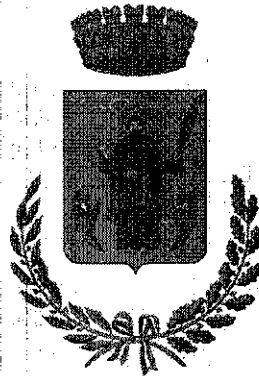


COMUNE DI SAN MARCELLINO

PROVINCIA DI CASERTA



ORIGINALE DI DELIBERAZIONE DEL CONSIGLIO COMUNALE N.49 del 23.12.2014

Oggetto: Modifica ed integrazione del "Regolamento per la disciplina delle attività e la gestione di Sponsorizzazioni" approvato con deliberazione di Consiglio Comunale n.21 del 31 maggio 2007.

L'anno duemilaquattordici il giorno ventitre del mese di Dicembre alle ore 16,30 nel Salone Plesso Scuola Media Statale L. Da Vinci, in sessione ordinaria alla seconda convocazione, partecipata ai Sigg. Consiglieri a norma di legge, con avviso in data 17/12/2014 Prot. n.7203 successivamente con prot.n.7261 in data 19.12.2014, risultano all'appello nominale:

Consiglieri	Presenti
Pasquale Carbone	Si
Filippo Barone	Si
Roberto De Marco	No
Alfonso Santagata	si
Agostino Sabatino	si
Sergio Conte	SI
Francesco Conte	no
Michele Conte	SI
Mario De Santis	si
Giuseppina D'Angiolella	No
Luigi Barone	Si
Michele Della Corte	no
Anacleto Colombiano	no
Luigi De Cristofaro	si
Francesco Dongiacomo	No
Sergio Verdino	no
Carlo Pellegrino	si

Totale presenti 10

Totali assenti 7

Risultato legale il numero degli intervenuti; assume la Presidenza il Dr. Sergio Conte - Presidente
Partecipa il Segretario Generale Dr. Mario Mirabella.

Il Sindaco illustra l'argomento .

IL CONSIGLIO COMUNALE

Vista la proposta di deliberazione in atti , come formulata dagli uffici, avente ad oggetto : "Modifica ed integrazione del Regolamento per la disciplina delle attività e la gestione di sponsorizzazioni " , approvato con deliberazione di Consiglio Comunale n.21 del 31 maggio 2007;

Ritenuta la stessa meritevole di integrale approvazione;

Con n.9 (nove) voti favorevoli e n.1 (uno) contrario (Carlo PELLEGRINO) , resi nei modi e forme di legge;

= D E L I B E R A =

Di approvare la proposta di deliberazione, come formulata dagli uffici, allegata al presente atto per formarne parte integrante e sostanziale del presente atto avente ad oggetto: "Modifica ed integrazione del Regolamento per la disciplina delle attività e la gestione delle sponsorizzazioni " , approvato con deliberazione di consiglio comunale n.21 del 31 maggio 2007 ;

La presente con n.9 (nove) voti favorevoli ed 1 (uno) contrario (Carlo PELLEGRINO) resi nei modi e forme di legge, è dichiarata di immediata eseguibilità;
Del che è verbale letto, confermato, viene come di seguito sottoscritto:

Il PRESIDENTE
Dr. Sergio CONTE

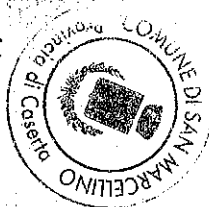
Il Segretario Generale
Dott. Mario Mirabella

Il Sottoscritto Segretario Generale ,visti gli atti d'Ufficio,

ATTESTA

CHE La presente deliberazione:
E' dichiarata immediatamente eseguibile ai sensi dell'art. 134 comma 4, D.lgs. n 267/2000;
E' stata pubblicata all' Albo Pretorio informatico comunale per 15 giorni consecutivi a partire dal 12.01.2015 come prescritto dall'art. 124, comma 1, D.lgs. n. 267/2000 (N. _____ REG. PUB.);

San Marcellino li 12/01/2015



Il Segretario Generale
Dott. Mario Mirabella

ESECUTIVA'

CHE la presente deliberazione è divenuta esecutiva il _____

decorsi 10 giorni dalla data di inizio della pubblicazione (Art. 134, comma 3, D.Lgs n. 267/2000)

San Marcellino, _____

Il Segretario Generale
Dott. Mario Mirabella

Chiarimenti integrativi in merito all'arg. n.4

Sulla base delle indicazioni del Revisore dei Conti in merito all'argomento in discussione, si ritiene di integrare l'art.4 c.1bis del Regolamento in parola con il seguente periodo:

“La valenza delle iniziative che consentono l'accordo di sponsorizzazione, trattandosi di valutazione della qualità e tipologia del prodotto/servizio da pubblicizzare, sarà sottoposta all'approvazione della Giunta Municipale, che autorizzerà il Responsabile dell'Area Affari Generali alla sottoscrizione dell'accordo, sulla base della procedura di cui al c.2 e seguenti. Le somme saranno introitate in apposita risorsa del Titolo III° dell'Entrata di Bilancio, all'uopo inserita nelle previsioni annuali.”



PROPOSTA DI DELIBERAZIONE DEL CONSIGLIO COMUNALE

OGGETTO: Modifica ed integrazione del "**Regolamento per la disciplina delle attività e la gestione di sponsorizzazioni**" approvato con deliberazione di Consiglio Comunale n° 21 del 31 maggio 2007.

SI PROPONE CHE IL CONSIGLIO COMUNALE

Richiamata la deliberazione di Consiglio Comunale n° 21 del 31 maggio 2007 di approvazione del **Regolamento per la disciplina delle attività e la gestione di sponsorizzazioni**, adottato ai sensi dell'art. 119 del del TU. sull'Ordinamento degli Enti Locali, approvato con D. Lgs. 18/8/2000 n.267;

Visto che l'art. 4 (**Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor**) prevede espressamente che "1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura a evidenza pubblica preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso";

Ritenuto necessario integrare l'art. 4 del regolamento suddetto per consentire la partecipazione e contribuzione di sponsor ai progetti che prevedono pubblicazioni editoriali, manifestazioni, fiere, feste patronali, o iniziative di pubblico interesse finanziamenti attraverso una procedura semplificata comunque nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, e, trasparenza;

Tenuto conto che la sponsorizzazione, in virtù delle sue potenzialità, può assumere un ruolo strategico, in quanto strumento innovativo volto al miglioramento dell'azione amministrativa e quale mezzo per il reperimento di risorse per l'amministrazione comunale;

Ritenuto, pertanto integrare l'art. 4 del predetto regolamento introducendo l'art. 1 bis con la seguente formulazione:

1.bis In caso di pubblicazioni editoriali, manifestazioni, fiere, feste patronali, o iniziative che comunque non superino la durata di novanta giorni è ammessa la definizione di accordi di sponsorizzazione, consistenti nella contribuzione in denaro da parte di uno o più sponsor, in cambio della possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale in appositi spazi pubblicitari posti su aree pubbliche comunali o nell'ambito dei veicoli informativi prescelti dal Comune per promuovere le manifestazioni, quali messaggi radiofonici o televisivi, manifesti, striscioni, locandine, giornali

DELIBERI

1. di integrare l'art. 4 del vigente **Regolamento per la disciplina delle attività e la gestione di sponsorizzazioni** approvato con deliberazione di Consiglio Comunale n° 21 del 31 maggio 2007, inserendo l'articolo 1 bis come riportato nell'allegato alla presente deliberazione per farne parte integrante e sostanziale sotto la lettera A;
2. dichiarare l'immediata eseguibilità ai sensi dell'art. 134, ultimo comma, del D. Lgs. n° 267/00, stante l'urgenza di provvedere.

Art. 4 (Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor)

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura a evidenza pubblica preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso.

1.bis In caso di pubblicazioni editoriali, manifestazioni, fiere, feste patronali, o iniziative che comunque non superino la durata di novanta giorni è ammessa la definizione di accordi di sponsorizzazione, consistenti nella contribuzione in denaro da parte di uno o più sponsor, in cambio della possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale in appositi spazi pubblicitari posti su aree pubbliche comunali o nell'ambito dei veicoli informativi prescelti dal Comune per promuovere le manifestazioni, quali messaggi radiofonici o televisivi, manifesti, striscioni, locandine, giornali

2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'Albo Pretorio, inserimento nel sito internet del Comune e/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.

3. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:

a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti del progetto di sponsorizzazione;

b) l'indicazione dello spazio pubblicitario messo a disposizione;

c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.

4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica:

a) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare, oppure la somma offerta quale sponsorizzazione;

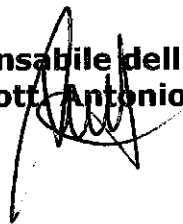
b) l'accettazione delle condizioni previste nel progetto di sponsorizzazione.


5. L'offerta deve, inoltre, contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.

6. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal competente Responsabile dell'Area dell'Amministrazione, nel rispetto dei criteri definiti nel progetto di sponsorizzazione.

7. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal competente Responsabile dell'Area dell'Amministrazione. Con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata la utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel progetto.

**Il Responsabile dell'Area Affari Generali
(Dott. Antonio De Rosa)**



per me non 

Comune di San Marcellino
(Provincia di Caserta)

REGOLAMENTO
PER LA DISCIPLINA DELLE ATTIVITA' E
LA GESTIONE DI SPONSORIZZAZIONI

Approvato con deliberazione del Consiglio Comunale n° 21 del 31.05.2007

Art. 1 (Finalità)

1. Il presente regolamento intende disciplinare, nel rispetto delle disposizioni contenute nell'art. 119 del TU. sull'Ordinamento degli Enti Locali, approvato con D. Lgs. 18/8/2000 n.267, i presupposti, le condizioni, nonché la procedura di sponsorizzazione e conseguente scelta dello sponsor, in materia di eventi culturali, sociali, ricreativi e altro, promossi dall'amministrazione comunale per il perseguimento di finalità di pubblico interesse e nell'osservanza dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza, che regolano l'operato della Pubblica Amministrazione.

Art. 2 (Condizioni)

Il ricorso al contratto di sponsorizzazione oggetto del presente regolamento è ammesso ove sussistano le seguenti condizioni:

- a) il perseguimento di interessi pubblici;
- b) l'esclusione di forme di conflitto di interesse tra attività pubblica e privata;
- c) il conseguimento di risparmi di spesa.

Art. 3 (Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari)

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e associazioni senza fini di lucro per realizzare o acquisire a titolo gratuito interventi, servizi, prestazioni, beni o attività inseriti nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio dell'Ente. Il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di una economia di bilancio totale o parziale, rispetto alla previsione di spesa, in relazione alla totale o parziale acquisizione, senza oneri per l'Ente, del previsto risultato da parte dello sponsor.

Art. 4 (Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor)

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura a evidenza pubblica preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso.

1.bis In caso di pubblicazioni editoriali, manifestazioni, fiere, feste patronali, o iniziative che comunque non superino la durata di novanta giorni è ammessa la definizione di accordi di sponsorizzazione, consistenti nella contribuzione in denaro da parte di uno o più sponsor, in cambio della possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale in appositi spazi pubblicitari posti su aree pubbliche comunali o nell'ambito dei veicoli informativi prescelti dal Comune per promuovere le manifestazioni, quali messaggi radiofonici o televisivi, manifesti, striscioni, locandine, giornali

2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'Albo Pretorio, inserimento nel sito internet del Comune e/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.

3. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:

a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti del progetto di sponsorizzazione;

b) l'indicazione dello spazio pubblicitario messo a disposizione;

c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.

4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica:

a) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare, oppure la somma offerta quale sponsorizzazione;

b) l'accettazione delle condizioni previste nel progetto di sponsorizzazione.

5. L'offerta deve, inoltre, contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.

6. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal competente Responsabile dell'Area dell'Amministrazione, nel rispetto dei criteri definiti nel progetto di sponsorizzazione.

7. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal competente Responsabile dell'Area dell'Amministrazione. Con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata la utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel progetto.

Art. 5 (Esclusioni)

1. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione, oggetto del presente regolamento, quei soggetti privati, ditte, imprese, associazioni o altri organismi che abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria con l'amministrazione comunale o che esercitano attività in situazioni di conflitto di interesse con l'attività pubblica.

Art. 6 (Individuazione delle iniziative)

1. Le iniziative interessate dalla procedura di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate con il PEG. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta può individuare le iniziative interessate dalla sponsorizzazione.

2. 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.

3. Nell'ambito del PEG o della delibera della Giunta saranno anche individuate le somme minime dell'offerta di sponsorizzazione in riferimento agli spazi pubblicitari messi a disposizione. Per ogni iniziativa possono essere previste più sponsorizzazioni e possono essere stipulati più contratti di sponsorizzazione.

Art. 7 (Contratto di sponsorizzazione)

1. Il ricorso, da parte dell'Amministrazione, a forme di sponsorizzazione, in relazione ad attività, interventi o progetti culturali, sociali, ricreativi, sportivi e altro, ad attività di promozione o di valorizzazione del patrimonio dell'Ente, va formalizzata con apposito atto di natura contrattuale, nella forma scritta, nel quale risultano stabiliti:

- a) l'oggetto e le finalità del contratto di sponsorizzazione;
- b) il diritto dello sponsor alla utilizzazione "esclusiva" ovvero "non esclusiva" dello spazio pubblicitario nel corso degli eventi culturali, sociali, ricreativi, sportivi e altro, per i quali sia prevista la sponsorizzazione;
- c) le modalità di promozione, comunicazione e pubblicità, i limiti dello sfruttamento dell'immagine a fini pubblicitari, di eventuali diritti di esclusiva, di eventuali benefits, di modalità di utilizzazione del marchio e di presenza del logo dello sponsor sul materiale di propaganda e di pubblicità;
- d) l'individuazione del pubblico di riferimento per la pubblicizzazione, da parte dello sponsor, degli elementi caratteristici dello sponsor;
- e) la durata del contratto di sponsorizzazione;
- f) gli obblighi assunti rispettivamente dallo sponsor e dall'Amministrazione e le relative sanzioni in caso di inadempimento;
- g) la specificazione degli elementi caratteristici veicolati dall'amministrazione;
- h) il corrispettivo della sponsorizzazione;
- i) le modalità procedurali, le garanzie richieste (fideiussione bancaria, polizza assicurativa) e le responsabilità;
- l) le prescrizioni in materia di controversie, di spese contrattuali e la disciplina della facoltà di recesso.

2. Il contratto dovrà prevedere clausole che in nessun caso pregiudichino o condizionino l'attività dell'Amministrazione.

Art. 8 (Diritto di rifiuto)

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

a) ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;

b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;

c) la reputi inaccettabile per motivi di inopportunità generale.

2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:

a) propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;

b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;

c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

Art. 9 (Versamento dei proventi da sponsorizzazioni)

1. Salvo diverso accordo tra le parti, il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione deve essere eseguito, nella misura del 50%, al momento della sottoscrizione del contratto presso la Tesoreria dell'Ente o utilizzando gli strumenti di pagamento del sistema bancario o postale, e nella misura del restante 50%, a conclusione dell'evento.

Art. 10 (Aspetti fiscali)

1. La sponsorizzazione oggetto del presente regolamento si configura come operazione permutativa e trova quindi applicazione la disciplina sull'Iva secondo le previsioni dell'art. 11 del D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633.

Art. 11 (Verifiche e controlli)

1. Le "sponsorizzazioni" sono soggette a periodiche verifiche da parte del competente Responsabile dell'Area dell'Amministrazione, 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 la eventuale diffida producono gli effetti previsti nel re-contratto di sponsorizzazione.

Art. 12 (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 del D. Lgs. n°196/2003.

Art. 13 (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. 14 (Controversie)

1. Ogni controversia relativa all'interpretazione, esecuzione o risoluzione del contratto è sottoposta al competente Foro di Santa Maria Capua Vetere.

Art. 15 (Norme di rinvio)

1. Per quanto non previsto nel presente regolamento si applica la normativa legislativa vigente.