



COMUNE DI CELENZA VALFORTORE

PROVINCIA DI FOGGIA

Via C. Alberto, 2 - 71035 - Tel. 0881554016 - Fax 0881554748 - Email: info@comune.celenzavalfortore.fg.it - www.comune.celenzavalfortore.fg.it

COPIA

VERBALE DI DELIBERAZIONE DEL CONSIGLIO COMUNALE N. 35 DEL 18/10/2012

OGGETTO: REGOLAMENTO SULLE SPONSORIZZAZIONI - APPROVAZIONE.

L'anno **duemiladodici**, il giorno **diciotto**, del mese di **ottobre**, alle ore **18,10**, nella sala delle adunanze consiliari del Comune suddetto.

Alla **prima** convocazione in sessione **straordinaria** partecipata ai signori consiglieri a norma di regolamento, risultano all'appello nominale:

COGNOME E NOME	PRESENTI	COGNOME E NOME	PRESENTI
RAG. MASSIMO VENDITTI	SI	D.SSA GIUSEPPINA ASSUNTA CODIANNI	SI
INS. ASSUNTA ANNA IAMELE	SI	SIG. FANO IAMELE	SI
ING. MARCO LONGANO	NO	DOTT. STEFANO GESUALDI	SI
SIG. LUIGI SPAVENTATO	SI		

Assegnati N. **7**

In carica N. **7**

Presenti N. **6**

Assenti N. **1**

Partecipa con funzioni consultive, referenti, di assistenza e verbalizzazione (art. 97, comma 4, lett. a), del D.Lgs. 18/08/2000, n. 267, il Segretario Comunale **Dott. MASSARI Ettore**.

Constatato il numero legale degli intervenuti, il Sig. **Rag. Massimo VENDITTI** assume la Presidenza e dichiara aperta la seduta per la trattazione dell'argomento in oggetto.

OGGETTO: Regolamento sulle sponsorizzazioni. Approvazione.

Il Presidente illustra la proposta posta al terzo punto dell'ordine del giorno.

Il Consigliere Iamele prende la parola e dichiara che la proposta posta all'attenzione del Consiglio è assolutamente meritevole di accoglimento anche perché le sponsorizzazioni sono un modo corretto sia dal punto di vista legale che fiscale.

IL CONSIGLIO COMUNALE

Visto l'art. 117, comma 6, della Costituzione della Repubblica Italiana, che prevede la potestà regolamentare dei Comuni in ordine alla disciplina dell'organizzazione e svolgimento delle funzioni ad essi attribuite;

Visto l'art. 118 della Costituzione della Repubblica Italiana che prevede:

“Le funzioni amministrative sono attribuite ai Comuni salvo che, per assicurarne l'esercizio unitario, siano conferite a Province, Città metropolitane, Regioni e Stato, sulla base dei principi di sussidiarietà, differenziazione ed adeguatezza.

I Comuni, le Province e le Città metropolitane sono titolari di funzioni amministrative proprie e di quelle conferite con legge statale o regionale, secondo le rispettive competenze.

La legge statale disciplina forme di coordinamento fra Stato e Regioni nelle materie di cui alle lettere b) e h) del secondo comma dell'articolo 117, e disciplina inoltre forme di intesa e coordinamento nella materia della tutela dei beni culturali.

Stato, Regioni, Città metropolitane, Province e Comuni favoriscono l'autonoma iniziativa dei cittadini, singoli e associati, per lo svolgimento di attività di interesse generale, sulla base del principio di sussidiarietà”

Visto altresì l'art. 7 del Testo Unico delle Leggi sull'Ordinamento degli Enti Locali, di cui al D.Lgs. 267/2000 e successive modifiche ed integrazioni, che prevede che il comune adotti regolamenti nelle materie di propria competenza, ed in particolare per il funzionamento degli organi e degli uffici e per l'esercizio delle funzioni;

Considerato che:

- In materia di enti locali il quadro legislativo è in continua evoluzione in particolare a causa di restrizioni di bilancio, nell'ambito soprattutto delle spese correnti e di investimento;
- La crisi finanziaria attualmente in corso ha ulteriormente ridotto le già scarse possibilità di intervento delle amministrazioni locali a sostegno dell'economia del proprio territorio in costante difficoltà per l'occupazione e per il lavoro;
- I trasferimenti da parte del governo centrale sono ormai da anni in continua e costante riduzione, in un quadro generale di restrizioni e di rigore, necessario per far fronte agli impegni di carattere internazionale come, per esempio, il rispetto del Patto di Stabilità in Europa;
- Nello stesso tempo le esigenze dei cittadini, soprattutto in termini di servizi alla persona, sono in costante crescita, che risulta maggiore proprio in periodi di difficoltà economiche generali come quello che si sta attraversando;
- Necessitano risorse finanziarie esterne tali da consentire maggiori entrate nel bilancio dell'Ente per riuscire ad equilibrare i minori trasferimenti centrali e per poter rispondere alle richieste dei cittadini, possibilmente con maggiori e più efficienti servizi pubblici;

Ritenuto che:

- Non sempre è possibile l'aumento delle entrate tributarie e fiscali per l'alta fiscalità esistente, sia a livello nazionale che locale;
- È però possibile mettere in atto tutta una serie di iniziative di partenariato pubblico-privato per erogare servizi alla cittadinanza senza il contributo diretto dell'Ente Locale o con un contributo di minore consistenza finanziaria;
- Tra tutte le possibili iniziative di partenariato pubblico-privato, quella delle sponsorizzazioni è l'unica applicabile trasversalmente a tutti i settori dell'Ente;
- Con le sponsorizzazioni l'ente decide autonomamente "cosa fare", realizzando programmi operativi con l'apporto di risorse esterne da parte di un soggetto terzo chiamato "sponsor";
- Oltre ad aumentare le entrate dell'ente le sponsorizzazioni consentono anche una significativa valorizzazione delle aziende locali, in quanto, a fronte della sponsorizzazione, la corrispondente contro-prestazione da parte dell'ente in termini di pubblicità allo sponsor, consente di dare a questi un forte valore aggiunto, tale da incidere positivamente anche sul livello complessivo dell'occupazione del territorio;

Considerato che:

- Il D.L. n° 78/2010 ha vietato le spese per le cosiddette sponsorizzazioni "attive", cioè quelle nelle quali è l'ente che sponsorizza iniziative di soggetti esterni anche di forte rilievo ed interesse locale;
- Le iniziative di sponsorizzazione normale, che presuppongono l'aumento delle entrate nel bilancio dell'ente, sono possibili in virtù dell'art. 43 della legge n.449 del 1997 (finanziaria 1998) e di tutti i successivi contratti collettivi nazionali di lavoro dei dipendenti e dei dirigenti degli enti locali;
- Le sponsorizzazioni si caratterizzano come una modalità di erogazione dei servizi ai cittadini diversa da quella tradizionale, che si basa sulle sole risorse messe a disposizione dall'amministrazione locale;
- Di rendere possibile l'erogazione dei servizi con le modalità delle sponsorizzazioni necessita un vero e proprio salto culturale e qualitativo da parte di tutti i soggetti istituzionali, ed in particolare degli organi gestionali interni all'ente locale;

Visti:

- La legge n° 449/1997 recante norme sui contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione, convenzioni con soggetti pubblici o privati, contributi all'utenza per i servizi pubblici non essenziali e misure incentivanti della produttività;
- L'art.119 del T.U.E.L. n°267/2000, dove è prevista la possibilità da parte delle amministrazioni locali di sperimentare iniziative di sponsorizzazione "al fine di favorire una migliore qualità dei servizi prestati";

Visto lo Statuto del Comune di Celenza Valfortore;

Visto:

- l'art. 43 della Legge 449/1997;
- l'art. 119 del D.Lgs. 267/2000;
- l'art. 120 del D.Lgs. 42/2004;
- l'art. 26 del D.Lgs. 163/2006;
- l'art. 1, comma 1-bis, della Legge 241/1990;

Vista la Legge 95/2012 e tutte le norme che impongono pesanti e persistenti tagli di risorse pubbliche trasferite agli Enti Locali;

Visto lo schema di Regolamento sulle sponsorizzazioni (allegato "A");

Ritenuto di procedere all'approvazione del testo regolamentare proposto, in quanto idoneo allo scopo a cui è destinato ed adeguato rispetto alla normativa di legge in vigore;

Visto il parere favorevole di regolarità tecnica, espresso ai sensi dell'art. 49 del D.Lgs. 267/2000, ed omissis il parere di regolarità contabile in quanto il presente atto non comporta diminuzione di entrata o impegno di spesa;

Visto il parere del Consiglio di Stato 2971/2012;

□ **Con il seguente risultato della votazione:**

- Presenti n. 6 Consiglieri
- Assenti n. 1 Consiglieri
- votanti n. 6 Consiglieri
- favorevoli n. 6 Consiglieri
- contrari n. = ()
- astenuti n. = ()

D E L I B E R A

La premessa è parte integrante e sostanziale del presente deliberato.

1. Di approvare il testo del "Regolamento sulle sponsorizzazioni", allegato "A" che costituisce parte integrante e sostanziale del presente atto.
2. Di disporre che copia del presente atto venga pubblicato all'albo pretorio on-line per la durata di giorni 15 dopo che la deliberazione di adozione del Regolamento in oggetto sia divenuta esecutiva;
3. Di disporre che il "Regolamento sulle sponsorizzazioni" venga inserito nella raccolta ufficiale dei Regolamenti e che allo stesso venga fornita massima pubblicità;
4. Di trasmettere la presente deliberazione ai Responsabili dei servizi per i provvedimenti di competenza;
5. Su proposta del Presidente del Consiglio, attesa l'urgenza di provvedere, con separata votazione effettuata in forma palese ai sensi dello Statuto e del Regolamento del Consiglio Comunale;

□ **Con il seguente risultato della votazione:**

- Presenti n. 6 Consiglieri
- Assenti n. 1 Consiglieri
- votanti n. 6 Consiglieri
- favorevoli n. 6 Consiglieri
- contrari n. = ()
- astenuti n. = ()

di dichiarare la presente deliberazione immediatamente eseguibile ai sensi e per gli effetti dell'art. 134, comma 4, del D.Lgs 267/2000.



COMUNE di CELENZA VALFORTORE

Provincia di FOGGIA

REGOLAMENTO

PER I CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE

Articolo 1 – Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:

- a) Per “*contratto di sponsorizzazione*”: un contratto bilaterale a prestazioni corrispettive mediante il quale una parte, l’Amministrazione Comunale (sponsee), garantisce ad un terzo (sponsor) la possibilità di pubblicizzare, in appositi spazi, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, i servizi e simili, nei modi previsti dallo stesso contratto a fronte dell’obbligo dello sponsor di pagare un determinato corrispettivo in denaro o di fornire una prestazione diretta o indiretta a favore dell’Amministrazione comunale;
- b) Per “*sponsorizzazione*”: ogni corrispettivo in denaro, ovvero ogni prestazione diretta o indiretta, proveniente da terzi (sponsor) allo scopo di promuovere il proprio nome, marchio, attività o i propri prodotti, servizi e simili ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio d’immagine;
- c) Per “*soggetto promotore*” la persona fisica o giuridica, pubblica o privata, che propone di stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune di Ravello;
- d) Per “*sponsor*”: la persona fisica o giuridica, pubblica o privata, singolarmente o associate tra di loro, che intenda/no stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune di Ravello;
- e) Per “*sponsee*” si intende il Comune di Ravello;
- f) Per “*spazio pubblicitario*”: lo spazio fisico o digitale o qualsiasi altro supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messo a disposizione dal Comune di Ravello per le attività promozionali e pubblicitarie dello sponsor.

2. Ai fini del presente regolamento, non costituisce sponsorizzazione l’offerta, a titolo di liberalità, a favore dell’Amministrazione di somme di danaro, di beni o di servizi accessori in occasione dello svolgimento di iniziative e rassegne o dell’allestimento di spazi espositivi, purché tale offerta non venga evidenziata sul materiale pubblicitario relativo alle suddette iniziative, rassegne o allestimento spazi espositivi.

3. L’affidamento delle attività individuate come corrispettivo delle prestazioni rese dall’Amministrazione comunale in qualità di sponsee avviene con procedura ad evidenza pubblica, secondo quanto previsto dai successivi articoli del presente regolamento.

Articolo 2 – Oggetto e Finalità

1. Il presente Regolamento, in armonia con le vigenti disposizioni di legge, disciplina le condizioni e le modalità operative per favorire il ricorso da parte dell’Amministrazione comunale alla sponsorizzazione, come opportunità innovativa di finanziamento delle proprie attività.

2. L’Amministrazione ricorre alla sponsorizzazione per ottenere:

- a) *miglioramenti, anche economicamente apprezzabili, della qualità dei servizi erogati;*
- b) *il supporto alla realizzazione di opere ed infrastrutture compresa la realizzazione diretta dei lavori necessari;*
- c) *il sostegno allo sviluppo di progettualità ed iniziative innovative nonché per ottimizzare la spesa;*
- d) *sponsorizzazioni con destinazioni specifiche e vincolate con facoltà esercitata da entrambe o tutte le parti presenti in atti.*

3. Le iniziative di sponsorizzazione sono finalizzate, in particolare, al miglioramento della qualità del vivere urbano, alla valorizzazione e alla tutela del patrimonio artistico e culturale, nonché alla realizzazione di progetti e all’erogazione di servizi a carattere innovativo – sperimentale.

4. Allo scopo di agevolare l’intervento degli sponsor nel finanziamento delle attività dell’Ente, le disposizioni del presente regolamento devono essere interpretate ed applicate nel significato più favorevole alla possibilità di addivenire alla sponsorizzazione comprese quelle con destinazioni specifiche e vincolate con tale facoltà esercitata da una o entrambe le parti presenti negli atti.

Art. 3 – Le sponsorizzazioni

1. La sponsorizzazione si deve concretizzare:

- a) in una minore spesa o una maggiore entrata;

b) nella realizzazione anche parziale di uno degli interventi previsti nel piano pluriennale delle opere pubbliche.

2. La sponsorizzazione è ammessa a condizione che siano perseguiti interessi pubblici con convenienza per la Pubblica Amministrazione.

Art. 4 – Corrispettivo della sponsorizzazione

1. Il corrispettivo offerto per la sponsorizzazione può consistere:

a) in una somma di denaro: in questo caso la realizzazione dell'iniziativa, compresa l'individuazione dell'esecutore materiale delle prestazioni, sarà effettuata dall'Amministrazione secondo le ordinarie procedure; al pagamento degli esecutori potrà provvedere anche direttamente lo sponsor";

b) in servizi, lavori e forniture acquisiti o realizzati a cura e a spese dello sponsor: gli esecutori materiali delle prestazioni individuati dallo sponsor devono essere in possesso di tutti i requisiti specifici necessari per contrattare con le amministrazioni pubbliche.

Art. 5 – La scelta dello sponsor

1. Il Funzionario competente, in relazione ai singoli progetti (e/o attività previste nel PEG) e in funzione delle esigenze e delle finalità da perseguire, procede alla scelta dello sponsor mediante selezione secondo le procedure previste in funzione della tipologia della prestazione e del valore economico della sponsorizzazione dal codice degli appalti (D.Lgs. 163/2006 e ss. mm.), dalla regolamentazione comunale per l'affidamento dei lavori, forniture e servizi in economia, approvato con deliberazione di G.C. n. 157 del 20. 11.2006 e successiva deliberazione di G.C. n. 76 del 20.07.2007, con oggetto: "Art. 125 d. lgs. n. 163/2006 – delibera giunta comunale n. 157/2006 – integrazione – servizi tecnici".

2. E' possibile il ricorso all'affidamento diretto esclusivamente nei seguenti casi:

a) qualora un soggetto pubblico o privato offra spontaneamente contributi in beni, servizi, prestazioni o corrispettivi monetari equivalenti in riferimento ad attività, servizi, manifestazioni organizzate dall'amministrazione comunale, previa valutazione da parte dell'ente della rispondenza della proposta alle prescrizioni del presente regolamento;

b) quando, per la natura o la forma della iniziativa, tutti i candidati sponsor possono cumulativamente parteciparvi;

c) in caso di comprovata urgenza o nel caso di mancanza di offerte a seguito di procedura di gara;

d) in caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore alla soglia di € 20.000,00, oneri fiscali esclusi.

3. L'individuazione dello sponsor avviene nel rispetto dei principi di economicità, efficacia imparzialità parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità.

4. Il bando di gara o l'invito di cui al comma 1 devono contenere l'elenco degli interventi in relazione ai quali l'Amministrazione intende pervenire alla stipula del contratto di sponsorizzazione, con l'indicazione degli elementi essenziali per la formulazione delle proposte, tra i quali:

a) le principali caratteristiche dell'attività, progetto o iniziativa oggetto della sponsorizzazione;

b) l'individuazione dello spazio pubblicitario e la durata del periodo di suo utilizzo da parte dello sponsor, previa intesa di massima con la competente Soprintendenza per i Beni Architettonici e per il Paesaggio, quando necessaria;

c) l'eventuale diritto di esclusiva;

d) l'importo minimo eventualmente richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;

e) i criteri per la valutazione delle proposte.

5. L'offerta deve essere accompagnata dalla documentazione di rito prevista dalla normativa vigente per la partecipazione alle gare indette dalle pubbliche amministrazioni, secondo quanto previsto nell'apposito avviso o invito.

Art. 6 – Individuazione delle iniziative della sponsorizzazione

1. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni previsti a carico del bilancio dell'ente nei capitoli di spesa ordinaria.

2. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG e/o PdO. Nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può comunque formulare indirizzi specifici ai

Responsabili dei Servizi per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.

Art. 7 – Contratto di sponsorizzazione

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:

- a) *l'individuazione dell'oggetto del contratto;*
- b) *il valore della sponsorizzazione;*
- c) *il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario;*
- d) *la durata del contratto di sponsorizzazione;*
- e) *gli obblighi assunti a carico dello sponsor;*
- f) *le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze;*
- g) *recesso;*
- h) *spese e disposizioni contrattuali finali.*

Art. 8 – Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

1 L'Amministrazione Comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:

- a) *ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;*
 - b) *ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;*
 - c) *la reputi inaccettabile per motivi di opportunità generale.*
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:
- a) *propaganda di natura politica, sindacale o religiosa;*
 - b) *pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di armi, tabacco, materiale pornografico o a sfondo sessuale;*
 - c) *messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo e razzismo.*

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 ai sensi degli artt.7, 8 e 9 del D.Lgs. 196/2003 e ss.mm.ii.

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

4. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali tenuti alla applicazione del presente regolamento.

Art. 10 – Verifiche e controlli

1. Le sponsorizzazioni 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.

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

Art.11 – Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Amministrazione Comunale secondo la disciplina del presente regolamento.

2. E' tuttavia facoltà del Comune, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare in convenzione l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario.

Art. 12 – Utilizzo dei risparmi di spesa e degli introiti

1. La Giunta definisce annualmente la destinazione dei risparmi di spesa ovvero delle maggiori entrate, al netto dell'Iva, 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 alla contrattazione decentrata.
2. L'ammontare delle risorse accertate in base al precedente comma, dovrà essere destinato a iniziative di interesse e finalità pubblica, ed una quota alla contrattazione decentrata.

Art. 13 - Aspetti fiscali

1. Il valore della fatturazione per la "*sponsorizzazione*" può coincidere con l'intero stanziamento o con una quota dello stesso, in relazione alla totale o parziale copertura della spesa prevista con la sponsorizzazione.
2. La sponsorizzazione oggetto del presente regolamento si configura come operazione permutativa e trova, quindi, applicazione la disciplina sull'I.V.A. secondo quanto previsto dal D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633 e successive modifiche ed integrazioni, nonché dei regolamenti, circolari e pareri espressi dall'Agenzia delle entrate in materia.
3. La disciplina sull'IVA si applica anche nel caso di fornitura di beni e servizi. In questo caso la fattura che lo *sponsee* emette deve essere rapportata al valore commerciale o ai prezzi di mercato degli stessi beni e/o servizi.
4. Sia l'ente pubblico che lo sponsor devono emettere fattura, indicando il valore dell'intervento o della prestazione o della fornitura e ad assolvere tutti gli adempimenti previsti dalla normativa sull'IVA.

Art. 14 – Entrata in vigore

1. Il presente regolamento entra in vigore ad avvenuta esecutività della deliberazione di approvazione.

Previa lettura e conferma il presente verbale è approvato e sottoscritto.

IL SEGRETARIO COMUNALE
F.to Dott. MASSARI Ettore

IL PRESIDENTE
F.to Rag. Massimo VENDITTI

REFERTO DI PUBBLICAZIONE

Il sottoscritto Segretario Comunale, **A T T E S T A** che la presente deliberazione è stata pubblicata all'albo pretorio comunale per 15 giorni consecutivi a partire dal 26 OTT. 2012 (art. 124, comma 1, del D.Lgs. 18 agosto 2000 n. 267).

Addì, 26 OTT. 2012

IL SEGRETARIO COMUNALE
F.to Dott. MASSARI Ettore

CERTIFICATO DI ESECUTIVITA'

Si certifica che la presente deliberazione, non soggetta al controllo preventivo di legittimità :

[] è stata pubblicata nelle forme di legge all'albo pretorio comunale senza riportare denunce di vizi di legittimità o competenze, per cui la stessa è divenuta **ESECUTIVA** di cui all'art.134, comma 3, del D.Lgs. 18 agosto 2000 n. 267;

[X] è divenuta **ESECUTIVA** per dichiarazione di immediata esecutività da parte dell'organo deliberante (art. 134, comma 4, del D.Lgs. 18 agosto 2000 n. 267).

Addì, 26 OTT. 2012

IL SEGRETARIO COMUNALE
F.to Dott. MASSARI Ettore

Copia conforme all'originale, in carta libera, ad uso amministrativo.

Addì, 26 OTT. 2012

IL SEGRETARIO COMUNALE
Dott. MASSARI Ettore

