



CITTÀ DI MASSAFRA

Provincia di Taranto
DELIBERAZIONE DEL CONSIGLIO COMUNALE

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

L'anno DUEMILAUNDICI addì TRENTA del mese di NOVEMBRE alle ore 11,00 nella sala delle adunanze consiliari della sede Municipale di Piazza Garibaldi previo invito diramato nei modi e termini di legge, si riunisce il Consiglio Comunale, convocato in seduta pubblica ordinaria. Presiede il Presidente PIOLLI Domenico Giovanni assistito dal Segretario Generale D.ssa D'arcangelo

Effettuato l'appello sono presenti:

N° Ord	COGNOME E NOME	PRES	ASS	N° Ord	COGNOME E NOME	PRES	ASS
1	PIOLLI Domenico Giovanni	X		13	DE GIORGIO Antonio		X
2	GIANNOTTA Cosimo Damiano	X		14	VENTURA Giovanni	X	
3	CONVERTINO Floriano	X		15	PUTIGNANO Giovanni		X
4	LUDOVICO Maurizio	X		16	MICCOLIS Vito Antonio	X	
5	MIOLA Francesco	X		17	MAZZARANO Michele	X	
6	MEO Stefano	X		18	QUERO Giovanni	X	
7	D'ERI Antonio	X		19	CONVERTINO Luigi	X	
8	LAGHEZZA Antonio		X	20	MIRAGLIA Giuseppe	X	
9	CONVERTINO Davide	X		21	MASSARO Vita	X	
10	MARAGLINÒ Vito	X		22	ZANFRAMUNDO Nicola	X	
11	PIZZARELLI Cosimo	X		23	COFANO Giuseppe	X	
12	PELILLO Fernando	X		24	BACCARO Maurizio	X	
				25	SINDACO TAMBURRANO Martino	X	

Proposta della Sindaco _____ Li _____	
Parere di Regolarità Tecnica (art.49 d.lgs. 18.08.2000 n.267)	
Visto con parere favorevole Li 21.11.2011	Il Dirigente LL.PP. F.to (Arch. Lorenzo NATILE)
Parere di Regolarità Contabile (art.49 d.lgs. 18.08.2000 n.267)	
Visto con parere Li _____	Il Dirigente
Copertura Finanziaria (art. 151.comma 4.d.lgs.18.08.2000 n.267)	
Prenotazione 128 _____ Impegno definitivo _____ Li _____	Il responsabile

Partecipa il Segretario Generale D.ssa LUCIA D'ARCANGELO Il Presidente, riconosciuta la validità del numero dei presenti per poter deliberare, dichiara aperta la seduta

RELAZIONE DELL'UFFICIO

Premesso che:

- negli ultimi anni l'azione della Pubblica Amministrazione ha risentito degli effetti della congiuntura economica registrando una continua e progressiva riduzione dei trasferimenti statali destinati a finanziare le attività istituzionali degli Enti Locali;
- occorre intraprendere iniziative per incentivare una maggiore collaborazione con il mondo imprenditoriale;
- a tal proposito l'art. 119 del vigente testo unico degli Enti Locali richiamandosi all'art. 43 della legge 449/97, consente di reperire risorse attraverso la stipula di contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione;
- i contratti di sponsorizzazione si configurano quali strumenti negoziali sempre più diffusi negli enti locali per reperire risorse e consentire la realizzazione di risparmi di spesa in relazione a progetti, iniziative e attività dell'amministrazione già programmate;
- 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”;
- l'art. 30 della legge 23.12.1999, n. 488 (legge finanziaria per il 2000), relativo al patto di stabilità interno, dispone al comma 8 lettera c) che "gli enti, nella loro autonomia, possono provvedere a sviluppare iniziative per la stipula di contratti di sponsorizzazione, accordi e convenzioni previsti dall'art. 43 della legge 27.12.1997 n. 449, allo scopo di realizzare maggiori economie nella gestione";
- il contratto di sponsorizzazione è subordinato 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 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 al riguardo;
- 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;
- data l'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;
- 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;



CITTA' DI MASSAFRA

*REGOLAMENTO PER LA
DISCIPLINA DELLE
SPONSORIZZAZIONI*

INDICE

- Art. 1 - Oggetto, finalità e principi generali pag. 1;
- Art. 2 - Definizioni ed ambito di applicazione pag. 1;
- Art. 3 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione pag. 2;
- Art. 4 – Ambito di applicazione del contratto di sponsorizzazione pag.2;
- Art. 5 - Modalità di promozione e informazione pag. 3;
- Art. 6 - Corrispettivo pag. 3;
- Art. 7 - Lavori, servizi e forniture realizzati a cura e spese dello sponsor pag. 3;
- Art. 8 - Procedura per la scelta dello sponsor pag. 3;
- Art. 9 - Criteri di aggiudicazione pag. 4;
- Art. 10 - Offerta di sponsorizzazione pag.4;
- Art. 11 - Proposte spontanee pag. 5;
- Art. 12 - Contratto di sponsorizzazione pag. 6;
- Art. 13 - Versamento corrispettivo sponsorizzazioni pag. 7;
- Art. 14 -Utilizzo delle sponsorizzazioni in relazione a procedure di appalto e concessione pag. 7;
- Art. 15 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni pag. 7;
- Art. 16 - Adempimenti contabili e fiscali pag. 8;
- Art. 17 - Rifiuto ed esclusione di sponsorizzazioni pag. 8;
- Art. 18 - Trattamento dei dati personali pag. 9;
- Art. 19 - Verifiche e controlli pag. 9;
- Art. 20 - Riserva organizzativa e agenzie specializzate pag. 9;
- Art. 21 - Norma di rinvio pag. 9;
- Art. 22 - Entrata in vigore pag. 9;

Art. 1

Oggetto, finalità e principi generali

1. Il presente regolamento, adottato in attuazione dell'art. 43 della legge 27 dicembre 1997, n. 449, dell'art. 119 del Dlgs. 18.08.2000 n. 267 e s.m.i, dell'art. 120 del D.lgs. 22 gennaio 2004, n. 42 e dell'art. 26 del Dlgs. 163 del 12 aprile 2006 e s.m.i, disciplina le condizioni e le modalità operative per la sponsorizzazione di lavori, servizi e forniture in favore dell'Amministrazione comunale.
2. L'Amministrazione comunale ricorre ai contratti di sponsorizzazione al fine di ottenere miglioramenti della qualità dei servizi erogati, supportare la realizzazione di opere e servizi, favorire iniziative di innovazione ed ottimizzare la spesa.
3. Il ricorso alla sponsorizzazione si ispira ai seguenti principi generali:
 - a) il perseguimento di interessi pubblici;
 - b) l'esclusione di qualsiasi conflitto di interesse tra attività pubblica e attività privata;
 - c) l'ottimizzazione della spesa, sia attraverso la realizzazione di economie sulle poste iscritte nel bilancio comunale, sia attraverso il finanziamento di lavori, servizi e forniture che non trovano copertura finanziaria ordinaria.
 - d) promuovere la partecipazione e diffondere la cultura della senso comune dei beni materiali ed immateriali della città;

Art. 2

Definizioni ed ambito di applicazione

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
 - a) per **contratto di sponsorizzazione**: il contratto mediante il quale l'Amministrazione comunale (denominata sponsee) nell'ambito di proprie attività, offre ad un terzo (denominato sponsor), la possibilità di veicolare il nome, il marchio, l'immagine, l'attività, i prodotti, i servizi e simili nei modi previsti dal contratto. Lo sponsor si obbliga, a titolo di controprestazione, a pagare un corrispettivo in denaro, ad eseguire lavori, a fornire beni o a prestare servizi all'Amministrazione comunale;
 - b) per **sponsorizzazione**: ogni prestazione di lavori, servizi, forniture o denaro proveniente da terzi allo scopo di promuovere il loro nome, ragione sociale, marchio, attività, prodotto o altro messaggio concordato, al fine di conseguire un beneficio di immagine;
 - c) per **sponsor**: il soggetto privato (persona fisica o giuridica) che intenda stipulare un contratto di sponsorizzazione con l'Amministrazione comunale;
 - d) per **sponsee**: l'Amministrazione comunale beneficiaria della sponsorizzazione, che rende una prestazione di mezzi consistente nella divulgazione dei segni distintivi dello sponsor nei modi previsti dal contratto;
 - e) per **spazio pubblicitario**: lo spazio fisico o digitale e ogni altro supporto messo a disposizione dall'Amministrazione comunale e utilizzato per promuovere l'immagine dello sponsor.
2. Le sponsorizzazioni, nel rispetto dei principi di cui all'art.1, possono finanziare in tutto o in parte i lavori, i servizi e le forniture che rientrano nelle attività dell'Ente.
3. Ai fini del presente regolamento, non costituisce sponsorizzazione l'offerta a favore dell'Amministrazione comunale di somme di denaro, di forniture, servizi o lavori quando tali erogazioni sono effettuate dal privato a titolo di liberalità, di contributo o di mero "mecenatismo". L'accettazione di tali erogazioni da parte dell'Amministrazione comunale è subordinata ad una verifica anche ai sensi dell'art. 19, comma 1.

Art. 3

Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione sono definite dalla Giunta nell'ambito del Piano esecutivo di gestione. La Giunta può comunque approvare nel corso dell'anno, con propria deliberazione, ulteriori iniziative o formulare indirizzi specifici ai dirigenti competenti.
2. La Giunta, tenuto conto di quanto previsto dall'art. 21 comma 2, demanda le fasi attuative e gestionali alla competenza del dirigente del servizio interessato, che vi provvede in base alla presente regolamentazione.
3. Il procedimento per la conclusione del contratto di sponsorizzazione è avviato con una determinazione del dirigente responsabile del servizio che definisce:
 - a) l'oggetto della sponsorizzazione;
 - b) la previsione dell'entrata monetaria attesa o il valore del lavoro, servizio, fornitura da sponsorizzare;
 - c) le modalità e forme di promozione dello sponsor;
 - d) le modalità di scelta dello sponsor, lo schema dell'avviso e della modulistica per presentare l'offerta;
 - e) l'eventuale capitolato.

Art. 4 – Ambito di applicazione del contratto di sponsorizzazione

Il Comune di Massafra può autorizzare forme di "sponsorizzazione" in relazione:

- a) ad attività culturali di differente tipologia;
- b) ad attività sportive;
- c) ad attività di promozione turistica;
- d) ad attività di valorizzazione del patrimonio comunale;
- e) ad attività di restauro e di recupero conservativo di beni artistici, culturali ed ambientali;
- f) ad esecuzione di scavi archeologici;
- g) ad attività di miglioramento dell'assetto urbano;
- h) ad attività inerenti il servizio di Verde Pubblico e di Arredo Urbano;
- i) ad attività inerenti la Protezione Civile ed i Lavori Pubblici;
- j) ad ogni altra attività di rilevante interesse pubblico.

Art. 5

Modalità di promozione e informazione

1. Per promuovere e veicolare il nome, il logo, il marchio, il messaggio pubblicitario e più in generale l'immagine dello sponsor, l'Amministrazione comunale può mettere a disposizione dello stesso "spazi fisici o digitali" - anche nei periodici comunali e nel proprio sito Internet - di volta in volta individuati in relazione all'iniziativa.
2. Qualora siano previsti impianti pubblicitari, targhe o altri supporti, gli stessi sono realizzati a cura e spese dello sponsor nel rispetto della normativa vigente e delle prescrizioni indicate dagli uffici comunali competenti.
3. Nell'informazione giornalistica dell'Amministrazione comunale riguardante attività istituzionali oggetto di sponsorizzazione viene esclusa qualsiasi forma di comunicazione commerciale del privato. L'Amministrazione si riserva in ogni caso la facoltà di citare, per completezza della notizia, il nome dello sponsor.

4. Ove necessario in relazione alle modalità di sponsorizzazione, prima di attivare la procedura o, in caso di offerte spontanee avanzate dallo sponsor prima di accettare la proposta del privato, il dirigente del servizio precedente valuta le modalità di promozione dello sponsor con gli uffici competenti in materia di comunicazione e pubblicità nonché con gli altri servizi interessati all'iniziativa, acquisendone i relativi pareri.

Art. 6

Corrispettivo

1. Il corrispettivo offerto dallo sponsor può consistere:

- a) in una somma di denaro: in questo caso la realizzazione del servizio, lavoro e fornitura sarà effettuata dall'Amministrazione nel rispetto delle procedure previste dal D.lgs. 163/2006 e s.m.i.;
- b) in servizi, lavori e forniture acquisiti o realizzati a cura e spese dello sponsor: in tal caso la prestazione è effettuata dallo sponsor, anche tramite soggetti da lui individuati in possesso dei requisiti richiesti dalla normativa vigente.

Art. 7

Lavori, servizi e forniture realizzati a cura e spese dello sponsor

1. Lo sponsor che effettua direttamente la progettazione ed esecuzione di lavori, servizi e forniture quale corrispettivo delle sponsorizzazioni, o i soggetti eventualmente individuati dallo stesso quali progettisti o esecutori, devono possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.
2. L'Amministrazione comunale impartisce le prescrizioni opportune in ordine alla progettazione, nonché alla direzione ed esecuzione del contratto ed esercita i poteri di sorveglianza al fine di garantire il rispetto del contratto e della normativa vigente.
3. Compete all'Amministrazione comunale l'approvazione del progetto preliminare, definitivo ed esecutivo, i collaudi (ivi compresi quelli in corso d'opera) e la vigilanza sull'esecuzione.
4. I progetti di sponsorizzazione inerenti beni culturali, qualora necessario, sono preventivamente sottoposti alla Soprintendenza e agli altri uffici competenti, al fine di ottenere i nulla osta o gli atti di assenso normativamente richiesti.

Art. 8

Procedura per la scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor è effettuata nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, trasparenza, parità trattamento e proporzionalità.
2. L'Amministrazione comunale si avvale di tutti gli strumenti comunicativi e relazionali che, in base all'oggetto della sponsorizzazione, appaiano più idonei a stimolare l'interesse e il confronto tra i potenziali concorrenti.
3. Ferme restando eventuali specifiche discipline di settore, lo sponsor è individuato, di norma, all'esito di una procedura comparativa aperta o negoziata, se compatibile con l'oggetto del contratto. Al fine di individuare i concorrenti e aumentare le potenzialità attrattive dell'iniziativa, il dirigente del servizio competente può procedere mediante avviso pubblicato per un numero congruo di giorni all'Albo Pretorio e nel sito internet dell'Ente. E' facoltà dell'Amministrazione comunale effettuare ulteriori forme di pubblicità anche in relazione al valore e alla tipologia della sponsorizzazione.

4. Al fine di consentire una razionale programmazione delle risorse finanziarie disponibili, gli uffici competenti possono predisporre un avviso annuale, da pubblicare all'Albo Pretorio e nel sito Internet dell'Ente per un numero congruo di giorni, per acquisire sponsorizzazioni in relazione a servizi, lavori e forniture che siano programmabili all'inizio dell'anno.

5. L'avviso di cui ai commi precedenti contiene l'indicazione degli interventi in relazione ai quali l'Amministrazione comunale intende pervenire alla stipula del contratto di sponsorizzazione, con l'indicazione degli elementi essenziali per la formulazione delle proposte, tra i quali:

- a) l'indicazione dei lavori, servizi e forniture e del loro valore;
- b) gli obblighi dello sponsor;
- c) le modalità di promozione dello sponsor, l'individuazione dell'eventuale spazio per la veicolazione dell'immagine del privato e la durata del periodo di suo utilizzo;
- d) i requisiti dei partecipanti e degli eventuali esecutori del contratto individuati dallo sponsor;
- e) l'eventuale diritto di esclusiva;
- f) l'importo minimo eventualmente richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
- g) i criteri per la valutazione delle proposte e l'eventualità di co-sponsorizzazioni;
- h) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta;
- i) eventuali indicazioni e prescrizioni in ordine alla progettazione, nonché alla direzione ed esecuzione del contratto;
- j) il diritto di rifiutare o escludere l'offerta nei casi previsti dall'art. 17.

6. Sono ammesse sponsorizzazioni plurime di uno o più lavori, servizi o forniture. Nell'ipotesi di offerte concorrenti e non confliggenti, l'Amministrazione favorisce le co-sponsorizzazioni.

Art. 9

Criteri di aggiudicazione

1. Qualora non sia possibile la sponsorizzazione plurima dell'iniziativa, il contratto è aggiudicato, di norma, in base ai seguenti criteri:

- a) maggiore valore economico offerto dal privato in termini di denaro o di prestazione;
- b) offerta economicamente più vantaggiosa, valutabile in base ad elementi economici e qualitativi individuati dal dirigente nell'avviso o nella lettera di invito, quali, a titolo meramente esemplificativo, i profili tecnici della proposta, le caratteristiche estetiche, la qualità dello sponsor in termini di fiducia e immagine, il termine di consegna o di esecuzione, il valore economico della sponsorizzazione, la durata.

2. I partecipanti alla procedura per l'affidamento di sponsorizzazioni non hanno diritto ad alcun rimborso spese.

3. Qualora a seguito dell'indagine di mercato di cui all'articolo 8 non sia stata presentata nessuna offerta o nessuna offerta valida o ritenuta appropriata, il dirigente può procedere all'affidamento diretto della sponsorizzazione, previa verifica dei requisiti richiesti e previa valutazione della congruità e convenienza della proposta.

Art. 10

Offerta di sponsorizzazione

1. Possono assumere la veste di sponsor le persone fisiche, le persone giuridiche, le associazioni senza fini di lucro formalmente costituite.

2. L'offerta, redatta secondo le modalità e i termini richiesti dall'Amministrazione comunale nell'avviso o nella lettera di invito, deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indicare:

- a) l'oggetto della sponsorizzazione;
- b) il corrispettivo e la sua quantificazione;
- c) il nome, logo, marchio, prodotto che si intende pubblicizzare e le modalità di promozione dello sponsor;
- d) l'accettazione delle condizioni richieste dall'Amministrazione nonché l'assunzione degli obblighi e responsabilità connesse alla sponsorizzazione (compresi l'eventuale acquisizione di autorizzazioni e la rimozione del messaggio).

3. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni, previste dall'avviso o dalla lettera di invito, attestanti:

a) **per le persone fisiche:**

- l'inesistenza della condizione di incapacità a contrarre con la pubblica amministrazione 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 imprenditore);
- la non rappresentanza di organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;

b) **per le persone giuridiche e gli altri soggetti:**

- il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti per ciascuno dei quali devono essere prodotte le autocertificazioni sopra elencate al punto a).

4. In caso di lavori, servizi e forniture acquisiti o realizzati a cura e spese dello sponsor, l'offerta deve essere accompagnata anche dalla dichiarazione del possesso dei requisiti di qualificazione richiesti dalla normativa vigente in capo allo sponsor o all'esecutore del contratto.

5. Le offerte sono valutate dal dirigente del servizio competente o da apposita commissione presieduta dal dirigente suddetto, nel rispetto dei criteri e delle modalità definiti dall'Amministrazione comunale nell'avviso o nella lettera di invito.

6. La procedura di scelta dello sponsor è aggiudicata dal dirigente competente previa verifica dei requisiti.

Art. 11

Proposte spontanee

1. Fermo restando quanto previsto dagli articoli precedenti, l'Amministrazione comunale può recepire, nei modi di seguito indicati, proposte d'interesse pubblico e convenienti per l'Ente, da parte di soggetti privati che intendano assumere la veste di sponsor per la realizzazione di lavori, servizi e forniture.

2. Le proposte devono evidenziare il servizio, il lavoro o la fornitura che si intende sponsorizzare, il valore del corrispettivo, le forme di veicolazione pubblicitaria e l'eventuale richiesta di diritto di esclusiva.

3. L'Amministrazione valuta la proposta e se la ritiene d'interesse pubblico garantisce adeguate forme di pubblicità ai sensi dell'articolo 8, per acquisire eventuali ulteriori offerte. Qualora non sia possibile la sponsorizzazione plurima, il contratto è aggiudicato in base ai criteri di cui all'art. 9.

4. Tenuto conto della normativa vigente e dei principi di ragionevolezza, proporzionalità e semplificazione, il dirigente competente ha facoltà di procedere motivatamente all'affidamento diretto del contratto, previa verifica dei requisiti necessari e della congruità dell'offerta spontanea sotto il profilo tecnico ed economico, nei seguenti casi:

- a) urgenza di provvedere, qualora la tempistica della proposta o dell'attività sponsorizzata non consentano l'esperimento delle procedure comparative e l'offerta appaia comunque conveniente per l'Amministrazione comunale;
- b) qualora trattasi di lavori, servizi o forniture che, per le loro caratteristiche, possono essere offerte solamente da un soggetto determinato;
- c) qualora la sponsorizzazione sia di modico valore e, comunque, non superiore ad € 40.000,00 per servizi e forniture o somme di denaro a ciò destinate, e non superiore ad € 40.000,00 per lavori o somme di denaro a ciò destinate.

5. In caso di offerta di denaro l'affidamento del servizio, lavoro o fornitura sponsorizzato dovrà essere effettuata secondo le procedure previste dalla normativa vigente.

Art. 12

Contratto di sponsorizzazione

1. La sponsorizzazione viene regolata mediante un apposito contratto in forma scritta nel quale sono stabiliti:

- a) l'oggetto della sponsorizzazione;
- b) la descrizione della modalità di attuazione della sponsorizzazione;
- c) le forme di veicolazione previste e il diritto dello sponsor alla utilizzazione, anche non esclusiva, dello spazio pubblicitario;
- d) la durata del contratto;
- e) il valore o corrispettivo;
- f) gli impegni reciproci, le responsabilità, le eventuali garanzie richieste;
- g) le possibili cause di risoluzione del contratto ed i loro effetti. In particolare dovrà essere inserita una clausola risolutiva espressa per l'ipotesi in cui cause eccezionali non consentano al Comune la realizzazione dell'iniziativa e dovranno essere definiti i reciproci rapporti per tale evenienza;
- h) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze;
- i) il termine della rimozione del messaggio pubblicitario con oneri a carico del privato;
- j) eventuali prescrizioni in ordine alla progettazione, nonché alla direzione ed esecuzione del contratto;
- k) eventuale divieto di cessione del contratto e dello spazio pubblicitario;
- l) specifiche clausole inerenti l'uso dei segni distintivi dello sponsor (marchio, logo ecc) secondo la normativa vigente;
- m) l'indicazione del foro competente per la risoluzione delle controversie;
- n) eventuali oneri relativi a imposte e canoni, spese di bollo, di registrazione e di contratto, che dovranno essere posti a carico dello sponsor.

2. Il contratto di sponsorizzazione deve prevedere clausole inerenti la tutela dei marchi, con specificazione dell'utilizzo dei loghi e dei segni distintivi dello sponsor nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.
3. L'Amministrazione può definire nel contratto di sponsorizzazione specifiche clausole relative all'utilizzo dei propri segni distintivi e della propria immagine.
4. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal dirigente competente. Con detto contratto viene concessa anche l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario", fermi restando a carico del privato gli obblighi tributari e l'acquisizione di eventuali autorizzazioni previste dalla normativa vigente.

Art. 13

Versamento corrispettivo sponsorizzazioni

1. Il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione in denaro deve essere eseguito, previa fattura dell'Amministrazione comunale, di norma entro 15 gg. dalla sottoscrizione del contratto, con versamento del relativo importo presso la Tesoreria Comunale. Il contratto può prevedere diverse modalità di pagamento del corrispettivo ed anche la rateizzazione.
2. In caso di rateizzazione, a garanzia dell'importo, quale condizione per procedere alla formalizzazione dei rapporti di sponsorizzazione, lo sponsor deve costituire, se richiesta, apposita garanzia a favore dell'Amministrazione comunale, prima della sottoscrizione del contratto.
3. Nell'ipotesi di sponsorizzazione con realizzazione di opere, prestazione di servizi e fornitura di beni, a cura e spese dello sponsor, quest'ultimo deve provvedere a pagare direttamente l'eventuale fornitore o esecutore dell'opera, previo nulla osta dell'Amministrazione comunale di attestazione dell'avvenuta regolare esecuzione delle prestazioni.
4. Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo in favore dell'Amministrazione comunale sarà causa di risoluzione, di diritto, del contratto, fatto salvo il diritto di rivalsa da parte dell'Ente sulle somme versate dallo sponsor a titolo di garanzia.

Art. 14

Utilizzo delle sponsorizzazioni in relazione a procedure di appalto e concessione

1. L'Amministrazione comunale può prevedere, nell'ambito di bandi o avvisi di gara per l'affidamento di appalti o concessioni di lavori, servizi o forniture, specifiche clausole inerenti la valutazione di proposte di sponsorizzazione, a parziale scomputo dell'onere previsto a carico dell'ente.
2. Gli elementi valutativi inerenti la sponsorizzazione non devono comunque costituire un criterio con peso preponderante in relazione a quello complessivo previsto per l'affidamento del contratto.

Art. 15

Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

1. Sono considerati risparmi di spesa le risorse finanziarie di spesa corrente, assegnate con il Piano esecutivo di gestione, riconducibili agli interventi 02 (acquisizione beni di consumo), 03 (prestazione servizi), 04 (utilizzo di beni di terzi), che dovessero risultare non utilizzate a seguito della stipula di un contratto di sponsorizzazione.
2. La Giunta definisce annualmente la destinazione dei risparmi di spesa di cui al comma 1, assicurando, compatibilmente con le disposizioni al momento vigenti in materia di contenimento

della spesa pubblica ed in particolare della spesa del personale, la destinazione di una quota per l'implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività del personale del comparto di cui all'art. 15 comma 1 lett.d) del CCNL dell'1.04.1999 e del fondo di retribuzione di posizione e risultato della dirigenza di cui all'art. 26 del CCNL del 23.12.1999.

3. Non si applica il comma 2 del presente articolo quando la Giunta procede ai sensi dell'articolo 20, comma 3.

Art. 16

Adempimenti contabili e fiscali

1. Le iniziative di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale sulle imposte dirette, per quanto applicabile, sulle imposte indirette e sui tributi locali, alla cui disciplina si rinvia.

2. Ai fini dell'IVA, il valore della fatturazione per la sponsorizzazione equivale al corrispettivo indicato nel contratto tra sponsor e sponsee.

3. Qualora la sponsorizzazione preveda, quale corrispettivo della stessa, la fornitura di beni o servizi o lavori da parte dello sponsor, si configura come operazione permutativa ai sensi dell'art. 11 del D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633.

4. Allo sponsor compete il pagamento delle somme dovute a titolo di imposta comunale sulla pubblicità, tassa per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche ed altri tributi di competenza comunale. Non compete invece il canone di concessione per gli impianti pubblicitari privati installati su spazi o aree comunali.

Art. 17

Rifiuto ed esclusione di sponsorizzazioni

1. L'Amministrazione comunale si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione offerta o di recedere dal contratto sottoscritto qualora:

- a) ritenga che possa derivarne una situazione di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
- b) ravvisi nel messaggio o nell'attività da promuovere un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
- c) la reputi inaccettabile perché contraria alla normativa vigente, all'ordine pubblico, al buon costume, ovvero la ritenga ingannevole, pregiudizievole per la salute, la sicurezza, l'ambiente e la tutela dei minori ovvero non accoglibile per motivi di inopportunità.

2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:

- a) qualsivoglia tipo di propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- b) la pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di armi, tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
- c) i messaggi offensivi, incluse le espressioni di discriminazione, fanatismo, razzismo, odio o minaccia;
- d) la veicolazione pubblicitaria di un marchio, un logo o un messaggio con contenuti non conformi a quanto previsto dalle norme in materia di pubblicità.

Art. 18

Trattamento dei dati personali

1. I dati personali raccolti in applicazione delle disposizioni di cui al presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità previste dallo stesso o dagli specifici contratti di sponsorizzazione.
2. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dall'art. 7 della legge 30.06.2003, n. 196 e s.m.i.
3. I dati saranno trattati, in conformità alle norme vigenti, dagli incaricati appartenenti agli uffici comunali tenuti all'applicazione del presente regolamento. Titolare del trattamento è l'Amministrazione comunale di Massafra in persona del Sindaco pro tempore, che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla normativa citata.
4. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento e nel rispetto delle disposizioni incluse nei contratti di sponsorizzazione.

Art. 19

Verifiche e controlli

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del dirigente del servizio comunale competente per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti.
2. Le difformità o gli inadempimenti emersi in sede di verifica devono essere tempestivamente comunicati e contestati allo sponsor. La comunicazione e la eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto.

Art. 20

Riserva organizzativa e agenzie specializzate

1. La gestione delle sponsorizzazioni è di norma effettuata direttamente dall'Amministrazione comunale secondo la disciplina del presente regolamento.
2. E' facoltà dell'Amministrazione comunale prevedere forme di coordinamento organizzativo che assicurino uniformità gestionale delle procedure di sponsorizzazione.
3. È facoltà dell'Amministrazione comunale formulare indirizzi per l'individuazione di soggetti esterni specializzati nel campo pubblicitario o nella raccolta di fondi, qualora ritenga tale modalità più opportuna e conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale per il reperimento delle sponsorizzazioni.
4. In tale eventualità, il soggetto esterno è scelto nel rispetto della normativa vigente.

Art. 21

Norma di rinvio

1. Per quanto non espressamente previsto nel presente regolamento, le procedure in materia di sponsorizzazioni si espletano nel rispetto delle disposizioni sul procedimento amministrativo di cui alla legge 7 agosto 1990, n. 241 e s.m.i. e delle disposizioni stabilite dal codice civile.
2. Restano ferme specifiche discipline di settore ed eventuali divieti di sponsorizzazione ivi contenuti.

Art. 22

Entrata in vigore

Il presente Regolamento entra in vigore ad intervenuta esecutività della deliberazione di approvazione.

Ritenuto necessario, alla luce di quanto sopra, 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;

L'Istruttore Amministrativo
f.to (Angelo ANDRIA)

IL DIRIGENTE
f.to (Arch. Lorenzo NATILE)

IL CONSIGLIO

Letta e fatta propria la relazione che precede;

VISTO l'articolo 43 della legge 27/12/1997 n. 449,

VISTO il D. Lgs. n. 267/2000 all'articolo 119;

VISTO l'articolo 26 del D.Lgs. 12/4/2006 n. 163, modificato dall'articolo 3, comma 1, lettera c) del D.Lgs. 26/01/2007 n. 6;

Visto che l'argomento è stato trattato nella Commissione preposta;

RAVVISTA la opportunità di dotarsi di un regolamento apposito che disciplini le modalità di applicazione del contratto di sponsorizzazione previsto dalle disposizioni in precedenza elencate;

Acquisiti i pareri di cui all'art. 49 comma 1 del Decreto Legislativo 267/2000, recante il Testo Unico delle Leggi sull'Ordinamento degli Enti Locali;

Uditi gli interventi di cui al verbale di stenografia dattiloscritto ed in atti alla segreteria;

Visto l'esito della votazione così accertata e proclamata dal Presidente:

PRESENTI	22
ASSENTI	3 (De Giorgio A. - Laghezza A. - Putignano G.)
ASTENUTI	9 (Mazzarano-Miccolis-Zanframundo-Massarò-Cofano-Miraglia-Baccaro-Convertino-Quero)
VOTANTI	13
VOTI FAVOREVOLI	13
VOTI CONTRARI	/

DELIBERA

Di approvare il Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni composto di n. 22 articoli che allegato al presente atto ne costituisce parte integrante e sostanziale.

Con separata votazione resa dai medesimi consiglieri presenti e così proclamata

Voti Favorevoli 13

Voti Astenuti 9

DICHIARA

Di rendere il presente provvedimento immediatamente esecutivo ai sensi dell'art.134 del D.Lgs. 267/2000.

Del che il presente verbale fatto e sottoscritto:

Il Presidente
IL PRESIDENTE
DEL CONSIGLIO COMUNALE
AVV. DOMENICO GIOVANNI PIOLLI

Il Segretario Generale
D.ssa Lucia D'arcangelo

Si attesta che:

la presente deliberazione è pubblicata all'Albo Pretorio dal... 1.3.DIC.2011
ove rimarrà per quindici giorni consecutivi.

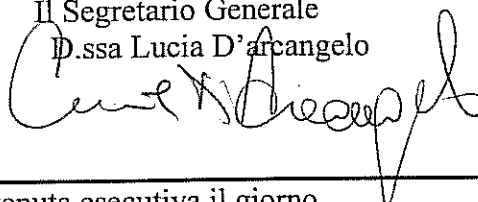
Il Responsabile

Il Segretario Generale
D.ssa Lucia D'arcangelo

Si attesta che la presente deliberazione è conforme all'originale, per uso amministrativo.

Addi..... 1.3.DIC.2011

Il Segretario Generale
D.ssa Lucia D'arcangelo



Si attesta che la presente deliberazione è divenuta esecutiva il giorno _____

- perchè immediatamente eseguibile (art 134, comma 4 D.lgs 267/2000)
- perchè decorsi 10 giorni dalla data di pubblicazione (art 134, comma 3 D.lgs 267/2000)

Addi _____

Il Segretario Generale
D.ssa Lucia D'arcangelo

Provvedimento trasmesso per l'esecuzione alle Ripartizioni:

- Affari Generali
 - Risorse Umane
 - Ragioneria e Tributi
 - Lavori Pubblici
 - Ecologia -Urbanistica
 - Attività Produttive - P.M
- con lettera prot.....del.....

Addi.....

Il Responsabile.....