



# CITTA' DI ATRIPALDA

PROVINCIA DI AVELLINO

ESTRATTO DI DELIBERAZIONE DEL CONSIGLIO COMUNALE

N. 37 del 03-09-2015

## OGGETTO

ADOZIONE NUOVO REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONI -

L'anno duemilaquindici il giorno tre del mese di settembre alle ore 11:30 nella Residenza Comunale, previo espletamento delle formalità prescritte dalla legge e dallo Statuto Comunale, si è riunito il Consiglio Comunale.

Presiede la seduta: Avv. Paolo Spagnuolo in qualità di Sindaco.

Partecipa all'adunanza, nell'esercizio delle sue funzioni, il Segretario Generale Dott.ssa Clara Curto.

Intervengono:

Spagnuolo Paolo	P	Pascarosa Flavio	P
Prezioso Antonio	P	Pacia Ulderico	P
Spagnuolo Giuseppe	A	Scioscia Fabiola	P
Tuccia Luigi	P	Moschella Vincenzo	A
Iannaccone Antonio	P	Del Mauro Massimiliano	P
Landi Domenico	P	Parziale Gianna	P
Aquino Valentina	P	Strumolo Massimiliano	A
Musto Dimitri	P	Battista Annunziata	P
Barbarisi Raffaele	P		

Il Sindaco, riconosciuta valida l'adunanza, dichiara aperta la seduta e la discussione sull'oggetto all'ordine del giorno.

Sulla proposta di deliberazione di cui all'oggetto ai sensi dell'art. 49, 1° comma, del D.Lgs. 267/00, come modificato dalle legge 213/12, hanno espresso i relativi pareri i responsabili dei Settori interessati come riportati in calce.

**Relazione il Cons. Barbarisi :** Io ripartirei dall'invito che avevamo fatto l'altra volta, tanto quelli che erano presenti allora sono presenti oggi, tranne Antonio Iannaccone. Avevo detto: siccome la Consigliera Battista aveva in mente delle osservazioni, credo anche Del Mauro, avendone spesso discusso con Massimiliano Strumolo, la questione sembrava fosse chiusa per lui, in questa circostanza- visto che ci riuniamo per questo regolamento- se ci sono delle correzioni che volete fare, delle modifiche, vediamole e togliamole di mezzo. Giusto una piccola precisazione perché tra l'altro non c'è neanche più l'urgenza della festività di San Sabino, in quanto si sta sfruttando il vecchio regolamento. Questo qui sostituisce, dovrebbe sostituire il vecchio, perché rispetto al vecchio consente anche le cosiddette sponsorizzazioni tecniche che sono delle attività -tra l'altro- previste nel nuovo codice degli appalti pubblici. Per cui non abbiamo fatto altro che aggiornare un regolamento, una norma di cui la città era già dotata, quindi allineandola con quella che è la nuova visione in materia.

**CONSIGLIERE DEL MAURO:** Mi dispiace che non sia potuto venire il Consigliere Strumolo che è quello che per conto del gruppo ha partecipato a qualche riunione e si è interessato della lettura di questo regolamento, insomma lui qualche cosa ce l'aveva detta. E i punti secondo noi da verificare, questo sempre segnalatomi da Massimiliano Strumolo, erano relativi fondamentalmente agli importi perché c'è un limite a 40 mila euro sul quale francamente noi abbiamo più di qualche perplessità, lo riteniamo troppo alto perché 40 mila euro sono una donazione di denaro abbastanza consistente che, secondo me, va valutata in Consiglio Comunale di volta in volta. Quindi, il limite per queste cose qui delle sponsorizzazioni dovrebbe essere molto più basso. Poi mi diceva che era stato previsto di non accettare sponsorizzazioni, io gli avevo detto produttori di armi, avevo fatto un esempio, mi sembra che questo qui c'è, pornografia, e comunque si potrebbe trovare la formula per dire che magari il Consiglio Comunale di volta in volta può valutare se o meno rifiutare una sponsorizzazione ritenendo che dall'associazione dell'immagine dell' Ente a quello dello sponsorizzante non possa esserci beneficio per l'ente stesso, o possa esserci addirittura un danno di immagine per l' Ente. Mi aveva detto che più o meno qualche cosa si poteva aggiungere o puntualizzare meglio. Per quanto riguarda, questo lo dicemmo già l'altra volta, il codice penale, i certificati da produrre da parte di chi sponsorizzava, pure mi sembra che l'avevamo detto, l'unica cosa sulla quale noi non siamo d'accordo è il limite a 40 mila euro che secondo me per ragioni di opportunità va sensibilmente abbassato. Solo questa era l'obiezione.

**CONSIGLIERE PACIA:** Io volevo sapere per queste sponsorizzazioni naturalmente deve esserci per forza un rientro, giusto? Allora volevo sapere se ci viene fatta dallo sponsor un'opera, come si fa a valutare, in che modo si valuterà il tempo di fare la propaganda per quello che ci dà i soldi, cioè noi sponsorizziamo un'opera, un'impresa, qualcosa? Ci fa quest'opera, il tempo che naturalmente noi facciamo la propaganda a questo signore, sponsorizziamo questa impresa attraverso un manifesto o altro, come avverrà non lo so. Il tempo però, perché arrivare a 40 mila euro è esagerato. Mi sembra che da qualche parte, non so se ho letto bene, dice massimo 15 giorni, l'ho letto da qualche parte, poi può darsi pure che mi sono sbagliato, non so dove esattamente, adesso dovrei trovarlo, io questo ho letto, perché noi faremo una pubblicità a questa impresa. Una fornitura, qualcosa e noi in cambio pubblicizziamo il nome di questa impresa o di questo signore, giusto? Io

sto chiedendo perché da una parte mi sembra che ho letto 15 giorni, può darsi che ho letto male, non lo so.

**CONSIGLIERE BARBARISI: Intervento fuori microfono.**

**CONSIGLIERE PACIA:** Sarà l'Amministrazione a valutare il tempo, i 15 giorni e tutto, in cambio di questa pubblicizzazione, no?

**CONSIGLIERE BATTISTA:** Io ti faccio una cosa un po' più sistematica, partendo dall'inizio. Mi chiedevo: il Regolamento disciplina anche le donazioni? Le donazioni sono a parte, non c'è nessuna regola sulle donazioni, va bene. Nel caso in cui c'è uno sconto sull'appalto, anche lo sconto va bene come sponsorizzazione? Se per un lavoro una ditta non sponsorizza tutto il lavoro ma fa uno sconto sull'appalto, questo ha effetto di sponsorizzazione? Può dire: va bene, vi faccio uno sconto e voi mi mettete lo sponsor. Siccome c'è la possibilità da parte di ditte, anche di professionisti, volevo capire se anche lo sconto aveva una funzione. Una cosa che trovavo un po' particolare, al comma 7 dell'Art. 2 dice: il Comune previa valutazione di opportunità e di convenienza sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale può affidare il servizio di ricerca degli sponsor a soggetti da individuare tramite le procedure previste per gli appalti dei servizi e dai Regolamenti comunali in materia di contratti. Questo è un altro modo per pagare un'altra persona che lavora per noi, se noi dobbiamo pagare uno che ci trova gli sponsor. Su questa facoltà non sarei troppo d'accordo, perché se questo è un altro modo per trovare un altro organismo e chissà chi è, che si trova qua e deve ricercare gli sponsor, noi prima di avere lo sponsor abbiamo cacciato altri soldi. Il Comune caccia i soldi per trovare gli sponsor. Io questa cosa la toglierei, non possiamo pagare qualcuno che cerca gli sponsor, anche perché come si fa a cercare questo qualcuno? Facciamo un bando per cercare il cercatore di sponsor? Questa è una cosa strana. Chiunque può dire "faccio il cercatore di sponsor", ci vuole un curriculum. Questo punto 7 lo toglierei, non sono d'accordo.

**CONSIGLIERE BARBARISI –** Faccio un esempio: se noi abbiamo i parcometri per strada e vogliamo che la ditta che fa la manutenzione al parcometro ci porti degli sponsor con relativo introito da parte del Comune, probabilmente, se la mettiamo meglio può essere una facoltà utile, altrimenti dovremmo utilizzare altri strumenti per fare questo.

**CONSIGLIERE BATTISTA –** Trovo che l'accesso alla possibilità di sponsorizzare deve essere lineare sempre. Non posso trovare uno che mi porta gli sponsor, se questo uno mi porta gli sponsor significa che noi facciamo un bando per sponsorizzare i parcometri, a questo punto il bando è pubblico, sta all'Albo. Se poi è la ditta che vuole sollecitare qualcuno a fare questa sponsorizzazione è liberissima di farlo, però se la ditta viene investita della funzione di cercatore di sponsor va a finire che la dobbiamo anche pagare. Questa cosa la toglierei.

**PRESIDENTE –** Chiedo al relatore di formulare la proposta di modifica, così votiamo l'emendamento e poi votiamo tutto il pacchetto.

**CONSIGLIERE BATTISTA** – Il fatto che le sponsorizzazioni possono interessare tutte le iniziative e i progetti dell'attività dell'Amministrazione, è chiaro che visto così sembra una cosa possibile, però secondo me andrebbero fatte anche delle valutazioni, perché ci possono essere delle attività che non so fino a che punto possono essere sponsorizzate, è preferibile che siano sponsorizzate. Mi dispiace dover fare questa discussione ma in realtà l'occasione per farla in un gruppo più ristretto non l'abbiamo avuta, per questo stiamo facendo adesso questa cosa. All'Art. 3 comma 5 c'era l'utilizzo a fini pubblicitari degli spazi all'interno dell'Ente, ci sono scritte bacheche, ascensori e sale riunioni, però credo che forse sia utile escludere qualche luogo, ad esempio la sala della Giunta o la Sala Consiliare, luoghi più istituzionali, non solo nominare i luoghi dove possono esserci ma anche i luoghi dove non può esserci. Alla lettera c): ai fini pubblicitari su spazi e documentazione dell'Ente. La documentazione sono i certificati di nascita, è da chiarire su che tipo di documentazione prodotta dall'Ente. Un'altra cosa che non ho capito bene come funziona è al comma 3: i contratti di sponsorizzazione potranno anche riguardare appalti relativi alla progettazione, direzione lavori, esecuzione e collaudo. Questo cosa significa? Un professionista ha delle regole particolari anche sulla pubblicità, non è nemmeno semplice farsi la pubblicità per un professionista.

**CONSIGLIERE DEL MAURO** – E' una donazione di danaro per la quale è necessaria l'accettazione da parte del Consiglio Comunale o la donazione di un immobile, qualsiasi donazione che si fa sul Comune, sta proprio nel fatto che la donazione può essere libera nel senso che un cittadino va dal Sindaco e dice: Sindaco, voglio donare 30 mila euro al Comune. Il Sindaco viene in Consiglio Comunale e dice che c'è un benefattore, che ci regala 30 mila euro per esigenze di bilancio, poi decideremo noi come spenderli. La sponsorizzazione è un fatto diverso, teoricamente se io decidessi di sponsorizzare una festività patronale, abbiamo adesso il problema della festività patronale, la sponsorizzazione mi dovrebbe come consigliare, dire "io ti sponsorizzo per un importo di perché faccio questo, questo e questo". Se uno viene e dice "ti do 20 mila euro per fare la festa patronale" è una donazione di danaro e dobbiamo venire in Consiglio Comunale per accettarla, è una cosa diversa. Se un'impresa edile di proprietà dell'Ing. Massimiliano Del Mauro viene e mi dice "ti faccio una donazione e risparmi le competenze tecniche" come si fa? Il Regolamento va fatto però ci sono dei punti da prevedere.

**CONSIGLIERE BARBARISI** – Adesso ci andiamo a mettere in un vicolo cieco. E' stato recepito anche dal Codice degli Appalti Pubblici la sponsorizzazione tecnica. Se un emendamento rispetto al modo con cui è stata scritta è un conto, se è che non siete d'accordo con la sponsorizzazione tecnica è un altro conto. Cerchiamo di capire questo, altrimenti ci soffermiamo sugli emendamenti e questa cosa uno la valuta ai fini del voto finale. Che il Codice degli Appalti preveda l'affidamento diretto per importi fino a 39.999,00 euro non esenta l'Ente appaltante dall'espletare gara, nel modo più assoluto. Questa è una stupidaggine.

**CONSIGLIERE BATTISTA** – Comma 1 dell'Art. 5: "Il Comune può definire contratti di sponsorizzazione in esclusiva generale o commerciale per reperire maggiori risorse o per conseguire sponsorizzazioni di miglior profilo qualitativo". Che significa? Il Comune come fa a definire qual è questa esclusiva generale? A chi dà questa esclusiva generale? Nel momento in cui sceglie che questa sponsorizzazione è data in esclusiva generale vuol dire che per tre anni, cinque anni, quattro anni, quell'unico sponsor è sponsor del Comune. Questo articolo è troppo scarno per definire una materia così complicata. Tu devi decidere che per i prossimi cinque anni lo sponsor esclusivo del Comune è X, come facciamo a deciderlo? Sulla base dell'importo che ci dà? Chi lo decide? All'Art. 6: L'Amministrazione Comunale a suo insindacabile giudizio si riserva di rifiutare qualsiasi sponsor qualora lo ritenga". Riguardo a questo io ritengo che qua ci vuole comunque una Commissione consiliare, se noi parliamo di uno sponsor esclusivo per 5 anni, per 2 anni, non è una scelta che può fare solo l'Amministrazione, è una scelta che va fatta in condivisione, non è possibile che liberamente si sceglie, almeno sentire il parere vincolante di una Commissione che fa una valutazione, altrimenti il Sindaco prima di finire il mandato decide che per i prossimi 5 o 10 anni c'è uno che ci fa lo sponsor esclusivo, poi va via e noi stiamo per i 5 o 10 anni dopo con uno

sponsor che questa Amministrazione ha deciso. Non va bene, se non c'è condivisione non credo che sia corretto.

**PRESIDENTE** – Questo non è un emendamento, è una contrarietà, lo devo chiarire, perché alla fine devo dire di votare gli emendamenti e basta.

**CONSIGLIERE BATTISTA** – Questa discussione non abbiamo avuto l'opportunità di farla.

**PRESIDENTE** - Va bene farla, non è questo il punto, però voglio capire quando sono emendamenti e quando non si è d'accordo su questa cosa e basta.

**CONSIGLIERE BATTISTA** – All'Art. 6, la società o Ente che eroga la sponsorizzazione non rispetta i parametri di eticità, al punto b) dice: “pubblicità diretta o collegata alla produzione e distribuzione di tabacchi o alcolici”, personalmente introdurrei anche “che non può sponsorizzare sale slot, sale scommesse e centri di bellezza”, perché sono cose che dal punto di vista sociale creano pericolosità, sono dei problemi sociali. Ridurrei anche a questo tipo di attività la sponsorizzazione da parte del Comune. Aggiungerei un comma d): “sono esclusi dalla pubblicità diretta o collegata ad attività che possono provocare danno o sofferenza agli animali”, così come negli obblighi riguardanti la protezione dell'ambiente metterei che sono in regola con gli obblighi relativi alla protezione animale. Poi avevamo i 40 mila euro, l'Art. 8 sul recepimento delle proposte spontanee poi si dice che per tutte le proposte che sono al di sotto dei 40 mila euro non si fa questa procedura, e siccome 40 mila euro non sono tanto pochi io ritengo che questa somma di 40 mila euro deve essere abbassata, perché lo sponsor può essere scelto direttamente dall'Amministrazione senza nessuna procedura di bando non può essere uno sponsor di 39.900 euro, possono essere sponsor piccoli di 3-4-5 mila euro. Se sono state fatte le gare e non sono andate in porto è chiaro, i casi adeguatamente motivati e nel caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore a 40 mila euro. Tutto quello che è al di sotto di 40 mila euro non va a bando. Per tutto quello che è inferiore a 40 mila euro non si fa il bando, il che significa che se uno sponsor viene sa che può fare questa procedura, viene al Comune e dice di voler sponsorizzare per 5 mila euro, non si fa nessuno bando e si accetta lo sponsor, però credo non sia giusto, perché per sponsor che superano certi livelli, tipo 4 mila, 5 mila euro, penso che un bando sia corretto farlo per richiamare tutti i cittadini, altrimenti ci troviamo con questi curriculum pronti il giorno dopo, sponsor pronti il giorno dopo. Ci sono delle situazioni in cui è sgradevole che il giorno dopo l'evento ha già dato il curriculum e si prende il lavoro dal Comune, magari c'erano tante altre persone che potevano partecipare. Allo stesso modo ritengo che su importi già inferiori a 40 mila euro si deve fare comunque il bando, 40 mila euro è un importo troppo alto.

**CONSIGLIERE PACIA** – Non ho ancora capito come si valuterà in termini di pubblicità una qualsiasi opera fatta da uno sponsor. Ho sentito dire che si possono sponsorizzare anche le festività patronale, io credo che per la festività patronale non essendoci un rientro è illegale, non si può fare, per queste cose ci vuole tutto un programma, non credo che si fa così, semplicemente.

Si è parlato di lavori in economia, spero che si faranno indagini di mercato, a me sembra che resta scritto solo sulla carta, perché non si è mai fatto alcun mercato di indagine. Nel mercato di indagine devono esserci ufficialmente delle lettere protocollate sulle proposte e tutto il resto, qui non ho mai trovato niente.

**CONSIGLIERE BARBARISI** – Ti assicuro che laddove c'è una proposta per una fornitura, per un servizio, la mia prima preoccupazione, forse perché c'è l'abitudine ad operare nell'azienda privata, la prima cosa che chiedo è di espletare anche telefonicamente una minima indagine, è chiaro che è nell'interesse generale va fatta questa cosa. Non ho dubbi che il dirigente o i dirigenti nel caso specifico non lo facciano. Io sono portato a riconoscere sempre e in ogni caso la buona fede di chi opera, salvo poi potersi ricredere, ritrovarsi in una situazione in cui ciò non è stato fatto, può anche succedere ma a prescindere no, cioè che uno sia inadempiente a prescindere questo no, non lo penso.

**PRESIDENTE** – Chiedo alla Consigliera Battista di sintetizzare gli emendamenti.

**CONSIGLIERE MUSTO** – Il gruppo “Area popolare” aveva dato un’occhiata generale, se emergono emendamenti dalla Consigliera Battista che tendono a migliorarlo penso che il gruppo non abbia problemi.

**PRESIDENTE** – Sintetizziamo gli emendamenti.

**CONSIGLIERE BATTISTA** – Art. 2 punto 7, individuare tramite procedure previste per gli appalti di servizi il soggetto che cerchi gli sponsor. Per me lo toglierei, non so come lo volete emendare. Mi pare ovvio che è il dirigente dell’ufficio. Lettera c) Art. 3 comma 2, dove sono definiti i luoghi dove si può fare la pubblicità, dicevo di sottolineare quali erano i luoghi esclusi dalla pubblicità, ad esempio la Sala Consiliare, la Sala della Giunta.

**PRESIDENTE** – E’ stata messa la pubblicità sul Colosseo, non penso che la Casa Comunale debba essere esclusa, va bene la Sala Consiliare.

**CONSIGLIERE DEL MAURO** - Sul Colosseo non hanno messo la pubblicità, sul Colosseo hanno consentito in via del tutto eccezionale di apporre la pubblicità a persone che hanno cacciato una cifra.

**PRESIDENTE** - Se vogliamo escludere la Sala Consiliare, anche per onorare la presenza...

**CONSIGLIERE BATTISTA** – Qui in realtà non parlavate di pubblicazioni, parlavate su documentazione dell’Ente.

**CONSIGLIERE DEL MAURO** – Documentazione significa che devi escludere le determine, le delibere, solo i certificati.

**CONSIGLIERE BATTISTA** – Allora invece di scrivere “documentazione” scriviamo sui “certificati dell’ufficio anagrafe”.

**CONSIGLIERE DEL MAURO** – Il Consigliere Pascarosa dice di escludere la possibilità di sponsorizzare qualsiasi tipo di documento, oltre che determine e delibere anche i certificati. Per me non è un problema, si scrive “pubblicazioni”.

**PRESIDENTE** – Gli emendamenti devono essere posti in maniera precisa, altrimenti come Presidente del Consiglio non riesco a seguire. Chiedo di formulare gli emendamenti in maniera precisa, altrimenti non riusciamo a continuare e non li posso mettere a votazione. E’ un lavoro che si poteva fare anche prima del Consiglio Comunale visto che questa è la seconda seduta sullo stesso argomento, quindi o me li date precisi o mettiamo a votazione il Regolamento così come è stato proposto e andiamo avanti. Io al momento non ho proposte di emendamento, se gentilmente me le elencate con precisione e in maniera dettagliata, indicando qual è l’articolo, qual è il comma, qual è la lettera, qual è la parte che si sostituisce, perché non si può lavorare così.

**CONSIGLIERE BATTISTA** – La discussione la stiamo facendo adesso, e credo che sia chiaro, anche chi non ha trovato grosse difficoltà non penso che lo può negare, una discussione accurata su questo Regolamento non c’è stata.

**PRESIDENTE** – La discussione va bene, però va bene sul siamo d’accordo, non siamo d’accordo e per quale motivo, se ci sono proposte di modifica vanno formulate come emendamenti.

**CONSIGLIERE BATTISTA** – Voi avete l’opportunità di votarvi il Regolamento e non c’è problema.

**CONSIGLIERE DEL MAURO** – Non dimentichiamo che si tratta di un Regolamento e sarebbe opportuno che venga approvato con l’unanimità dei voti dei presenti, perché i Regolamenti sono strumenti che restano qua, oggi amministri tu, domani un altro.

**PRESIDENTE** – Sono state fatte le riunioni dei capigruppo.

**CONSIGLIERE DEL MAURO** – A beneficio dell'intervento della Consigliera Battista devo ricordare per amore di verità, due mesi fa ci siamo visti in Consiglio Comunale e dicemmo di rinviare per riunirci con Nunzia e parliamo di Regolamento, ma non è cambiato niente, la riunione non è stata fatta, con Nunzia non ci siamo visti ed oggi ti porta all'attenzione alcuni aspetti che, secondo me, sono valutabili.

**PRESIDENTE** – Poiché si tratta di un Regolamento io devo avere, come Presidente del Consiglio, emendamenti precisi, altrimenti non si capisce cosa vogliamo modificare e come.

**CONSIGLIERE DEL MAURO** – Adesso li mettiamo per iscritto, ci aiuta anche la dott.ssa. Io propongo di abbassare il limite fissato di 40 mila euro a 10 mila euro. Secondo me, per quella che è la realtà del Comune di Atripalda è più che sufficiente.

**SEGRETARIO** – La proposta è la cancellazione del comma 7 dell'Art. 2.

**CONSIGLIERE BATTISTA** – Esatto. Poi la precisazione di quali erano le sedi escluse dalla pubblicità.

**SEGRETARIO** – Mi sembra si sia indicata la Sala Consiliare, Art. 3 comma 2 lettera c).

**CONSIGLIERE BATTISTA** – Precisare su quali documentazioni dell'Ente doveva esserci la pubblicità.

**PRESIDENTE** – Qui abbiamo celebrato diversi Convegni dove abbiamo indicato lo sponsor a memoria, perché ci dava la possibilità di organizzare il Convegno nell'aula consiliare.

**CONSIGLIERE DEL MAURO** – Sponsorizzare la Sala Consiliare significa che io ti lascio in modo permanente la mia insegna.

**PRESIDENTE** – E' una distinzione che ci crea problemi, bisogna specificare in che modo distinguere.

**CONSIGLIERE DEL MAURO** – Se tu fai un incontro con l'Avellino e viene la squadra e mette qualcosa non sta sponsorizzando.

**PRESIDENTE** – Ricordo che è stato fatto un Convegno.

**CONSIGLIERE DEL MAURO** – Non c'è stata corresponsione di danaro per l'esposizione in quel momento del banner, è diverso. Sponsorizzare la Sala Consiliare significa che anche quando fai Halley io metto il tabellone della mia attività.

**CONSIGLIERE BATTISTA** – Come se tu prestassi la Sala per una qualsiasi cosa, è normale. Poi la precisazione su quali documentazioni deve esserci sponsorizzazione. Punto 3 dove dice che i contratti possono riguardare appalti relativi alla progettazione. Art. 5 comma 1: il Comune in esclusiva generale o commerciale può reperire maggiori risorse e conseguire sponsorizzazioni di miglior profilo con una sponsorizzazione esclusiva. Qui penso che ci vorrebbe un po' di regolamentazione, regolare nel tempo questa sponsorizzazione.

**SEGRETARIO** – In questo caso penso volete dire "a seguito di procedura concorsuale secondo legge", quando l'entità dello sponsor diventa notevole, perché la concessione di un'esclusiva generale significa autorizzare uno sponsor di grossa entità, subentra la necessità di esperire una procedura di tipo concorsuale, quindi un avviso pubblico secondo i dettami di legge.

**CONSIGLIERE BATTISTA** – Io non ho dubbi sulla buona fede di questa Amministrazione, però domani ci potremmo trovare nella condizione che uno vuole fare con esclusiva generale un affidamento di 10 mila euro. Il problema è questo. L'Art. 6 dice che l'Amministrazione Comunale a insindacabile giudizio si riserva di rifiutare, io pensavo che poteva essere utile il fatto di una

Commissione consiliare che potesse discutere preventivamente. Penso che l'insindacabile giudizio è più corretto accompagnato da un parere di una Commissione.

**PRESIDENTE** – L'emendamento è questo: l'Amministrazione Comunale attraverso una Commissione all'uopo individuata si riserva di.

**CONSIGLIERE BATTISTA** – Non esiste una Commissione consiliare che può fare già questa valutazione?

**PRESIDENTE** – Una Commissione consiliare all'uopo costituita.

**CONSIGLIERE DEL MAURO** – Sull'Art. 6, diritto di rifiuto ed esclusione, propongo di scrivere alla fine: in ogni caso sono ammesse le sponsorizzazioni solo quando l'Associazione delle immagini dell'Ente e dello sponsorizzante non comporti danni all'Ente stesso. Si può mettere alla fine dell'Articolo.

**CONSIGLIERE BATTISTA** – Si dice poi: in ogni caso sono escluse le sponsorizzazioni riguardanti propagande politiche o religiose, pubblicità diretta, qui avrei aggiunto sale slot, centri scommesse, centri di dimagrimento, perché sono problematiche sociali, problematiche di cui il Comune si dovrebbe interessare.

**PRESIDENTE** – Un minuto di sospensione e poi votiamo. Sono state fatte diverse riunioni del capigruppo, il Regolamento è stato presentato in una sola riunione, poi era all'ordine del giorno di un altro Consiglio, oggi dovevate venire con il foglietto degli emendamenti.

**CONSIGLIERE BATTISTA** – Io non penso che si può richiedere ai capigruppo di portare gli emendamenti su internet, ognuno personalmente senza confrontarsi con gli altri. Siccome mi sono sempre rifiutata di dire quello che volevo dire se non avevo gli altri con cui confrontarmi per questo siamo arrivati a questo. Abbiamo fatto tanta fatica, manca poco, ormai abbiamo finito.

**PRESIDENTE** – Sempre con precisione, andiamo avanti, indicate l'Articolo, ciò che si vuole modificare.

**CONSIGLIERE BATTISTA** – Aggiungere sale slot e centri scommesse alle cose escluse, io propongo poi non so se siete d'accordo. Aggiungere un punto d): pubblicità diretta o collegata ad attività che possano causare danno o sofferenza agli animali. Alla fine, pagina seguente, obblighi riguardante la protezione dell'ambiente, obblighi riguardante la protezione degli animali. Queste sono le caratteristiche che devono avere gli sponsor.

**PRESIDENTE** – Qual è l'Articolo?

**CONSIGLIERE BATTISTA** – Sempre Articolo 6 nella parte finale. L'ultima freccetta dice: obblighi riguardante la protezione dell'ambiente. Ci deve essere un'altra freccetta che dice: obblighi relativi alla protezione degli animali. Questo Articolo esclude quelli che non rispettano. Ci sono aziende che utilizzano gli animali e non hanno rispettato gli obblighi. Poi se accettate, come è stata accettata la cosa della Commissione, o meglio l'emendamento sulla Commissione, all'Art. 8 punto 1) nel caso in cui da parte di un potenziale sponsor pervenga al Comune una proposta spontanea di sponsorizzazione il dirigente dell'ufficio valuta la rispondenza. Si può dire alla fine "sentito il parere della Commissione". Infine la riduzione dei 40 mila euro, io sarei stata anche più drastica, Massimiliano dice 10 mila euro.

**PRESIDENTE** – La proposta di emendamento è 10 mila euro?

**CONSIGLIERE BATTISTA** – Io dico 5 mila euro, cioè al di sotto dei 5 mila euro si deve fare il bando. Art. 13: il settore competente impartisce le opportune prescrizioni in ordine all'esecuzione del contratto e vigila sul suo adempimento. Se ci fosse una Commissione, la vigilanza da parte della Commissione sull'adempimento del contratto sarebbe cosa buona.



PRESIDENTE – Un minuto di pausa e poi si vota.

Dopo 10 minuti riprendono i lavori.

IL SEGRETARIO GENERALE PROCEDE ALL'APPELLO.

L'ESITO DELL'APPELLO E' IL SEGUENTE:

PRESENTI: 14.

ASSENTI: 3 (Spagnuolo G.; Moschella V. e Strumolo M.)

**CONSIGLIERE PACIA** – Per quanto espressamente previsto sono fatti salvi a sanatoria i contratti di sponsorizzazione concluse negli anni pregressi. Se ci sono sponsorizzazioni fatte e se sanno va bene.

**PRESIDENTE** – Passiamo alla votazione degli emendamenti formulati.

**Abrogazione dell'Articolo 2 comma 7:** “Il Comune previa valutazione di opportunità e convenienza sotto il profilo organizzativo ed economico può affidare il servizio di ricerca degli sponsor a soggetti da individuare tramite le procedure previste per gli appalti dei servizi”. Noi siamo d'accordo con l'emendamento, per snellire il tutto va eliminato.

SI PROCEDE ALLA VOTAZIONE DELLA PROPOSTA DI EMENDAMENTO:

PRESENTI E VOTANTI: N. 14.

ASSENTI: N. 3.

VOTI FAVOREVOLI: N. 14.

VOTI DI ASTENSIONE: N. 0.

VOTI CONTRARI: N. 0.

PRESIDENTE: LA PROPOSTA DI EMENDAMENTO E' APPROVATA.

**PRESIDENTE: Articolo 3 comma 2 lettera c):** “utilizzo a fini pubblicitari di spazi all'interno dell'Ente, bacheche, ascensori, e spazi presso strutture di proprietà dell'Ente”, l'emendamento “esclusa Sala Consiliare, la Sala della Giunta .

SI PROCEDE ALLA VOTAZIONE DELLA PROPOSTA DI EMENDAMENTO:

PRESENTI E VOTANTI: N. 14.

ASSENTI: N. 3

VOTI FAVOREVOLI: N. 3.

VOTI DI ASTENSIONE: N.11.

VOTI CONTRARI: N. 0.

PRESIDENTE: LA PROPOSTA DI EMENDAMENTO NON E' APPROVATA.

**PRESIDENTE: Articolo 3 comma 2 lettera d):** “utilizzo a fini pubblicitari di spazi su documentazione dell'Ente”, l'emendamento prevede “escluso i certificati”.

SI PROCEDE ALLA VOTAZIONE DELLA PROPOSTA DI EMENDAMENTO:

PRESENTI E VOTANTI: N. 14.

ASSENTI: N. 3.

VOTI FAVOREVOLI: N. 11.

VOTI DI ASTENSIONE: N. 3.

VOTI CONTRARI: N. 0.

PRESIDENTE: LA PROPOSTA DI EMENDAMENTO E' APPROVATA.

**PRESIDENTE: Articolo 5 comma 1:** “il Comune può definire contratti di sponsorizzazione in esclusiva generale o commerciale per reperire maggiori risorse e per conseguire sponsorizzazioni di migliore profilo qualitativo”, l'emendamento è “previa procedura concorsuale secondo legge”.

SI PROCEDE ALLA VOTAZIONE DELLA PROPOSTA DI EMENDAMENTO:

PRESENTI E VOTANTI: N. 14.

ASSENTI: N. 3.

VOTI FAVOREVOLI: N. 3.

VOTI DI ASTENSIONE: N.11.

VOTI CONTRARI: N. 0.

PRESIDENTE: LA PROPOSTA DI EMENDAMENTO NON E' APPROVATA.

**PRESIDENTE: Articolo 6 comma 1: “L’Amministrazione Comunale a suo insindacabile giudizio si riserva di”, l’emendamento è “previa valutazione di apposita Commissione si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione”.**

SI PROCEDE ALLA VOTAZIONE DELLA PROPOSTA DI EMENDAMENTO:

PRESENTI E VOTANTI: N. 14.

ASSENTI: N. 3.

VOTI FAVOREVOLI: N. 3.

VOTI DI ASTENSIONE: N. 2.

VOTI CONTRARI: N. 9.

PRESIDENTE: LA PROPOSTA DI EMENDAMENTO NON E' APPROVATA.

**PRESIDENTE: Articolo 6 comma 2 lettera b): “sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti pubblicità diretta o collegata alla produzione e distribuzione di tabacco e alcolici”, l’emendamento prevede di escludere “sale giochi, scommesse, centri estetici di dimagrimento”.**

SI PROCEDE ALLA VOTAZIONE DELLA PROPOSTA DI EMENDAMENTO:

PRESENTI E VOTANTI: N. 14.

ASSENTI: N. 3.

VOTI FAVOREVOLI: N. 3.

VOTI DI ASTENSIONE: N. 2.

VOTI CONTRARI: N. 9.

PRESIDENTE: LA PROPOSTA DI EMENDAMENTO NON E' APPROVATA.

**PRESIDENTE: Articolo 6 comma 3, l’emendamento prevede l’integrazione di un punto d) che recita: pubblicità diretta a creare danni agli animali.**

SI PROCEDE ALLA VOTAZIONE DELLA PROPOSTA DI EMENDAMENTO:

PRESENTI E VOTANTI: N. 14.

ASSENTI: N. 3.

VOTI FAVOREVOLI: N. 5.

VOTI DI ASTENSIONE: N. 0.

VOTI CONTRARI: N. 9.

PRESIDENTE: LA PROPOSTA DI EMENDAMENTO NON E' APPROVATA.

**PRESIDENTE: Articolo 6 aggiungere un altro punto. “obblighi relativi alla protezione animali”.**

SI PROCEDE ALLA VOTAZIONE DELLA PROPOSTA DI EMENDAMENTO:

PRESENTI E VOTANTI: N. 14.

ASSENTI: N. 3.

VOTI FAVOREVOLI: N. 4.

VOTI DI ASTENSIONE: N. 1.

VOTI CONTRARI: N. 9.

PRESIDENTE: LA PROPOSTA DI EMENDAMENTO NON E' APPROVATA.

**PRESIDENTE: Articolo 8: “nel caso in cui da parte di un potenziale sponsor pervenga al Comune una proposta spontanea di sponsorizzazione il dirigente dell’ufficio competente valuta la rispondenza alle prescrizioni”, l’emendamento dice “il dirigente dell’ufficio, sentito il parere della Commissione all’uopo istituita”.**

SI PROCEDE ALLA VOTAZIONE DELLA PROPOSTA DI EMENDAMENTO:

PRESENTI E VOTANTI: N. 14.

ASSENTI: N. 3.

VOTI FAVOREVOLI: N. 3.

VOTI DI ASTENSIONE: N. 2.

VOTI CONTRARI: N. 9.

PRESIDENTE: LA PROPOSTA DI EMENDAMENTO NON E' APPROVATA.

**PRESIDENTE: Articolo 9 comma 1 lettera c):** “nel caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore ad euro 40 mila iva esclusa” l'emendamento della Consigliera Battista viene ritirato, si vota l'altro.

SI PROCEDE ALLA VOTAZIONE DELLA PROPOSTA DI EMENDAMENTO:

PRESENTI E VOTANTI: N. 14.

ASSENTI: N. 3.

VOTI FAVOREVOLI: N. 3.

VOTI DI ASTENSIONE: N. 2.

VOTI CONTRARI: N. 9.

PRESIDENTE: LA PROPOSTA DI EMENDAMENTO NON E' APPROVATA.

**PRESIDENTE. Articolo 13:** “il settore competente impartisce le opportune prescrizioni in ordine all'esecuzione del contratto di sponsorizzazione e vigila sul suo adempimento”, l'emendamento prevede di aggiungere “tenuto conto delle valutazioni della Commissione ad hoc”.

SI PROCEDE ALLA VOTAZIONE DELLA PROPOSTA DI EMENDAMENTO:

PRESENTI E VOTANTI: N. 14.

ASSENTI: N. 3.

VOTI FAVOREVOLI: N. 3.

VOTI DI ASTENSIONE: N. 2.

VOTI CONTRARI: N. 9.

PRESIDENTE: LA PROPOSTA DI EMENDAMENTO NON E' APPROVATA.

PRESIDENTE: Votiamo il Regolamento così come emendato.

SI PROCEDE ALLA VOTAZIONE DELLA PROPOSTA DI DELIBERA EMENDATA:

PRESENTI E VOTANTI: N. 14.

ASSENTI: N. 3.

VOTI FAVOREVOLI: N. 9.

VOTI DI ASTENSIONE: N. 2.

VOTI CONTRARI: N. 3.

LA PROPOSTA DI DELIBERA EMENDATA E' APPROVATA.

## IL CONSIGLIO COMUNALE

### Premesso che:

1. Per effetto del contenimento della spesa, diversi settori della Pubblica Amministrazione hanno subito forti tagli ai finanziamenti da parte dello Stato Centrale e dell'Amministrazione Regionale Campana e, pertanto, occorre ricercare nuove e mirate forme di sostegno economico per favorire lo sviluppo;
2. L'istituto contrattuale della sponsorizzazione è uno strumento innovativo per il sostegno di attività culturali, ricreative e sportive e, per effetto dell'art. 26 del D.lgs 163/2006 (c.d. Codice appalti), anche per la realizzazione di opere pubbliche e per la fornitura di beni e servizi;
3. Con delibera di Consiglio Comunale n. 28 del 22/07/2004 è stato approvato il regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni;
4. In detto regolamento non sono previste le sponsorizzazioni la cui prestazione preveda anche l'esecuzione di opere pubbliche e/o la fornitura di beni, servizio lavori, acquisizioni realizzate in tutto o in parte, a cura e spese dello sponsor;

**Visto** il nuovo Regolamento predisposto per la disciplina e la gestione dei contratti di sponsorizzazione;

Atteso che ai sensi dell'art. 42, comma 2, del D. Lgs 18 agosto 2000 n. 267 (TUEL) è attribuita al Consiglio Comunale la competenza per l'adozione dei Regolamenti, fatta salva l'ipotesi di cui all'art. 48, comma 3;

**Ritenuto necessario ed opportuno:**

- dover approvare il nuovo Regolamento per la disciplina e la gestione dei contratti di sponsorizzazione, come modificato in esito alla proclamazione di voto sugli emendamenti proposti;

**Visto e letto:**

- lo Statuto Comunale;

**Acquisito il** visto di controllo tecnico/contabile , ai sensi del D.L. 174/12 convertito in Legge n.213/12;

**Con voti favorevoli n.9 , contrari3 ( Conss. Del Mauro, Battista, Pacia) astenuti 2 (Conss. Musto , Ianaccone)**

**DELIBERA**

**Di approvare l'allegato Regolamento per la disciplina e la gestione dei contratti di sponsorizzazione, che si compone di n. 15 articoli, nel testo modificato in esito alla proclamazione di voto per ogni singolo emendamento.**

Letto, approvato e sottoscritto

Il Presidente  
F.to Avv. Paolo Spagnuolo

Il Segretario Generale  
F.to Dott.ssa Clara Curto

#### Certificato di Pubblicazione

Certificasi dal sottoscritto Segretario che, giusta relazione dell'Istruttore addetto alle pubblicazioni, copia della presente deliberazione viene affissa all'Albo Pretorio, ai sensi dell'art.124, comma 1, del D.lgs n.267 del 18/08/2000, per la prescritta pubblicazione di 15 giorni consecutivi dal 29-09-2015

Dal Municipio, li 29-09-2015

Il Segretario Generale  
F.to Dott.ssa Clara Curto

#### ESECUTIVITA'

Il sottoscritto Segretario, visti gli atti di ufficio;

#### ATTESTA

Che la presente deliberazione è divenuta esecutiva il \_\_\_\_\_

Dopo il decimo giorno di pubblicazione all'Albo Pretorio (art. 134 c. 3 D.lgs n. 267/2000).

Dal Municipio, li \_\_\_\_\_

Il Segretario Generale  
F.to Dott.ssa Clara Curto

VISTO DI Regolarita' tecnica

Il Responsabile del Settore Finanziario  
F.to Dott. Paolo De Giuseppe

Per copia conforme al suo originale.

Dal Municipio, li 29-09-2015

Il Segretario Generale  
Dott.ssa Clara Curto (\*)

(\*) firma autografa sostituita a mezzo stampa, ai sensi dell'art. 3, comma 2, del D.Lgs 39/1993



Comune di Atripalda  
Provincia di Avellino

**Regolamento per la disciplina e  
la gestione dei contratti di  
sponsorizzazione**

## INDICE

- Art. 1 – Finalità e inquadramento normativo
- Art. 2 – Natura dei contratti di sponsorizzazione
- Art. 3 – Ambito di applicazione delle sponsorizzazioni
- Art. 4 – Definizioni
- Art. 5 – Esclusiva generale e speciale
- Art. 6 – Diritto di rifiuto – esclusione
- Art. 7 – Scelta dello sponsor
- Art. 8 – Recepimento di proposte spontanee di sponsorizzazione
- Art. 9 – Affidamento diretto
- Art. 10 – Qualificazioni dello sponsor
- Art. 11 – Contenuti del contratto di sponsorizzazione
- Art. 12 – Aspetti contabili e fiscali
- Art. 13 – Controlli
- Art. 14 – Clausola di salvaguardia
- Art. 15 – Entrata in vigore

## **ARTICOLO 1 – FINALITA' E INQUADRAMENTO NORMATIVO**

1. Il presente regolamento disciplina le procedure relative alla stipula dei contratti di sponsorizzazione, ai quali l'Amministrazione Comunale può ricorrere in attuazione delle disposizioni normative contenute nell' art. 43 della Legge n.449 del 1997 (che si pone quale normativa di principio) e nell'art. 119 del D. Lgs. N. 267/2000 che recepisce le disposizioni di cui all'art.43 sopra citato.
2. Le iniziative di sponsorizzazione, inoltre, devono essere dirette al perseguimento di interessi pubblici, devono escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata e devono determinare una diminuzione delle spese o un aumento delle entrate dell'Amministrazione.
3. Il ricorso alla sponsorizzazione costituisce un'opportunità innovativa di finanziamento delle attività del Comune.
4. I benefici derivanti dalla sponsorizzazione dovranno essere iscritti in Bilancio nella parte entrata e nella parte spesa del centro del Rispettivo Settore ricevente.

## **ARTICOLO 2 – NATURA DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE**

1. Il contratto di sponsorizzazione è un negozio giuridico atipico, a prestazioni corrispettive onerose e con fini di pubblicità, mediante il quale il Comune si obbliga a fornire, nell'ambito di propri progetti o iniziative, prestazioni accessorie di veicolazione del messaggio promo/pubblicitario del soggetto sponsor, il quale a sua volta si obbliga ad una controprestazione in beni, servizi, denaro o altra utilità nella previsione di conseguire un beneficio di immagine.
2. L'Amministrazione può predisporre un piano annuale di sponsorizzazioni.
3. I contratti di sponsorizzazione nelle quali il Comune è parte, possono prevedere, a titolo di corrispettivo dovuto dallo "sponsor":
  - a) *somme di denaro;*
  - b) *forniture di beni, servizi o lavori, acquisiti o realizzati, in tutto o in parte, a cura e spese dello sponsor.*
4. In caso di operazioni permutative, si assume quale controvalore monetario del contratto il valore di mercato della fornitura dei beni, dei servizi o dei lavori, effettuati dallo sponsor.
5. Ove il corrispettivo della sponsorizzazione sia costituito da una somma di denaro, il pagamento avviene, in misura non inferiore al 30%, al momento della sottoscrizione del contratto, ed il saldo entro i termini previsti dal contratto.
6. Se richiesto dal Comune, lo sponsor deve prestare apposita garanzia fideiussoria per il pagamento corrispettivo, costituita mediante fideiussione bancaria o polizza assicurativa, contenente le clausole di cui all'art. 113 comma 2, del D. Lgs. n. 163/2006.

## **ARTICOLO 3 – AMBITO DI APPLICAZIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI**

1. Le sponsorizzazioni possono interessare tutte le iniziative, i progetti e le attività dell'Amministrazione.
2. I contratti di sponsorizzazione potranno riguardare anche progetti di sponsorizzazione il cui veicolo è rappresentato da spazi e immagini riconducibili all'Ente, tra questi:
  - a) sponsorizzazioni sul sito Internet dell'Ente come strumento promozionale (si intende il marchio commerciale di derivazione dello stesso stemma istituzionale, che può essere concesso ad imprese per l'apposizione dello stesso sui propri prodotti o sulle insegne, in abbinamento ai loghi aziendali);
  - b) concessione del marchio dell'Ente come strumento promozionale (si intende il marchio commerciale di derivazione dello stesso stemma istituzionale, che può essere concesso ad imprese per l'apposizione dello stesso sui prodotti o sulle insegne, in abbinamento ai loghi aziendali);



- c) utilizzo, a fini pubblicitari, di spazi all'interno dell'Ente (bacheche, ascensori, sale riunioni ritenute idonee) e spazi presso strutture di proprietà dell'Ente (culturali, impianti sportivi ecc.) esclusa la Sala Consiliare, la Sala della Giunta.
  - d) Utilizzo, a fini pubblicitari, di spazi su documentazione dell'Ente escluso i certificati.
  - e) abbinamenti commerciali (es. abbinamento ad un'azienda di un monumento, di un'isola pedonale, di una fontana, di una pensilina etc.);
  - f) predisposizione di gadget (forniti e venduti dallo sponsor) con l'abbinamento all'Ente, al suo logo etc.;
  - g) altri interventi similari a quelli riportati nei precedenti punti.
- 3.I contratti di sponsorizzazione potranno anche riguardare appalti relativi alla progettazione, direzione lavori, esecuzione e collaudo di opere e lavori pubblici in relazione ai quali si rinvia alle specifiche disposizioni applicabili, contenute D.Lvo 163/2006 (Legge quadro sui lavori pubblici e Codice degli Appalti).

#### **ARTICOLO 4 – DEFINIZIONI**

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
  - a) per “sponsor” il soggetto (persona fisica o giuridica o associazioni) che intende stipulare con l'Amministrazione un contratto di sponsorizzazione;
  - b) per “sponsee” il Comune che stipula con un terzo il contratto di sponsorizzazione;
  - c) per “contratto di sponsorizzazione” il contratto mediante il quale il Comune (sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), la possibilità di diffondere il proprio messaggio pubblicitario o il proprio marchio in appositi e predefiniti spazi;
  - d) per “sponsorizzazione” ogni contributo in beni o servizi, denaro o altra utilità proveniente da terzi allo scopo di promuovere il loro messaggio pubblicitario, al fine di conseguire un beneficio di immagine;
  - e) per “spazio pubblicitario” lo spazio fisico od il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messo a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor.

#### **ARTICOLO 5 – ESCLUSIVA GENERALE E SPECIALE**

1. Il Comune può definire contratti di sponsorizzazione in esclusiva generale o commerciale per reperire maggiori risorse, o per conseguire sponsorizzazioni di miglior profilo qualitativo, previa procedura concorsuale secondo legge.
2. Le ipotesi di esclusiva sono le seguenti:
  - a) esclusiva generale: comportante la conclusione del contratto di sponsorizzazione con un soggetto in veste di sponsor unico del Comune per un determinato periodo di tempo;
  - b) esclusiva commerciale: con conclusione di più contratti di sponsorizzazione con diversi sponsor, ciascuno individuato come controparte unica per una specifica iniziativa, evento, progetto, categoria merceologica o di attività.
3. Ove il Comune intenda concludere contratti di sponsorizzazione in esclusiva generale o commerciale, evidenzia la sussistenza di dette clausole in tutti gli atti preliminari alla conclusione dei contratti. Le clausole di esclusiva devono essere espressamente previste.

#### **ARTICOLO 6 – DIRITTO DI RIFIUTO – ESCLUSIONE**

1. L'amministrazione Comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:
  - a) ritenga possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata, ovvero quando pervenga da coloro che ricoprono cariche politiche all'interno dell'Amministrazione;
  - b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine e alle proprie iniziative;
  - c) la reputi inaccettabile per motivi di interesse pubblico;

- d) la Società o Ente che eroga la sponsorizzazione non rispetti i parametri di eticità e di tutela dei diritti umani universalmente riconosciuti.
- 2) Sono, in ogni caso, escluse le sponsorizzazioni riguardanti:
  - a) propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
  - b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco e alcolici;
  - c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia o qualsiasi forma di discriminazione, pornografia, a sfondo sessuale, medicinali o cure mediche.
- 3) **Sono esclusi dai contratti** di sponsorizzazione i soggetti che:
  - a) non sono in possesso dei requisiti di cui agli articoli 34-38 del D.Lgs n.163/2006;
  - b) si trovano in condizione di incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione;
  - c) non dichiarino di rispettare i principi definiti dalla Risoluzione ONU 2003/16 del 13/08/2003:
    - rispetto degli assetti istituzionali, delle norme giuridiche e delle prassi amministrative, degli interessi pubblici, delle politiche sociali, economiche e culturali, e della trasparenza e correttezza dei comportamenti imprenditoriali e pubblici;
    - diritto di pari opportunità e al trattamento non discriminatorio;
    - diritto alla sicurezza e alla salute della persona;
    - diritti dei lavoratori;
    - obblighi riguardanti la tutela dei consumatori;
    - obblighi riguardanti la protezione dell'ambiente;
  - d) abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria con l'Amministrazione Comunale.

#### **ARTICOLO 7 -SCELTA DELLO SPONSOR**

1. L'affidamento dei contratti di sponsorizzazione avviene nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità.
2. La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura selettiva concorrenziale, con pubblicazione di apposito avviso, salvo quanto previsto dal successivo art. 9.
3. L'avviso è pubblicato all'albo pretorio, sul sito internet del Comune.
4. L'avviso deve indicare almeno:
  - a) l'oggetto della sponsorizzazione;
  - b) i requisiti di partecipazione alla procedura selettiva;
  - c) le modalità ed il termine per la presentazione delle offerte, che non può essere inferiore a 15 gg;
  - d) l'eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale;
  - e) i criteri di valutazione delle offerte;
  - f) l'eventuale importo minimo, a base della procedura selettiva, richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
  - g) l'eventuale diritto di prelazione a norma del successivo articolo 8;
  - h) l'ufficio procedente ed il responsabile del procedimento.
5. Scaduto il termine fissato nell'avviso, si procede alla valutazione delle offerte pervenute nel rispetto dei criteri stabiliti nell'avviso medesimo.
6. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve contenere, fra l'altro:
  - a) le dichiarazioni richieste dall'avviso;
  - b) l'accettazione incondizionata di quanto previsto nell'avviso e nel presente regolamento;
  - c) l'impegno ad assumere tutte le responsabilità ed a farsi carico degli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario, alle relative autorizzazioni, al pagamento di eventuali tributi o canoni.

#### **ARTICOLO 8 – RECEPIMENTO DI PROPOSTE SPONTANEE DI SPONSORIZZAZIONE**

1. Nel caso in cui, da parte di un potenziale sponsor, pervenga al Comune una proposta spontanea di sponsorizzazione, il Dirigente dell'ufficio competente valuta la rispondenza alle prescrizioni del

presente regolamento e, deliberata l'opportunità della proposta da parte della Giunta, predisporre apposito avviso, da pubblicare con le modalità di cui al precedente art. 7, che preveda come importo/prestazione minimo a base di selezione quello offerto dal soggetto promotore nonché il diritto di prelazione a favore dell'originario promotore ai sensi del comma 2 del presente articolo. Alla pubblicazione dell'avviso segue l'espletamento della selezione.

2. Terminata la procedura di selezione, all'originario promotore è riservato, entro un termine prestabilito, il diritto di adeguare la propria proposta a quella giudicata più conveniente dal Comune. In questo caso, il promotore originario è dichiarato aggiudicatario.
3. Tale procedura non si applica nei casi contemplati al successivo art. 9, comma 1 lett. c).

#### **ARTICOLO 9 – AFFIDAMENTO DIRETTO**

1. Si può procedere all'affidamento diretto di contratti sponsorizzazione nei seguenti casi:
  - a) in caso sia stata esperita infruttuosamente la procedura selettiva di cui all'art. 8;
  - b) in casi, adeguatamente motivati, in cui la particolare natura e caratteristiche dell'evento o iniziativa oggetto di sponsorizzazione limitino la trattativa ad un unico determinato soggetto.
  - c) nel caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore a d €. 40.000, 00 ( IVA esclusa)
2. In ogni caso, l'affidamento diretto avviene previa valutazione di congruità da parte del dirigente competente.

#### **ARTICOLO 10 – QUALIFICAZIONE DELLO SPONSOR**

1. Qualora i lavori, i servizi e le forniture siano acquisiti o realizzati a cura dello sponsor, lo stesso, oltre a quanto previsto all'art.6 del presente regolamento, deve essere in possesso dei requisiti di qualificazione per gli esecutori dei contratti pubblici.

#### **ARTICOLO 11 – CONTENUTI DEL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE**

1. Il contratto di sponsorizzazione dovrà contenere:
  - a) l'oggetto del contratto;
  - b) gli obblighi delle parti;
  - c) il valore del corrispettivo della sponsorizzazione;
  - d) la durata del contratto che non può essere superiore ad anni cinque (5), ad eccezione di quelli stipulati in applicazione dell'art 3 punto 3;
  - e) l'eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale;
  - f) i controlli sull'attività dello sponsor;
  - g) la facoltà di recesso da parte del Comune nei casi in cui lo sponsor rechi danno all'immagine del Comune;
  - h) la risoluzione del contratto per inadempimento;
  - i) foro competente per la risoluzione delle controversie;
  - j) la disciplina delle spese contrattuali.

#### **ARTICOLO 12 – ASPETTI CONTABILI E FISCALI**

1. I corrispettivi dei contratti di sponsorizzazione sono previsti in Bilancio e nel PEG, nel rispetto dell'ordinamento finanziario e contabile
2. Le singole fattispecie di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale applicabile.
3. Quando il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione è costituito da forniture di beni o servizi o da lavori da effettuarsi a cura dello sponsor (operazioni permutative), è fatto obbligo di doppia fatturazione, ovvero di fatturazione dello sponsor al Comune del valore del bene, del servizio o del lavoro, soggetto ad IVA, e di fatturazione del Comune allo sponsor di un pari importo, soggetto ad IVA, per l'attività di sponsorizzazione.

### **ARTICOLO 13 – CONTROLLI**

1. Il Settore competente impartisce le opportune prescrizioni in ordine alla esecuzione del contratto di sponsorizzazione e vigila sul suo adempimento.

### **ARTICOLO 14 – CLAUSOLA DI SALVAGUARDIA**

1. Sono fatti salvi, a sanatoria, i contratti di sponsorizzazione conclusi negli anni pregressi.

### **ARTICOLO 15 – ENTRATA IN VIGORE**

1. Per quanto non espressamente previsto dalle norme contenute nel presente regolamento si fa riferimento alla normativa vigente in materia.
2. Il presente Regolamento entrerà in vigore successivamente alla pubblicazione nell'Albo Pretorio.