

COMUNE DI VILLAFRANCA TIRRENA
PROVINCIA DI MESSINA

n. 10830 di prot.

n. 33 Reg. Del.

DELIBERAZIONE ORIGINALE DI CONSIGLIO COMUNALE

OGGETTO: Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni.

L'anno duemiladue, il giorno ventinove del mese di Luglio, alle ore 19,00 e segg., nell'Aula Consiliare del Palazzo Municipale:
convocato il Consiglio ed invitati i consiglieri con avviso notificato ai sensi dell'art.48 della L.R. 16/1963, giusto referto del messo comunale, il medesimo si è riunito.

Procedutosi all'appello, risultano:

	Consiglieri		Presenti	Assenti
1	Merlino	Pietro	P	
2	Crisafi	Antonino	P	
3	Cavallaro	Antonino G.	P	
4	Anastasi	Giuseppe	P	
5	Lamberto	Romano	P	
6	Ramuglia	Riccardo	P	
7	Villari	Giacomo	P	
8	Crinò	Carmelo	P	
9	Rizzo	Maria	P	
10	D'Angelo	Alberto		A
11	Battaglia	Domenico		A
12	Costa	G. Tito	P	
13	Giacobbe	Francesco	P	
14	Santangelo	Domenico		A
15	Capri	Ferdinando	P	

Presenti: 12 Assenti: 3

Dei non intervenuti giustifica l'assenza: Battaglia e Santangelo

Constatato che il numero dei presenti è legale, Pietro Merlino, Presidente del Consiglio, assume la presidenza e dichiara aperta la seduta, alla quale partecipa il Segretario Generale Angiola Cutrona.

Ad unanimità vengono nominati scrutatori i consiglieri: Villari, Crisafi e Costa.

Ai sensi dell'art. 19 della L.R. n. 7/1992, partecipa alla seduta il Sindaco Pietro G. La Tona e gli Assessori Giacobbe, De Marco, Ammendolia, Russo, Coppini e Costagorgiano.

IL PRESIDENTE

previa lettura, pone in discussione l'allegata proposta di deliberazione con la quale si invita il Consiglio ad approvare il regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni facendo presente che su di esso sono stati depositati due emendamenti a firma del consigliere Anastasi, capo gruppo di Maggioranza. Gli stessi, muniti del parere di regolarità tecnica, si allegano al presente atto.

Il Consigliere di minoranza Costa reputa la proposta poco chiara e il regolamento piuttosto vago. Relativamente all'articolo 5 di quest'ultimo, vista la peculiarità dell'argomento, ritiene che debba essere il Consiglio anziché la Giunta a formulare indirizzi specifici al Dirigente per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione.

Il Segretario Generale precisa che il Consiglio non ha competenza in merito e che l'emendamento formulato sarebbe illegittimo.

Il consigliere Costa prosegue il suo intervento proponendo di cassare il 2° comma dell'articolo 12 perché, a suo giudizio, deve essere il Comune a gestire direttamente le sponsorizzazioni ed aggiunge che è necessario valutarne attentamente il contenuto e, se necessario, limitarne il numero.

Il consigliere Anastasi ritiene utile non porre alcun limite per quanto riguarda il numero delle sponsorizzazioni ed inoltre ritiene basilare per il Comune potere affidare ad agenzia specializzata l'incarico di reperire sponsor.

Prende la parola il Sindaco, spiegando che le motivazioni di base che hanno indotto a presentare all'esame del Consiglio il presente regolamento derivano dalla necessità di impinguare le casse comunali, in atto estremamente povere. - Eventuali sponsorizzazioni - aggiunge - possono contribuire a rinvigorirle -

Assicura, inoltre, il consigliere Costa che verranno accettate esclusivamente sponsorizzazioni consone e nel rispetto del buon gusto.

A questo punto, su disposizione del Presidente, la seduta è sospesa per una breve pausa per permettere al Gruppo di Minoranza di formalizzare l'emendamento del consigliere Costa.

Alla ripresa dei lavori vengono posti in votazione gli emendamenti presentati dal consigliere Anastasi che vengono accolti all'unanimità e successivamente l'emendamento di cassare il comma 2 dell'articolo 12, presentato dal consigliere Costa, sul quale il Responsabile del 4° Settore, ha espresso il parere favorevole.

Lo stesso viene respinto con 9 voti contrari e 3 favorevoli (Costa, Capri e Giacobbe).

Si passa, di seguito, alla votazione del regolamento emendato e dato atto che si astengono dalla votazione i consiglieri Costa, Capri e Giacobbe, viene approvato all'unanimità.

IL CONSIGLIO COMUNALE

VISTA la proposta di deliberazione, corredata dei prescritti pareri espressi ai sensi dell'art.53 della Legge 142/90, recepito dalla L.R. 48/91 ed allegata al presente atto per farne parte integrante;

SENTITI gli interventi come sopra brevemente riassunti;

SENTITO l'esito delle votazioni col risultato debitamente proclamato dal Presidente;

VISTO l'Ordinamento Amministrativo degli Enti Locali, approvato con LL.RR.16/63 e 9/86, modificato ed integrato dalle norme della Legge 142/90 indicate dalla L.R.48/91;

DELIBERA

- 1) Di approvare il regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni così come emendato che si compone i 13 articoli e che, allegato, forma parte integrante e sostanziale della presente deliberazione.

Entra il consigliere D'Angelo

Presenti: 13



COMUNE DI VILAFRANCA TIRRENA

C.A.P. 98049

PROVINCIA DI MESSINA

C.F. 00275560837

PROPOSTA DI DELIBERAZIONE DI C.C. N. 6 DEL 15/07/2002

PROPONENTE: ASSESSORE AL BILANCIO

OGGETTO: "Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni".

Premesso che l'art.43 della legge n.449 del 1997 consente a tutte le pubbliche amministrazioni, tra l'altro, 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 per la applicazione della predetta disposizione è necessario adottare apposito "Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni";

visto l'art.18 della L.R.02/2002

visto l'art.119 del D.Lgs. 267/00;

visto il vigente regolamento dei contratti;

visto lo schema di regolamento predisposto dall'Ufficio finanziario del Comune;

PROPONE

di approvare, in applicazione delle norme richiamate in narrativa, il Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni che si compone di n.13 articoli e che, allegato, forma parte integrante e sostanziale della presente deliberazione.



IL PROponente

COMUNE DI VILAFRANCA TIRRENA
PROVINCIA DI MESSINA

PARERI SULLA PROPOSTA DI DELIBERA N. 6 DEL 15.09.02 ESPRESSI AI
SENSI DELLA LEGGE N.142/90 ART.53 E L.R. N.48/91 ART.1 E SUCCESSIVE MODIFICHE
ED INTEGRAZIONI.

PER LA REGOLARITA' TECNICA

SI ESPRIME PARERE FAVOREVOLE

IL RESPONSABILE DEL SERVIZIO

li, 24.09.02

IL RESPONSABILE DEL SETTORE

Il Responsabile del 4° Settore
Dott.ssa Lucia Restuccia

PER LA REGOLARITA' CONTABILE

SI ESPRIME PARERE FAVOREVOLE

li, 20.07.02

IL RESPONSABILE DEL SETTORE

Il Responsabile del 4° Settore
Dott.ssa Lucia Restuccia

Ai sensi e per gli effetti dell'art.13 della L.R. n.44/91, per l'impegno relativo alla presente
delibera si attesta la regolare copertura finanziario sul servizio _____ intervento _____ del
bilancio

IL RESPONSABILE DEL SETTORE

li, _____

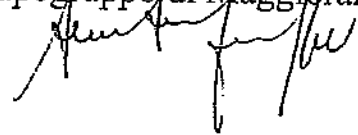
Emendamenti alla proposta di deliberazione consiliare n. 6 del 15.07.2002
avente per oggetto: " Regolamento per la disciplina e la gestione delle
sponsorizzazioni";

all'art. 3 ^{lett.} comma a) ultimo capoverso dopo la parola ragione sociale aggiungere "
il proprio marchio, le attività, i prodotti ed i servizi";

all'art. 4 ^{lett. e)} (comma 5) cassare u. cpv " la non appartenenza ad organizzazioni di
natura politica, sindacale, filosofica o religiosa".

VILLAFRANCA TIRRENA, 26/07/02

IL Consigliere
Giuseppe Anastasi
Capogruppo di Maggioranza

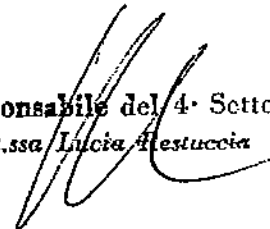


Comune di Villafranca Tirrena	
MESSINA	
N. 10445	di Prot.
Citt.	Fasc.
26 LUG. 2002	

In ordine alle repliche
teamer: si esprime parere
favorevole

26.07.02

Il Responsabile del 4° Settore
Dott.ssa Lucia Restuccia





COMUNE DI VILLAFRANCA TIRRENA

C.A.P. 98049

PROVINCIA DI MESSINA

C.F. 00275560837

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

C. N.

ART.1 - Finalità

- 1) Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997, dell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000, dell'art.15, comma 1, lett. d) del CCNL dell'1/4/1999, come sostituito dall'art.4, comma 4 del CCNL del 5/10/2001 (e dell'art.26, comma 1,lett.b) del CCNL del 23/12/1999 per l'area della dirigenza).
- 2) Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione della organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali.

ART. 2 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

- 1) I contratti costituiti mediante scrittura privata possono essere conclusi con soggetti privati e associazioni senza fini di lucro, costituite con atto notarile, per acquisire erogazioni in denaro o realizzare 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.3 - Definizioni

- 1) Ai fini del presente regolamento 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, il proprio marchio, le attività, i prodotti ed i servizi in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
- b) "sponsorizzazione": ogni contributo in denaro, beni, servizi, prestazioni interventi provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale, il proprio marchio, le attività, i prodotti ed i servizi;
- 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.

ART.4 - Procedura di sponsorizzazione a scelta dello sponsor

- 1) la scelta dello sponsor è preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso e sarà effettuata ai sensi del vigente regolamento dei contratti;
- 2) All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, inserimento nel sito internet del Comune, invio alle associazioni di categoria 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 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.
- 4) L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica:
 - a) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che intende sponsorizzare;
 - b) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato.

5) 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);

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.

6) 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.

7) Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dall'Ufficio, nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato.

8) Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal dirigente dell'Ufficio; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata la utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato.

ART.5 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1) 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 può formulare indirizzi specifici al dirigente per la attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.

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 nei capitoli di spesa ordinaria.

ART.6 - Contratto di sponsorizzazione

1) La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:

- a) il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario;
- b) la durata del contratto di sponsorizzazione;
- c) gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
- d) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

ART. 7 - Utilizzo dei risparmi 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 utilizzate per le seguenti finalità:

- a) nella misura del 10% 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;
- b) nella misura dell'80% al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio;
- c) la restante quota del 10% costituisce economia di bilancio.

ART. 8 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

1) 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.

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 - 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 dall'art. 13 della legge 31/12/1996, n.665 e successive modificazioni.

3) Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Villafranca Tirrena in persona del suo Sindaco pro tempore che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge citata.

4) I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali tenuti alla applicazione del presente regolamento.

5) I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento.

ART. 10 - Aspetti fiscali

1) 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.

2) Il valore della fatturazione correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor ("spazio pubblicitario") è pari all'importo specificato al comma 1.

ART. 11 - Verifiche e controlli

1) 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.

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 contratto di sponsorizzazione.

ART.12 - Riserva organizzativa

1) La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dalla 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.13 - Entrata in vigore

Il presente regolamento entra in vigore dopo la esecutività della delibera di adozione e la successiva pubblicazione per 15 gg. all'albo pretorio del Comune.

11 4 08

11 4 08

11 4 08

11 4 08