

COMUNE DI PARELLA
PROVINCIA DI TORINO

==
VERBALE DI DELIBERAZIONE
DEL CONSIGLIO COMUNALE N. 7

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

L'anno duemilasette, addì tredici del mese di Marzo alle ore 21,00 nella sala delle adunanze consiliari, convocato per determinazione del sindaco con avvisi scritti e recapitati a norma di legge, si è riunito, in sessione straordinaria ed in seduta pubblica di prima convocazione, il Consiglio Comunale, del quale sono membri i Signori:

PRESENTE

COMITINI Roberto	si
AMPRIMO Ezio	si
BALMA Roberto	si
BOLLETTINO Silvano	si
CALDERAN Alberto	si
CUTELLE' Gregorio	si
DI BERNARDO Simona	no
FRANZINI Pier Savino	si
MANINA Ezio	si
VALSECCHI Osvaldo	si
VERGNANO Alberto	si
VIGO Oriana	no

Assiste alla seduta il Segretario Comunale COSTANTINI Dr. Luca

Il Presidente, riconosciuta legale l'adunanza, dichiara aperta la seduta.

IL CONSIGLIO COMUNALE

Esaminata l'allegata proposta di deliberazione;

Ritenuta la stessa meritevole di approvazione;

Con voti favorevoli unanimi

DELIBERA

l= di approvare integralmente la proposta di deliberazione che viene allegata alla presente per farne parte integrante e sostanziale.

Con successiva votazione ed all'unanimità la presente deliberazione viene dichiarata immediatamente eseguibile ai sensi dell'art.134 c.4 del D.LGS. n.267/2000.

COMUNE DI PARELLA
Prov. Torino

Alla Giunta Comunale

Al Consiglio Comunale

PROPOSTA DI DELIBERAZIONE

Ai sensi e per gli effetti dell'art.49 c.1 del D.Lgs. 18.08.2000 n.267, vengono espressi i seguenti pareri, in ordine rispettivamente:

Alla regolarità contabile

parere favorevole

Il Responsabile del Servizio Finanziario
MODINA Marina

Alla regolarità tecnica

parere favorevole

Il Responsabile del Servizio
COSTANTINI dr. Luca



Letto, approvato e sottoscritto.

IL PRESIDENTE
COMITINI Roberto

R. Comitini



IL SEGRETARIO COMUNALE
COSTANTINI Dr. Luca

CERTIFICATO DI PUBBLICAZIONE

La presente deliberazione, in ottemperanza all'art.124 del D.LGS. n.267/2000, viene pubblicata all'Albo Pretorio di questo Comune in data odierna e vi rimarrà per 15 giorni interi e consecutivi.

Parella, li 19 APR. 2007



IL SEGRETARIO COMUNALE
COSTANTINI Dr. Luca

- Visto si attesta che il presente atto ha la relativa copertura finanziaria e che è stato assunto, ai sensi dell'art.153 c.5 del D.LGS. n.267/2000, il relativo impegno.

Parella, _____

Il Responsabile del Servizio Finanziario
MODINA Marina

DICHIARAZIONE DI ESECUTIVITA'

Trasmessa con elenco n. ... pervenuto al CO.RE.CO. in data, elementi integrativi pervenuti al CO.RE.CO. in data (D.LGS. n.267/2000)

DIVENUTA ESECUTIVA in data

- per la scadenza del termine di 30 giorni dalla ricezione da parte del CO.RE.CO
- per la comunicazione al CO.RE.CO. di assenza di vizi di legittimità, provv. N. del

Oggetto: Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni

Premesso

che negli ultimi anni l'azione della Pubblica Amministrazione ha notevolmente 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 sono state 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 legge 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. 30 della legge n. 488/1999, modificando l'art. 28 della legge n. 23 dicembre 1998 n. 448, tra le specifiche misure da adottare per la realizzazione del patto di stabilità, ha stabilito che gli Enti Locali possono sviluppare le iniziative per la stipula di contratti di sponsorizzazione, accordi e convenzioni allo scopo di realizzare maggiori economie nella gestione;

che l'art. 119 del T.U.E.L. richiamandosi all'art. 43 della legge 449/97, riafferma la legittimazione delle pubbliche amministrazioni a stipulare contratti di sponsorizzazione, subordinandola al ricorrere delle seguenti condizioni:

- a) perseguimento di interessi pubblici;
- b) esclusione di conflitti di interesse tra attività pubblica e privata;
- c) conseguimento di un risparmio di spesa;

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 precitata 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), a prestazioni corrispettive e sinallgmastico), in forza del quale lo sponsorizzato (“sponsee”) si obbliga a consentire ad altri (leggasi “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 pertanto la fase di scelta del contraente da parte dell'amministrazione Comunale prevede – di norma – che la stessa sia preceduta da adeguate forme di pubblicità al fine di stimolare l'interesse dei 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 tener conto delle qualità dello sponsor in termini di fiducia e di immagine, degli effetti di ritorno sulla pubblicizzazione 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 garantiscano 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;

Viste la relazione dell'Autorità per la Vigilanza sui Lavori Pubblici prot. 7634/02/252/segr del 31 gennaio 2002 e la Determinazione n. 24 del 5 dicembre 2001 avente ad oggetto “contratti di sponsorizzazione”;

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

DELIBERA

Delibera di approvare il sottoriportato regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni.

La Giunta Comunale, con proprio atto – ferma restando la piena osservanza delle regole quadro fissate nel presente regolamento – potrà intervenire, con disposizioni specifiche, in relazione alle esigenze particolari di singoli settori dell'Amministrazione.

REGOLAMENTO RELATIVO AI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONI E/O ACCORDI DI COLLABORAZIONE

Art.1

Finalità

Le iniziative di sponsorizzazioni nonché gli accordi di collaborazione tendono a favorire l'innovazione dell'organizzazione e la realizzazione di economie di bilancio, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali.

L'ambito di applicazione riguarda pertanto tutti i servizi dell'Amministrazione Comunale comprese la realizzazione di opere pubbliche di minore consistenza economica.

Art.2

Contenuti della sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione

I contratti di sponsorizzazione e/o accordi di collaborazione possono essere conclusi con soggetti pubblici o privati, imprese individuali, associazioni, fondazioni, cittadini ed in generale chiunque, in ragione della propria attività si occupa di problematiche non in conflitto con l'interesse pubblico.

La conclusione del contratto tende alla realizzazione o acquisizione a titolo gratuito di interventi, servizi, prestazioni, beni o l'equivalente corrispettivo inerenti programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio dell'Ente.

Art.3

Definizioni

Ai fini del presente regolamento si intende:

1. per contratto di sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione, 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 e/o marchio in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
2. per sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione, ogni contributo in beni, servizi, prestazioni, interventi o corrispettivi monetari equivalenti (in tal caso sarà individuato un apposito capitolo di bilancio in entrata ai fini prefissati), provenienti da terzi a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale e/o marchio aziendale;
3. per sponsor, il soggetto pubblico e/o privato che intende stipulare il contratto di sponsorizzazione;
4. per spazio pubblicitario, lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune per la sua pubblicità.

Art.4

Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

Il responsabile d'Area/Settore di competenza, in relazione ai singoli progetti e/o attività di competenza, in funzione dell'entità delle esigenze e delle finalità da perseguire, pubblica un bando o avviso pubblico, indicando tra l'altro le categorie di soggetti da interessare, attraverso il quale invita gli stessi soggetti alla stipula di contratti di sponsorizzazione e/o collaborazione.

Del bando o dell'avviso è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, inserito nel sito internet del Comune, può essere comunicato agli organi di stampa locali e con altre forme di pubblicità ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.

Il bando o l'avviso devono contenere, in particolare, i seguenti dati:

1. l'oggetto della sponsorizzazione e/o contratto di collaborazione ed i conseguenti obblighi dello sponsor secondo i contenuti dello specifico capitolato o progetto di sponsorizzazione;
2. l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario;
3. le modalità ed i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.

L'offerta deve in ogni caso essere presentata in forma scritta ed indicare l'accettazione delle condizioni previste nel bando o avviso pubblico nonché quelle previste dal capitolato o progetto di sponsorizzazione.

L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

1. l'inesistenza delle condizioni a contrarre con la pubblica amministrazione di cui agli artt.120 e seguenti della Legge 689/81, ed ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
2. l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
3. l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari;
4. la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
5. l'eventuale nome del rappresentante legale o del soggetto munito del potere di rappresentanza;
6. Eventuale qualificazione in caso di effettuazione di lavori pubblici;
7. l'impegno da parte dello sponsor ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni.

Le offerte sono valutate dall'Ufficio comunale competente, nel rispetto dei criteri stabiliti nel bando od avviso pubblico.

Qualora tuttavia un soggetto pubblico o privato offra spontaneamente contributi in beni, servizi, prestazioni o corrispettivi monetari equivalenti, al fine di rendere un servizio alla cittadinanza, nei casi di urgenza comprovata oppure nel caso di mancanza di offerte a seguito del bando o avviso pubblico, previa istruttoria degli effetti benefici, la Giunta Comunale può autorizzare la redazione del contratto di sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione.

Il contratto di sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile del Settore/Area. In tale contratto viene anche autorizzata l'utilizzazione dello spazio pubblicitario espressamente indicato nel bando, avviso, capitolato o progetto di sponsorizzazione.

Art.5

Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati al Dirigente. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può formulare indirizzi specifici al dirigente per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base al presente regolamento.

Art.6

Contratto di sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione

La gestione della sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione, viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:

1. L'individuazione dell'oggetto del contratto;
2. Valore della sponsorizzazione;
3. Impegni e/o obblighi dello sponsee;
4. modalità della veicolazione pubblicitaria della ragione sociale e/o marchio dello sponsor da parte dello sponsee;
5. impegni e/o obblighi dello sponsor;
6. Lavori, servizi, ecc. da eseguire a corrispettivo dell'attività dello sponsee;
7. verifiche e controlli sulle attività dello sponsee;
8. verifiche e controlli su attività dello sponsor;
9. Profili economici del rapporto contrattuale;
10. Recesso;
11. Inadempimenti e risoluzione del contratto;
12. Risoluzione controversie relative all'esecuzione del contratto;
13. Spese e disposizioni contrattuali finali.

Art.7

Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni e/o accordi di collaborazione

Le somme previste nei capitoli interessati alle sponsorizzazioni e/o accordi di collaborazione, che risultano non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto, sono considerati risparmi di spesa. Tali risparmi di spesa possono essere utilizzati per le seguenti finalità:

1. implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività;

2. implementazione del fondo di retribuzione di posizione e di risultato del responsabile competente (se la stessa è ancora capiente rispetto al tetto contrattuale);
3. finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio;
4. economia di bilancio.

La misura in cui i risparmi saranno ripartiti fra le su menzionate finalità sarà deciso volta per volta con deliberazione di Giunta Comunale

Art.8

Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

L'amministrazione comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione qualora:

1. ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
2. ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
3. la reputi inaccettabile per motivi di opportunità generale.

Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni e/o accordi di collaborazione riguardanti:

1. propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
2. pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
3. messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

Art.9

Trattamento dati personali

I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste.

I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dall'art.8 del D.lgs. 196/03

Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Parella in persona del suo Sindaco pro-tempore che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla citata legge.

Art.10

Aspetti fiscali

Il valore della fatturazione della 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.

Qualora non vi fossero somme stanziate in bilancio (sponsorizzazioni per attività innovative e non svolte prima dal comune) l'ufficio procederà ad opportuna stima della prestazione.

Il valore della fatturazione correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor (spazio pubblicitario) è pari all'importo di cui ai commi precedenti.

Art.11

Verifiche e controlli

Le sponsorizzazioni e/o accordi di collaborazione sono soggette a periodiche verifiche da parte del servizio comunale competente per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi.

Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor. La notifica e l'eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

Art. 12

Riserva organizzativa

La gestione delle sponsorizzazioni e/o accordi di collaborazione sono effettuati direttamente dall'amministrazione comunale secondo la disciplina del presente regolamento. 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.