



**COMUNITA' MONTANA
DELL'ALTO E MEDIO METAURO**

Via A. Manzoni n°25 – Urbania (Pu)

ORIGINALE

COD.41406

VERBALE DI DELIBERAZIONE DEL CONSIGLIO COMUNITARIO

NUM. 10 DEL 27-04-06

**Oggetto: APPROVAZIONE REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA
GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI.**

L'anno duemilasei addì ventisette del mese di aprile alle ore 18,50, in Urbania, nella sala delle adunanze della Comunità Montana, si è riunito il Consiglio Comunitario, convocato su invito del Presidente del Consiglio, partecipato ai Sigg.ri Consiglieri; risultano presenti alla trattazione dell'argomento all'oggetto:

ALVONI MONICA	P	GABELLINI GLORIA	P
ANGELI OTTORINO	P	GAMBINI MAURIZIO	P
BALDUINI GIUSEPPE	P	GENTILI LUCIANO	A
CANCELLIERI GIORGIO	A	GIOVANNINI GABRIELE	P
CATANI CARLO	P	GRASSI OTTAVIANO	A
CECCARINI LORENZO	P	LEONI FRANCESCO	P
CECCONI GIAMMARCO	A	MARCHETTI ALFIERO	P
CICCOLINI MARCO	P	MARCHI DANTE	P
DEMETRI STEFANO	A	MARONCELLI MASSIMO	A
DINI ANDREA	A	MONTANARI ROSANNA	P
DIOTALLEVI COSTANTINO	P	NARDINI ANDREA	A
FABBRI MARIA LUISA	A	ROMANINI DOMENICO	P
FABBRIZIOLI DAVIDE	A	SIROTTI MASSIMILIANO	P
FARINA MARINA	A	SORDONI MARCO	P
FEDERICI ALFIO	A	TOPI MARINELLA	P

Risultano presenti n. 18 e assenti 12

-Assiste alla seduta e verbalizza il Segretario della Comunità Montana MASSI ELVIO.

-Accertato il numero legale, il Presidente del Consiglio invita il Consiglio a deliberare sull'oggetto sopraindicato.

-Il Presidente del Consiglio all'inizio di seduta nomina scrutatori i Signori:

FABBRI MARIA LUISA
MARCHETTI ALFIERO
MARCHI DANTE

La seduta è di Prima convocazione ed è Pubblica.

IL CONSIGLIO COMUNITARIO

-Visto il documento istruttorio dell'ufficio competente infra trascritto integralmente;

-Ritenuto opportuno provvedere in merito, così come proposto nel documento suddetto;

-Visti i seguenti pareri, richiesti ed espressi sulla proposta corrispondente n. 8 dell'anno 2006, ai sensi dell'art.49, comma 1°, D. Lgs. 267/00:

PARERE: Favorev. in ordine alla **REGOLARITA` TECNICA**
Data: 13-04-06 Il Responsabile del servizio
F.to **BERNARDINI IVO**

PARERE: Favorev. in ordine alla **REGOLARITA' CONTAB.**
Data: 13-04-06 Il Responsabile del servizio
F.to **RIPARINI PAOLO**

-Sentito il Segretario in ordine alla valutazione di conformità, nell'ambito delle funzioni di assistenza giuridico-amministrativa attribuitegli dall'art.97, comma 2°, D. Lgs. 267/00;

-Con l'esito della votazione infra riportato;

DELIBERA

-di approvare integralmente la proposta riportata nel documento istruttorio infra trascritto;

COMUNITA' MONTANA DELL'ALTO E MEDIO METAURO

- U R B A N I A -

OGGETTO: Approvazione regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni.

La Presidente Topi relazione al posto dell'Assessore Federici, assente giustificato.

Fa presente che nello schema di regolamento proposto a pag. 5 è prevista una percentuale delle somme da introitare: propone di indicare 2% per il personale, 1% per il Dirigente, 97% per il Bilancio dell'ente per sostenere le iniziative.

Il Consigliere Marchetti fa solo una considerazione tecnica, occorre prevedere più flessibilità nell'utilizzo della sponsorizzazione, non solo riduzione dei costi per maggiori economie. Art. 2 propone di togliere "senza fini di lucro" e lasciare l'indicazione "Associazioni".

La Presidente Topi ritiene opportuno accogliere tale emendamento.

Il Presidente del Consiglio Sirotti pone quindi in votazione la proposta di delibera, accogliendo l'emendamento per sopprimere le parole "senza fini di lucro" dall'art. 2 del regolamento; effettuata la votazione in modo palese, ne proclama l'esito: approvata all'UNANIMITA'

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

IL CONSIGLIO COMUNITARIO

VISTO l'art. 43 della legge 449/1997 e l'art. 119 del TUEL 267/2000 che prevedono, la possibilità da parte delle pubbliche amministrazioni di stipulare contratti di sponsorizzazione con soggetti privati al fine di favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa e di realizzare maggiori economie nonché una migliore qualità dei servizi prestati;

VISTO l'art. 15 comma 1) lettera d) del CCNL 01/04/1999 comparto Regioni Autonomie Locali come sostituito dall'art. 4 comma 4) del CCNL 05/10/2001 il quale prevede di destinare al trattamento economico accessorio del personale parte delle risorse derivanti dall'applicazione dell'art. 43 della legge n. 449/97;

VISTO l'art. 26 comma 1) lettera b) del CCNL 23/12/1999 comparto Regioni Autonomie Locali area Dirigenza il quale prevede che per il finanziamento della retribuzione di posizione e risultato sono utilizzate anche parte delle risorse derivanti dall'attuazione dell'art. 43 della legge 449/1997 ;

DATO ATTO che per accedere alle opportunità del citato art. 43 della legge 449/97 si rende necessario disciplinare con apposito regolamento le attività di sponsorizzazione ;

VISTO lo schema di Regolamento all'uopo predisposto dal competente Servizio Cultura;

DELIBERA

1. di approvare il regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni allegato al presente provvedimento del quale fa parte integrante e sostanziale;
2. di demandare ai Responsabili dei Servizi competenti l'attuazione del presente Regolamento;

REGOLAMENTO COMUNITARIO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE
SPONSORIZZAZIONI

Allegato alla deliberazione di C:C: n. 10 del 27/04/2006

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 TUEL 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.

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

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

Art. 3 - Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:

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

b) per "sponsorizzazione": ogni corrispettivo in denaro e/o contributo in beni, servizi, prestazioni o interventi proveniente 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 dalla Comunità Montana per la pubblicità dello sponsor.

Art. 4 - Procedura di sponsorizzazione e scelta degli sponsor

1. La scelta degli sponsor è preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso ed è effettuata mediante applicazione dei seguenti criteri prioritari:

- a) importo della sponsorizzazione;
- b) soggetto che ha già sponsorizzato in passato l'iniziativa o la manifestazione di cui trattasi;

2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio dell'Ente e dei nove Comuni del comprensorio, inserimento nel sito internet della Comunità

Montana, 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 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, la prestazione, l'attività o la manifestazione che si intende sponsorizzare;
- b) l'accettazione delle condizioni previste nello schema di contratto di sponsorizzazione.

5. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

a) per le persone fisiche:

- l'inesistenza delle condizioni di incapacità 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. I modelli per la presentazione dell'offerta sono predisposti dai competenti uffici comunitari e allegati all'avviso di sponsorizzazione.

8. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal Responsabile del Settore competente nel rispetto dei criteri definiti al precedente comma 1.

9. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile del Settore interessato; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata la utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel progetto.

10. Le sponsorizzazioni potranno anche essere reperite dalla Comunità Montana con procedimenti semplificati consistenti in comunicazioni a ditte o a soggetti privati interessati, a seconda del tipo di manifestazione, di servizio o di attività, nel rispetto del criterio di trasparenza e par condicio.

Art. 5 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative da sponsorizzare vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi

del PEG assegnati a ciascun Responsabile. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta Esecutiva può formulare indirizzi specifici al Responsabile per la attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.

2. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, le manifestazioni, 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 di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

1. Le somme di denaro introitate dagli sponsor o 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 sono utilizzate per le seguenti finalità:

- a) nella misura del 2% 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 comparto Regioni Autonomie Locali;
- b) nella misura del 1% sono destinate al finanziamento della retribuzione di posizione e risultato di cui all'art. 26 del CCNL del 23/12/1999 comparto Regioni Autonomie Locali area Dirigenza
- c) la restante quota del 97% costituisce economia di bilancio

Art. 8 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

1. L'amministrazione comunitaria, 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 nel rispetto della legge 31.12.1996, n. 675 e successive modificazioni e degli atti normativi ed organizzativi adottati in materia dalla Comunità Montana.

2. 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 definito nel contratto, con applicazione IVA ad aliquota del 20% ed è correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor ("spazio pubblicitario") così come definito nel contratto medesimo.

Art.11 - Verifiche e controlli

1. Le "sponsorizzazioni" sono soggette a periodiche verifiche da parte del Settore Competente per materia, al fine di accertare l'attuazione 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 comunitaria secondo la disciplina del presente regolamento.

2. E' tuttavia facoltà della Comunità Montana, 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.

Il presente verbale di deliberazione viene letto, confermato e sottoscritto a norma di legge.

IL PRESIDENTE DEL CONSIGLIO
SIROTTI MASSIMILIANO

Il Segretario
MASSI ELVIO

Della suestesa deliberazione viene iniziata oggi la **pubblicazione all'Albo Pretorio** per 15 giorni consecutivi ai sensi dell'art.124, comma 1°, D. Lgs. 267/00.

Li, 16-05-06

Il Segretario
MASSI ELVIO

Il sottoscritto Segretario Generale certifica che copia della presente deliberazione è **stata pubblicata** all'albo pretorio per 15 giorni consecutivi dal **16-05-06 al 31-05-06**, ai sensi dell'art.124, comma 1°, D. Lgs. 267/00 senza reclami, ed è divenuta **esecutiva il 27-05-2006**, ai sensi dell'art.134, comma 3°, del D.Lgs. 267/00 e viene inviata in data odierna per le procedure attuative all'Ufficio CULTURA

Li, _____

Il Segretario
MASSI ELVIO
