



Comune Di Latina

SEDUTA DEL CONSIGLIO COMUNALE

Deliberazione n° 35 / 2017 del 25/6/2017

OGGETTO : APPROVAZIONE REGOLAMENTO COMUNALE PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI NELL' AMBITO DELLE COLLABORAZIONI FRA PUBBLICO E PRIVATI

L'anno 2017 il giorno 25 del mese di GIUGNO presso la Sede Comunale,

IL CONSIGLIO

Table with 5 columns: Number, Name, Initials, Number, Name, Initials. Lists council members and their initials.

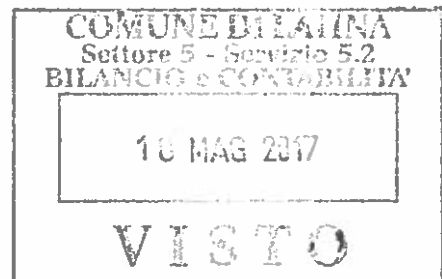
PRESIEDE MASSIMILIANO COLAZINGARI

ASSISTE IRMA COLATA PIZZELLA

ADOTTA

LA SEGUENTE DELIBERAZIONE

ORIGINALE









Comune Di Latina

Proposta di Deliberazione del Consiglio Comunale N° : 356/2017 del 17/05/2017 DIREZIONE GENERALE

OGGETTO: APPROVAZIONE REGOLAMENTO COMUNALE PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI NELL'AMBITO DELLE COLLABORAZIONI FRA PUBBLICO E PRIVATI

| | |
|--|---|
| <p>Per quanto concerne la regolarità TECNICA della presente proposta di deliberazione, ai sensi dell'art. 49 D.Lgs 18.8.2000 n° 267, il sottoscritto esprime parere</p> <p style="text-align: center;">FAVOREVOLE Il Responsabile del Servizio (Firma leggibile)</p> <p style="text-align: center;"></p> <p>Latina, li _____</p> | <p style="text-align: center;">VISTO L'Assessore</p> <p style="text-align: center;"></p> <p>Latina ____/____/____</p> |
| <p>Per quanto concerne la regolarità CONTABILE e l'attestazione della COPERTURA FINANZIARIA della presente proposta di deliberazione, ai sensi dell'Art. 49 D.Lgs 18.8.2000 n° 267:</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Il sottoscritto esprime parere <u>favorevole</u></p> <p><input type="checkbox"/> La presente proposta di deliberazione non necessita di apposizione del parere di regolarità contabile, ai sensi dell'art.49 del D. Lgs.267/2000 in quanto non comporta riflessi diretti o indiretti sulla situazione economico-finanziaria o sul patrimonio dell'Ente.</p> <p>OSSERVAZIONI:</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p style="text-align: center;"></p> <p style="text-align: center;">Il Responsabile del Servizio Programmazione e Bilancio (Firma leggibile)</p> <p style="text-align: center;"></p> <p>Latina, li <u>23-05-2017</u></p> | |



Comune Di Latina

Il Direttore Generale:

Visti:

- l'art. 117, comma 6, della Costituzione della Repubblica italiana, che prevede la potestà regolamentare dei Comuni in ordine alla disciplina dell'organizzazione e dello svolgimento delle funzioni loro attribuite;
- l'art. 7 del D.Lgs. 267 del 18.8.2000, Testo Unico delle Leggi sull'Ordinamento degli Enti locali, che prevede che, nel rispetto dei principi fissati dalla legge e dello Statuto, il Comune adotti regolamenti nelle materie di propria competenza, ed in particolare per l'esercizio delle proprie funzioni;

Visti, altresì:

- l'art. 43 della legge 449/1997 rubricato "*Contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione, convenzioni con soggetti pubblici o privati, contributi dell'utenza per i servizi pubblici non essenziali e misure di incentivazione della produttività*";
- l'art. 119 del D.Lgs. 267/2000 e ss.ii.mm. secondo il quale, al fine di favorire una migliore qualità dei servizi prestati, i comuni stipulare contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione, nonché convenzioni con soggetti pubblici o privati diretti a fornire consulenze o servizi aggiuntivi;
- l'art. 1, comma 1 bis, della Legge 241/1990;
- l'art. 19 del D.Lgs. 50/2016 ad oggetto "Contratti di sponsorizzazione";

Considerato che le norme del vigente Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni, approvato con Deliberazione di Consiglio Comunale n. 22 del 16.04.2014, risultano superate dalle disposizioni introdotte in materia di sponsorizzazione dal Nuovo Codice dei Contratti (D.Lgs. 18.04.2016 n. 50), entrato in vigore dal 19.04.2016;

Considerato che:

- Il ricorso alle sponsorizzazioni costituisce un'opportunità innovativa di finanziamento delle attività del Comune ed è finalizzato a favorire il miglioramento organizzativo e l'ottenimento di proventi di entrata o risparmi di spesa nel perseguimento del pubblico interesse;
- il predetto regolamento si prefigge lo scopo di realizzare le condizioni e gli strumenti normativi necessari per una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione nel rispetto di criteri di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza, e proporzionalità;

Ritenuto pertanto procedere, ai fini del necessario adeguamento allo *jus superveniens*, alla stesura di un nuovo Regolamento comunale in materia di sponsorizzazioni in grado di incentivare il ricorso dei privati a tale istituto;

Esaminato lo schema di Regolamento comunale per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni nell'ambito delle collaborazioni fra pubblico e privati (Allegato A);



Comune Di Latina

Visto il parere espresso dalla Commissione competente CITTA' INI. LE nella seduta del 07/06/17
verbale n. 13;

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

Visto il PEG del Comune di Latina;

Visto lo Statuto comunale

PROPONE DI DELIBERARE

Per le motivazioni espresse in premessa e che qui si intendono integralmente riportate

Di approvare, nel testo allegato alla presente deliberazione (Allegato A), quale parte integrante e sostanziale di essa, il "**Regolamento comunale per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni nell'ambito delle collaborazioni fra pubblico e privati**" che consta di 16 articoli.

Di dare atto che l'approvazione di cui sopra non comporta impegni di spesa a carico del Comune di Latina.

Di dichiarare la presente deliberazione immediatamente eseguibile ai sensi dell'art. 134, comma 4 del D.lgs 267/2000.


(Firma del Segretario/Direttore Generale)

IL CONSIGLIO COMUNALE

- Vista la surriportata proposta di deliberazione;
- Visto il parere favorevole del Segretario-Direttore Generale, Avv. Rosa Iovinella, circa la regolarità tecnica (art. 49 – D.Lgs n.267/2000);
- Visto:
 - il parere favorevole del Dott. Giuseppe Manzi, Responsabile del Servizio Programmazione e Bilancio, circa la regolarità contabile e l'attestazione della copertura finanziaria della presente proposta di deliberazione, che comporta riflessi diretti o indiretti sulla situazione economico-finanziaria o sul patrimonio dell'Ente (art. 49 – D.Lgs n.267/2000);
 - che la presente proposta di deliberazione non necessita di apposizione del parere di regolarità contabile, ai sensi dell'art.49 del D. Lgs.267/2000, in quanto non comporta riflessi diretti o indiretti sulla situazione economico-finanziaria o sul patrimonio dell'Ente;

DELIBERA



Comune Di Latina

- Di approvare la surriportata proposta di deliberazione.
- Di dichiarare la presente Deliberazione immediatamente eseguibile ai sensi dell'art. 134, comma 4 del D.lgs 267/2000.

Letto, confermato e sottoscritto.

LA SEGRETARIA GENERALE
IL VICE-SEGRETARIO GENERALE
Avv. Immacolata Pizzella

IL PRESIDENTE



Comune Di Latina

RELAZIONE DI PUBBLICAZIONE

Si attesta che la presente deliberazione è stata pubblicata all'Albo Pretorio informatico dal _____ e vi resterà per quindici giorni consecutivi, come previsto dall'articolo 124, comma 1 del D.Lgs n. 267/2000 e 32 della Legge 69/2009.

Il Responsabile del procedimento

ATTESTATO DI COMPIUTA PUBBLICAZIONE

Si attesta che la presente deliberazione è stata pubblicata all'Albo Pretorio informatico dal _____ al _____ con il numero _____ di registro di repertorio.

Il Responsabile del procedimento



COMUNE DI LATINA
Segreteria/Direzione Generale

**REGOLAMENTO COMUNALE PER
LA DISCIPLINA E LA GESTIONE
DELLE SPONSORIZZAZIONI
NELL'AMBITO DELLE
COLLABORAZIONI FRA PUBBLICO E
PRIVATI**

Comune di Latina
Allegato alla delibera di
n. 35 del 15/6/2017 CC
IL VICE-SEGRETARIO GENERALE
Avv. Immacolata Pizzella

ART. 1 - OGGETTO E FINALITÀ

1. Il presente regolamento disciplina la possibilità di sponsorizzazione da parte di terzi di iniziative promosse, organizzate o gestite dal Comune di Latina, nel rispetto delle disposizioni contenute nell'art. 43 della Legge 449/1997, nell'art. 119 del T.U.E.L., approvato con D.Lgs n. 267/2000 e ss.mm.ii., nell'art. 19 del Codice dei Contratti Pubblici approvato con D.Lgs n. 50/2016 e ss.mm.ii. e con riferimento all'art. 1, comma 1-bis, della L.241/90.

2. Il presente regolamento si prefigge lo scopo di realizzare le condizioni e gli strumenti normativi necessari per una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione nel rispetto dei criteri di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza, e proporzionalità.

3. Il ricorso alle sponsorizzazioni costituisce un'opportunità innovativa di finanziamento delle attività del Comune ed è finalizzato a favorire il miglioramento organizzativo e l'ottenimento di proventi di entrata o risparmi di spesa nel perseguimento del pubblico interesse.

ART. 2 - DEFINIZIONI

1. Ai fini del presente regolamento si intende:

- a. per "**contratto di sponsorizzazione**" (di seguito denominato "contratto") un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale l'Amministrazione Comunale (sponsee) offre, nell'ambito di proprie iniziative culturali, sportive, sociali, ricreative ed altro, ad un terzo soggetto (sponsor) che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo in denaro o a fornire una predeterminata prestazione, diretta o indiretta, a titolo gratuito, la possibilità di pubblicizzare, in appositi e predeterminati spazi, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, i servizi e simili nei modi previsti dal contratto;
- b. per "**sponsorizzazione**" ogni corrispettivo in denaro, ovvero ogni prestazione (in beni materiali e/o in servizi, forniture o lavori) diretta o indiretta, proveniente da terzi allo scopo di promuovere il proprio nome, marchio, attività, i propri prodotti, servizi e simili ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio d'immagine;
- c. per "**sponsor**" ai sensi dell'art. 119 del T.U. approvato con D. Lgs. 18.8.2000, n. 267, il soggetto privato (persona fisica o giuridica), l'associazione senza fini di lucro o il soggetto pubblico che intenda stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune di Latina;
- d. per "**sponsorizzato**" o "**sponsee**" si intende il Comune di Latina;
- e. per "**spazio pubblicitario**" lo spazio fisico, digitale o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messo a disposizione dal Comune di Latina per la pubblicità dello sponsor.

ART. 3 - CONDIZIONI

1. 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 un corrispettivo in denaro ovvero un risparmio di spesa nella realizzazione di un'iniziativa di pubblico interesse o nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati al dirigente o responsabile del servizio.

2. L'Amministrazione Comunale può comunque acquisire beni e servizi a titolo gratuito, ancorché non specificatamente previsti nei capitoli di spesa ordinari. In tal caso non si fa luogo alla ripartizione dei proventi di cui al successivo art. 11.

3. Per iniziative di sponsorizzazioni che comprendano come controprestazione dell'ente anche la concessione di particolari servizi e/o il trasferimento di immobili, il contratto di sponsorizzazione potrà lo stesso essere attivato comprendendo la concessione di servizi con flussi di cassa e/o il trasferimento di immobili purché ricorrano i presupposti di efficacia, economicità ed efficienza a vantaggio dell'amministrazione comunale, valutati e motivati dal dirigente responsabile, ai sensi dell'art. 43, comma 2, della legge n.449/1997.

ART. 4 - PROCEDURE DI SELEZIONE DELLO SPONSOR

1. La ricerca dello sponsor per il finanziamento di eventi con iniziativa da parte dell'Amministrazione è effettuata secondo la procedura di cui all'art. 19 del D.Lgs. n. 50/2016 e s.m.i., che prevede la distinzione procedurale fra:

- a) Contratti di sponsorizzazioni di importo superiore a € 40.000
- b) Contratti di sponsorizzazione di importo inferiore a € 40.000

2. Nel caso di sponsorizzazioni per importi inferiori a € 40.000 la trasparenza e la concorrenza è sono realizzate dalla pubblicazione di apposito avviso all'Albo Pretorio per almeno 10 gg;

3. Per i soli contratti di sponsorizzazione di importo pari o superiore a € 40.000, è predisposto un avviso di selezione pubblicato sul sito internet della stazione appaltante per almeno 30 gg, con il quale si rende nota la ricerca di sponsor per specifici interventi ovvero si comunica l'avvenuto ricevimento di una proposta di sponsorizzazione, indicando sinteticamente il contenuto del contratto proposto.

4. L'avviso, nelle fattispecie di cui al precedente comma 3, reca in generale:

- l'indicazione dell'attività, progetto o iniziativa oggetto di sponsorizzazione;
- l'esatta determinazione dello spazio pubblicitario utilizzabile e la durata della pubblicità;
- le modalità e i termini per la presentazione dell'offerta;
- l'importo minimo richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
- altre particolari richieste per la positiva riuscita dell'iniziativa.

5. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve indicare almeno:

- l'attività, il progetto o l'iniziativa che si intende pubblicizzare;
- il corrispettivo della sponsorizzazione.

L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti dichiarazioni, redatte ai sensi della vigente normativa e sottoscritte dal soggetto munito dei relativi poteri di rappresentanza attestanti:

⇒ per i soggetti privati (persone fisiche e giuridiche)

a) l'inesistenza della condizione di incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;

b) l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;

- c) l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se impresa);
 - d) l'inesistenza di una delle cause di esclusione di cui all'articolo 6.
- ⇒ per i soggetti pubblici
- a) Il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.
- In ogni caso lo sponsor deve possedere i requisiti di ordine generale di cui all'art. 80 del d.lgs. 50/2016.

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. I soggetti proponenti, sia pubblici che privati, devono altresì documentare se richiesta dall'Amministrazione, anche attraverso l'autocertificazione, la rispondenza della loro attività complessiva ai requisiti e ai criteri etici di cui all'art. 7 del presente regolamento.
6. Trascorso il periodo di pubblicizzazione, il contratto può essere liberamente negoziato, purché nel rispetto del principio di imparzialità e parità di trattamento fra gli operatori che abbiano manifestato interesse, fermo restando il rispetto dell'art. 80 del D. Lgs. 50/2016.
7. Ove pervengano più offerte, conclusa l'istruttoria secondo le condizioni elencate negli articoli precedenti, viene approvata, con apposito atto dirigenziale, la relativa graduatoria.
8. La graduatoria è formata in ragione della maggiore utilità economica per il Comune o sulla base dei punteggi attribuiti in ragione dei criteri qualitativo - economici fissati nell'avviso (valore economico, convenienza dell'Amministrazione ad acquisire lo sponsor nelle proprie disponibilità, fiducia ed immagine dello sponsor per gli effetti di ritorno della pubblicizzazione dell'evento, eventuali servizi aggiuntivi e simili).

ART. 5 – RECEPIMENTO DI PROPOSTE SPONTANEE DI SPONSORIZZAZIONE

1. Ove pervenga all'Amministrazione, da parte di un soggetto sponsor promotore, una proposta di sponsorizzazione di iniziativa finalizzata ad un determinato evento, riconducibile a lavori, forniture e servizi di importo pari o superiore a 40.000 euro, il Dirigente responsabile del Servizio competente per materia, valutandone l'opportunità e la rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento, predispone apposito avviso pubblico che preveda come importo minimo richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione quello fissato dal soggetto proponente.
2. L'avviso manifesta l'intento dell'Amministrazione di procedere al reperimento di sponsorizzazioni finalizzate al finanziamento dell'evento a migliori condizioni. Alla scadenza dei termini fissati nell' avviso, pubblicato sul sito per un arco temporale non inferiore a 30 gg., il Dirigente del Servizio competente procederà, tramite selezione delle proposte pervenute, alla individuazione dell'aggiudicatario, sulla base di criteri che tengano conto di elementi qualitativi, oltre che del prezzo. L'originario soggetto promotore potrà adeguare la propria proposta a quella giudicata dall'Amministrazione più conveniente. In questo caso, il promotore risulterà aggiudicatario con diritto di prelazione della sponsorizzazione. Nel caso non pervengano offerte entro il termine fissato, si procede alla stipula del contratto di sponsorizzazione con il soggetto promotore.
3. Per i contratti di sponsorizzazioni su proposte spontanee riconducibili a lavori, forniture e servizi di importi inferiori a 40.000 euro, l'affidamento può avvenire direttamente, mediante

determinazione dirigenziale, a seguito di trattativa privata e previa valutazione della convenienza dell'offerta per l'Amministrazione comunale.

ART. 6 - ESCLUSIONI

1. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione, oggetto del presente regolamento, tutti i soggetti che non sono in possesso dei requisiti di cui all'art. 80 del D.Lgs. n. 50/2016, nonché 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 esercitino attività in situazioni di conflitto di interesse con l'attività pubblica.

ART.7 - FACOLTA' DI RIFIUTO DI SPONSORIZZAZIONI INACCETTABILI

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

- a) ritenga possa derivare un conflitto di interesse fra l'attività pubblica e quella privata;
- b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle sue iniziative o attività;
- c) ritenga opportuno effettuare ulteriori verifiche, a seguito di segnalazione di opportunità generale, avanzata da cittadini o da altri organi interni dell'Amministrazione Comunale.

2. Sono in ogni caso escluse, oltre alle sponsorizzazioni aventi ad oggetto pubblicità e/o propaganda di natura politica, sindacale, filosofica e religiosa, quelle di diffusione di messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia nonché quelle di promozione di tabacco e prodotti alcolici.

3. Sono esclusi i soggetti che nell'esercizio delle proprie attività non rispettino i principi come definiti dalla Risoluzione 2003/16 della Sottocommissione delle Nazioni Unite sulla Promozione e Protezione dei Diritti Umani del 13 Agosto 2003 e dalle legislazioni internazionali e nazionali vigenti, e in particolare per il mancato rispetto:

- a) del diritto pari opportunità e a trattamento non discriminatorio (con speciale attenzione alle donne, alle popolazioni indigene e alle minoranze etniche);
- b) del diritto alla sicurezza e alla salute delle persone;
- c) dei diritti dei lavoratori (inclusi specificamente l'esclusione del lavoro forzato, del lavoro minorile, di salari inferiori ai redditi reali di sussistenza e del mancato rispetto delle legislazioni locali di tutela);
- d) degli assetti istituzionali; delle norme giuridiche e delle prassi amministrative, anche consuetudinari e degli interessi pubblici;
- e) delle politiche sociali, economiche e culturali, della trasparenza e correttezza, dei comportamenti imprenditoriali e pubblici, con particolare riferimento al divieto di pratiche corruttive; delle autorità pubbliche degli Stati in cui i predetti soggetti operano;
- f) degli obblighi riguardanti la tutela dei consumatori (specie in relazione alla qualità e sicurezza dei prodotti, alla trasparenza di etichette e prezzi, alla pubblicità ingannevole, a politiche di dumping, all'impiego di prodotti e processi basati su mutazioni genetiche non sicure ai sensi della vigente normativa);
- g) degli obblighi riguardanti la protezione dell'ambiente (specie in relazione ai danni o minacce alla biodiversità, a processi industriali causa di effetto serra e distruzione della fascia di ozono, alla distruzione di risorse naturali e a tutti gli inquinamenti chimici).

4. Sono escluse le imprese a qualunque titolo coinvolte nella produzione, nella commercializzazione, finanziamento e intermediazione di armi di qualunque tipo (compresi i sistemi elettronici e le sostanze chimiche, biologiche e nucleari). Sono inoltre esclusi soggetti, imprese, prodotti che siano stati fornitori o sostenitori di eventi bellici.
5. E' comunque esclusa la possibilità di inserire messaggi pubblicitari di qualsiasi tipo negli atti amministrativi.
6. La valutazione del mancato rispetto dei suddetti principi è compiuta sulla base di accertamenti recati da sentenze, decisioni, risoluzioni, inchieste, rapporti o altri atti ufficiali di autorità nazionali o internazionali.

ART. 8 - 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'Amministrazione Comunale, 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 della platea/pubblico di riferimento per la pubblicizzazione, da parte dello Sponsor, degli elementi caratteristici dello sponsor stesso;
- e) la durata del contratto di sponsorizzazione (se il contratto non riguarda un singolo evento o manifestazione ma si riferisce ad un'attività del soggetto sponsorizzato, continuata nel tempo, il contratto deve essere qualificato "di durata" ed in particolare come contratto ad esecuzione continuata);
- 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:
 - o il corrispettivo della sponsorizzazione;
 - o le modalità procedurali, le garanzie richieste (fideiussione bancaria, polizza assicurativa) e le responsabilità;
 - o le prescrizioni in materia di controversie, di spese contrattuali e, soprattutto, privilegiando la disciplina della facoltà di recesso reciproca senza ricorso al contenzioso.

ART. 9 - VERSAMENTO DEI PROVENTI DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. Fatta esclusione dei casi di cui al successivo comma 2 e salvo diverso accordo tra le parti, il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione è eseguito di norma, nella misura del 30%, al momento della sottoscrizione del contratto e nella misura del restante 70%, il giorno in cui ha inizio l'evento.

2. A garanzia di detto importo e nel caso di contratti di lungo periodo, quale condizione essenziale per procedere alla formalizzazione dei rapporti di sponsorizzazione, allo Sponsor potrà essere richiesta la costituzione, sempre al momento della sottoscrizione del contratto, di apposita polizza fidejussoria, a favore dell'Amministrazione Comunale.

3. Nei casi in cui il contratto preveda il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione a soggetto "terzo", lo sponsor dovrà provvedere a pagare direttamente il fornitore, di norma con le medesime modalità previste nel precedente comma 1, previo nulla osta della Amministrazione Comunale. Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza, ipso iure, del contratto, fatto salvo il diritto di rivalsa da parte dell'Amministrazione comunale sulle garanzie prestate dallo sponsor qualora previste nel contratto di sponsorizzazione.

ART. 10 - ASPETTI FISCALI

1. Il valore della fatturazione per la sponsorizzazione corrisponde all'importo della somma direttamente erogata ovvero corrispondente al valore dei beni e/o servizi forniti dallo sponsor ovvero stanziata per la specifica iniziativa. Se correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor (spazio pubblicitario) è pari all'importo specificato al paragrafo precedente.

2. Nel caso contemplato al comma 3 dell'art. 9 del presente regolamento, gli aspetti fiscali saranno regolati tra lo sponsor e il soggetto terzo.

3. 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 e s.m.i.

ART. 11 - UTILIZZO DEI RISPARMI DI SPESA DERIVANTI DALLE SPONSORIZZAZIONI

1. Le somme previste nei capitoli interessati alla sponsorizzazione che risultano non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto, sono considerate risparmi di spesa.

2. I risparmi di spesa di cui al comma 1 possono essere utilizzati per diverse finalità, tra le quali:

a) per economia di bilancio per non meno del 50%;

b) della restante percentuale del 50% il dirigente, con determina iniziale di avvio della sponsorizzazione, potrà destinare le somme disponibili:

- Per l'incentivazione del personale dipendente partecipante all'iniziativa, mediante l'implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art.15 del CCNL dell'1.4.1999;

- Per l'implementazione complessiva del fondo per la retribuzione di risultato della dirigenza e/o degli incaricati di posizioni organizzative;

- Per iniziative culturali o progetti-bandiera individuati dall'Amministrazione Comunale;

- Per attrezzature e necessità varie del settore o servizio attore della sponsorizzazione;

3. La scelta sulla ripartizione dei risparmi di spesa dovrà essere definita dal dirigente in sede di avvio della procedura di sponsorizzazione stabilendo, inoltre, ruoli e responsabilità del

personale impegnato nell'iniziativa. Per sponsorizzazioni di impegno finanziario rilevante il dirigente può richiedere alla Giunta Municipale un atto di indirizzo per regolare l'attività gestionale.

4. In caso di affidamento a terzi della ricerca dello sponsor o nell'ipotesi di utilizzazione di prestazioni professionali esterne di supporto ed affiancamento al personale dell'ente, il corrispettivo da riconoscere dovrà essere previsto nell'ambito del precedente comma 2, punto b).

7. In caso di incentivazione del personale dipendente, la ripartizione agli interessati dei proventi di incentivazione assegnati sarà effettuata sulla base della determinazione finale di conclusione dell'iniziativa della sponsorizzazione da parte del dirigente interessato.

ART. 12 - INIZIATIVE DI ALTRE ORGANIZZAZIONI

1. Le organizzazioni no-profit del Comune di Latina hanno facoltà di reperire sponsor, secondo quanto previsto dal presente regolamento, limitatamente ad eventi culturali, sociali, ricreativi, sportivi e altro di carattere strettamente locale. Per tali sponsorizzazioni si potrà procedere secondo quanto previsto nel presente regolamento.

ART. 13 - VERIFICHE E CONTROLLI

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a verifiche da parte 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 sono tempestivamente notificate allo Sponsor; la notifica e la eventuale diffida producono gli effetti previsti specificatamente nel relativo contratto di sponsorizzazione.

ART. 14 – SPONSORIZZAZIONE DI LAVORI, SERVIZI, FORNITURE

1. Nel caso in cui lo sponsor intenda realizzare lavori, prestare servizi o forniture direttamente a sue cure e spese, resta fermo il principio di verificare il possesso dei requisiti degli esecutori, nel rispetto dei principi e dei limiti europei in materia e non trovano applicazione le disposizioni nazionali e regionali in materia di contratti pubblici di lavori, servizi e forniture, ad eccezione di quelle sulla qualificazione dei progettisti e degli esecutori. La stazione appaltante impartisce opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere o forniture e alla direzione dei lavori e collaudo degli stessi.
2. Nei contratti aventi ad oggetto servizi di ingegneria e architettura l'Amministrazione non può prevedere quale corrispettivo forme di sponsorizzazione ad eccezione dei contratti relativi ai beni culturali, di cui all'articolo che segue.

ART. 15 – SPONSORIZZAZIONE INERENTI BENI CULTURALI

3. Ai contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi e forniture aventi ad oggetto beni culturali si applicano le disposizioni contenute nell'art. 151 del D.Lgs. 50/2016 e s.m.i .

4. I predetti contratti di sponsorizzazione inerenti beni culturali sono preventivamente sottoposti alla Soprintendenza competente, in relazione alla tipologia dell'intervento, al fine di ottenere i nulla osta o gli atti di assenso richiesti e di assicurare che l'esposizione pubblicitaria sia effettuata in forme compatibili con il carattere artistico e/o storico, l'aspetto e il decoro del bene.

ART. 16 – PROGRAMMA DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. Annualmente, unitamente al piano esecutivo di gestione, la giunta approva il programma delle sponsorizzazioni, in cui sono individuate le iniziative di sponsorizzazioni che si intende realizzare e quantificati gli importi.
2. I dirigenti propongono il programma, nell'ambito delle rispettive competenze. La realizzazione del programma costituisce obiettivo di Peg.
3. Il programma è pubblicato all'albo pretorio per almeno 30 gg. e costituisce impulso alla presentazione delle proposte. Possono essere presentate e valutate anche proposte di sponsorizzazioni non inserite nel programma.
4. La Giunta comunale può formulare ulteriori e specifici indirizzi al dirigente o responsabile del servizio per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base al presente regolamento.
5. In ogni caso le iniziative di sponsorizzazione possono essere adottate dal dirigente del servizio ogni qualvolta se ne presenti l'opportunità, in conformità alle finalità e competenze proprie dell'Ente comunale.
6. I dirigenti, nell'ambito della propria competenza, predispongono i progetti operativi delle iniziative di sponsorizzazione e adottano gli atti di gestione necessari al raggiungimento degli obiettivi amministrativi.

ART. 17 - CONTROVERSIE

1. Ogni controversia relativa all'interpretazione, esecuzione o risoluzione del contratto e se non composta da risoluzione consensuale, è sottoposta al competente Foro di Latina.

ART. 18 - NORME DI CHIUSURA

1. Il presente regolamento abroga la disciplina regolamentare anteriore in materia di sponsorizzazioni.



Comune Di Latina

SEDUTA DEL CONSIGLIO COMUNALE

DELIBERAZIONE N. 35 del 15.06.2017

Proposta di deliberazione n. 356/2017 del 17.05.2017 ad oggetto: *“Approvazione Regolamento comunale per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni nell’ambito delle collaborazioni fra pubblico e privati”*.

Presiede: il Presidente del Consiglio Massimiliano Colazingari.

Assiste il Vice Segretario Generale: avv. Immacolata Pizzella.

L’esito della votazione, avvenuta per alzata di mano, accertato e proclamato dal Presidente del Consiglio, è il seguente:

- FAVOREVOLI n. 18** (Sindaco, Colazingari Massimiliano, Bellini Dario, Leotta Antonino, Mattei Celestina, Isotton Loretta Angelina, D’Achille Fabio, Aramini Marina, Perazzotti Laura, Lendaro Eugenio, Antoci Salvatore, Tassi Olivier, Mobili Luisa, Coletta Ernesto, Giri Francesco, Di Russo Emanuela, Grenga Chiara, Capuccio Marco);
- CONTRARI n. 6** (Carnevale Massimiliano, Zuliani Nicoletta, Calvi Alessandro, Ialongo Giorgio, Miele Giovanna, Calandrini Nicola, Tiero, Raimondo)
- ASTENUTI n. 3** (Celentano Matilde Eleonora, Marchiella Andrea, Adinolfi Matteo);
- ASSENTI n. 5** (Di Trento Massimo, Ciolfi Maria Grazia, Campagna Valeria, Forte Enrico Maria, Coluzzi Matteo).

La proposta di deliberazione è approvata ed assume il n. 35.

Il Presidente del Consiglio, passa poi alla votazione dell’immediata eseguibilità che viene approvata all’unanimità.

Il Vice Segretario Generale
Immacolata Pizzella

Il Presidente del Consiglio
Massimiliano Colazingari

