D.Lgs. 267/2000 in data odierna con prot.*****;

Non é soggetta a controllo preventivo di legittimità .

IL SEGRETARIO COMUNALE

Li, 18-01-10

F.to PATREGNANI DR. FRANCESCO

=====

ESECUTIVITA'

La presente deliberazione, trascorsi 10 giorni dalla suindicata data di inizio pubblicazione, é divenuta esecutiva il _____ ;

Non essendo pervenuta richiesta di invio al controllo ai sensi dell'art. 127, 1^ e 2^ C. D.Lgs. 267/2000;

Per decorrenza termini (Art. 134, 1^ C., D.Lgs. 267/2000)

Per l'esame favorevole del CO.RE.CO. nella seduta del ***** prot. n. *****;

E' stata, inoltre, dichiarata immediatamente eseguibile ai sensi dell' art. 134, 4^ c. D.Lgs. 276/2000;

IL SEGRETARIO COMUNALE

Li, _____

F.to PATREGNANI DR. FRANCESCO

=====

INVIO AL CONTROLLO: CO.RE.CO. DIFENSORE CIVICO

La presente deliberazione é stata inviata al Comitato Reg.le di Controllo/Difensore Civico in data ***** prot.n.*****.

Essendo pervenuta richiesta di controllo ai sensi dell'art. 127, 1^ e 2^ c. D.Lgs. 267/2000.

IL SEGRETARIO COMUNALE