



COMUNE di TRAMUTOLA

Provincia di Potenza

N. PA/00279/2017
Si attesta che il presente atto è stato affisso all'Albo Pretorio on-line dal 06/04/2017 al 21/04/2017

Copia di deliberazione del Consiglio Comunale

Conferma di pubblicazione
Saverio NOTARFRANCESCO

Delibera n: 9	Oggetto: Approvazione Regolamento comunale per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni.
Data 31/03/2017	

L'anno 2017 il giorno nove del mese di febbraio alle ore 19,20 nella sala delle adunanze consiliari del Comune suddetto.

Alla prima convocazione di seduta ordinaria

Che è stata partecipata ai Sigg.ri consiglieri con appositi avvisi scritti, risultano all'appello nominale:

Consiglieri	Presenti	Consiglieri	Presenti
CARILE Francesco	■	ORIOLO Nunzio	■
DI MAURO Michele	■	RIVIELLO Antonio	■
CALANDRIELLO Emiliano	■	SALERA Ugo	■
GIOLINI NICOLA	■	PISANO Roberto	■
MARCONE Alessandro	■		
MERCADANTE Maurizio	■	ASSESSORI COMUNALI ESTERNI	
NICOLETTI Vincenzo	<input type="checkbox"/>	GRIECO Anna Maria	■
PICONE Vincenzo	■	PERRUOLO Angela	■
TAVOLARO Annamaria	■	SACCO Claudio	■

Assegnati N. 13	In carica N. 13	Presenti N. 12	Assenti N. 1
-----------------	-----------------	----------------	--------------

Presiede il Sig. Francesco CARILE nella sua qualità di SINDACO

Partecipa il Segretario Comunale Dr. Gerardo LUONGO

Fra gli assenti sono giustificati (Art. 22 comma 2 dello Statuto Comunale) i signori Consiglieri:

Nicoletti

Sono assenti i seguenti Assessori comunali esterni: Perruolo

La seduta è pubblica.

Nominati scrutatori i sigg.ri: ////

Il Sindaco, riconosciuto legale il numero degli intervenuti, dichiara aperta la discussione sull'argomento in oggetto regolarmente iscritto all'ordine del giorno, premettendo che, sulla proposta della presente deliberazione:

- Il responsabile del servizio interessato, per quanto concerne la regolarità tecnica:
- Il responsabile di ragioneria, per quanto concerne la regolarità contabile:

ai sensi dell'art. 49 comma 1 del T.U. 267/2000, hanno espresso parere favorevole.

Il Sindaco illustra la seguente proposta di deliberazione

PREMESSO che l'Amministrazione comunale per i propri fini istituzionali è promotrice di una serie di attività finalizzate alla realizzazione di eventi culturali, sociali, ricreativi, sportivi, di promozione del territorio ecc...;

PRESO ATTO che sempre di più vengono ridotti i trasferimenti statali/regionali destinati a finanziare le attività istituzionali dell'Ente;

CONSIDERATO CHE:

- in applicazione dell'art. 43 della Legge 27/12/1997 n. 449 e dell'art. 119 del D. Lgs. n. 267/2000, gli Enti locali, in vista del reperimento di risorse, hanno piena facoltà di stipulare contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione, al fine di favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa e di realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi prestati - i contratti di sponsorizzazione e gli accordi di collaborazione si configurano pertanto quali strumenti negoziali sempre più diffusi negli enti locali per reperire risorse e consentire la realizzazione di risparmi di spesa in relazione a progetti, iniziative ed attività dell'amministrazione già programmate;
- la precitata legge 27 dicembre 1997 n. 449, all'art. 43, si limita a prevedere la possibilità per le pubbliche amministrazioni, di stipulare i predetti atti contrattuali, ma non indica alcuna disciplina al riguardo;
- data la atipicità del contratto in questione, occorre comunque ricorrere a procedure che garantiscano il sostanziale rispetto dei principi di efficacia, efficienza trasparenza dell'azione amministrativa i contratti di sponsorizzazione e gli accordi di collaborazione si configurano pertanto quali strumenti negoziali sempre più diffusi negli enti locali per reperire risorse e consentire la realizzazione di risparmi di spesa in relazione a progetti, iniziative ed attività poste in essere dall'Amministrazione;

RILEVATO che l'Amministrazione comunale - in applicazione della vigente normativa - intende sviluppare idonee iniziative per il reperimento di sponsor e la definizione di contratti di sponsorizzazione con soggetti pubblici e privati in occasione di eventi culturali, sociali, ricreativi, sportivi e altro, d'iniziativa diretta della Amministrazione comunale ovvero di soggetti terzi;

CONSIDERATO che i comuni e le province si configurano come "soggetti ideali" per la diffusione

di elementi di pubblicizzazione di nomi aziendali o marchi, tenendo conto delle molteplici possibilità di forme di veicolazione del messaggio e del bacino di diffusione del messaggio pubblicitario;

ATTESO CHE l'art. 43 della Legge 27/12/1997 n. 449 subordina la legittimazione delle pubbliche amministrazioni a stipulare contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione al ricorrere delle seguenti condizioni:

a) perseguimento di interessi pubblici

b) esclusione di conflitti di interesse tra attività pubblica e privata

c) conseguimento di un risparmio di spesa;

RICORDATO che il legislatore nazionale ha disciplinato la materia dei contratti di sponsorizzazione anche con l'art. 19 del Codice degli Appalti, approvato con D. Lgs. 50/2016;

DATO atto che è emersa la necessità di adottare e approvare un apposito Regolamento per disciplinare le attività di sponsorizzazione da parte di terzi e al fine di individuare gli atti e le condizioni necessarie per assicurare all'Ente una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione, nel rispetto delle norme vigenti e dei criteri di efficienza, efficacia ed economicità;

VISTA l'allegata bozza di "Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni" e ritenuto di approvarla;

CONSIDERATO che, nell'elaborazione della proposta si è tenuto conto, in particolare, delle seguenti esigenze:

- sviluppare una disciplina di carattere generale rinviando al bando od all'avviso di volta in volta interessati la determinazione degli aspetti applicativi e di dettaglio;
- rendere flessibili ed ampie le possibilità di recepire proposte di collaborazione da parte di privati
- collegare l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione e/o accordi di collaborazione agli obiettivi della programmazione annuale e pluriennale dell'ente;

DATO ATTO che, dal presente provvedimento, non deriveranno effetti contabili diretti né indiretti consistenti in impegni di spesa o diminuzioni d'entrata;

Chiede ed ottiene la parola il Consigliere Pisano il quale riferisce che sarebbe stato opportuno una preliminare condivisione con la minoranza. Il Consigliere Oriolo evidenzia che i regolamenti vanno condivisi con la partecipazione della minoranza e, pertanto, preannuncia l'astensione del suo gruppo. Il Sindaco, quindi, pone ai voti l'approvazione del regolamento.

IL CONSIGLIO COMUNALE

VISTO il parere favorevole espresso dal Responsabile del Servizio Amministrativo ai sensi dell'art. 49 del D. lgs. n. 267/2000;

VISTO l'art 42 del D. Lgs. n. 267 del 18.08.2000 ;

Preso visione dello schema di regolamento sottopostogli;

Uditi gli interventi del Sindaco e dei Consiglieri Pisano e Oriolo;

Con otto voti favorevoli, espressi in forma palese per alzata di mano, e quattro astenuti (Oriolo, Salera, Riviello e Pisano)

DELIBERA

- 1) di approvare il Regolamento Comunale per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni (allegato sub "A"), costituito da n. 16 articoli;
- 2) di dare atto che il regolamento di cui al precedente punto 1) entrerà in vigore il primo giorno del mese successivo alla data di esecutività della relativa delibera di approvazione.

COMUNE DI TRAMUTOLA

Provincia di Potenza

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Indice

- Art. 1 – Oggetto e finalità
- Art. 2 – Definizioni
- Art. 3 – Individuazione, programmazione e gestione delle sponsorizzazioni
- Art. 4 – Diritto di rifiuto, esclusioni oggettive e soggettive
- Art. 5 – Corrispettivo delle sponsorizzazioni
- Art. 6 – Pagamento del corrispettivo in denaro della sponsorizzazione
- Art. 7 – Scelta dello sponsor
- Art. 8 – Affidamento diretto
- Art. 9 – Qualificazione dello sponsor
- Art. 10 – Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione
- Art. 11 – Sponsorizzazione di lavori, servizi e forniture aventi ad oggetto beni culturali
- Art. 12 – Affidamento del servizio di ricerca dello sponsor
- Art. 13 – Aspetti contabili e fiscali
- Art. 14 – Controlli e verifiche
- Art. 15 - Trattamento dati personali
- Art. 16 – Entrata in vigore

Art. 1 – Oggetto e finalità

1. Il presente Regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione di iniziative organizzate e gestite dal Comune, in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997, nell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000, nell'art. 120 del D.Lgs. 42/2004, nell'art. 19 del D.Lgs. 50/2016, e con riferimento all'art. 1, comma 1-bis, della Legge 241/1990.

2. Le disposizioni del presente Regolamento sono finalizzate a definire una disciplina organica delle iniziative di sponsorizzazione allo scopo di assicurare il rispetto della normativa vigente e i principi di efficienza, trasparenza, buon andamento e imparzialità che regolano l'attività della Pubblica Amministrazione.

3. Per tutto quanto non previsto nel presente regole manto, trova applicazione la normativa prevista in fonti del diritto sovraordinati, con particolare riguardo all'art.19 del D.Lgs. 50/2016.

Art. 2 - Definizioni

1. Ai fini del presente Regolamento, si intende:

a) per "contratto di sponsorizzazione": un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale una parte (sponsor) si obbliga a versare una somma di denaro, a fornire beni o servizi o ad effettuare lavori a favore dell'altra parte (sponsee) la quale garantisce, nell'ambito di propri eventi, iniziative o progetti, la possibilità di pubblicizzare, in appositi spazi, il nome, il marchio, l'immagine, l'attività, prodotti o servizi o simili, ovvero di distribuire prodotti o servizi a titolo promozionale, nei modi previsti dal contratto;

l'obbligazione dello sponsee costituisce obbligazione di mezzi e non di risultato, pertanto essa deve intendersi adempiuta quando vi sia stata la realizzazione dell'evento, iniziativa o progetto dedotto nel contratto, indipendentemente dall'effettivo ritorno di immagine;

b) per "sponsorizzatore" o "sponsor": il soggetto che, al fine di incrementare la notorietà dei propri segni distintivi, stipula il contratto di sponsorizzazione;

c) per "sponsorizzato" o "sponsee": il soggetto che rende la prestazione di mezzi consistente nel mettere a disposizione la possibilità di pubblicizzare i segni distintivi dello sponsor nell'ambito di propri eventi, iniziative o progetti;

d) per "spazio pubblicitario": lo spazio fisico o digitale o qualsiasi altro supporto atto alla veicolazione di informazioni, messo a disposizione dallo sponsor;

e) per "sponsorizzazione di puro finanziamento": il contratto mediante il quale lo sponsor si obbliga a versare esclusivamente una somma di denaro;

f) per "sponsorizzazione tecnica": il contratto mediante il quale lo sponsor si obbliga a fornire beni o servizi o ad effettuare lavori.

2. Ai fini del presente Regolamento, non costituisce sponsorizzazione l'offerta al Comune, a titolo di liberalità, di somme di denaro o di altre utilità, effettuata in occasione di iniziative organizzate dal Comune stesso.

Art. 3 – Individuazione, programmazione e gestione della sponsorizzazioni

1. Le iniziative di sponsorizzazione da offrire ai potenziali sponsor sono, di norma, individuate e programmate dalla Giunta Comunale nell'ambito del Piano Esecutivo di Gestione.

2. Il Comune può stipulare contratti di sponsorizzazione con soggetti privati e pubblici. Possono essere individuate spese ed attività la cui realizzazione è vincolata alla conclusione di contratti di sponsorizzazione.

3. I contratti di sponsorizzazione possono essere attivati sia su iniziativa dell'Amministrazione che su iniziativa di soggetti terzi e il ricorso alle sponsorizzazioni può comunque riguardare tutti i beni, i servizi e le iniziative a carico del bilancio comunale.

Art. 4 – Diritto di rifiuto, esclusioni oggettive e soggettive

1. E' fatto divieto al Comune di stipulare contratti di sponsorizzazione nelle seguenti ipotesi:

- a) quando possa derivare un conflitto di interessi tra l'attività pubblica e quella dello sponsor;
- b) quando l'Amministrazione ravvisi nel messaggio pubblicitario o nei mezzi utilizzati dallo Sponsor un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative/attività;
- c) quando l'Amministrazione reputi la sponsorizzazione inaccettabile per motivi di pubblico interesse.

2. Sono escluse, in ogni caso, le sponsorizzazioni aventi per oggetto:

- a) la propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- b) la pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti superalcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, medicinali o cure mediche, gioco d'azzardo;
- c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, discriminazione, odio o minaccia;
- d) messaggi contrari al decoro o alla morale pubblica.

3. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione i soggetti che:

- a) non sono in possesso dei requisiti di ordine generale necessari per poter contrarre con una Pubblica Amministrazione, di cui all'art. 80 del D.Lgs. 50/2016, per quanto applicabile;

4. L'interessato attesta il possesso dei requisiti di cui al precedente punto 3 mediante dichiarazione sostitutiva ai sensi del D.P.R. 445/2000.

Art. 5 – Corrispettivo delle sponsorizzazioni

1. I contratti di sponsorizzazione nei 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 a cura dello sponsor.

2. 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

Art. 6 – Pagamento del corrispettivo in denaro della sponsorizzazione

1. Ove il corrispettivo della sponsorizzazione sia costituito da una somma di denaro, il pagamento avviene, di norma, almeno nella misura del 60% al momento della conclusione del contratto e nella misura restante entro i 15 giorni successivi alla conclusione dell'iniziativa correlata.

2. Se richiesto dal Comune, lo sponsor deve prestare apposita garanzia fideiussoria per il pagamento del corrispettivo, costituita mediante fideiussione bancaria o polizza assicurativa, come regolamentato dal D. Lgs. 50/2016.

Art. 7 – Scelta dello sponsor

1. Nell'ipotesi di iniziativa dell'Amministrazione Comunale, l'affidamento dei contratti di sponsorizzazione avviene nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità.

2. Il procedimento di scelta dello sponsor è effettuato mediante procedura selettiva concorrenziale, con pubblicazione di apposito avviso. L'avviso pubblico è approvato con determinazione dirigenziale unitamente al capitolato relativo alla sponsorizzazione.

3. L'avviso è pubblicato all'albo pretorio on line e con altre eventuali modalità ritenute di volta in volta le più adeguate in relazione alla specifica procedura, al corrispettivo atteso ed ai potenziali partecipanti.

4. L'avviso deve indicare almeno:

- l'oggetto della sponsorizzazione;
- i requisiti di partecipazione;
- le modalità e il termine per la presentazione delle offerte, che non può essere inferiore a 20 giorni;
- i criteri di valutazione delle offerte;

- l'eventuale importo minimo, a base della procedura selettiva, richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;

- 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. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal Dirigente dell'Ufficio competente nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato. Per la suddetta valutazione ci si potrà avvalere di apposita commissione presieduta dal Dirigente innanzi indicato.

6. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve contenere, fra l'altro:

- le dichiarazioni richieste dall'avviso;

- l'accettazione incondizionata di quanto previsto nell'avviso e nel presente regolamento; 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.

Art. 8 – Affidamento diretto

1. Si può procedere all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazioni nei seguenti casi:

a) in caso sia stata esperita infruttuosamente la procedura selettiva di cui all'art. 7;

b) nel caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore ad € 40.000,00 (IVA esclusa).

Art. 9 – Qualificazione dello sponsor

1. Ai contratti di sponsorizzazione aventi per oggetto i lavori, i servizi o le forniture di cui all'art. 36 del D.Lgs. 50/2016, acquisiti o realizzati a cura e spese dello sponsor per importi superiori a € 40.000,00, si applicano le disposizioni in materia di requisiti di qualificazione dei progettisti e degli esecutori del contratto previsti dal D.Lgs. 50/2016.

Art. 10 – Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione

1. La sponsorizzazione viene regolata da apposito contratto nel quale, in particolare, sono almeno stabiliti:

a) l'oggetto del contratto;

b) gli obblighi delle parti e delle modalità di attuazione della sponsorizzazione;

c) il valore del corrispettivo della sponsorizzazione;

d) la durata del contratto;

e) i controlli sull'attività dello sponsor;

f) diritto di recesso da parte del Comune;

g) la risoluzione del contratto per inadempimento;

h) la competenza del Foro di Potenza, con esclusione tassativa della competenza arbitrale in caso di controversie;

i) la disciplina delle spese contrattuali.

2. Nel contratto deve essere previsto il diritto potestativo del Comune di recedere unilateralmente prima della scadenza, previa tempestiva e formale comunicazione allo sponsor; deve inoltre essere prevista la clausola risolutiva espressa nel caso in cui lo sponsor rechi danno all'immagine del Comune, fermo restando il diritto al risarcimento del danno.

Art. 11 – Sponsorizzazione di lavori, servizi e forniture aventi ad oggetto beni culturali

1. Alle sponsorizzazioni di lavori, servizi e forniture eventi per oggetto beni culturali, si applicano le disposizioni del D. Lgs. 50/2016 e, per quanto con esse compatibili, le norme del presente regolamento.

Art. 12 – Affidamento del servizio di ricerca dello sponsor

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

Art. 13 – Aspetti contabili e fiscali

1. I corrispettivi dei contratti di sponsorizzazione sono previsti in bilancio e nel P.E.G. ad inizio anno, o durante l'anno con variazione, nel rispetto dell'ordinamento finanziario e contabile. I corrispettivi costituiti da proventi di entrata sono contabilizzati tra le entrate; i corrispettivi costituiti da risparmi di spesa sono comunque contabilizzati a bilancio in entrata e in spesa per pari importo, al fine di assicurare il rispetto del principio di integrità del bilancio e la normativa fiscale.

2. Le prestazioni rese ai sensi del presente regolamento generano emissione di fattura e le singole fattispecie di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale applicabile.

3. Il contratto di sponsorizzazione non esonera lo sponsor dall'obbligo di pagamento degli eventuali tributi e/o canoni inerenti le fattispecie poste in essere né è sostitutivo di tale obbligo.

4. Quando il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione è costituito da forniture di beni o servizi o da lavori da effettuare dallo 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.

5. Le spese relative alla stipula del contratto ed alla sua eventuale registrazione, solo in caso d'uso, saranno interamente a carico dello sponsor.

Art. 14 – Controlli e verifiche

1. L'Ufficio procedente impartisce le prescrizioni opportune in ordine all'esecuzione del contratto di sponsorizzazione e vigila sul suo adempimento.

2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo Sponsor.

Art. 15 - Trattamento dati personali

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente Regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste; i soggetti interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti ai sensi del D.Lgs. 196/2003.

2. I dati, trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti degli uffici comunali tenuti all'applicazione del presente regolamento, possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici o privati in relazione alle finalità del regolamento.

Art. 16 – Entrata in vigore

1. Il presente regolamento entra in vigore dopo la conseguita esecutività della deliberazione che lo approva.

Il Sindaco illustra la seguente proposta di deliberazione

IL CONSIGLIO COMUNALE

PREMESSO che l'Amministrazione comunale per i propri fini istituzionali è promotrice di una serie di attività finalizzate alla realizzazione di eventi culturali, sociali, ricreativi, sportivi, di promozione del territorio ecc...;

PRESO ATTO che sempre di più vengono ridotti i trasferimenti statali/regionali destinati a finanziare le attività istituzionali dell'Ente;

CONSIDERATO CHE:

- in applicazione dell'art. 43 della Legge 27/12/1997 n. 449 e dell'art. 119 del D. Lgs. n. 267/2000, gli Enti locali, in vista del reperimento di risorse, hanno piena facoltà di stipulare contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione, al fine di favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa e di realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi prestati - i contratti di sponsorizzazione e gli accordi di collaborazione si configurano pertanto quali strumenti negoziali sempre più diffusi negli enti locali per reperire risorse e consentire la realizzazione di risparmi di spesa in relazione a progetti, iniziative ed attività dell'amministrazione già programmate;
- la precitata legge 27 dicembre 1997 n. 449, all'art. 43, si limita a prevedere la possibilità per le pubbliche amministrazioni, di stipulare i predetti atti contrattuali, ma non indica alcuna disciplina al riguardo;
- data la atipicità del contratto in questione, occorre comunque ricorrere a procedure che garantiscano il sostanziale rispetto dei principi di efficacia, efficienza trasparenza dell'azione amministrativa i contratti di sponsorizzazione e gli accordi di collaborazione si configurano pertanto quali strumenti negoziali sempre più diffusi negli enti locali per reperire risorse e consentire la realizzazione di risparmi di spesa in relazione a progetti, iniziative ed attività poste in essere dall'Amministrazione;

RILEVATO che l'Amministrazione comunale - in applicazione della vigente normativa - intende sviluppare idonee iniziative per il reperimento di sponsor e la definizione di contratti di sponsorizzazione con soggetti pubblici e privati in occasione di eventi culturali, sociali, ricreativi, sportivi e altro, d'iniziativa diretta della Amministrazione comunale ovvero di soggetti terzi;

CONSIDERATO che i comuni e le province si configurano come "soggetti ideali" per la diffusione di elementi di pubblicizzazione di nomi aziendali o marchi, tenendo conto delle molteplici possibilità di forme di veicolazione del messaggio e del bacino di diffusione del messaggio pubblicitario;

ATTESO CHE l'art. 43 della Legge 27/12/1997 n. 449 subordina la legittimazione delle pubbliche amministrazioni a stipulare contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione al ricorrere delle seguenti condizioni:

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

RICORDATO che il legislatore nazionale ha disciplinato la materia dei contratti di sponsorizzazione anche con l'art. 19 del Codice degli Appalti, approvato con D. Lgs. 50/2016;

DATO atto che è emersa la necessità di adottare e approvare un apposito Regolamento per disciplinare le attività di sponsorizzazione da parte di terzi e al fine di individuare gli atti e le condizioni necessarie per assicurare all'Ente una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione, nel rispetto delle norme vigenti e dei criteri di efficienza, efficacia ed economicità;

VISTA l'allegata bozza di "Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni" e ritenuto di approvarla;

CONSIDERATO che, nell'elaborazione della proposta si è tenuto conto, in particolare, delle seguenti esigenze:

- sviluppare una disciplina di carattere generale rinviando al bando od all'avviso di volta in volta interessati la determinazione degli aspetti applicativi e di dettaglio;
- rendere flessibili ed ampie le possibilità di recepire proposte di collaborazione da parte di privati
- collegare l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione e/o accordi di collaborazione agli obiettivi della programmazione annuale e pluriennale dell'ente;

DATO ATTO che, dal presente provvedimento, non deriveranno effetti contabili diretti né indiretti consistenti in impegni di spesa o diminuzioni d'entrata;

VISTO il parere favorevole espresso dal Responsabile del Servizio Amministrativo ai sensi dell'art. 49 del D. lgs. n. 267/2000;

VISTO l'art 42 del D. Lgs. n. 267 del 18.08.2000 ;

PROPONE

- 1) di approvare il Regolamento Comunale per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni (allegato sub "A"), costituito da n. 16 articoli;
- 2) di dare atto che il regolamento di cui al precedente punto 1) entrerà in vigore il primo giorno del mese successivo alla data di esecutività della relativa delibera di approvazione;

Tramutola, lì 21/03/2017

IL SINDACO

Francesco CARIFE

Parere favorevole, per quanto riguarda la regolarità tecnica e la correttezza amministrativa sulla succitata proposta di deliberazione.

Tramutola, lì 22/03/2017

IL RESPONSABILE DEL SERVIZIO AMM/VO

Achille CARAFFA

Il sottoscritto Messo Comunale, visti gli atti di Ufficio

Certifica

Che la presente deliberazione è affissa oggi 06 APR. 2017 all'albo pretorio on line comunale e vi rimarrà pubblicata per quindici giorni consecutivi fino al 21 APR. 2017 come prescritto dall'art. 124 primo comma, del T.U. 267/2000

Dalla residenza municipale, li 06 APR. 2017

Il Messo COMUNALE
F/to: Saverio NOTARFRANCESCO

Il sottoscritto Segretario Comunale, visti gli atti di Ufficio

Certifica

Che la presente deliberazione è divenuta esecutiva il giorno 05 APR. 2017

- Perché dichiarata immediatamente eseguibile (art. 134, comma 4, del T.U. 267/2000)
- Perché decorsi 10 giorni dalla pubblicazione(art. 134, comma 3, del T.U. 267/2000);

Dalla residenza comunale, li 06 APR. 2017

IL SEGRETARIO COMUNALE
F/to: DR. Gerardo LUONGO

E' copia conforme all'originale da servire per uso amministrativo.

Dalla residenza comunale, li 6.4. 2017

IL SEGRETARIO COMUNALE
DR. Gerardo LUONGO

