

LA GIUNTA MUNICIPALE

OGGETTO: PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE, AI SENSI DELL'ART. 43 DELLA LEGGE N. 449 DEL 27.12.1997 E DELL'ART.119 DEL D.LGS.N.267 DEL 18/08/2000-DETERMINAZIONI.

PREMESSO:

- che l'art. 43 della legge n. 449 del 1997 consente a tutte le pubbliche amministrazioni di stipulare contratti di sponsorizzazione con soggetti privati e associazioni senza fini di lucro, al fine di favorire l'innovazione e di realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi;
- che tale possibilità è, inoltre, prevista dalle disposizioni dell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000,

RILEVATO che la disposizione citata prevede che le relative iniziative attuative devono essere dirette al perseguimento di interessi pubblici, devono escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata e devono comportare risparmi di spesa rispetto agli stanziamenti disposti;

RILEVATO, ancora, che l'art. 15, comma 1, lett. d) del CCNL dell'1.4.1999, come sostituito dal comma 4 dell'art. 4, del CCNL del 5.10 2001, prevede che "la quota delle risorse che possono essere destinate al trattamento accessorio del personale" a seguito della applicazione dell'art. 43 della legge n.449/1997 può derivare anche da contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione con soggetti privati ed 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 il conseguimento dei corrispondenti risparmi";

DATO ATTO, pertanto, che una quota dei predetti risparmi può essere destinata ad incrementare le risorse per la incentivazione del personale, mentre la restante parte costituisce economia di bilancio da utilizzare per ulteriori finalità istituzionali;

ATTESO:

- che tra gli interventi per i quali è possibile ed utile verificare la praticabilità di stipulare specifici "contratti di sponsorizzazione" con soggetti privati possono essere ricompresi tutti gli interventi di manutenzione di beni mobili ed immobili, di restauro conservativo di opere d'arte e monumenti, le manifestazioni a carattere culturale, sportivo, educativo, le mostre, i concerti, le fiere e, in generale, ogni iniziativa inerente lavori, beni o servizi a carico del bilancio comunale;
- che attraverso la sponsorizzazione è possibile realizzare, per quanto concerne gli interventi di manutenzione e restauro, un elevato standard conservativo ed un qualificato livello estetico con conseguente incremento del valore del patrimonio dell'amministrazione comunale, mentre, per quel che attiene altri tipi d'intervento, le finalità sono quelle di raggiungere un consistente abbattimento dei costi correnti;
- che in tal modo si persegue un evidente interesse pubblico cui è correlato un notevole risparmio a favore del bilancio comunale;

RITENUTO di dover valutare positivamente la iniziativa di sponsorizzazione che consente:

- a) di salvaguardare e di valorizzare il patrimonio comunale senza oneri per l'ente, e quindi a costo zero; conservando lo stesso patrimonio una utilizzazione e una destinazione pubblica;
- b) di ridurre gli impegni organizzativi ed operativi del competente Servizio che potrà,

GIUNTA COMUNALE ATTO N.RO 97 DEL 30/04/2003

conseguentemente, concentrare i propri impegni sulle altre attività e sugli altri obiettivi di propria competenza;

c) di acquisire consistenti vantaggi di ordine economico per i risparmi derivanti dalla non utilizzazione delle somme già stanziare in bilancio e che possono essere, secondo le disposizioni vigenti, destinate in parte ad incentivi al personale in parte ad ulteriori utilizzazioni istituzionali, come meglio evidenziato nel dispositivo che segue;

CONSIDERATO che, per la applicazione delle predette disposizioni, in guisa da porre le strutture comunali in condizioni di poter procedere alla adozione degli atti propedeutici, appare necessario ed opportuno emanare apposite disposizioni e direttive al riguardo;

per i motivi esposti, a voti unanimi legalmente espressi;

DELIBERA

1. le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione della organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali;

2. il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni previste a carico del bilancio dell'Ente nei capitoli di spesa ordinaria;

3. 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;

4. ai fini di quanto sopra, si intende:

a) per "contratto di sponsorizzazione": un contratto mediante il quale il comune (sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a fornire a titolo gratuito una predeterminata prestazione, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;

b) per "sponsorizzazione": ogni contributo in beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale;

c) per "sponsor": il soggetto privato che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione;

d) per "spazio pubblicitario": lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal comune per la pubblicità dello sponsor;

5. la scelta dello sponsor è effettuata, dal dirigente responsabile del servizio interessato, nelle forme ritenute più opportune, in caso di procedura ad evidenza pubblica, essa è preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso;

6. all'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, inserimento nel sito internet del Comune, eventuale invio alle associazioni di categoria e/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione;

7. l'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:

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

b) l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario;

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

8. 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;
 - b) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato o nel progetto di sponsorizzazione;
9. l'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
- a) per le persone fisiche:
 - l'inesistenza delle condizioni a contrattare con la pubblica amministrazione, di cui agli artt. 120 e seguenti della legge 24.11.1981, n. 689, e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
 - l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
 - l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese);
 - la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - b) per le persone giuridiche:
 - oltre alle autocertificazioni sopra elencate, riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza, deve essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti e l'iscrizione in albi o registri camerali e/o regionali;
10. 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;
11. le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal dirigente del servizio interessato, nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato o nel progetto di sponsorizzazione;
12. il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal dirigente del servizio interessato. Con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" o delle altre forme di pubblicità espressamente indicati nel capitolato o nel progetto di sponsorizzazione;
13. le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati al dirigente, in alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta comunale, su proposta del direttore generale, può formulare indirizzi specifici al dirigente per la attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente;
14. la proposta, per l'avvio della procedura di sponsorizzazione, si articola nella seguente documentazione:
- a) relazione illustrativa;
 - b) avviso di procedura di sponsorizzazione
 - c) programma/progetto, qualora l'intervento dello sponsor non sia limitato a mero contributo;
13. la gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito accordo-contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:
- a) il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario concordato;
 - b) la durata del contratto di sponsorizzazione;
 - c) gli obblighi assunti a carico dello sponsor
 - d) le clausole di tutela.
15. le somme previste nei capitoli interessati alla sponsorizzazione che risultano non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto, sono considerate risparmi di spesa.

16. i risparmi di spesa derivanti da sponsorizzazioni debbono essere utilizzati per le seguenti finalità:

- a) nella misura del 40% sono destinate alla implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del ccnl dell'1.4.1999, come sostituito dall'art.4, comma 4, del ccnl del 05/10/2001;
- b) nella misura del 20% sono destinate alla implementazione del fondo di retribuzione di posizione e di risultato della dirigenza di cui all'art. 26 del ccnl del 23.12.1999;
- c) nella misura del 10% sono destinate al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio;
- d) la restante quota del 30% costituisce economia di bilancio;

17. 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 inopportunità generale.

18. 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;

19. il valore della fatturazione per la "sponsorizzazione" corrisponde all'importo della somma stanziata in bilancio per la specifica iniziativa; la fatturazione può coincidere con l'intero stanziamento o con una quota dello stesso, in relazione alla totale o parziale copertura, mediante sponsorizzazione, dei risultati del capitolo interessato;

20. il valore della fatturazione correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor ("spazio pubblicitario") è pari all'importo dallo stesso corrisposto;

21. 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;

22. le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor; la notifica e la eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione;

23. il progetto di sponsorizzazione, deve contenere le seguenti indicazioni:

- A) gli interventi/iniziative interessati alla sponsorizzazione e il loro importo complessivo;
- B) la possibilità di finanziarli in toto o in parte, specificando, in quest'ultimo caso, l'importo minimo richiesto;
- C) la specificazione del tipo di sponsorizzazione (se di natura prettamente finanziaria o altro);
- D) qualora la sponsorizzazione riguardi specifiche attività da espletarsi da parte dello sponsor, esse debbono essere dettagliatamente indicate;
- E) la durata della sponsorizzazione, qualora non si risolva in un contributo una tantum;

- F) la tipologia, il numero e le specifiche tecniche degli inserti/cartelli/strumenti pubblicitari riconosciuti come contropartita allo sponsor;
- G) la eventuale pubblicizzazione dell'iniziativa dello sponsor sul sito internet del comune e sul giornalino-notiziario comunale;

24. di mandare ai dirigenti/responsabili dei servizi interessati l'adozione di tutti gli atti necessari per l'attuazione della presente deliberazione.