



COMUNE DI PORTO MANTOVANO

PROVINCIA DI MANTOVA

VERBALE DI DELIBERAZIONE DEL CONSIGLIO COMUNALE
Adunanza di prima convocazione.

Deliberazione n. 38 del 28/04/2022

OGGETTO: REGOLAMENTO COMUNALE PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI - APPROVAZIONE

L'anno **duemilaventidue**, il giorno **ventotto** del mese di **aprile** alle ore **20:30** nella sala delle adunanze consiliari in modalità telematica

All'appello risultano:

SALVARANI MASSIMO	Presente
TOMIROTTI VALENTINA	Assente
LICON ANDREA	Presente
ANDRETTI ANGELO	Presente
MARI ROBERTO	Presente
RESCIGNO VITTORIO	Presente
DORINI MORENO	Presente
MANCINI ALESSANDRO	Presente
SCIRPOLI PASQUALINO	Presente
BONORA GUIDO	Presente
VANELLA MARA	Presente
BUOLI MONICA	Presente
BINDINI ANDREA	Assente
LUPPI MARIO	Assente
BASTIANINI MARCO	Presente
BETTONI GIANFRANCO	Presente
FACCHINI RENATA	Presente

PRESENTI N. 14

ASSENTI N. 3

Risultano presenti gli Assessori: Ghizzi Pier Claudio, Massara Rosario Alberto, Della Casa Barbara.

Partecipa all'adunanza il **Vice Segretario Generale BADARI SARA**, il quale provvede alla redazione del presente verbale.

Riconosciuto legale il numero degli intervenuti, il Sig. **MARI ROBERTO** – nella sua qualità di **Presidente** - assume la Presidenza e dichiara aperta la seduta per la trattazione dell'argomento posto al n. **6** dell'ordine del giorno

IL CONSIGLIO COMUNALE

Vista la seguente proposta di deliberazione:

Premesso che occorre procedere all'approvazione di un regolamento che disciplini le condizioni e le modalità operative per favorire il ricorso da parte del Comune di Porto Mantovano alle sponsorizzazioni, come opportunità di finanziamento delle proprie attività;

Preso atto:

- che il contratto di sponsorizzazione è un contratto bilaterale a prestazioni corrispettive mediante il quale una parte (l'Amministrazione comunale) garantisce ad un terzo (sponsor) la possibilità di pubblicizzare, in appositi spazi, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, i servizi e simili, nei modi previsti dallo stesso contratto a fronte dell'obbligo dello sponsor di pagare un determinato corrispettivo in denaro o di fornire una prestazione diretta o indiretta a favore dell'Amministrazione comunale;
- che con il termine "sponsorizzazione" si intende ogni corrispettivo in denaro, ovvero ogni prestazione diretta o indiretta, proveniente da terzi (sponsor) allo scopo di promuovere il proprio nome, marchio, attività o i propri prodotti, servizi e simili, ovvero ottenere un beneficio d'immagine;

Tenuto conto di come il ricorso a contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione costituisca per le amministrazioni comunali una opportunità di reperimento di risorse per finanziare attività e servizi aggiuntivi, per favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa e consentire la realizzazione di risparmi di spesa al fine di raggiungere una migliore qualità nelle prestazioni erogate alla collettività;

Considerato che in applicazione 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, accordi di collaborazione e convenzioni, con soggetti pubblici o privati;

Considerato altresì che l'art. 7 del Testo Unico delle Leggi sull'Ordinamento degli Enti Locali, di cui al D.Lgs. 267/2000 e successive modifiche ed integrazioni, prevede che il comune adotti regolamenti nelle materie di propria competenza, ed in particolare per il funzionamento degli organi e degli uffici e per l'esercizio delle funzioni;

Visto l'art. 117 della Costituzione della Repubblica Italiana, che prevede la potestà regolamentare dei Comuni in ordine alla disciplina dell'organizzazione e svolgimento delle funzioni ad essi attribuite;

Richiamati:

- l'art. 43 L. 449/97 che prevede che, nel perseguimento di interessi pubblici, al fine di favorire l'innovazione dell'organizzazione, realizzare maggiori economie e migliorare i servizi prestati, le pubbliche amministrazioni possano stipulare contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione con soggetti privati ed associazioni in possesso dei previsti requisiti, prevedendo che le sponsorizzazioni e gli accordi di collaborazione possano essere diretti al finanziamento di interventi, servizi ed attività non inseriti nei programmi di spesa ordinari;
- gli artt. 19 ed 80 del D.lgs n. 50/2016 che prevedono per l'affidamento di contratti e sponsorizzazione di lavori, servizi o forniture per importi superiori a quarantamila euro (40.000,00 euro), tra l'altro, la previa pubblicazione sul sito internet della stazione appaltante, per almeno trenta giorni, di apposito avviso con il quale si renda nota la ricerca di sponsor per specifici interventi, ovvero si comunichi l'avvenuto ricevimento di una proposta di sponsorizzazione, indicando sinteticamente il contenuto del contratto proposto;

Ritenuto necessario definire una disciplina organica delle iniziative di sponsorizzazione allo scopo di assicurare comunque il rispetto della normativa vigente ed i principi di efficienza, trasparenza, buon andamento e imparzialità che regolano l'attività della Pubblica Amministrazione;

Ritenuto di procedere all'approvazione regolamento riportato nell'allegato 1) alla presente proposta di deliberazione quale parte integrante della stessa;

Sentita la commissione statuto e regolamenti convocata per il giorno 21/4/2022;

Visti i pareri di regolarità tecnica e contabile espressi ai sensi dell'art. 49 del D.Lgs. 267/2000 dal Responsabile del Servizio Ragioneria;

Richiamati gli artt. 162 e 192 del D.lgs 267 del 18 agosto 2000 Testo unico delle leggi sull'ordinamento degli enti locali;

D E L I B E R A

1) di approvare, per le ragioni indicate in premessa che si intendono integralmente riportate, il testo del “Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni”, allegato 1) al presente provvedimento quale parte integrante e sostanziale;

2) di disporre la pubblicazione del presente provvedimento oltre che nell'Albo Pretorio on line anche nella sezione “Amministrazione Trasparente” ai sensi di quanto disposto dall'art.23 del D.Lgs. 33 del 14 marzo 2013;

3) di stabilire che il Regolamento entri in vigore dalla data di esecutività della presente deliberazione;

4) di dichiarare il presente provvedimento immediatamente eseguibile ai sensi dell'art. 134 comma 4 del D.Lgs. 267/2000 stante l'urgenza di provvedere in merito;

Visti i seguenti pareri richiesti ed espressi sulla suindicata proposta di deliberazione, ai sensi dell'art. 49 comma 1 del D.Lgs. 267/2000 :

- 1. Responsabile del servizio interessato;*
- 2. Responsabile servizio ragioneria;*

Verbalizzazione:

PRESIDENTE DEL CONSIGLIO MARI: “La parola all'assessore Massara”.

ASSESSORE MASSARA: “Presento il nuovo Regolamento, relativo appunto alle sponsorizzazioni. Stiamo parlando del Regolamento che è stato presentato in Commissione giovedì 21 aprile, Commissione alla quale erano presenti tutti i componenti, eccetto la consigliera Vanella e la consigliera Facchini. Si tratta di un Regolamento nuovo che ha l'obiettivo di favorire, come è scritto anche in delibera, ulteriori opportunità di finanziamento per l'Ente, quindi favorire una migliore organizzazione amministrativa, risparmi di spesa e anche raggiungere una migliore qualità delle prestazioni erogate alla collettività.

Voglio premettere, come detto anche in Commissione Regolamenti, che si tratta di uno strumento e quindi non determina di per sé né un miglioramento e neanche un peggioramento della qualità dei servizi che sono finanziati attraverso la sponsorizzazione. Si tratta di uno strumento, per cui oggi chi amministra e chi domani amministrerà potrà – se vorrà – utilizzarlo oppure potrà anche non essere

utilizzato, come d'altronde è stato fatto in questi anni, motivo per il quale si è voluta dare una spinta in più anche da questo punto di vista e per questa entrata particolare dell'Ente.

Il Regolamento che cosa prevede? Anche in questo caso cerco di toccare gli aspetti più rilevanti partendo dall'art. 2, relativo alle definizioni, richiamando soprattutto le due tipologie principali di sponsorizzazione che vengono introdotte. Nel primo caso si tratta di una sponsorizzazione finanziaria, quindi della sponsorizzazione classica, cioè lo sponsor che eroga il contributo al Comune a fronte della pubblicità e visibilità che viene concessa. Nel secondo caso parliamo invece di una sponsorizzazione tecnica, che riguarda una diversa moneta di pagamento del fornitore, che non viene pagato liquido, ma viene data la possibilità di promuovere la propria attività. Questo è il caso classico, come detto anche in Commissione, della rotatoria. "*Uso rotatoria – curato da*". Questo rappresenta quindi la sponsorizzazione tecnica, giusto anche per avere una risposta visiva e concreta.

L'art. 3 presenta la programmazione dell'attività di sponsorizzazione, che noi prevediamo venga adottato già a livello del PEG, quindi nella attività di programmazione principale, ma può essere poi effettuato anche in corso d'anno con specifici atti di indirizzo che vengono dati dalla Giunta alle posizioni organizzative interessate.

All'art. 3, comma 4, si dice che il ricorso alle sponsorizzazioni può riguardare tutti i beni e servizi a carico del Bilancio Comunale, quindi teoricamente non ci sono delle esclusioni. Questo riguarda tanto una attività, quindi banalmente gli eventi culturali, quanto l'acquisto di un bene.

L'art. 4 riguarda condizioni particolari in cui il Comune rifiuta la sponsorizzazione o comunque non possono essere oggetto di sponsorizzazione alcune attività o alcuni oggetti particolari, ad esempio la propaganda politica, la pubblicità di tabacco o di prodotti alcolici, quindi le attività che non possono essere sponsorizzate per motivi di costume o comunque di propaganda.

Lo sponsor può essere una persona fisica o una persona giuridica, quindi le società, ma anche le associazioni senza fini di lucro.

L'art. 6 dice che il corrispettivo delle sponsorizzazioni può derivare tanto da somme di denaro quanto da forniture di beni, servizi o lavori.

L'art. 9 individua il primo procedimento standard di affidamento e di individuazione dello sponsor, che è quello di una procedura concorrenziale e competitiva. Dico che è quello standard perché poi, come vedremo, ci sono anche delle deroghe particolari e altre modalità di individuazione dello sponsor. Pertanto, in questo caso, viene di fatto aperto un bando, vengono colte delle adesioni e poi viene stilata una graduatoria a seconda dei contributi per bando.

L'art. 9 individua gli elementi che deve contenere l'avviso, che sono poi espressi nel comma 4 e le procedure da tenere. Ribadisco che questo è un po' il procedimento generale.

Abbiamo poi i procedimenti ulteriori, che sono più particolari. Il primo, relativo all'art. 10, riguarda le proposte spontanee di sponsorizzazione. In questo caso l'Ente riceve la proposta da un soggetto che vuole sponsorizzare una determinata attività e il Comune, a quel punto, attiva il procedimento dell'art. 9, fermo restando il diritto che ha il soggetto proponente di prelazione, secondo le modalità presenti nell'art. 10.

L'art. 11 racchiude invece al proprio interno una sorta di via maestra, ma non tanto per volontà quanto per la previsione normativa che consente, come sappiamo, l'affidamento dei contratti in generale, quindi anche il contratto di sponsorizzazione nel momento in cui il valore, oggetto del contratto, è inferiore a 40.000 euro. Questa è una previsione normativa e pertanto viene presentata anche all'interno del Regolamento. Lo dico perché in Commissione – giustamente – questo articolo ha suscitato anche degli interrogativi, però deriva da una previsione normativa e pertanto non può essere inserita. È chiaro poi che il Comune, pur avendo questo ampio plafond di 40.000 euro per la sponsorizzazione, può comunque procedere con il procedimento classico dell'art. 9 sia per ragioni di pluralismo che per ragioni trasparenza. Per tutta una serie di ragioni si può comunque procedere con il procedimento più generale dell'art. 9.

L'art. 12 riguarda beni e servizi di modesta entità. L'art. 15 riguarda i contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione. Questo arriva quindi un attimo dopo. Viene chiuso l'avviso, vengono individuati gli sponsor, oppure viene individuato lo sponsor attraverso l'affidamento, dopodiché vado ad effettuare il contratto di sponsorizzazione, che deve contenere, come presente nell'art. 1, alcuni elementi obbligatori.

L'art. 16 è inserito all'interno del Regolamento, ma si tratta di un caso marginale, a meno che – come ho detto anche in occasione della Commissione – durante un'opera pubblica venga trovata una domus romana, che quindi può giustificare la sponsorizzazione di interventi di restauro e manutenzione, ma diversamente è un articolo che è giusto prevedere in linea teorica, ma che probabilmente rimarrà sulla carta.

L'art. 17 riguarda poi il secondo capitolo delle sponsorizzazioni, che è quella sponsorizzazione tecnica. Questo articolo, che è molto tecnico, riprende fondamentalmente, in primis, la soglia dei 40.000 euro come affidamento diretto e poi riprende alcuni punti che sono stati presentati negli articoli precedenti per la sponsorizzazione finanziaria. È comunque un articolo dettagliato proprio perché, a differenza di una sponsorizzazione finanziaria più immediata, in quanto si tratta di uno spazio di promozione dello sponsor a fronte di un corrispettivo che viene percepito, in questo caso è una diversa quantificazione di un corrispettivo dovuto al fornitore, pertanto ha richiesto anche un rigore maggiore.

Richiamo nuovamente l'esempio perché rende bene. È il classico esempio della rotatoria che viene curata da un soggetto preposto e a cui viene data la possibilità di promuovere il proprio marchio e la propria attività.

L'art. 18 riguarda gli aspetti contabili e fiscali, quindi un articolo tecnico.

Gli artt. 19, 20, 21 e 22 sono anch'essi articoli tecnici e riguardano il controllo, il trattamento dei dati, il rinvio alle norme e l'entrata in vigore.

Concludendo, ribadisco che si tratta di un Regolamento nuovo e che si tratta di uno strumento che è a disposizione dell'Amministrazione attuale e delle Amministrazioni future e che di fatto – lo ripeto nuovamente – non aggiunge e non toglie nulla di per sé alla scelta di ogni Amministrazione rispetto all'utilizzo che se ne può fare. A disposizione per domande. Vi ringrazio!”.

PRESIDENTE DEL CONSIGLIO MARI: “Ringrazio l'assessore Massara. La parola al consigliere Bastianini. Prego!”.

BASTIANINI: “Buonasera a tutti! Innanzitutto ringrazio l'assessore Massara per la spiegazione ulteriore sulla bozza di Regolamento. Effettivamente si è discusso in data 21 aprile, in cui ero presente sia io che il collega Bindini e in quell'incontro, grazie anche alla Dr.ssa Del Bon, abbiamo potuto capire, articolo per articolo, tutto ciò che caratterizza questo Regolamento. Abbiamo fatto anche delle domande, una specificamente legata al paletto dei 40.000 euro, che l'assessore stesso ha spiegato in maniera anche abbastanza chiara.

I presenti alla Commissione ricorderanno bene che abbiamo comunque sollevato anche dei dubbi. Apro una piccola parentesi. I dubbi possono essere visti anche come punti di vista, in quanto ognuno ha i propri, ci mancherebbe! Questi erano però dubbi legati alla finalità prioritaria di questo Regolamento. Mi spiego meglio.

Prima l'assessore Massara ha usato due termini, che mi sono segnato. Sto parlando dei termini favorire e strumento.

Per quanto riguarda “favorire”, credo di aver capito che il Regolamento debba favorire l'arrivo di nuove sponsorizzazioni oppure di mai avvenute sponsorizzazioni. Questo Regolamento è quindi uno strumento per favorire questo tipo di avvicinamento.

Il punto di vista che onestamente io mi sento di portare e che in Commissione è stato in qualche modo portato, è un punto di vista – lo voglio già dire adesso – che farà sì che il Gruppo consiliare Lega voti contro a questo Regolamento, in quanto si dovrebbe invece ragionare al contrario. Le sponsorizzazioni, che siano private o meno, sono invogliate da progettualità conosciute, in modo tale che chi volesse un attimino crearsi pubblicità e farsi conoscere alla nostra cittadinanza fosse invogliato a farlo anche contribuendo economicamente o con mezzi tecnici ad attività, manifestazioni ecc..

Io ho portato un esempio, se volete banale, del palio delle contrade, che da 20-25 anni non viene più istituito. Questo era solamente un piccolo esempio per far capire ai colleghi della Commissione un attimino il ragionamento che sto cercando di far capire anche in questo momento.

Onestamente noi, a meno che non ci sia sfuggito, determinate progettualità in questo senso non ne vediamo. Obiettivi per qualche nuova sponsorizzazione, onestamente non ne vediamo. Noi quindi non riteniamo questo Regolamento prioritario. Onestamente siamo stati convocati in pochi giorni. Questo tipo di Regolamento ci è stato presentato con una tematica che onestamente io non avevo mai affrontato nei due anni e mezzo precedenti, quindi dal 2019 ad oggi. Da un momento all'altro è quindi stato presentato questo Regolamento. Va benissimo.

Ribadisco che il Regolamento l'abbiamo capito articolo per articolo, ma non lo troviamo prioritario. Aspettiamo che ci presentiate dei progetti.

Il Regolamento – lo dice il Regolamento stesso – entra in vigore un secondo dopo che il Consiglio lo ha votato. Il Regolamento lo possiamo discutere anche un po' più in là. Io non guarderei troppo in là. Mancano ancora due anni e qualche mese alla fine della "reggenza politica" del Consiglio presente questa sera, per cui non guardiamo troppo in là, in quanto molte volte si perde anche l'orizzonte e poi è difficile trovarlo. Cerchiamo di guardare più vicino possibile, in quanto i nostri concittadini vogliono vedere la concretezza in maniera molto rapida e molto vicina, quindi non facciamo tanti ragionamenti futuri.

Non mi voglio dilungare, in quanto non voglio togliere tempo agli altri interventi. Chiudo cercando di rafforzare il concetto che ho appena espresso con i due articoli. Sto parlando dell'art. 1, ma soprattutto dell'art. 3, in cui appunto si dice: *"Le iniziative di sponsorizzazione da offrire ai potenziali sponsor sono individuate e programmate dalla Giunta Comunale e formulate con atti di indirizzo specifici"*. Parla di sponsorizzazioni da offrire ai potenziali sponsor. Oggi, ribadisco, noi non vediamo delle iniziative da offrire a futuri sponsor. Chiaramente siamo in attesa di vederle, ci mancherebbe altro! Siamo i primi ad attendere nuove sponsorizzazioni. Ricordo che l'assessore Massara, con la Dr.ssa Del Bon, ci ha ricordato che comunque Porto Mantovano non è mai stata attenzionata, negli anni a venire, da grossissime sponsorizzazioni, tranne Mantova Ambiente, che conosciamo benissimo come gestore del servizio rifiuti e del servizio della manutenzione del verde, tanto per capirci del Benvenuto a Porto, all'ingresso del nostro territorio.

Senza ribadire i concetti già detti prima, noi voteremo contro a questo Regolamento e non per la finalità in sé, ma perché noi oggi non lo troviamo prioritario. Troviamo invece prioritari altri Regolamenti che sono in attesa di discussione, ma di questo credo che se ne parlerà verso fine Consiglio. Grazie!"

PRESIDENTE DEL CONSIGLIO MARI: "Ci sono altri interventi? La parola al consigliere Bettoni".

BETTONI: "Penso di ripetere alcune considerazioni già fatte in Commissione Regolamenti. Si tratta di affermazioni da me fatte in modo molto convinto e che quindi ritengo vadano verbalizzate in una delibera di Consiglio Comunale. La matrice di questo Regolamento è tratta dal Comune di Cernusco sul Naviglio, Comune di 35.000 abitanti che fa parte della Città Metropolitana di Milano. Questo è facilmente constatabile facendo una interrogazione su internet oppure andando a verificare le fonti, come è mia consuetudine. Scusate, ma è un vizio professionale. La struttura del Comune di Cernusco sul Naviglio, che conosco anche per aver collaborato con alcuni suoi dipendenti, è molto significativa. È complessivamente di 180 dipendenti pubblici, 35.000 abitanti, con quattro persone dedite a tempo pieno a cultura, sport ed eventi. Tra queste quattro persone c'è un dirigente, una P.O. e due funzionari pubblici di livelli diversi: un livello D e un livello C. Ci sono poi altre nove persone a tempo pieno, tra cui un Direttore, che lavorano in Biblioteca. Il servizio è aperto 50 ore la settimana e ricchissimo di eventi. Stiamo quindi parlando complessivamente di tredici persone che lavorano nel Comune di Cernusco sul Naviglio a creare le condizioni delle sponsorizzazioni, quindi a proporre delle cose o a perseguire gli indirizzi dell'Amministrazione. La cosa può infatti essere ambivalente, quindi la proposta può venire dal tecnico, ma può venire come indicazione progettuale anche dall'amministratore.

Non possiamo quindi commisurare con il Comune di Cernusco sul Naviglio le capacità programmatiche e le idee del Comune di Porto Mantovano. A fronte anche di questa affermazione, posso testimoniare riguardo a diversi bandi regionali, nazionali e anche europei vinti dal Comune di

Cernusco sul Naviglio su progetti proposti dai suoi Uffici, bandi che a volte sono anche interamente finanziati oppure al 75-80%. Sono tutte idee e realizzazioni che portano a frequenti sponsorizzazioni. Il Regolamento di Cernusco sul Naviglio è quindi un Regolamento perfetto, che a me piace moltissimo, misurato sulla realtà di Cernusco sul Naviglio. Le persone che lavorano, lavorano per il Notiziario Comunale di Cernusco sul Naviglio, per l'organizzazione di una importante kermesse annuale, per una Fiera commerciale (la Fiera di San Giuseppe); le stesse persone seguono l'associazionismo sportivo e creano anche un Festival. L'anno scorso hanno addirittura rischiato di arrivare ad una delle tappe conclusive, vicino a Milano, del Giro d'Italia, poi caduta per motivi di Covid. Questo tanto per dire quanto i 40.000 euro previsti doverosamente per legge, potevano da loro essere anche superati con la sponsorizzazione di una tappa del Giro d'Italia.

Parametrare quindi il Comune di Porto e mutuarne un Regolamento mi è sembrato un po' esagerato e un po' fuori luogo in questo senso. Il Regolamento però va fatto. Effettivamente il Regolamento è uno strumento. Ho sentito dire dall'assessore che va bene. Si tratta di uno strumento e sull'urgenza di questo strumento anch'io ho qualche dubbio però, in qualche modo, la regolamentazione fa sempre bene. Qual è la capacità tecnica del Comune di Porto Mantovano? Noi abbiamo una dipendente P.O. che si occupa, tra le altre cose, di cultura e di commercio; una bibliotecaria di ASEP – anche qualche contributo di ASEP in Biblioteca – e forse una impiegata a tempo pieno, però condivisa con altri servizi. Stiamo quindi parlando di tre persone e mezzo al posto di tredici.

Questa è la nostra situazione di partenza, che volevo mettere in risalto, in quanto i Regolamenti si fanno anche su dati di fatto, su delle situazioni di partenza. Mi preoccupa assai la risposta datami prima dall'assessore Massara sui 731.000 euro di parte corrente. Non sto sconfinando dall'oggetto della discussione, in quanto su quei 731.000 euro probabilmente ci sono decine e decine – forse anche qualcosa di più – di spesa corrente per cultura ed eventi non spesi. I 731.000 euro non vanno bene, in quanto non va bene avere la parte corrente in avanzo. Questo assolutamente, in quanto sono servizi in meno. Sono servizi previsti dal Bilancio di previsione e che non vengono effettuati. Si tratta di spese che sostanzialmente non trovano una finalizzazione. Questo non va bene.

A suo tempo noi abbiamo fatto delle manifestazioni che sono state – con questo vado un po' a contraddire quanto detto prima dal consigliere Bastianini – finanziate e sponsorizzate. Mi riferisco, ad esempio, alla Fiera della bicicletta, che per due anni è stata coperta completamente per 7.000-8.000 euro. Sono d'accordo sul fatto che fossero piccole sponsorizzazioni, però questa fiera caratterizzava Soave e comunque veniva finanziata anche con contributi della Camera di Commercio e con 500 euro – banali, se volete – da parte però di dieci o quindici Comuni, per cui facevano comunque massa critica. La Provincia di Mantova finanziava anche questi progetti. Forse ora non lo fa più, però bisogna evidentemente anche meritarseli. Anche il Notiziario Comunale raccoglieva pubblicità. “InformaPorto”, se guardate, raccoglieva pubblicità; non era tanta, però bastava per pagarsi la carta ed era un contributo che andava e che è stato regolamentato. Esiste un Regolamento per “InformaPorto”, l'unica sponsorizzazione che all'epoca era attiva.

Fatta questa lunga premessa, vedo che la matrice è quella del Comune di Cernusco, l'articolato è molto simile, però ci sono due articoli: l'art. 12 “Beni e servizi di modesta entità” e soprattutto l'art. 17 “Sponsorizzazione tecnica”, che è molto dettagliato. L'art. 17 non esisteva in Cernusco sul Naviglio. L'art. 17 è sostanzialmente l'articolo che fa il Regolamento per Porto Mantovano, fatte tutte le premesse che vi dicevo prima, legate al personale, alla capacità progettuale ecc. ecc.. Questa dell'art. 17 è quindi una riflessione che andrebbe fatta in modo molto approfondito, in quanto non è chiaro quali siano i confini tra la sponsorizzazione di attività gestite dal Comune, nel senso di proposte dal Comune, quindi indirizzate dal Comune e invece attività che vengono affidate a soggetti esterni. Questa è la differenza.

La sponsorizzazione non è un affidamento e non può essere un affidamento, ma è un qualcosa che va ad incrementare finanze, capacità di lavoro e realizzazione del particolare progetto, ad opera anche di terzi, che però insistono su un progetto del Comune, che il Comune avanza con i propri Uffici. È questa la differenza fra sponsorizzazione e affidamento e nell'art. 17 non è chiarissimo, in quanto si può andare anche ad intravedere un affidamento di servizio con l'art. 17. Su questo io non sarei assolutamente d'accordo, in quanto l'affidamento, al di là del fatto di essere sponsorizzato con bando

o sponsorizzato direttamente, sotto i 40.000 euro, con diritto di prelazione... Questo è un affidamento a tutti gli effetti e non una sponsorizzazione. Questa cosa mi lascia molto dubbioso.

L'art. 3 l'ha già rilevato Bastianini, ma l'art. 1 dice: *“Il presente Regolamento disciplina l'attività di sponsorizzazione di iniziative organizzate e gestite dal Comune”*. Al punto 2 si dice: *“Il ricorso alle sponsorizzazioni costituisce una opportunità di finanziamento della 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”*.

L'art. 2, nella definizione, dice: *“Per contratto di sponsorizzazione si intende un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale una parte (lo sponsor) si obbliga a versare una somma di denaro o a fornire beni o servizi e ad effettuare lavori a favore dell'altra parte (il Comune) la quale garantisce, nell'ambito dei propri eventi, iniziative o progetti la possibilità di pubblicizzare in appositi spazi il nome, il marchio, l'immagine, l'attività ecc.. ecc.”*. È quindi il Comune che fa delle iniziative e lo sponsor collabora alla realizzazione di queste iniziative e non viceversa. Questa è la definizione tratta dal Regolamento che stiamo approvando.

Nel confronto e nella sinossi dei Regolamenti del Comune di Cernusco e del Comune di Porto mi ha colpito la consistenza dell'art.17. Io quindi chiedo, prima di esprimere un voto al riguardo, di essere più chiari su questo punto”.

PRESIDENTE DEL CONSIGLIO MARI: “Prego, consigliere Facchini!”.

FACCHINI: “Ho constatato anch'io essere praticamente il copia-incolla del Regolamento di Cernusco. In questo non ci sarebbe nulla di male, in quanto il Regolamento di Cernusco è fatto veramente bene e calato nella loro realtà, che però è molto diversa – per tanti motivi – dalla nostra realtà comunale. Purtroppo, per motivi di lavoro, io non ho potuto partecipare alla Commissione in cui si discuteva di questo Regolamento e l'articolo che mi lascia molti dubbi è – come diceva il consigliere Bettoni, quindi per i suoi stessi motivi – l'art. 17. È quanto meno ambiguo l'art. 17 e lascia un po' pensare. Vorrei delle delucidazioni, se possibile, anche se... L'art. 17 non lo mando proprio giù. Se l'assessore mi potesse magari spiegare meglio, così mi chiarisco e poi decido cosa votare”.

PRESIDENTE DEL CONSIGLIO MARI: “La parola all'assessore Massara”.

MASSARA: “Parto dall'inizio. Sinceramente sono un po' dispiaciuto del voto contrario della Lega. Capisco le motivazioni, ma non le condivido in quanto, come ho detto all'inizio, si tratta di uno strumento e non di un voto sulla qualità o sulla quantità delle iniziative e dei progetti che può portare avanti una Amministrazione. Capisco di più una contrarietà rispetto a questo ultimo punto che una contrarietà rispetto ad uno strumento che prende spunto da un altro Regolamento e non solo quello di Cernusco. Questo è normale nel momento in cui si crea un Regolamento. Penso di non dire un segreto e neppure una novità affermando che quasi tutti i Regolamenti che vengono scritti prendono spunto da qualche altro Regolamento e quindi si cerca di adattarlo.

Non è un copia-incolla, in quanto delle modifiche sono state fatte. È stato anche, seppur in via informale, sottoposto ad una visione da parte del Collegio dei Revisori del nostro Comune, pertanto non ci vedo nulla di strano da questo punto di vista. Addirittura esistono anche delle banche dati con migliaia di Regolamenti pronti e solamente da adattare. Sinceramente io non ci vedo nulla di strano. Ribadisco inoltre che ci è stata messa mano. Non è l'unico Regolamento ad essere stato consultato e peraltro non c'è nessuna particolare fretta, nel senso che non è stato portato in Commissione in fretta e in furia. Se no ricordo, la prima bozza è stata prodotta a fine dicembre e siamo quasi a maggio, per cui di fretta non ce ne è stata assolutamente. Quando porto avanti un lavoro cerco di concluderlo. Tutto qua.

Rispetto all'art. 17, sinceramente io non capisco quale sia l'ambiguità o l'aspetto che, come dice la consigliera Facchini, non le va giù. Si tratta di un articolo che disciplina una sponsorizzazione tecnica e che merita anche, come dicevo prima, un'attenzione ulteriore, proprio perché si tratta di una particolare tipologia di sponsorizzazione. Ciò detto, è opportuno dire che questo articolo, così come

altri, sono stati estrapolati da varie fonti, pertanto è un articolo che si applica regolarmente e naturalmente anche in realtà. Non dico che questo articolo sia il copia-incolla di quello che si applica in Provincia, ma la Provincia ha tantissime sponsorizzazioni che arrivano dall'applicazione di una sponsorizzazione tecnica. Non ci vedo quindi nulla di male, visto che è anche una tutela rispetto alle persone e a chi si assume la responsabilità di poter o voler sfruttare questa tipologia di sponsorizzazione. Tutto qui”.

PRESIDENTE DEL CONSIGLIO MARI: “Ringrazio il consigliere Massara. Ci sono altri interventi? Poiché nessun altro chiede di intervenire, pongo ai voti il punto n. 6”.

Consiglieri presenti in aula al momento del voto in modalità telematica n. 14.

Risultano assenti i consiglieri Tomirotti, Bindini, Luppi.

Voti favorevoli n. 10 (Salvarani, Licon, Andreetti, Mari, Rescigno, Dorini, Mancini, Scirpoli, Bonora, Vanella), contrari n. 3 (Buoli, Bastianini, Facchini), astenuti n. 1 (Bettoni)

IL CONSIGLIO COMUNALE DELIBERA

Di approvare la suindicata deliberazione.

PRESIDENTE DEL CONSIGLIO MARI: “Pongo al voto l'immediata eseguibilità della delibera”.

Consiglieri presenti in aula al momento del voto in modalità telematica n. 14..

Risultano assenti i consiglieri Tomirotti, Bindini, Luppi.

E SUCCESSIVAMENTE

IL CONSIGLIO COMUNALE DELIBERA

Di dichiarare, con separata votazione riportante voti favorevoli n. 10 (Salvarani, Licon, Andreetti, Mari, Rescigno, Dorini, Mancini, Scirpoli, Bonora, Vanella), contrari n. 3 (Buoli, Bastianini, Facchini), astenuti n. 1 Bettoni), immediatamente eseguibile il presente atto, ai sensi dell'art. 134 comma 4 del D.Lgs. 267/2000.Letto, approvato e sottoscritto

IL Presidente
MARI ROBERTO
(sottoscritto digitalmente ai sensi dell'art. 21
D.L.gs n 82/2005 e s.m.i.)

IL Vice Segretario Generale
BADARI SARA
(sottoscritto digitalmente ai sensi dell'art. 21
D.L.gs n 82/2005 e s.m.i.)



COMUNE di PORTO MANTOVANO

**REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE
DELLE SPONSORIZZAZIONI**

Approvato con D.C.C. n. _____

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 - La figura dello sponsor

Art. 6 - Corrispettivo delle sponsorizzazioni

Art. 7 – Pagamento del corrispettivo in denaro della sponsorizzazione

Art. 8 - Sponsorizzazioni plurime ed esclusiva generale e commerciale

Art. 9 – Scelta dello sponsor

Art. 10 – Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor

Art. 11 - Affidamento diretto

Art. 12 - Beni e servizi di modesta entità

Art. 13 - Proposte di sponsorizzazioni urgenti

Art. 14 – Qualificazione dello sponsor

Art. 15 – Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione e sottoscrizione

Art. 16 – Sponsorizzazione di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale

Art. 17 – Sponsorizzazione Tecnica

Art. 18 – Aspetti contabili e fiscali

Art. 19 - Controlli

Art. 20 - Trattamento dei dati personali

Art. 21 - Rinvio

Art. 22 – 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 alle disposizioni dell'art. 43 della Legge 119 del D.Lgs. 267/2000, dell'art. 120 del D.Lgs. 42/2004, dell'art. 26 del D.Lgs. 50/2006, e con riferimento all'art. 1, comma 1-bis, della Legge 241/1990.
2. Il ricorso alle sponsorizzazioni costituisce un'opportunità 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”: 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 le 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 dello sponsor;
 - e) per sponsorizzazione finanziaria o pura quella in cui lo sponsor, in cambio del diritto di sfruttare spazi per scopi pubblicitari, si limita a conferire un finanziamento, mentre lo svolgimento di altra attività – come ad esempio l'esecuzione di lavori o prestazioni di servizi- è a carico di soggetti diversi;
 - f) per sponsorizzazione tecnica quella in cui lo sponsor, in cambio del diritto di sfruttare spazi per scopi pubblicitari, esegue lavori, presta servizi o fornisce beni.
2. Ai fini del presente regolamento, non costituisce sponsorizzazione l'offerta al Comune, a titolo di liberalità, cioè senza alcun corrispettivo né alcuna forma di pubblicità a favore del donatore, di somme di denaro o di altre utilità effettuata in occasione di iniziative organizzate dal Comune stesso.

Art. 3 – Individuazione, programmazione e gestione delle sponsorizzazioni

1. Le iniziative di sponsorizzazione da offrire ai potenziali sponsor sono individuate e programmate dalla Giunta Comunale e formulate con atti di indirizzo specifici. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati ai responsabili. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta comunale può formulare indirizzi specifici ai Responsabili per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.

2. Il responsabile di servizio titolare di posizione organizzativa competente, in seguito agli indirizzi ricevuti, predispone e adotta gli atti necessari alla conclusione del contratto di sponsorizzazione, in ossequio alla procedura descritta nell'articolo 9 del presente regolamento.
3. Possono essere individuate spese ed attività la cui realizzazione è vincolata alla conclusione di contratti di sponsorizzazione.
4. Il ricorso alle sponsorizzazioni può comunque riguardare tutti i beni ed i servizi a carico del bilancio comunale.

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

1. Il Comune rifiuta qualsiasi proposta di sponsorizzazione e recede dal contratto eventualmente sottoscritto qualora:
 - a) ritenga che possa derivare un conflitto di interessi tra l'attività pubblica e quella dello sponsor;
 - b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla propria immagine od alle proprie iniziative;
 - c) reputi la sponsorizzazione inaccettabile per motivi di pubblico interesse.
2. Sono escluse, in ogni caso, le sponsorizzazioni aventi per oggetto:
 - a) propaganda di natura politica, sindacale, religiosa o filosofica;
 - b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, medicinali o cure mediche, nonché relativa al gioco d'azzardo;
 - c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, discriminazione, odio o minaccia.
3. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione i soggetti che:
 - a) non sono in possesso dei requisiti di ordine generale previsti dall'art. 38 del D.Lgs. 50/2006;
 - b) si trovano in condizioni di incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione.

Art. 5 - La figura dello sponsor

1. Possono assumere la veste di "sponsor" i seguenti soggetti:
 - a) qualsiasi persona fisica, purché in possesso dei requisiti di legge per contrattare ordinariamente con la pubblica Amministrazione;
 - b) qualsiasi persona giuridica, avente o meno scopo o finalità commerciali, quali le società di persone e di capitali, le imprese individuali, quelle cooperative (ex art. 2511 cod. civ.), le mutue di assicurazioni e i consorzi imprenditoriali (ex art. 2602 cod. civ.);
 - c) le Associazioni senza fini di lucro, generalmente costituite con atto notarile, le cui finalità statuarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali del Comune.

Art. 6 - 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 e spese dello sponsor.
2. In caso di operazioni di cui alla lettera b) del comma 1, si assume quale controvalore monetario del contratto il valore di mercato della fornitura dei beni, dei servizi o dei lavori, effettuati dallo sponsor.

Art. 7 – 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 30% al momento della conclusione del contratto e nella misura restante entro i 15 giorni successivi alla conclusione dell'iniziativa correlata.

Art. 8 - Sponsorizzazioni plurime ed esclusiva generale e commerciale

1. Sono sempre ammesse le sponsorizzazioni plurime di una singola manifestazione, iniziativa o lavoro, salvo quanto previsto dai successivi commi del presente articolo.
2. Il Comune può definire contratti di sponsorizzazione in esclusiva generale o commerciale, ove lo ritenga opportuno per reperire maggiori risorse o per conseguire sponsorizzazioni di miglior profilo qualitativo.
3. Le ipotesi di esclusiva sono le seguenti:
 - a) esclusiva generale: comportante la conclusione del contratto di sponsorizzazione con un soggetto in veste di sponsor unico del Comune per un determinato periodo;
 - b) esclusiva commerciale: con conclusione di più contratti di sponsorizzazione con diversi sponsor, ciascuno individuato come controparte unica per una specifica iniziativa, evento, progetto, categoria merceologica o di attività.
4. Ove il Comune intenda concludere contratti di sponsorizzazione in esclusiva generale o commerciale, evidenzia la sussistenza di dette clausole in tutti gli atti preliminari alla conclusione dei contratti. Le clausole di esclusiva devono essere espressamente previste.

Art. 9 – Scelta dello sponsor

1. L'affidamento dei contratti di sponsorizzazione avviene nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità.
2. La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura selettiva concorrenziale, con pubblicazione di apposito avviso, salvo quanto previsto dal successivo articolo 10.
3. L'avviso è pubblicato all'albo pretorio, sul profilo di committente del Comune 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 alla procedura selettiva;
 - le modalità ed il termine per la presentazione delle offerte, che non può essere inferiore a 15 giorni;
 - l'eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale;
 - i criteri di valutazione delle offerte;
 - l'eventuale importo minimo, a base della procedura selettiva, richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
 - l'eventuale diritto di prelazione a norma del successivo art. 10;
 - 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.
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. 10 – Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor

1. Nel caso in cui, da parte di un potenziale sponsor, pervenga al Comune una proposta spontanea di sponsorizzazione, il responsabile dell'ufficio competente, sentito il Sindaco o l'Assessore competente, valuta la rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento e, deliberato l'indirizzo da parte della Giunta secondo quanto disposto dall'art. 3 comma 1, predispone apposito avviso da pubblicare con le modalità di cui al precedente art. 9, che preveda come importo minimo a base di selezione quello offerto dal soggetto promotore nonché il diritto di prelazione a favore dell'originario promotore ai sensi del comma 2 del presente articolo. Alla pubblicazione dell'avviso segue l'espletamento della selezione.
2. Terminata la procedura di selezione, all'originario promotore è riservato, entro un termine prestabilito, il diritto di adeguare la propria proposta a quella giudicata più conveniente dal Comune. In questo caso, il promotore originario è dichiarato aggiudicatario.

Art. 11 - Affidamento diretto

1. Si può procedere all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazione, in deroga a quanto previsto dagli articoli 9 e 10, nei seguenti casi:
- a) nel caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore ad € 40.000,00 (IVA esclusa);
 - b) in caso sia stata esperita infruttuosamente la procedura selettiva di cui all'art. 9;
 - c) in casi eccezionali, adeguatamente motivati, in cui la particolare natura e caratteristica dell'evento o iniziativa oggetto di sponsorizzazione limitino la trattativa ad un unico determinato soggetto;
2. In ogni caso, l'affidamento diretto avviene previa valutazione di congruità da parte del responsabile di servizio titolare di posizione organizzativa competente procedente.

Art. 12 - Beni e servizi di modesta entità

1. L'Amministrazione Comunale si riserva la facoltà di aderire alle proposte di sponsorizzazioni quando il contenuto dei beni o servizi offerti non è superiore a € 3.000,00. Si riportano a titolo esemplificativo e non esaustivo, i seguenti casi: a) l'allestimento di locali e spazi pubblici in occasione di ricorrenze o manifestazioni pubbliche; b) la fornitura di cancelleria, piccoli attrezzi di lavoro, materiale di consumo, divise di lavoro; c) la fornitura di materiale "usa e getta" se ecocompatibile.
2. Nei casi di cui al precedente comma il contratto si perfeziona con l'accettazione della proposta senza altre formalità che la forma scritta.
3. Tutte le sponsorizzazioni di modesta entità saranno inserite in apposito elenco pubblico disponibile sul sito comunale.

Art. 13 - Proposte di sponsorizzazioni urgenti

1. L'Amministrazione Comunale si riserva la facoltà di accettare le proposte di sponsorizzazione presentate qualora l'iniziativa/manifestazione sia già avviata e i tempi di svolgimento della stessa non consentono la procedura negoziata di importo non superiore ai 3.000,00 euro.
2. Tutte le sponsorizzazioni urgenti saranno inserite in apposito elenco pubblico disponibile sul sito comunale.

Art. 14 – Qualificazione dello sponsor

1. Qualora i lavori, i servizi e le forniture siano acquisiti o realizzati a cura dello sponsor, lo stesso, oltre a quanto previsto all'art. 4 co.3 del presente regolamento, deve essere in possesso dei requisiti di qualificazione per gli esecutori dei contratti pubblici.
2. Per i lavori pubblici, le imprese esecutrici devono possedere i requisiti di qualificazione previsti dalla normativa vigente al momento dell'affidamento.

Art. 15 – Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione e sottoscrizione

1. La sponsorizzazione viene regolata da apposito contratto nel quale, in particolare, sono almeno definiti:
 - a) l'oggetto del contratto;
 - b) gli obblighi delle parti;
 - c) il valore del corrispettivo della sponsorizzazione;
 - d) la durata del contratto;
 - e) l'eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale;
 - f) i controlli sull'attività dello sponsor;
 - g) la facoltà di recesso da parte del Comune;
 - h) la risoluzione del contratto per inadempimento;
 - i) la competenza del foro in caso di controversie;
 - j) la disciplina delle spese contrattuali.
2. Nel contratto deve essere prevista la facoltà del Comune di recedere prima della scadenza, previa tempestiva e formale comunicazione allo sponsor, e deve essere inoltre 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.
3. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile del Settore che organizza l'iniziativa o l'evento; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato, previo parere positivo del Comando di Polizia Locale in relazione ai disposti del vigente Codice della Strada e tenuto conto di quanto previsto dal vigente regolamento per l'applicazione del Canone Unico.

Art. 16 – Sponsorizzazione di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale

1. Ai contratti di sponsorizzazione aventi ad oggetto interventi di restauro e manutenzione di beni immobili, mobili e delle superfici decorate di beni architettonici sottoposti a tutela ai sensi del D.Lgs. 42/2004, si

applicano, oltre alle norme previste nel presente regolamento, le disposizioni in materia di requisiti di qualificazione dei progettisti nel caso in cui la realizzazione dell'intervento sia a cura dello sponsor.

2. Nel caso in cui l'individuazione dell'esecutore dei lavori sia rimessa allo sponsor, il soggetto indicato dovrà essere un soggetto qualificato relativamente alla tipologia d'intervento.

3. Qualora le imprese esecutrici rivestano la qualità di sponsor del Comune attraverso la realizzazione diretta di interventi di restauro e manutenzione, non potranno in nessun caso cedere ad altri soggetti il diritto di utilizzare lo spazio pubblicitario oggetto del contratto.

4. L'ufficio competente impartisce le prescrizioni opportune in ordine alla progettazione, alla direzione ed all'esecuzione dei lavori ed esercita i poteri di alta sorveglianza procedurale al fine di garantire il rispetto della normativa di settore.

5. I 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 normativamente richiesti, per assicurare che l'esposizione pubblicitaria sia effettuata in forme compatibili con il carattere artistico o storico, l'aspetto e il decoro del bene.

Art. 17 – Sponsorizzazione Tecnica

1. Nei contratti di sponsorizzazione aventi ad oggetto lavori, servizi o forniture, quando questi sono acquisiti o realizzati a cura e a spese dello Sponsor, la scelta dello Sponsor è effettuata in base al valore economico della sponsorizzazione, secondo le modalità contenute nei seguenti commi del presente articolo.

2. I contratti di importo inferiore o pari a Euro 40.000,00 (o comunque alla soglia prevista dall'art. 36 D. Lgs 50/2016) possono essere affidati direttamente dall'Amministrazione, senza alcuna procedura comparativa, a soggetto in possesso dei necessari requisiti per poter contrarre con una Pubblica Amministrazione. Qualora lo Sponsor sia soggetto diverso dal Soggetto Esecutore, quest'ultimo deve possedere, oltre ai requisiti di carattere generale, adeguata capacità tecnica secondo valutazione dell'Ente e rispettare le normative tecniche di settore (es: possesso di particolari certificazioni – abilitazioni – autorizzazioni).

3. Per i suddetti contratti l'Amministrazione:

a) ha sempre la facoltà, tenuto conto del valore e della tipologia contrattuale:

- in caso di iniziativa di soggetto terzo, di non accettare la proposta di sponsorizzazione o di avviare sulla stessa una procedura comparativa con eventuale diritto di prelazione del soggetto proponente;
- in caso di iniziativa propria, di avviare una procedura comparativa.

b) dovrà impartire le prescrizioni opportune in ordine alla progettazione nonché all'esecuzione del contratto.

c) ha il controllo sull'esecuzione del contratto.

4. Per i contratti di importo superiore ad Euro 40.000,00 si rimanda alle procedure previste dal D.Lgs. 50/2016 Norme comuni alle sponsorizzazioni di importo superiore a € 40.000

5. Gli Sponsor che effettuano direttamente i lavori/servizi/forniture o i Soggetti Esecutori, qualora diversi dallo Sponsor nonché i soggetti progettisti eventualmente utilizzati, devono essere in possesso, oltre che dei requisiti di carattere generale, dei requisiti di qualificazione tecnica previsti dal Codice dei Pubblici Contratti e dal relativo Regolamento di Attuazione.

6. Il Bando e la Lettera d'Invito devono contenere: a) la volontà del Comune e i riferimenti di legge; b) gli obiettivi della sponsorizzazione; c) le opportunità per lo Sponsor; d) la tipologia, la durata e il valore contrattuale; e) la modalità per la veicolazione dei segni distintivi dello Sponsor; f) le modalità e i termini di presentazione delle offerte; g) i requisiti di partecipazione/qualificazione/obblighi in materia di

sicurezza/obblighi assicurativi; h) le modalità e i criteri di valutazione delle offerte, i) le prescrizioni tecniche progettuali ed esecutive. L) eventuale prelazione ai sensi del comma 9.

7. Il Comune procede alla stipula del contratto di sponsorizzazione con il soggetto che ha proposto l'offerta realizzativa giudicata migliore. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve indicare: il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare; l'accettazione delle condizioni previste nell'avviso di sponsorizzazione; l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e le relative autorizzazioni. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

a) per le persone fisiche:

- l'inesistenza delle condizioni di divieto 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;

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.

8. Nel caso di interventi di sponsorizzazione sui beni culturali, l'Amministrazione Comunale potrà introdurre ulteriori elementi conseguenti alla particolarità del bene oggetto di intervento.

9. In caso di iniziativa di soggetto terzo, l'Amministrazione ha sempre facoltà, in relazione a qualsiasi procedura di affidamento scelta, di prevedere il diritto di prelazione - a parità di condizioni offerte dal soggetto miglior offerente - a favore del soggetto proponente.

10. Nel caso in cui la procedura negoziata o la procedura aperta o ristretta siano andate deserte o non sia stata presentata alcuna offerta appropriata, ovvero tutte le offerte presentate siano risultate irregolari ovvero inammissibili rispetto al disposto del Codice dei Contratti Pubblici o non siano rispondenti ai requisiti formali della procedura, il Comune può ricercare di propria iniziativa lo sponsor con cui negoziare il contratto di sponsorizzazione, ferme restando la natura e le condizioni essenziali delle prestazioni richieste nella sollecitazione pubblica;

11. L'Amministrazione ha il controllo sull'esecuzione del contratto.

12. L'Amministrazione Comunale può concludere contratti di sponsorizzazione tecnica solo se viene garantita la salvaguardia dell'integrità ante contratto della proprietà comunale costituente ed interessata dallo strumento pubblicitario.

Art. 18 – 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 ed in spesa per pari importo, al fine di assicurare il rispetto del principio di integrità del bilancio e la normativa fiscale, con conseguente adozione dell'atto di accertamento dell'entrata

2. 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 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 e ad assolvere tutti gli adempimenti previsti dalla normativa sull'I.V.A..

5. Al fine dell'assolvimento degli oneri relativi alla tracciabilità finanziaria, di cui alla L. n.136/2010, e quindi della sussistenza o meno dell'obbligo di richiedere il CIG in relazione ai contratti di volta in volta stipulati dal Comune è necessario distinguere se nella fattispecie concreta, in relazione al contenuto delle obbligazioni poste in carico allo sponsor si rientri nell'ipotesi della sponsorizzazione pura -esentata da CIG- ovvero in quella della sponsorizzazione tecnica – sottoposta a CIG.

6. Il valore dell'operazione di sponsorizzazione deve corrispondere al "valore normale", cioè il valore di comune commercio delle prestazioni oggetto del contratto che vengono permutate con la pubblicità commerciale.

Art. 19 - Controlli

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

2. I contratti di sponsorizzazione sono inoltre soggetti a controlli da parte dell'ufficio individuato come competente, al fine di accertare la correttezza di quanto convenuto sia sotto il profilo normativo che per gli aspetti procedurali, tecnici, organizzativi e finanziari.

Art. 20 - 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 delle disposizioni di tutela contenute nella normativa europea, Regolamento Generale Protezione Dati (RGPD) 2016/679 e delle disposizioni compatibili del codice in materia di protezione dei dati personali approvato con D. Lgs. 196/2003 e ss.mm..

2. Titolare del trattamento dei dati è il Comune in persona del suo Sindaco pro-tempore che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità al decreto citato.

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

Art. 21 - Rinvio

1. Per ogni aspetto che non trovi esplicita disciplina nel presente regolamento si fa rinvio alle norme di legge ed ai regolamenti comunali applicabili.

Art. 22 – Entrata in vigore

1. Il presente regolamento entra in vigore dalla data di esecutività della delibera di approvazione.

2. Gli effetti prodotti dai contratti di sponsorizzazione in essere al momento dell'entrata in vigore del presente regolamento non subiscono variazioni.



COMUNE DI PORTO MANTOVANO
PROVINCIA DI MANTOVA
SETTORE TRIBUTI - CONTROLLO DI GESTIONE
CONTROLLO DI GESTIONE E CONTROLLO SOCIETA' PARTECIPATE

**OGGETTO: REGOLAMENTO COMUNALE PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE
DELLE SPONSORIZZAZIONI - APPROVAZIONE**

PARERE IN ORDINE ALLA REGOLARITA' TECNICA

Per i fini previsti dall'art. 49 del D. Lgs 18.08.2000 n° 267, si esprime sulla proposta di deliberazione in oggetto parere ***FAVOREVOLE*** in merito alla regolarità tecnica.

Note:

Li, 21/04/2022

LA RESPONSABILE DI SETTORE
DEL BON ANGELA
(Sottoscritto digitalmente ai sensi
dell'art. 21 D.Lgs n 82/2005 e s.m.i.)



COMUNE DI PORTO MANTOVANO

PROVINCIA DI MANTOVA

Area Servizi Finanziari Settore Ragioneria – Finanze – Bilancio

**OGGETTO: REGOLAMENTO COMUNALE PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE
DELLE SPONSORIZZAZIONI - APPROVAZIONE**

PARERE IN ORDINE ALLA REGOLARITA' CONTABILE

Per i fini previsti dall'art. 49 del D. Lgs 18.08.2000 n° 267, si esprime sulla proposta di deliberazione in oggetto parere ***FAVOREVOLE*** in merito alla regolarità contabile.

Note:

Lì, 21/04/2022

LA RESPONSABILE DI SETTORE
DEL BON ANGELA

(Sottoscritto digitalmente ai sensi
dell'art. 21 D.Lgs n 82/2005 e s.m.i.)



COMUNE DI PORTO MANTOVANO

PROVINCIA DI MANTOVA

Attestazione di Pubblicazione

Deliberazione di Consiglio Comunale

N. 38 del 28/04/2022

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

Si dichiara la regolare pubblicazione della presente deliberazione all'Albo Pretorio on line di questo Comune a partire dal **16/05/2022** e sino al **31/05/2022** per 15 giorni consecutivi, ai sensi dell'art. 124 del D. Lgs. 18.08.2000 n. 267

Porto Mantovano li, 16/05/2022

IL SEGRETARIO GENERALE
(BADARI SARA)

(sottoscritto digitalmente ai sensi
dell'art. 21 del D.Lgs. n. 82/2005 e s.m.i.)



COMUNE DI PORTO MANTOVANO

PROVINCIA DI MANTOVA

Certificato di Esecutività

Deliberazione di Consiglio Comunale

N. 38 del 28/04/2022

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

Visto l'art. 134 – III comma del D. Lgs. 18.08.2000, n. 267 la presente deliberazione pubblicata all'Albo Pretorio on-line in data **16/05/2022** é divenuta esecutiva per decorrenza dei termini il **27/05/2022**

Porto Mantovano li, 28/05/2022

IL SEGRETARIO COMUNALE
(MELI BIANCA)

(sottoscritto digitalmente ai sensi
dell'art. 21 del D.Lgs. n. 82/2005 e s.m.i.)