

Delibera n. 21 del 21 giugno 2012

DELIBERAZIONE CONSIGLIO COMUNALE

O G G E T T O: Approvazione del testo del Regolamento per la disciplina delle sponsorizzazioni del comune di Napoli (All. Del.di G.C. n.398 del 25.5.2012- parere Collegio dei Revisori dei Conti- 1 o.d.g. - 5 emendamenti-Testo coordinato del Regolamento)

L'anno duemiladodici il giorno 21 del mese di giugno
nella casa Comunale precisamente nella sala delle sue adunanze in Via Verdi n.35 – V° piano, si è riunito il Consiglio Comunale in grado di **PRIMA** convocazione ed in seduta **PUBBLICA**

Premesso che a ciascun consigliere, ai sensi dell'art. 125 del T.U. 1915, modificato dall'art. 61 R.D. 30 dicembre 1923 n. 2839, è stato notificato l'avviso di convocazione pubblicato all'Albo Pretorio del Comune, si dà atto che dei sottoelencati consiglieri in carica e presenti alla votazione dell'atto, risultano assenti quelli per i quali tale circostanza è timbrata a fianco di ciascun nominativo.

SINDACO

de MAGISTRIS LUIGI

- 1) ADDIO GENNARO
- 2) ATTANASIO CARMINE
- 3) BEATRICE AMALIA
- 4) BORRIELLO ANTONIO
- 5) BORRIELLO CIRO
- 6) CAIAZZO TERESA
- 7) CAPASSO ELPIDIO
- 8) CASTIELLO GENNARO
- 9) COCCIA ELENA
- 10) CROCETTA ANTONIO
- 11) ESPOSITO ANIELLO
- 12) ESPOSITO GENNARO
- 13) ESPOSITO LUIGI
- 14) FELLICO ANTONIO
- 15) FIOLA CIRO
- 16) FORMISANO GIOVANNI
- 17) FREZZA FULVIO
- 18) FUCITO ALESSANDRO
- 19) GALLOTTO VINCENZO
- 20) GRIMALDI AMODIO
- 21) GUANGI SALVATORE
- 22) IANNELLO CARLO
- 23) LANZOTTI STANISLAO
- 24) LEBRO DAVID

ASSENTE		ASSENTE
ASSENTE	25) LETTIERI GIOVANNI	P
ASSENTE	26) LORENZI MARIA	P
P	27) LUONGO ANTONIO	ASSENTE
ASSENTE	28) MADONNA SALVATORE	ASSENTE
ASSENTE	29) MANSUETO MARCO	P
P	30) MAURINO ARNALDO	P
P	31) MOLISSO SIMONA	P
ASSENTE	32) MORETTO VINCENZO	P
P	33) MOXEDANO FRANCESCO	P
P	34) MUNDO GABRIELE	P
ASSENTE	35) NONNO MARCO	P
P	36) PACE SALVATORE	P
P	37) PALMIERI DOMENICO	P
P	38) PASQUINO RAIMONDO	P
P	39) RINALDI PIETRO	P
P	40) RUSSO MARCO	P
P	41) SANTORO ANDREA	P
P	42) SCHIANO CARMINE	P
P	43) SGAMBATI CARMINE	P
P	44) TRONCONE GAETANO	P
P	45) VARRIALE VINCENZO	P
P	46) VASQUEZ VITTORIO	P
ASSENTE	47) VERNETTI FRANCESCO	P
P	48) ZIMBALDI LUIGI	ASSENTE

Presiede la riunione il Presidente R..Pasquino

In grado di prima convocazione in prosieguo di seduta

Partecipa alla seduta il Segretario del Comune dr. G. Virtuoso

Il Presidente pone all'esame dell'aula la deliberazione di G.C. n.398 del 25/05/2012 avente ad oggetto:"Approvazione del Regolamento per la disciplina delle sponsorizzazioni del comune di Napoli" e comunica che la stessa è stata trasmessa per i relativi pareri alle Commissioni Bilancio, Diritti e Sicurezza, Trasparenza, Politiche Sociali, Urbanistica, Cultura e Turismo, Lavoro, Sviluppo, le quali l'hanno rinvia al Consiglio ed al Collegio dei Revisori dei Conti il quale "nel condividere l'adozione del predetto Regolamento, null'altro osserva". La delibera è stata trasmessa anche a tutte le Municipalità; la V Municipalità ha espresso parere favorevole, mentre la II, la IV e la VII hanno espresso parere contrario.

L'Assessore Realfonzo illustra l'atto messo in discussione.

Si allontana dall'aula il Presidente Pasquino ed assume la Presidenza la Vice Presidente E. Coccia. (presenti 36)

Il Consigliere Lebro interviene sull'atto in esame

Entra in aula il Consigliere Fellico (presenti 37)

La Vice Presidente mette in discussione un o.d.g. Presentato dal Consigliere Lanzotti.

Il Consigliere Moretto illustra l'o.d.g.

L'Assessore Realfonzo esprime parere favorevole.

La Vice Presidente mette in votazione l'o.d.g. esaminato che viene approvato all'unanimità.
(All.1)

La Vice Presidente sottopone all'aula l'emendamento n.1.

Il Consigliere Palmieri lo illustra e chiede che venga introdotto nel regolamento come art.1 bis.

(Si allontana dall'aula il Consigliere Attanasio (presenti 36).

L'Assessore Realfonzo esprime parere contrario.

Il Consigliere Palmieri chiede chiarimenti all'Assessore il quale spiega i motivi del parere contrario.

Il Consigliere Palmieri vuole che l'emendamento da lui sottoscritto venga messo in votazione per l'appello nominale.

La Vice Presidente dispone in tal senso.

Con la presenza in aula di 28 consiglieri (risultano allontanatisi i consiglieri Esposito L.Guangi, Lebro, Moretto, Mundo, Nonno, Palmieri, Santoro, Troncone ed entrato il Consigliere Sgambati) l'emendamento n.1 è respinto a maggioranza con 26 voti contrari, 1 voto favorevole e l'astensione del Consigliere A.Borriello.

La Vice Presidente sottopone all'aula l'emendamento n.2.

Entrano in aula i Consiglieri Palmieri,Moretto, Nonno, Mundo,Troncone,Guangi (presenti 34)

Il Consigliere Moretto illustra l'emendamento.

L'Assessore Realfonzo esprime parere contrario

La Vice Presidente mette in votazione l'emendamento n.2 per appello nominale così come richiesto dai Consiglieri Guangi ,Nonno e Moretto.

Con la presenza in aula di **28 consiglieri** (risultano allontanatisi i consiglieri **Fiola,Guangi,Moretto,Mundo,Nonno,Palmieri**) l'emendamento n.2 è respinto a maggioranza con 27 voti contrari e l'astensione della vice presidente Coccia.

La Vice Presidente sottopone all'aula l'emendamento n.3

Il Consigliere Moretto illustra.

L'Assessore Realfonzo esprime parere contrario

La Vice Presidente mette in votazione l'emendamento n.3 che viene respinto a maggioranza.

Entrano in aula i consiglieri Lebro,Moretto,Borriello A.,Palmieri,Nonno,Guangi,Mundo.
(presenti 35)

La Vice Presidente sottopone all'aula l'emendamento n.4

Il Consigliere Palmieri lo illustra.

L'Assessore Realfonzo esprime parere contrario

Il Consigliere Palmieri chiede ulteriori chiarimenti e, dopo la replica dell'Assessore, decide di ritirare l'emendamento.

Entra in aula il Presidente Pasquino e riassume la Presidenza (Presenti 36)

Il Presidente sottopone all'aula l'emendamento n.5

Il Consigliere Moretto lo illustra

L'Assessore Realfonzo esprime parere favorevole.

Il Presidente mette in votazione, con il parere favorevole dell'amministrazione, l'emendamento n.5 il cui testo qui di seguito si trascrive:

I EMENDAMENTO

All'Art.4 punto 10 lettera c sostituire 10.000,00 con euro 15.000,00

Assistito dagli scrutatori accerta e dichiara che il Consiglio lo ha approvato all'unanimità.
(All.2)

Entrano in aula i Consiglieri Santoro, Esposito L. e Fiola (Presenti 39)

Il Presidente sottopone all'aula l'emendamento n.6

Il Consigliere Moretto lo illustra

L'Assessore Realfonzo propone delle modifiche che sono accettate dal proponente.

Il Presidente mette in votazione, con il parere favorevole dell'amministrazione, l'emendamento n.6 così come modificato dall'amministrazione, il cui testo qui di seguito si trascrive:

II EMENDAMENTO

All'Art.15 comma 1 dopo la parola sponsorizzazione aggiungere: è componente di diritto il Presidente della Commissione Lavoro Sviluppo Commercio ed attività produttive o altro membro della commissione delegato dal presidente

Assistito dagli scrutatori accerta e dichiara che il Consiglio lo ha approvato all'unanimità.
(All.3)

Il Presidente sottopone all'aula l'**emendamento n.7**

Il Consigliere Moretto dichiara di ritirare l'emendamento in esame.

Il Presidente sottopone all'aula l'**emendamento n.8**

L'assessore Realfonzo esprime parere contrario

Il Consigliere Moretto dichiara di ritirare l'emendamento in esame.

Il Presidente sottopone all'aula l'**emendamento n.9**

Il Consigliere Palmieri lo illustra

L'Assessore Realfonzo esprime parere favorevole.

Il Presidente mette in votazione, con il parere favorevole dell'amministrazione, l'emendamento n.9 il cui testo qui di seguito si trascrive:

III EMENDAMENTO

all'art.9 Contratto di sponsorizzazione, comma3, modificare come segue:

- 3) Il contratto potrà prevedere clausole relative all'esenzione per lo sponsor del pagamento degli oneri previsti dalla COSAP , mentre per i canoni e/o tasse sulla pubblicità, l'aliquota di esenzione non potrà superare il 50% degli oneri previsti dalle tariffe pubblicitarie del luogo dove si realizza l'intervento di sponsorizzazione.

Assistito dagli scrutatori accerta e dichiara che il Consiglio lo ha approvato all'unanimità.
(All.4)

Il Presidente comunica all'aula che gli emendamenti n.10 e n.11 sono stati ritirati e passa ad esaminare l'emendamento n.12.

Il Consigliere Palmieri lo illustra.

L'Assessore Realfonzo propone delle modifiche che sono accettate dal proponente.

Il Presidente mette in votazione, con il parere favorevole dell'amministrazione, l'emendamento n.12 così come modificato dall'amministrazione, il cui testo qui di seguito si trascrive:

IV EMENDAMENTO

l'art.13 Iniziative delle Municipalità, si modifica come segue:

- 1) Le Municipalità hanno facoltà di reperire sponsor, secondo quanto previsto dalle norme di legge e dal presente regolamento, per tutte le materie ad esse delegate in modo esclusivo (strade e piazze secondarie, attività culturali,sociali,ricreative e sportive ecc.)
- 2) Le Municipalità dovranno esprimere sempre un parere obbligatorio ma non vincolante per la programmazione annuale e triennale inerenti le sponsorizzazioni così come all'art.6 comma 1 dello stesso regolamento

Assistito dagli scrutatori accerta e dichiara che il Consiglio lo ha approvato all'unanimità.
(All.5)

Il Presidente sottopone all'aula l'emendamento n.13

Il Consigliere Moretto lo illustra

L'Assessore Realfonzo propone delle modifiche che sono accettate dal proponente.

Il Presidente mette in votazione, con il parere favorevole dell'amministrazione, l'emendamento n.13 così come modificato dall'amministrazione, il cui testo qui di seguito si trascrive:

V EMENDAMENTO

All'Art.15 punto1,dopo la parola **interessati** aggiungere: e da 1 consigliere comunale di maggioranza ed 1 di opposizione indicati dal Consiglio Comunale.

Assistito dagli scrutatori accerta e dichiara che il Consiglio lo ha approvato all'unanimità.
(All.6)

Si allontanano dall'aula i Consiglieri Borriello A. e Borriello C. (presenti 37)

Pertanto il Consiglio tenuto conto che

- la materia delle sponsorizzazioni, per le rilevanti implicazioni in termini di acquisizione delle risorse da parte di soggetti privati, si palesa quale strumento di indiscutibile superamento delle criticità connesse all'attuale congiuntura economica;
- l'Amministrazione municipale di Napoli ha collocato, già in fase di primo insediamento, le finalità di valorizzazione turistica, culturale, artistica e urbanistica della Città tra quelle cui ri conoscere maggiore peso specifico, e ciò non ai fini della mera declamazione di pur condivisibili principî ma nell'ottica di un immediato e pragmatico perseguitamento dei conseguenti obiettivi;
- tale visione è stata, peraltro, impostata alla stregua di un'azione di ampio respiro in cui assumono un ruolo significativo iniziative, a carattere comunale e di quartiere, tese a realizzare il modello di un partenariato pubblico-privato anche nella gestione di beni relativamente minori (come, ad esempio, piccole aiuole e giardini, mediante i quali garantire l'aumento della qualità della vita nelle singole municipalità);
- la disamina e la riflessione sul tema della sponsorizzazione e dei relativi contratti sono state, pertanto, effettuate da una pluralità di uffici comunali ed assessorati i quali, ciascuno privilegiando e focalizzando angoli di visuale più congeniali alle proprie competenze ed esperienze, hanno prodotto numerose bozze, ovvero relazioni sulla materia in questione;

Considerato che:

- la Segreteria Generale, allo scopo di valorizzare la riflessione condotta sull'argomento da ciascun soggetto istituzionale, si è assunta l'onere di curare il raccordo tecnico-normativo delle singole proposte attraverso la convocazione di incontri tra i soggetti anzidetti e la condivisione fra gli stessi dei vari elaborati;
- in tal modo l'interlocuzione tra i diversi soggetti non si è arenata ma, per contro, ha conosciuto una reale e rapida interazione tra punti di vista e prospettive inizialmente eterogenei;

- detta attività si rendeva vieppiù necessaria in quanto il contratto di sponsorizzazione costituisce fattispecie in sé atipica, ossia soltanto parzialmente normata dalle disposizioni sopra citate, il cui comune denominatore è, significativamente, rappresentato dalla non riconducibilità dello stesso alle tipologie altrimenti invalse (siano esse riconducibili alle formule desunte dagli schemi contrattuali in materia, rispettivamente, di appalti di lavori, forniture e servizi) ma, per antonomasia, definibile quale contratto “escluso” dalla disciplina relativa a quelle tipologie;
- ciò ha comportato la necessità di coniugare due esigenze altrimenti inconciliabili, quali la necessità di “riempire” un vuoto normativo (ancorché scientemente creato dal legislatore in relazione all’atipicità del contratto di sponsorizzazione) a mezzo di apposito articolato normativo e, al contempo, di non pregiudicare la fluidità e snellezza amministrativa con l’eccessiva ponderosità dei testi normativi da adottare;

Ritenuto che:

- la formula del partenariato pubblico privato trova oculata trasposizione nel testo regolamentare allegato alla presente delibera, costituendone parte integrante e sostanziale, frutto della elaborazione collettiva svolta tra i soggetti istituzionali coinvolti;
-

Visti:

- l'art. 43 della legge n. 449/1997;
- l'art. 119 del dlgs. n. 267/2000 (TU sull'ordinamento degli enti locali);
- l'art. 120 del Dlgs. n. 42/2004 (cd. “Codice dei Beni culturali e del Paesaggio”);
- l'art. 26 del dlgs n. 163/2006 (cd. “Codice degli Appalti”),
- l'art. 199 bis, introdotto nell'anzidetto codice con DL 5/2012 in vigore dal 10/02/2012, convertito dalla Legge di conversione 4 aprile 2012, n. 35 in vigore dal 07/04/2012;
- le determinazioni assunte dall'Autorità per la Vigilanza sugli Appalti, con particolare riferimento, da ultimo, alla Deliberazione n. 9 dell'8 febbraio 2012;
- Lo Statuto del Comune di Napoli;
- Il Regolamento delle Municipalità del Comune di Napoli;

Recepiti e fatti propri i pareri rilasciati dai Dirigenti firmatari dell' atto, nonché le osservazioni del Segretario Generale sulla proposta di G.C. n.398 del 25.05.2012 quale parte integrante del presente atto

D E L I B E R A

Con la presenza in aula di 37 Consiglieri i cui nominativi sono riportati sul frontespizio del presente atto, a maggioranza con l'astensione del FLI e con 1 o.d.g. e 5 emendamenti precedentemente approvati .

Approvare il testo del "Regolamento per la disciplina delle sponsorizzazioni nel Comune di Napoli" composto di n° 12 pagine, che allegato alla delberazione di G.C. n.398 del 25.05.2012, ne costituisce parte integrante e sostanziale;

Dare atto che costituiscono parte integrante del presente atto i seguenti allegati:

- 1) delibera di G.C. n.398 del 25.05.2012 composta da n.6 pagine progressivamente numerate nonché da allegati, costituenti parte integrante, di complessive pagine 12, separatamente numerate;
- 2) n.1 ordine del giorno;
- 3) n.5 emendamento;
- 4) relazione del Collegio dei Revisori;
- 5) testo coordinato del Regolamento relativo all'allegato.

Il Presidente attesa l'urgenza del provvedimento, pone in votazione l'esecuzione immediata dell'atto testè approvato, ai sensi dell'art. 134 del D.Lgs.n267/00.

Assistito dagli scrutatori accerta e dichiara che il Consiglio ha approvato l'esecuzione immediata all'unanimità.

Il contenuto integrale degli interventi è riportato nel resoconto stenotipico della seduta, depositato presso la Segreteria del Consiglio Comunale.

Il Coordinatore
Dr. G. Scattà



Il Dirigente
Dott.ssa E. Barbati

del che il presente verbale viene sottoscritto come appresso:

Il Presidente del Consiglio Comunale
Prof. R. Pasquino

Il Segretario Generale
Dr. G. Virtuoso

Si attesta che la presente è stata pubblicata all'albo pretorio il 2 LUG. 2012
e vi rimarrà pubblicata per quindici giorni (art.124, co.1 D.L.vo 267/2000).

Il Responsabile

Il presente provvedimento immediatamente eseguibile ex IV co. Art.134 D.L.vo 267/2000
viene assegnato a

P.R. An. Ricalforzo Sindaco Dott. Monetti Dott. Fresceno. Dott. Ricci *af*

ESECUTIVITA' DELLA DELIBERAZIONE

Constatato che sono decorsi i dieci giorni dalla pubblicazione si dà atto che la presente deliberazione è divenuta da oggi esecutiva, ai sensi dell'art.134, co. III. D.L.vo 267/2000.-

Addì _____

Il Segretario Generale

La presente deliberazione viene assegnata per le procedure attuative, ai sensi dell'art.97 D.L.vo 267/2000 a:

Addì _____

Il Segretario Generale

Copia della presente deliberazione viene in data odierna ricevuta dal sottoscritto con onere della procedura attuativa.

P.R. Firma _____

Sindaco

**Assessorato al Bilancio, Finanza e
Programmazione
Segreteria Generale**

Proposta al Consiglio

Proposta di delibera prot. N° 5

...del 25/05/2012

Categoria Classe
Fascicolo

Annotazioni

REGISTRO DELLE DELIBERAZIONI DI GIUNTA COMUNALE - DELIB. N° 398,

OGGETTO: Proposta al Consiglio - Approvazione del testo del Regolamento per la disciplina delle sponsorizzazioni nel Comune di Napoli

Il giorno 25/05/2012..., nella residenza comunale convocata nei modi di legge, si è riunita la Giunta comunale. Si dà atto che sono presenti i seguenti n° 12..... Amministratori in carica:

SINDACO:

Luigi de MAGISTRIS

P

ASSESSORI:

Tommaso SODANO

ASSENTE

Sergio D'ANGELO

P

Luigi DE FALCO

P

Antonella DINOCERA

P

Anna DONATI

P

Marco ESPOSITO

P

Alberto LUCARELLI

P

Giuseppe NARDUCCI

P

Annamaria PALMIERI

P

Riccardo REALFONZO

P

Giuseppina TOMMASIELLI

P

Bernardino TUCCILLO

P

(Nota bene: Per gli assenti viene apposto, a fianco del nominativo, il timbro "ASSENTE"; per i presenti viene apposta la lettera "P")

Assume la Presidenza: Il SINDACO LUIGI de MAGISTRISAssiste il Segretario del Comune: DR. VINCENZO COSETTI**IL PRESIDENTE**

constatata la legalità della riunione, invita la Giunta a trattare l'argomento segnato in oggetto.

S/RETARIO GENERALE

LA GIUNTA, su proposta del Sindaco,

2

Premesso che:

- la materia delle sponsorizzazioni, per le rilevanti implicazioni in termini di acquisizione delle risorse da parte di soggetti privati, si palesa quale strumento di indiscutibile superamento delle criticità connesse all'attuale congiuntura economica;
- l'Amministrazione municipale di Napoli ha collocato, già in fase di primo insediamento, le finalità di valorizzazione turistica, culturale, artistica e urbanistica della Città tra quelle cui ri conoscere maggiore peso specifico, e ciò non ai fini della mera declamazione di pur condivisibili principî ma nell'ottica di un immediato e pragmatico perseguitamento dei conseguenti obiettivi;
- tale visione è stata, peraltro, impostata alla stregua di un'azione di ampio respiro in cui assumono un ruolo significativo iniziative, a carattere comunale e di quartiere, tese a realizzare il modello di un partenariato pubblico-privato anche nella gestione di beni relativamente minori (come, ad esempio, piccole aiuole e giardini, mediante i quali garantire l'aumento della qualità della vita nelle singole municipalità);
- la disamina e la riflessione sul tema della sponsorizzazione e dei relativi contratti sono state, pertanto, effettuate da una pluralità di uffici comunali ed assessorati i quali, ciascuno privilegiando e focalizzando angoli di visuale più congeniali alle proprie competenze ed esperienze, hanno prodotto numerose bozze, ovvero relazioni sulla materia in questione;

Considerato che:

- la Segreteria Generale, allo scopo di valorizzare la riflessione condotta sull'argomento da ciascun soggetto istituzionale, si è assunta l'onere di curare il raccordo tecnico-normativo delle singole proposte attraverso la convocazione di incontri tra i soggetti anzidetti e la condivisione fra gli stessi dei vari elaborati;
- in tal modo l'interlocuzione tra i diversi soggetti non si è arenata ma, per contro, ha conosciuto una reale e rapida interazione tra punti di vista e prospettive inizialmente eterogenei;
- detta attività si rendeva vieppiù necessaria in quanto il contratto di sponsorizzazione costituisce fattispecie in sé atipica, ossia soltanto parzialmente normata dalle disposizioni sopra citate, il cui comune denominatore è, significativamente, rappresentato dalla non riconducibilità dello stesso alle tipologie altrimenti invalse (siano esse riconducibili alle formule desunte dagli schemi contrattuali in materia, rispettivamente, di appalti di lavori, forniture e servizi) ma, per antonomasia, definibile quale contratto "escluso" dalla disciplina relativa a quelle tipologie;

VW

- ciò ha comportato la necessità di coniugare due esigenze altrimenti inconciliabili, quali la necessità di "riempire" un vuoto normativo (ancorché scientemente creato dal legislatore in relazione all'atipicità del contratto di sponsorizzazione) a mezzo di apposito articolato normativo e, al contempo, di non pregiudicare la fluidità e snellezza amministrativa con l'eccessiva ponderosità dei testi normativi da adottare;

Ritenuto che:

- la formula del partenariato pubblico privato trovi oculata trasposizione nel testo regolamentare allegato alla presente delibera, costituendone parte integrante e sostanziale, frutto della elaborazione collettiva svolta tra i soggetti istituzionali coinvolti;

Visti:

- l'art. 43 della legge n. 449/1997;
- l'art. 119 del dlgs. n. 267/2000 (TU sull'ordinamento degli enti locali);
- l'art. 120 del Dlgs. n. 42/2004 (cd. "Codice dei Beni culturali e del Paesaggio");
- l'art. 26 del dlgs n. 163/2006 (cd. "Codice degli Appalti"),
- l'art. 199 bis, introdotto nell'anidetto codice con DL 5/2012 in vigore dal 10/02/2012, convertito dalla Legge di conversione 4 aprile 2012, n. 35 in vigore dal 07/04/2012;
- le determinazioni assunte dall'Autorità per la Vigilanza sugli Appalti, con particolare riferimento, da ultimo, alla Deliberazione n. 9 dell'8 febbraio 2012;
- Lo Statuto del Comune di Napoli;
- Il Regolamento delle Municipalità del Comune di Napoli;

La parte narrativa, i fatti, gli atti citati, le dichiarazioni ivi comprese sono vere e fondate e quindi redatte dal Dirigente del Servizio sotto la propria responsabilità tecnica, per cui sotto tale profilo, lo stesso dirigente qui di seguito sottoscrive.

Il Dirigente

Dott. Fabio Fracasso

CON VOTI UNANIMI

DELIBERA

Il Vicesegretario Generale

Dott. Vincenzo Mossetti

di proporre al Consiglio Comunale l'approvazione del testo del Regolamento per la disciplina delle sponsorizzazioni nel Comune di Napoli che si allega al presente atto quale parte integrante.

Il Vicesegretario Generale

Dott. Vincenzo Mossetti

Il Dirigente

Dott. Fabio Fracasso

Il Sindaco

Luigi De Magistris

L'Assessore al Bilancio, Finanza

Programmazione

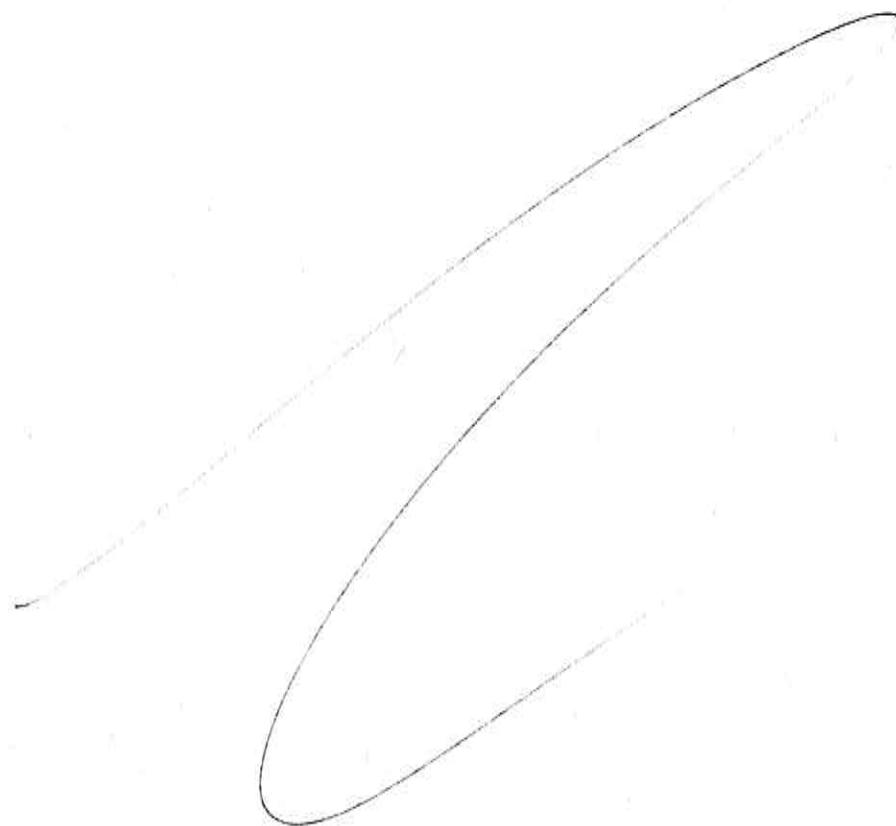
Prof. Riccardo Realfonzo

Si allega – quale parte integrante del presente atto – il seguente documento, composto, complessivamente, da n. 12 pagine:

- Testo del "Regolamento per la disciplina delle sponsorizzazioni nel Comune di Napoli"

4

SEGUE: Deliberazione di Giunta n° 398 del 25 MAG. 2012



Letto confermato e sottoscritto

IL SINDACO

Luigi de Magistris

IL SEGRETARIO GENERALE



5

PROPOSTA DI DELIBERAZIONE PROT. N. S DEL 25/05/2012
AVENTE AD OGGETTO: **Proposta al Consiglio - Approvazione del testo del Regolamento per la disciplina delle sponsorizzazioni nel Comune di Napoli**

Il dirigente esprime, ai sensi dell'art. 49, comma 1, del D. Lgs. 267/2000, il seguente parere di regolarità tecnica in ordine alla suddetta proposta: **Favorevole. Il presente atto non comporta aumento di spesa, né diminuzione di entrata a carico del Bilancio dell'Amministrazione Comunale**

Addì 25/5/2012

Il Dirigente
Dott. Fabio Fracasso

Il Vicesegretario Generale
Dott. Vincenzo Mossetti

Pervenuta in Ragioneria Generale il Prot.....

Il Dirigente del Servizio di Ragioneria, esprime, ai sensi dell'art. 49, comma 1, del D. Lgs. 267/2000, il seguente parere di regolarità contabile in ordine alla suddetta proposta:

Addì.....

IL RAGIONIERE GENERALE

ATTESTATO DI COPERTURA FINANZIARIA ED IMPEGNO CONTABILE

La somma di L..... viene prelevata dal
Titolo..... Sez.....
Rubrica..... Cap..... () del Bilancio 200.....,
che presenta la seguente disponibilità:

Dotazione L.....

Impegno precedente L.....

Impegno presente L.....

Disponibile L.....

Ai sensi e per quanto disposto dall'art. 151, comma 4, del D.Lgs. 267/2000, si attesta la copertura finanziaria della spesa di cui alla suddetta proposta.

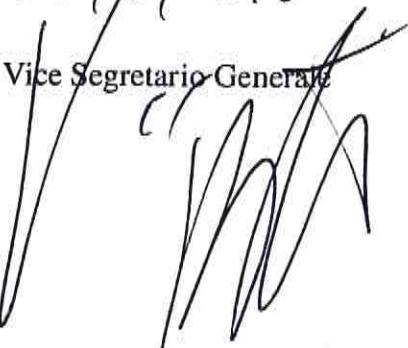
Addì.....

IL RAGIONIERE GENERALE

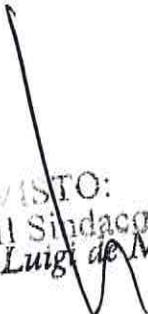
Proposta di deliberazione del Dipartimento Segreteria Generale prot. n. 5 del 25.5.2012,
pervenuta al Servizio Segreteria della Giunta in data 25.5.2012 – S.G. 465

Osservazioni del Segretario Generale

Richiamandosi a quanto dichiarato nella parte narrativa del provvedimento in oggetto, nulla si osserva.

65/81/612
Il Vice Segretario Generale


VISTO:
Il Sindaco
Luigi de Magistris





COMUNE DI NAPOLI
SEGRETARIA GENERALE
SEGRETARIA DELLA GIUNTA COMUNALE

ALLEGATI COSTITUENTI PARTE
INTEGRANTE DELLA
DELIBERAZIONE DI G. C.
N.....398.....DEL.....25-5-2012



COMUNE DI NAPOLI

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DELLE SPONSORIZZAZIONI NEL COMUNE DI NAPOLI

A handwritten signature or mark, appearing to begin with the letter 'C' and extending downwards and to the right.

INDICE

ART. 1 - OGGETTO E FINALITA'

ART. 2 - DEFINIZIONI

ART. 3 - CONDIZIONI

ART. 4 - PROCEDURE DI SELEZIONE DELLO SPONSOR

ART. 5 - PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE TRAMITE AFFIDAMENTO INCARICO DI RICERCA SPONSOR

ART. 6 - INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE DI SPONSORIZZAZIONE

ART. 7 - ESCLUSIONI

ART. 8 - SPONSORIZZAZIONI INACCETTABILI

ART. 9 - CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

ART. 10 - ESPlicitazione DELL'ESCLUSIVA GENERALE O DELLE ESCLUSIVE COMMERCIALI

ART. 11 - VERSAMENTO DEI PROVENTI DELLE SPONSORIZZAZIONI

ART. 12 - UTILIZZO DELLE SPONSORIZZAZIONI IN RELAZIONE A PROCEDURE DI APPALTO

ART. 13 - INIZIATIVE DELLE MUNICIPALITA'

ART. 14 - VERIFICHE E CONTROLLI

ART. 15 - OSSERVATORIO

ART. 16 - UTILIZZO DEI RISPARMI DERIVANTI DALLE SPONSORIZZAZIONI

ART. 17 - TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

ART. 18 - CONTROVERSIE

ART. 19 - NORME DI RINVIO

ART. 1
OGGETTO E FINALITA'

1. Il presente regolamento intende disciplinare - nel rispetto delle disposizioni vigenti - i presupposti, le condizioni, nonché la procedura di sponsorizzazione e conseguente scelta dello sponsor, in materia di eventi culturali, sociali, ricreativi, sportivi, lavori pubblici e altro, promossi dall'Amministrazione Comunale per il perseguimento di finalità di pubblico interesse e nell'osservanza dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza, che regolano l'operato della Pubblica Amministrazione.
2. *Il Comune di Napoli non favorisce forme di mera intermediazione tra la sponsorizzazione e l'esecuzione dei lavori da sponsorizzare.*
3. *Salvo motivate eccezioni approvate singolarmente dalla Giunta Comunale, la promozione dello sponsor avviene attraverso l'associazione del nome, del marchio, dell'immagine dell'attività o del prodotto dell'attività del soggetto erogante all'iniziativa oggetto della sponsorizzazione.*
4. Il contratto di sponsorizzazione deve contenere:
 - a) le configurazioni generali delle finalizzazioni del rapporto contrattuale;
 - b) gli obblighi dello sponsor e dello sponsee;
 - c) i profili economici della sponsorizzazione;
 - d) le clausole condizionanti il rapporto;
 - e) gli strumenti di verifica dell'efficacia della sponsorizzazione per l'Amministrazione.
5. Per la sponsorizzazione dei beni culturali è richiesto nulla osta preventivo da parte della competente Soprintendenza al progetto di restauro e/o recupero del bene storico artistico.

ART. 2
DEFINIZIONI

1. Ai fini del presente regolamento si intende:

- a) per "contratto di sponsorizzazione" – (di seguito denominato "Contratto") un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale l'Amministrazione Comunale (sponsee o sponsorizzato) offre, nell'ambito di proprie iniziative culturali, sociali, ricreative, sportive, di lavori pubblici e altro, ad un terzo (sponsor) – che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo in denaro o ad assumersi un costo ("sponsorizzazione finanziaria"), ovvero a fornire una predeterminata prestazione, diretta o indiretta, a titolo gratuito ("sponsorizzazione tecnica") – la possibilità di pubblicizzare il nome, il logo, il marchio, i prodotti, i servizi e simili, nei modi previsti dal Contratto;
- b) per "sponsorizzazione" ogni corrispettivo in denaro, ovvero ogni prestazione (in beni materiali, in servizi o in lavori) diretta o indiretta, proveniente da terzi allo scopo di promuovere il proprio nome, marchio, attività, o i propri prodotti, servizi e simili ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio d'immagine;

- c) per "sponsor" il soggetto privato o il soggetto pubblico che intenda stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;
- d) per "sponsee" il soggetto sponsorizzato, cioè l'Amministrazione Comunale;
- e) per "spazio pubblicitario" lo spazio fisico o le modalità di veicolazione della comunicazione e delle informazioni di volta in volta individuate o consentite dal Comune per la pubblicità dello sponsor.

ART. 3
CONDIZIONI

1. Il ricorso al contratto di sponsorizzazione oggetto del presente regolamento è ammesso ove sussistano le seguenti condizioni:
 - a) il perseguitamento di interessi pubblici;
 - b) l'esclusione di forme di conflitto di interesse tra attività pubblica e privata;
 - c) un corrispettivo in denaro ovvero un risparmio di spesa nella realizzazione di un'iniziativa di pubblico interesse

ART. 4
PROCEDURE DI SELEZIONE DELLO SPONSOR

1. La gestione delle sponsorizzazioni, salvo motivate eccezioni approvate singolarmente dalla Giunta nei casi di cui all'art. 5, è effettuata direttamente dalla Amministrazione secondo la disciplina del presente regolamento.
2. Fermo restando quanto previsto espressamente dalla Legge,:
 - a) La scelta dello sponsor è effettuata mediante la pubblicazione di avviso pubblico sul sito internet del Comune e, in relazione all'oggetto della sponsorizzazione, su altro mezzo di informazione ritenuto idoneo;
 - b) L'Amministrazione può procedere alla scelta dello sponsor a mezzo di una procedura negoziata, preceduta dalla pubblicazione di avviso pubblico, invitando almeno 5 soggetti alla presentazione delle proprie offerte;
 - c) Al fine di consentire una razionale programmazione delle risorse finanziarie disponibili e degli eventi che si prevede di realizzare, l'Amministrazione predisponde apposito avviso pubblico annuale per conseguire il finanziamento relativo agli eventi che siano già programmabili all'inizio dell'anno.
3. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:
 - a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti del progetto di sponsorizzazione;
 - b) l'indicazione dello spazio fisico e delle modalità di veicolazione della comunicazione e delle informazioni di volta in volta individuate o consentite dal Comune per la pubblicità dello sponsor;
 - c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione;



- d) l'importo minimo, o il valore minimo della prestazione, richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
 - e) l'individuazione di criteri qualitativi/economici che consentono l'attribuzione di punteggi per la valutazione dell'offerta;
 - f) le cause di esclusione dalla selezione.
4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve indicare quanto richiesto nell'avviso e, comunque, sempre, almeno:
- a) l'attività, il progetto o l'iniziativa che si intende pubblicizzare;
 - b) il corrispettivo della sponsorizzazione.
5. L'offerta deve essere sempre accompagnata dalle dichiarazioni previste dall'art. 38 del d.lgs. 163/2006. Resta ferma l'applicazione della vigente disciplina normativa e convenzionale in tema di documentazione antimafia.
6. L'offerta deve, inoltre, contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e a porre in essere tutti gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e ad acquisire le relative autorizzazioni.
7. I soggetti sia pubblici che privati devono altresì documentare, anche attraverso autocertificazione, la rispondenza della loro attività complessiva ai requisiti e criteri etici del presente regolamento.
8. L'Amministrazione può stipulare contratti di sponsorizzazione anche con soggetti i quali, intendendo assumere la veste di sponsor di iniziative dell'ente, manifestino spontaneamente la loro volontà. La manifestazione di volontà deve essere presentata in forma scritta e deve indicare almeno:
- a) l'attività, il progetto o l'iniziativa che si intende pubblicizzare;
 - b) le modalità di veicolazione della comunicazione e delle informazioni pubblicitarie proposte;
 - c) il corrispettivo proposto (importo offerto o valore della prestazione proposta)
9. Ove provenga all'Amministrazione una proposta di sponsorizzazione di un'iniziativa avente le caratteristiche di cui al comma precedente, l'Amministrazione, valutatane l'opportunità e rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento, predispone apposito Avviso pubblico con le modalità previste dal presente articolo, che preveda come importo minimo richiesto quale corrispettivo, quello fissato dal soggetto proponente.
10. Potrà procedersi all'affidamento diretto della sponsorizzazione nei seguenti casi:
- a) in caso siano state esperite senza esito le procedure di cui ai commi precedenti;
 - b) in casi eccezionali, adeguatamente motivati, legati all'urgenza e alla particolare natura dell'evento i cui contenuti limitino la trattativa a soggetti determinati;
 - c) nel caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore a Euro 10.000.
11. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate da un'apposita commissione nominata dal responsabile della struttura di massimo livello in cui è inserito il servizio proponente la sponsorizzazione.
12. La Commissione di cui al comma precedente determinerà una graduatoria per ognuna delle iniziative per le quali è prevista la sponsorizzazione. La suddetta graduatoria è approvata con apposito atto dirigenziale.
13. La graduatoria è formata sulla base dei punteggi attribuiti in ragione dei criteri qualitativo-economici fissati nell'avviso (valore economico, convenienza dell'Amministrazione ad

- acquisire lo sponsor nella propria disponibilità, fiducia ed immagine dello sponsor per gli effetti di ritorno sulla pubblicizzazione dell'evento, eventuali servizi aggiuntivi e simili).
14. L'Amministrazione può ammettere la possibilità per gli offerenti di presentare varianti progettuali in sede di offerta a norma dell'art. 76 del d.lgs. 163/2006. Le concrete modalità ed i requisiti minimi delle varianti saranno indicate nei singoli bandi o inviti. In mancanza di indicazioni le varianti non sono ammesse.

ART. 5

PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE TRAMITE AFFIDAMENTO INCARICO DI RICERCA SPONSOR

1. Per la realizzazione di programmi complessi caratterizzati dalla previsione di una pluralità di iniziative, differenziate per contenuto, dimensione o modalità di veicolazione del messaggio pubblicitario, l'Amministrazione può decidere di affidare l'incarico per la ricerca degli sponsor ad agenzie specializzate, secondo le procedure per gli appalti di servizi previste dalla Legge.

ART. 6

INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE DI SPONSORIZZAZIONE

1. L'Amministrazione individua nella propria programmazione annuale e triennale le iniziative che possono formare oggetto di sponsorizzazione.
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono essere prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del piano esecutivo di gestione assegnati al dirigente. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta può formulare indirizzi specifici al dirigente per la attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.
3. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi, i lavori e le prestazioni rientranti nei programmi dell'Amministrazione.
4. Le iniziative di sponsorizzazione possono comportare per il bilancio dell'ente sia riduzione di spesa, sia incrementi di entrata.

ART. 7

ESCLUSIONI

1. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione, oggetto del presente documento, tutti i soggetti che si trovino in situazioni di conflitto di interesse con l'attività pubblica.



ART. 8
SPONSORIZZAZIONI INACCETTABILI

1. L'Amministrazione Comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi offerta di sponsorizzazione qualora:
 - a) ritenga possa derivare un conflitto d'interesse fra l'attività pubblica e quella privata;
 - b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle sue iniziative o attività;
2. Sono in ogni caso escluse, oltre alle sponsorizzazioni aventi ad oggetto pubblicità, anche in forma indiretta, vietate in tutto o in parte secondo la normativa in vigore, quelle di propaganda da parte di partiti o altre forze istituzionalmente rappresentate, nonché quelle di diffusione di messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.
3. Sono esclusi i soggetti che nelle proprie attività non rispettino i seguenti principi, come definiti dalla Risoluzione n. 2003/16 della Sottocommissione delle Nazioni Unite sulla Promozione e protezione dei Diritti Umani del 13 agosto 2003 e dalle legislazioni internazionali e nazionali vigenti, e in particolare:
 - a) rispetto del diritto alle pari opportunità e ad un trattamento non discriminatorio (con speciale attenzione alle donne, alle popolazioni indigene e alle minoranze etniche);
 - b) rispetto del diritto alla sicurezza e alla salute delle persone;
 - c) rispetto dei diritti dei lavoratori (inclusi specificatamente l'esclusione del lavoro forzato, del lavoro minorile, di salari inferiori ai redditi reali di sussistenza, del mancato rispetto delle legislazioni locali di tutela);
 - d) rispetto degli assetti istituzionali, delle norme giuridiche e delle prassi amministrative, anche consuetudinarie; degli interessi pubblici; delle politiche sociali, economiche e culturali; della trasparenza e correttezza, nei comportamenti imprenditoriali e pubblici, con particolare riferimento al divieto di pratiche corruttive; delle autorità pubbliche degli Stati in cui i predetti soggetti operano;
 - e) rispetto degli obblighi riguardanti la tutela dei consumatori (specie in relazione alla qualità e sicurezza dei prodotti, alla trasparenza di etichette e prezzi, alla pubblicità ingannevole, a politiche di dumping, all'impiego di prodotti e processi basati su mutazioni genetiche non sicure) ai sensi della normativa vigente;
 - f) rispetto degli obblighi riguardanti la protezione dell'ambiente (specie in relazione ai danni o minacce alla biodiversità, a processi industriali causa di effetto serra e distruzione della fascia di ozono, alla distruzione di risorse naturali, a tutti gli inquinamenti chimici).
4. Sono escluse le imprese a qualunque titolo coinvolte nella produzione, commercializzazione, finanziamento e intermediazione di armi di qualunque tipo (compresi i sistemi elettronici e le sostanze chimiche, biologiche e nucleari).
5. Saranno altresì escluse le banche che, a partire dal secondo anno dalla data di approvazione del presente Regolamento, risulteranno coinvolte nel finanziamento all'export di armi come da relazione annuale del Ministero dell'Economia e delle Finanze, prevista dalla legge n. 185/1990.



5. Sono infine escluse quelle imprese che realizzino riduzioni collettive illegittime (accertate da sentenze) di personale.
6. La valutazione del mancato rispetto dei suddetti principi è compiuta sulla base di accertamenti recati da sentenze, decisioni, risoluzioni, inchieste, rapporti o altri atti ufficiali di autorità nazionali o internazionali.

ART. 9

CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

1. Il ricorso, da parte dell'Amministrazione, a forme di sponsorizzazione, in relazione ad attività, interventi o progetti culturali, sociali, ricreativi, sportivi, a lavori pubblici e altro, va formalizzata con apposito atto di natura contrattuale, nella forma scritta, nel quale risultino stabiliti:
 - a) l'oggetto e le finalità del contratto di sponsorizzazione;
 - b) il diritto dello Sponsor alla utilizzazione "esclusiva" ovvero "non esclusiva" dello spazio pubblicitario nel corso degli eventi culturali, sociali, ricreativi, sportivi, nella realizzazione di lavori pubblici e altro, per i quali sia prevista la sponsorizzazione;
 - c) le modalità di promozione, comunicazione e pubblicità, i limiti dello sfruttamento dell'immagine a fini pubblicitari, gli eventuali diritti di esclusiva, gli eventuali benefit, le modalità di utilizzazione del marchio e di apposizione del logo dello sponsor sul materiale di propaganda e di pubblicità;
 - d) l'individuazione della platea/pubblico di riferimento per la pubblicizzazione, da parte dello Sponsor, degli elementi caratteristici dello sponsor o dei suoi prodotti;
 - e) la durata del contratto di sponsorizzazione (se il contratto non riguarda un singolo evento o manifestazione ma si riferisce ad un'attività del soggetto sponsorizzato continuata nel tempo, il contratto deve essere qualificato "di durata" ed in particolare come contratto ad esecuzione continuata);
 - f) gli obblighi assunti rispettivamente dallo Sponsor e dall'Amministrazione e le relative sanzioni in caso di inadempimento;
 - g) il corrispettivo della sponsorizzazione;
 - h) le modalità procedurali, le garanzie richieste (fidejussione bancaria, polizza assicurativa) e le responsabilità;
 - i) le prescrizioni in materia di controversie, di spese contrattuali e la disciplina della facoltà di recesso.
2. Il contratto dovrà prevedere clausole che in nessun caso pregiudichino o condizionino l'attività dell'Amministrazione Comunale.
3. Il contratto potrà prevedere clausole relative all'esenzione per lo sponsor del pagamento degli oneri previsti per canoni e/o tasse sulla pubblicità all'amministrazione comunale e per l'esenzione del pagamento della COSAP.
4. Qualora la sponsorizzazione sia inherente l'esecuzione di un lavoro pubblico che prevede anche la redazione del progetto, l'esecuzione dei lavori potrà aver luogo solo a seguito dell'approvazione da parte dell'amministrazione comunale del progetto definitivo e/o esecutivo conformemente alle disposizioni del codice dei contratti (d.lgs. 163/2006) e del regolamento di attuazione (D.P.R. 207/2010).

ART. 10

ESPLICITAZIONE DELL'ESCLUSIVA GENERALE O DELLE ESCLUSIVE COMMERCIALI

1. L'amministrazione definisce le sponsorizzazioni secondo rapporti in esclusiva generale o commerciale qualora ritenga tale opzione utile per stimolare profili concorrenziali finalizzati al reperimento di maggiori risorse o alla presentazione di proposte di sponsorizzazione maggiormente significative.
2. In relazione a quanto previsto dal precedente comma 1, nei contratti di sponsorizzazione possono essere esplicite clausole di esclusiva:
 - a) generale, comportanti la formalizzazione del rapporto con un unico soggetto in veste di sponsor;
 - b) commerciale, con formalizzazione di più rapporti di sponsorizzazione con soggetti diversi, ciascuno individuato come controparte principale ed unica per una specifica categoria merceologica o di attività.
3. L'amministrazione evidenzia la sussistenza di clausole di esclusiva generale o commerciale in tutti gli atti preliminari alla stipulazione dei contratti di sponsorizzazione, in particolare per gli avvisi di sollecitazione alla presentazione di manifestazioni di interesse, nei quali devono essere comunque indicati i criteri di selezione delle proposte di sponsorizzazione concorrenti in relazione alle esclusive.
4. Qualora l'amministrazione ritenga di non voler definire i contratti di sponsorizzazione con clausole di esclusiva ne fornisce chiara indicazione in tutti gli atti preliminari.
5. In ogni caso, le operazioni di sponsorizzazione non determinano alcuna sovrapposizione (e quindi incompatibilità) con altre iniziative coinvolgenti soggetti terzi, quali: a) patrocinio, laddove si prevede una forma di adesione ed una manifestazione di apprezzamento dell'ente ad iniziative ritenute meritevoli per le loro finalità sociali; b) mecenatismo, che si manifesta nel sostegno di iniziative o di attività, per lo più artistiche o culturali, senza finalità economicamente apprezzabili; c) iniziative di sensibilizzazione sociale correlate a specifici spazi, beni e tematiche di interesse collettivo (adotta un quartiere, adotta un monumento, adotta uno spazio verde, ...).

ART. 11

VERSAMENTO DEI PROVENTI DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. Fatta esclusione dei casi di cui al comma 2, il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione deve essere eseguito, nella misura minima del 20 per cento, al momento della sottoscrizione del contratto presso la Tesoreria Comunale e completato, secondo quanto previsto nel contratto, entro la conclusione dell'evento. A garanzia di detto importo, quale condizione essenziale per procedere alla formalizzazione dei rapporti di sponsorizzazione, lo Sponsor dovrà costituire, sempre al momento della sottoscrizione del contratto, apposita polizza fidejussoria, a favore dell'Amministrazione Comunale.



2. Nei casi in cui il contratto preveda il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione al soggetto organizzatore dell'evento o esecutore dell'appalto del servizio o della fornitura lo sponsor dovrà provvedere a pagare direttamente il fornitore, previo nulla osta della Amministrazione Comunale di attestazione dell'avvenuta esecuzione delle prestazioni. Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza, ipso iure, del contratto, fatto salvo il diritto di rivalsa da parte dell'Amministrazione Comunale, sulle somme versate dallo sponsor a titolo di garanzia previste nel contratto di sponsorizzazione.

ART. 12

UTILIZZO DELLE SPONSORIZZAZIONI IN RELAZIONE A PROCEDURE DI APPALTO

1. L'amministrazione può prevedere, nell'ambito di bandi di gara per la selezione di contraenti per appalti di servizi, di forniture o di opere pubbliche inerenti contratti attivi, specifiche clausole inerenti la valutazione di proposte di sponsorizzazione.
2. Gli elementi valutativi inerenti le possibili proposte di sponsorizzazione non devono comunque costituire criterio con peso determinante in relazione al complessivo affidamento del servizio.

ART. 13

INIZIATIVE DELLE MUNICIPALITA'

1. Le Municipalità hanno facoltà di reperire sponsor, secondo quanto previsto dalle norme di legge e dal presente regolamento, limitatamente ad eventi culturali, sociali, ricreativi, sportivi e altro di carattere strettamente locale.

ART. 14

VERIFICHE E CONTROLLI

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a verifiche da parte dell'Amministrazione, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi.
2. Le difformità emerse in sede di verifica sono tempestivamente notificate allo Sponsor; la notifica e la eventuale diffida producono gli effetti previsti specificatamente nel relativo contratto di sponsorizzazione.



ART. 15
OSSERVATORIO

1. Per un monitoraggio sull'efficacia degli effetti applicativi del presente Regolamento, entro sei mesi dall'entrata in vigore dello stesso è istituito, con Decreto del Sindaco su proposta del Direttore Generale, un Osservatorio formato da rappresentanti degli organi e degli uffici maggiormente interessati dalle sponsorizzazioni.
2. L'Osservatorio redige annualmente una relazione analitica sull'ammontare, l'origine e l'utilità dei contratti di sponsorizzazione.
3. La relazione annuale dovrà essere resa pubblica tramite il sito internet del Comune.
4. Il dirigente responsabile di ciascuna struttura di vertice o servizio autonomo, interessato da sponsorizzazioni, trasmette ogni 3 mesi ai Presidenti delle Commissioni Consiliari un rapporto nel quale sono elencati tutti i contratti di sponsorizzazione stipulati nel trimestre di riferimento con il relativo importo, l'indicazione della manifestazione, evento o iniziativa finanziati tramite sponsorizzazione e la denominazione dello sponsor.

ART. 16
UTILIZZO DEI RISPARMI DERIVANTI DALLE SPONSORIZZAZIONI

1. I risparmi derivanti dai contratti di sponsorizzazione, determinati quale differenza tra il valore monetario della sponsorizzazione e gli oneri diretti effettivi sostenuti dall'ente per lo svolgimento dell'attività di veicolazione, sono ripartiti secondo le seguenti finalità:
 - a) implementazione del fondo per la dirigenza e del fondo delle risorse decentrate per i dipendenti;
 - b) finanziamento di iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio;
 - c) avanzo di amministrazione.

ART. 17
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 dati sono trattati, in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici dell'ente tenuti alla applicazione del presente regolamento.
3. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento.

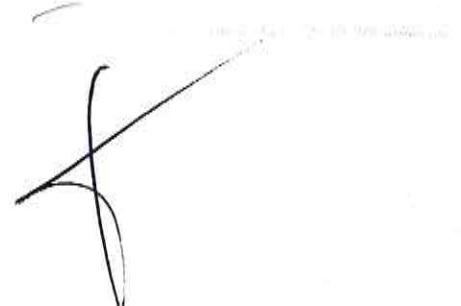


ART. 18
CONTROVERSIE

1. Ogni controversia relativa all'interpretazione, esecuzione o risoluzione del contratto è sottoposta al competente Foro di Napoli.

ART. 19
NORME DI RINVIO

1. Per ogni aspetto afferente la materia e l'oggetto contrattuali che non trovi comunque esplicita disciplina nel presente regolamento si fa rinvio:
 - a) per i profili di disciplina contrattuale, alle disposizioni del Codice Civile ed alla normativa speciale in materia;
 - b) per l'utilizzo dei marchi e dei segni distintivi al d.lgs. n. 30/2005 e succ.vi modificazioni, nonché ad altra normativa specifica in materia.

A handwritten signature in black ink, appearing to be a stylized 'F' or a similar character, is positioned in the lower right area of the page.

17

Deliberazione di G.C. di proposta al C.C. n. del 398/25/5/2012 composta da n. 7 pagine progressivamente numerate nonché da allegati, costituenti parte integrante, di complessive pagine 12, separatamente numerate.

SI ATTESTA:

Che la presente deliberazione è stata pubblicata all'Albo Pretorio il 30 MAG. 2012 e vi rimarrà per quindici giorni (art. 10, comma 1, del D.Lgs. 267/2000).

Il Funzionario Responsabile

**Data e firma per ricevuta di copia del presente
atto da parte dell'addetto al ritiro per il Servizio**
Segreteria del Consiglio

- Deliberazione adottata dal Consiglio Comunale
in data _____ n° _____
- Deliberazione decaduta

- Altro

Attestazione di conformità

La presente copia, composta da n. 7 pagine, progressivamente numerate, è conforme all'originale della deliberazione di Giunta Comunale di proposta al Consiglio n. 398 del 25/5/12.

Gli allegati, costituenti parte integrante, composti da n. 12 pagine separatamente numerate,

- sono rilasciati in copia conforme unitamente alla presente (1);
- sono visionabili in originale presso l'archivio in cui sono depositati (1), (2);

Il Funzionario responsabile

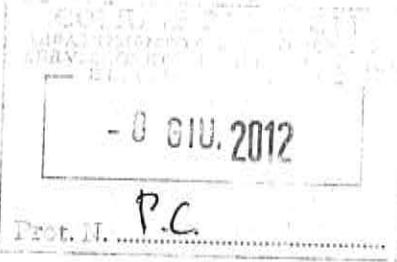
(1): Barrare le caselle delle ipotesi ricorrenti.

(2): La Segreteria della Giunta indicherà l'archivio presso cui gli atti sono depositati al momento della richiesta di visione.



COMUNE DI NAPOLI

Dipartimento Autonomo Consiglio Comunale
Servizio Collegio dei Revisori



Napoli, 08/06/2012

COMUNE DI NAPOLI

Prot. 2012. 0479161 08/06/2012 13:39
Mitt.: Collegio dei Revisori DPCCI62

Ricevuta: Segreteria del Consiglio Comunale e della C...
Sottofascicolo : 2012.002.011.39/17



→ Alla Segreteria del Consiglio Comunale
Al Presidente del Consiglio Comunale
Ai Sigg. Vice Presidenti del Consiglio
Al Sig. Assessore al Bilancio, Finanza e
Programmazione
Al Sig. Sindaco del Comune di Napoli
Al Sig. Segretario Generale

LORO SEDI

Oggetto: Rif. Delibera di G.C. n° 398 del 25/05/2012 ad oggetto – “Proposta al Consiglio: Approvazione del Testo del Regolamento per la disciplina delle sponsorizzazioni nel Comune di Napoli”.

Si trasmette, in allegato, per gli adempimenti di competenza, copia della relazione del Collegio dei Revisori relativa alla delibera in oggetto.

Distinti saluti

Il Dirigente
Dr. Bruno RICCI



Collegio dei Revisori dei Conti

RELAZIONE DEL COLLEGIO DEI REVISORI

Napoli, 6 giugno 2012

Rif. deliberazione di G.C. n. 398 del 25.05.2012- Proposta al Consiglio - Approvazione del testo del Regolamento per la disciplina delle sponsorizzazioni nel Comune di Napoli.

Con il provvedimento in esame la Giunta Comunale propone al Consiglio Comunale di approvare il testo del Regolamento per la disciplina delle sponsorizzazioni nel Comune di Napoli. Il suddetto regolamento intende disciplinare, nel rispetto delle disposizioni vigenti, i presupposti, le condizioni, nonché la procedura di sponsorizzazione e conseguente scelta dello sponsor.

Considerato che:

- l'Amministrazione municipale di Napoli ha collocato le finalità di valorizzazione turistica, culturale, artistica ed urbanistica della Città tra quelle cui riconoscere maggior peso specifico per il perseguimento dei conseguenti obiettivi;
- che la materia delle sponsorizzazioni può rappresentare un valido strumento di acquisizione di risorse nuove con cui fronteggiare l'attuale congiuntura economica;
- la disamina e la riflessione sul tema della sponsorizzazione e dei relativi contratti sono state effettuate da una pluralità di uffici comunali ed assessorati i quali hanno prodotto numerose bozze, ovvero relazioni sulla materia in questione, mentre la Segreteria Generale ha curato il raccordo tecnico-normativo delle singole proposte;
- il contratto di sponsorizzazione costituisce fattispecie in sé atipica e la necessità di coniugare due esigenze altrimenti inconciliabili, quali la necessità di "riempire" un vuoto normativo e, al contempo, di non pregiudicare la fluidità e snellezza amministrativa con l'eccessiva ponderosità dei testi normativi da adottare.

Visto:

- Il parere di regolarità tecnica favorevole;
- Le osservazioni del Vice Segretario Generale;

In merito il Collegio condivide l'adozione della deliberazione in esame, e null'altro osserva.


Il Consiglio dei Revisori
di cui sopra
Riccardo A.
Roberto Battaglia

Batt. ne Salgo

gw.

Att. 1

L 16. 6. 2012

P33



CONSIGLIO COMUNALE

Prot. 478 del 18-6-2012

ORDINE DEL GIORNO

Premesso

che la proposta al consiglio del 25.05.2012 n.398 ha ad oggetto l'approvazione del testo del Regolamento per la disciplina delle sponsorizzazioni nel comune di Napoli;

Vista

l'importanza del Regolamento che disciplina le sponsorizzazioni, quali strumenti per il superamento della crisi economica che ha investito l'erario comunale;

Considerato

le motivazioni che hanno indotto l'Amministrazione a scegliere le sponsorizzazioni al fine di poter valorizzare il turismo, la cultura, l'arte e l'urbanistica della città;

Tenuto conto

che attraverso le sponsorizzazioni l'Amministrazione potrà perseguire diversi e molteplici scopi; che potrà dare concrete risposte a tante iniziative che provengono dalla base; che tutto quanto verrà posto in essere sarà a costo zero per le asfittiche casse comunali;

IMPEGNA

il Sindaco e gli Assessori di competenza a:

a dare corso a tutte le molteplici iniziative che la società civile porrà all'attenzione degli uffici preposti, impegnandosi a ricercare i soggetti privati disposti alle sponsorizzazioni.

Stanislao Lanzotti

All. 2

EMENDAMENTO N° 3
DELIBERA GIUNTA COMUNALE N° 398 del 25/05/2012

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DELLE SPONSORIZZAZIONI NEL
COMUNE DI NAPOLI



20 GIO. 2012

Prot. N. 813 vnu 13125

All' Art. 4 punto 10 lettera c sostituire euro 10.000,00 con euro 15.000,00

Consigliere Comunale
Vincenzo Moretto

[Allegato 3]

EMENDAMENTO N° 4
DELIBERA GIUNTA COMUNALE N° 398 del 25/05/2012

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DELLE SPONSORIZZAZIONI NEL
COMUNE DI NAPOLI



All' Art.15 punto A dopo la parola sponsorizzazione aggiungere: è componente di diritto il Presidente della Commissione Lavoro Sviluppo Commercio ed attività produttive o altro membro delle Commissioni delegato dal Presidente

Consigliere Comunale
Vincenzo Moretto



COMUNE DI NAPOLI

Gruppo Consiliare Liberi per il Sud
Via Verdi n. 35 – NAPOLI

[Allegation]

EMENDAMENTO N.3 ALLA DELIBERA DI PROPOSTA AL CONSIGLIO N. 398 DEL
25/5/2012

Nell'allegato regolamento per la disciplina delle sponsorizzazioni nel Comune di Napoli costituente parte integrante della deliberazione di G.C. n.398 del 25/5/2012 si intende emendare in questo senso:

all' art.9 Contratto di sponsorizzazione, comma 3, modificare come segue:

- 3) Il contratto potrà prevedere clausole relative all' esenzione per lo sponsor del pagamento degli oneri previsti dalla COSAP, mentre per i canoni e/o tasse sulla pubblicità, l'aliquota di esenzione non potrà superare il 50% degli oneri previsti dalle tariffe pubblicitarie del luogo dove si realizza l' intervento di sponsorizzazione.

The image shows several handwritten signatures and initials in black ink. At the top right, there is a large, stylized signature that appears to be 'Napoli'. Below it, there is a signature that looks like 'Giovanni' followed by 'Mura'. To the left of these, there is a signature that looks like 'Liberi'. To the right, there are initials 'PD'.





COMUNE DI NAPOLI
Gruppo Consiliare Liberi per il Sud
Via Verdi n. 35 – NAPOLI

[Allegato 5]

EMENDAMENTO N.4 ALLA DELIBERA DI PROPOSTA AL CONSIGLIO N. 398 DEL 25/5/2012

Nell'allegato regolamento per la disciplina delle sponsorizzazioni nel Comune di Napoli costituente parte integrante della deliberazione di G.C. n.398 del 25/5/2012 si intende emendare in questo senso:

I' art.13 Iniziative delle Municipalità , si modifica come segue:

- 1) Le Municipalità hanno facoltà di reperire sponsor, secondo quanto previsto dalle norme di legge e dal presente regolamento, per tutte le materie ad esse delegate in modo esclusivo (strade e piazze secondarie, attività culturali, sociali, ricreative e sportive ecc.) ~~e le materie concorrenti con l' Amministrazione centrale dovranno essere oggetto di un parere obbligatorio ma non vincolante della Municipalità da esprimersi entro 30gg. dalla formalizzazione della proposta.~~
- 2) Le iniziative di sponsorizzazione proposte dalle Municipalità dovranno essere autorizzate da relative delibere di Giunta Comunale.
- 3) Le Municipalità dovranno esprimere sempre un parere obbligatorio ma non vincolante per la programmazione annuale e triennale inerenti le sponsorizzazioni così come all' art. 6 comma 1 dello stesso regolamento.



(Allegato 6)

EMENDAMENTO N° 9

DELIBERA GIUNTA COMUNALE N° 398 del 25/05/2012

**REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DELLE SPONSORIZZAZIONI NEL
COMUNE DI NAPOLI**

COMUNE DI NAPOLI
DIPARTIMENTO COMUNALE
SERV. SGRERETARIA E GESTIONE CIVILE
E DELLA CITTADINANZA

20 apr 2012

Prot. N. 819 ore 13:25

All'Art. 15 punto 1, dopo la parola **interessati** aggiungere: e da ~~e~~ i consiglieri
comunali di maggioranza e ~~e~~ l'opposizione indicati dal Consiglio Comunale.

**Consigliere Comunale
Vincenzo Moretto**



TESTO COORDINATO

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DELLE SPONSORIZZAZIONI NEL COMUNE DI NAPOLI

A handwritten signature in black ink, appearing to read "G. Br".

INDICE

- ART. 1 - OGGETTO E FINALITA'**
- ART. 2 - DEFINIZIONI**
- ART. 3 - CONDIZIONI**
- ART. 4 - PROCEDURE DI SELEZIONE DELLO SPONSOR**
- ART. 5 - PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE TRAMITE AFFIDAMENTO INCARICO DI RICERCA SPONSOR**
- ART. 6 - INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE DI SPONSORIZZAZIONE**
- ART. 7 - ESCLUSIONI**
- ART. 8 - SPONSORIZZAZIONI INACCETTABILI**
- ART. 9 - CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE**
- ART. 10 - ESPlicitazione dell'esclusiva generale o delle esclusive commerciali**
- ART. 11 - VERSAMENTO DEI PROVENTI DELLE SPONSORIZZAZIONI**
- ART. 12 - UTILIZZO DELLE SPONSORIZZAZIONI IN RELAZIONE A PROCEDURE DI APPALTO**
- ART. 13 - INIZIATIVE DELLE MUNICIPALITA'**
- ART. 14 - VERIFICHE E CONTROLLI**
- ART. 15 - OSSERVATORIO**
- ART. 16 - UTILIZZO DEI RISPARMI DERIVANTI DALLE SPONSORIZZAZIONI**
- ART. 17 - TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI**
- ART. 18 - CONTROVERSIE**
- ART. 19 - NORME DI RINVIO**

ART. 1
OGGETTO E FINALITÀ'

1. Il presente regolamento intende disciplinare - nel rispetto delle disposizioni vigenti - i presupposti, le condizioni, nonché la procedura di sponsorizzazione e conseguente scelta dello sponsor, in materia di eventi culturali, sociali, ricreativi, sportivi, lavori pubblici e altro, promossi dall'Amministrazione Comunale per il perseguimento di finalità di pubblico interesse e nell'osservanza dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza, che regolano l'operato della Pubblica Amministrazione.
2. *Il Comune di Napoli non favorisce forme di mera intermediazione tra la sponsorizzazione e l'esecuzione dei lavori da sponsorizzare.*
3. *Salvo motivate eccezioni approvate singolarmente dalla Giunta Comunale, la promozione dello sponsor avviene attraverso l'associazione del nome, del marchio, dell'immagine dell'attività o del prodotto dell'attività del soggetto erogante all'iniziativa oggetto della sponsorizzazione.*
4. Il contratto di sponsorizzazione deve contenere:
 - a) le configurazioni generali delle finalizzazioni del rapporto contrattuale;
 - b) gli obblighi dello sponsor e dello sponsee;
 - c) i profili economici della sponsorizzazione;
 - d) le clausole condizionanti il rapporto;
 - e) gli strumenti di verifica dell'efficacia della sponsorizzazione per l'Amministrazione.
5. Per la sponsorizzazione dei beni culturali è richiesto nulla osta preventivo da parte della competente Soprintendenza al progetto di restauro e/o recupero del bene storico artistico.

ART. 2
DEFINIZIONI

1. Ai fini del presente regolamento si intende:

- a) per "contratto di sponsorizzazione" – (di seguito denominato "Contratto") un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale l'Amministrazione Comunale (sponsee o sponsorizzato) offre, nell'ambito di proprie iniziative culturali, sociali, ricreative, sportive, di lavori pubblici e altro, ad un terzo (sponsor) – che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo in denaro o ad assumersi un costo ("sponsorizzazione finanziaria"), ovvero a fornire una predeterminata prestazione, diretta o indiretta, a titolo gratuito ("sponsorizzazione tecnica") – la possibilità di pubblicizzare il nome, il logo, il marchio, i prodotti, i servizi e simili, nei modi previsti dal Contratto;
- b) per "sponsorizzazione" ogni corrispettivo in denaro, ovvero ogni prestazione (in beni materiali, in servizi o in lavori) diretta o indiretta, proveniente da terzi allo scopo di promuovere il proprio nome, marchio, attività, o i propri prodotti, servizi e simili ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio d'immagine;



- c) per "sponsor" il soggetto privato o il soggetto pubblico che intenda stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;
- d) per "sponsee" il soggetto sponsorizzato, cioè l'Amministrazione Comunale;
- e) per "spazio pubblicitario" lo spazio fisico o le modalità di veicolazione della comunicazione e delle informazioni di volta in volta individuate o consentite dal Comune per la pubblicità dello sponsor.

ART. 3 CONDIZIONI

1. Il ricorso al contratto di sponsorizzazione oggetto del presente regolamento è ammesso ove sussistano le seguenti condizioni:
 - a) il perseguitamento di interessi pubblici;
 - b) l'esclusione di forme di conflitto di interesse tra attività pubblica e privata;
 - c) un corrispettivo in denaro ovvero un risparmio di spesa nella realizzazione di un'iniziativa di pubblico interesse

ART. 4 PROCEDURE DI SELEZIONE DELLO SPONSOR

1. La gestione delle sponsorizzazioni, salvo motivate eccezioni approvate singolarmente dalla Giunta nei casi di cui all'art. 5, è effettuata direttamente dalla Amministrazione secondo la disciplina del presente regolamento.
2. Fermo restando quanto previsto espressamente dalla Legge:
 - a) La scelta dello sponsor è effettuata mediante la pubblicazione di avviso pubblico sul sito internet del Comune e, in relazione all'oggetto della sponsorizzazione, su altro mezzo di informazione ritenuto idoneo;
 - b) L'Amministrazione può procedere alla scelta dello sponsor a mezzo di una procedura negoziata, preceduta dalla pubblicazione di avviso pubblico, invitando almeno 5 soggetti alla presentazione delle proprie offerte;
 - c) Al fine di consentire una razionale programmazione delle risorse finanziarie disponibili e degli eventi che si prevede di realizzare, l'Amministrazione predisponde apposito avviso pubblico annuale per conseguire il finanziamento relativo agli eventi che siano già programmabili all'inizio dell'anno.
3. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:
 - a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti del progetto di sponsorizzazione;
 - b) l'indicazione dello spazio fisico e delle modalità di veicolazione della comunicazione e delle informazioni di volta in volta individuate o consentite dal Comune per la pubblicità dello sponsor;
 - c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione;



- d) l'importo minimo, o il valore minimo della prestazione, richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
 - e) l'individuazione di criteri qualitativi/economici che consentono l'attribuzione di punteggi per la valutazione dell'offerta;
 - f) le cause di esclusione dalla selezione.
4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve indicare quanto richiesto nell'avviso e, comunque, sempre, almeno:
- a) l'attività, il progetto o l'iniziativa che si intende pubblicizzare;
 - b) il corrispettivo della sponsorizzazione.
5. L'offerta deve essere sempre accompagnata dalle dichiarazioni previste dall'art. 38 del d.lgs. 163/2006. Resta ferma l'applicazione della vigente disciplina normativa e convenzionale in tema di documentazione antimafia.
6. L'offerta deve, inoltre, contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e a porre in essere tutti gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e ad acquisire le relative autorizzazioni.
7. I soggetti sia pubblici che privati devono altresì documentare, anche attraverso autocertificazione, la rispondenza della loro attività complessiva ai requisiti e criteri etici del presente regolamento.
8. L'Amministrazione può stipulare contratti di sponsorizzazione anche con soggetti i quali, intendendo assumere la veste di sponsor di iniziative dell'ente, manifestino spontaneamente la loro volontà. La manifestazione di volontà deve essere presentata in forma scritta e deve indicare almeno:
- a) l'attività, il progetto o l'iniziativa che si intende pubblicizzare;
 - b) le modalità di veicolazione della comunicazione e delle informazioni pubblicitarie proposte;
 - c) il corrispettivo proposto (importo offerto o valore della prestazione proposta)
9. Ove provenga all'Amministrazione una proposta di sponsorizzazione di un'iniziativa avente le caratteristiche di cui al comma precedente, l'Amministrazione, valutatane l'opportunità e rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento, predispone apposito Avviso pubblico con le modalità previste dal presente articolo, che preveda come importo minimo richiesto quale corrispettivo, quello fissato dal soggetto proponente.
10. Potrà procedersi all'affidamento diretto della sponsorizzazione nei seguenti casi:
- a) in caso siano state esperite senza esito le procedure di cui ai commi precedenti;
 - b) in casi eccezionali, adeguatamente motivati, legati all'urgenza e alla particolare natura dell'evento i cui contenuti limitino la trattativa a soggetti determinati;
 - c) nel caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore a Euro 15.000.
11. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate da un'apposita commissione nominata dal responsabile della struttura di massimo livello in cui è inserito il servizio proponente la sponsorizzazione.
12. La Commissione di cui al comma precedente determinerà una graduatoria per ognuna delle iniziative per le quali è prevista la sponsorizzazione. La suddetta graduatoria è approvata, con apposito atto dirigenziale.



13. La graduatoria è formata sulla base dei punteggi attribuiti in ragione dei criteri qualitativo-economici fissati nell'avviso (valore economico, convenienza dell'Amministrazione ad acquisire lo sponsor nella propria disponibilità, fiducia ed immagine dello sponsor per gli effetti di ritorno sulla pubblicizzazione dell'evento, eventuali servizi aggiuntivi e simili).
14. L'Amministrazione può ammettere la possibilità per gli offerenti di presentare varianti progettuali in sede di offerta a norma dell'art. 76 del d.lgs. 163/2006. Le concrete modalità ed i requisiti minimi delle varianti saranno indicate nei singoli bandi o inviti. In mancanza di indicazioni le varianti non sono ammesse.

ART. 5

PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE TRAMITE AFFIDAMENTO INCARICO DI RICERCA SPONSOR

1. Per la realizzazione di programmi complessi caratterizzati dalla previsione di una pluralità di iniziative, differenziate per contenuto, dimensione o modalità di veicolazione del messaggio pubblicitario, l'Amministrazione può decidere di affidare l'incarico per la ricerca degli sponsor ad agenzie specializzate, secondo le procedure per gli appalti di servizi previste dalla Legge.

ART. 6

INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE DI SPONSORIZZAZIONE

1. L'Amministrazione individua nella propria programmazione annuale e triennale le iniziative che possono formare oggetto di sponsorizzazione.
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono essere prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del piano esecutivo di gestione assegnati al dirigente. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta può formulare indirizzi specifici al dirigente per la attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.
3. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi, i lavori e le prestazioni rientranti nei programmi dell'Amministrazione.
4. Le iniziative di sponsorizzazione possono comportare per il bilancio dell'ente sia riduzione di spesa, sia incrementi di entrata.

ART. 7

ESCLUSIONI

1. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione, oggetto del presente documento, tutti i soggetti che si trovino in situazioni di conflitto di interesse con l'attività pubblica.

ART. 8

SPONSORIZZAZIONI INACCETTABILI

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



- a) ritenga possa derivare un conflitto d'interesse fra l'attività pubblica e quella privata;
 - b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle sue iniziative o attività;
2. Sono in ogni caso escluse, oltre alle sponsorizzazioni aventi ad oggetto pubblicità, anche in forma indiretta, vietate in tutto o in parte secondo la normativa in vigore, quelle di propaganda da parte di partiti o altre forze istituzionalmente rappresentate, nonché quelle di diffusione di messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.
 3. Sono esclusi i soggetti che nelle proprie attività non rispettino i seguenti principi, come definiti dalla Risoluzione n. 2003/16 della Sottocommissione delle Nazioni Unite sulla Promozione e protezione dei Diritti Umani del 13 agosto 2003 e dalle legislazioni internazionali e nazionali vigenti, e in particolare:
 - a) rispetto del diritto alle pari opportunità e ad un trattamento non discriminatorio (con speciale attenzione alle donne, alle popolazioni indigene e alle minoranze etniche);
 - b) rispetto del diritto alla sicurezza e alla salute delle persone;
 - c) rispetto dei diritti dei lavoratori (inclusi specificatamente l'esclusione del lavoro forzato, del lavoro minorile, di salari inferiori ai redditi reali di sussistenza, del mancato rispetto delle legislazioni locali di tutela);
 - d) rispetto degli assetti istituzionali, delle norme giuridiche e delle prassi amministrative, anche consuetudinarie; degli interessi pubblici; delle politiche sociali, economiche e culturali; della trasparenza e correttezza, nei comportamenti imprenditoriali e pubblici, con particolare riferimento al divieto di pratiche corruttive; delle autorità pubbliche degli Stati in cui i predetti soggetti operano;
 - e) rispetto degli obblighi riguardanti la tutela dei consumatori (specie in relazione alla qualità e sicurezza dei prodotti, alla trasparenza di etichette e prezzi, alla pubblicità ingannevole, a politiche di dumping, all'impiego di prodotti e processi basati su mutazioni genetiche non sicure) ai sensi della normativa vigente;
 - f) rispetto degli obblighi riguardanti la protezione dell'ambiente (specie in relazione ai danni o minacce alla biodiversità, a processi industriali causa di effetto serra e distruzione della fascia di ozono, alla distruzione di risorse naturali, a tutti gli inquinamenti chimici).
 4. Sono escluse le imprese a qualunque titolo coinvolte nella produzione, commercializzazione, finanziamento e intermediazione di armi di qualunque tipo (compresi i sistemi elettronici e le sostanze chimiche, biologiche e nucleari).
 5. Saranno altresì escluse le banche che, a partire dal secondo anno dalla data di approvazione del presente Regolamento, risulteranno coinvolte nel finanziamento all'export di armi come da relazione annuale del Ministero dell'Economia e delle Finanze, prevista dalla legge n. 185/1990.
 5. Sono infine escluse quelle imprese che realizzino riduzioni collettive illegittime (accertate da sentenze) di personale.
 6. La valutazione del mancato rispetto dei suddetti principi è compiuta sulla base di accertamenti recati da sentenze, decisioni, risoluzioni, inchieste, rapporti o altri atti ufficiali di autorità nazionali o internazionali.



ART. 9
CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

1. Il ricorso, da parte dell'Amministrazione, a forme di sponsorizzazione, in relazione ad attività, interventi o progetti culturali, sociali, ricreativi, sportivi, a lavori pubblici e altro, va formalizzata con apposito atto di natura contrattuale, nella forma scritta, nel quale risultino stabiliti:
 - a) l'oggetto e le finalità del contratto di sponsorizzazione;
 - b) il diritto dello Sponsor alla utilizzazione "esclusiva" ovvero "non esclusiva" dello spazio pubblicitario nel corso degli eventi culturali, sociali, ricreativi, sportivi, nella realizzazione di lavori pubblici e altro, per i quali sia prevista la sponsorizzazione;
 - c) le modalità di promozione, comunicazione e pubblicità, i limiti dello sfruttamento dell'immagine a fini pubblicitari, gli eventuali diritti di esclusiva, gli eventuali benefit, le modalità di utilizzazione del marchio e di apposizione del logo dello sponsor sul materiale di propaganda e di pubblicità;
 - d) l'individuazione della platea/pubblico di riferimento per la pubblicizzazione, da parte dello Sponsor, degli elementi caratteristici dello sponsor o dei suoi prodotti;
 - e) la durata del contratto di sponsorizzazione (se il contratto non riguarda un singolo evento o manifestazione ma si riferisce ad un'attività del soggetto sponsorizzato continuata nel tempo, il contratto deve essere qualificato "di durata" ed in particolare come contratto ad esecuzione continuata);
 - f) gli obblighi assunti rispettivamente dallo Sponsor e dall'Amministrazione e le relative sanzioni in caso di inadempimento;
 - g) il corrispettivo della sponsorizzazione;
 - h) le modalità procedurali, le garanzie richieste (fidejussione bancaria, polizza assicurativa) e le responsabilità;
 - i) le prescrizioni in materia di controversie, di spese contrattuali e la disciplina della facoltà di recesso.
2. Il contratto dovrà prevedere clausole che in nessun caso pregiudichino o condizionino l'attività dell'Amministrazione Comunale.
3. Il contratto potrà prevedere clausole relative all'esenzione per lo sponsor del pagamento degli oneri previsti dalla COSAP, mentre per i canoni e/o tasse sulla pubblicità, l'aliquota di esenzione non potrà superare il 50% degli oneri previsti dalle tariffe pubblicitarie del luogo dove si realizza l'intervento di sponsorizzazione.
4. Qualora la sponsorizzazione sia inherente l'esecuzione di un lavoro pubblico che prevede anche la redazione del progetto, l'esecuzione dei lavori potrà aver luogo solo a seguito dell'approvazione da parte dell'amministrazione comunale del progetto definitivo e/o esecutivo conformemente alle disposizioni del codice dei contratti (d.lgs. 163/2006) e del regolamento di attuazione (D.P.R. 207/2010).

ART. 10
ESPLICITAZIONE DELL'ESCLUSIVA GENERALE O DELLE ESCLUSIVE COMMERCIALI

1. L'amministrazione definisce le sponsorizzazioni secondo rapporti in esclusiva generale o commerciale qualora ritenga tale opzione utile per stimolare profili concorrenziali finalizzati al reperimento di maggiori risorse o alla presentazione di proposte di sponsorizzazione maggiormente significative.
2. In relazione a quanto previsto dal precedente comma 1, nei contratti di sponsorizzazione possono essere esplicitate clausole di esclusiva:
 - a) generale, comportanti la formalizzazione del rapporto con un unico soggetto in veste di sponsor;
 - b) commerciale, con formalizzazione di più rapporti di sponsorizzazione con soggetti diversi, ciascuno individuato come controparte principale ed unica per una specifica categoria merceologica o di attività.
3. L'amministrazione evidenzia la sussistenza di clausole di esclusiva generale o commerciale in tutti gli atti preliminari alla stipulazione dei contratti di sponsorizzazione, in particolare per gli avvisi di sollecitazione alla presentazione di manifestazioni di interesse, nei quali devono essere comunque indicati i criteri di selezione delle proposte di sponsorizzazione concorrenti in relazione alle esclusive.
4. Qualora l'amministrazione ritenga di non voler definire i contratti di sponsorizzazione con clausole di esclusiva ne fornisce chiara indicazione in tutti gli atti preliminari.
5. In ogni caso, le operazioni di sponsorizzazione non determinano alcuna sovrapposizione (e quindi incompatibilità) con altre iniziative coinvolgenti soggetti terzi, quali:a) patrocinio, laddove si prevede una forma di adesione ed una manifestazione di apprezzamento dell'ente ad iniziative ritenute meritevoli per le loro finalità sociali;b) mecenatismo, che si manifesta nel sostegno di iniziative o di attività, per lo più artistiche o culturali, senza finalità economicamente apprezzabili; c) iniziative di sensibilizzazione sociale correlate a specifici spazi, beni e tematiche di interesse collettivo (adotta un quartiere, adotta un monumento, adotta uno spazio verde, ...).

ART. 11
VERSAMENTO DEI PROVENTI DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. Fatta esclusione dei casi di cui al comma 2, il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione deve essere eseguito, nella misura minima del 20 per cento, al momento della sottoscrizione del contratto presso la Tesoreria Comunale e completato, secondo quanto previsto nel contratto, entro la conclusione dell'evento. A garanzia di detto importo, quale condizione essenziale per procedere alla formalizzazione dei rapporti di sponsorizzazione, lo Sponsor dovrà costituire, sempre al momento della sottoscrizione del contratto, apposita polizza fidejussoria, a favore dell'Amministrazione Comunale.



2. Nei casi in cui il contratto preveda il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione al soggetto organizzatore dell'evento o esecutore dell'appalto del servizio o della fornitura lo sponsor dovrà provvedere a pagare direttamente il fornitore, previo nulla osta della Amministrazione Comunale di attestazione dell'avvenuta esecuzione delle prestazioni. Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza, ipso iure, del contratto, fatto salvo il diritto di rivalsa da parte dell'Amministrazione Comunale, sulle somme versate dallo sponsor a titolo di garanzia previste nel contratto di sponsorizzazione.

ART. 12

UTILIZZO DELLE SPONSORIZZAZIONI IN RELAZIONE A PROCEDURE DI APPALTO

1. L'amministrazione può prevedere, nell'ambito di bandi di gara per la selezione di contraenti per appalti di servizi, di forniture o di opere pubbliche inerenti contratti attivi, specifiche clausole inerenti la valutazione di proposte di sponsorizzazione.
2. Gli elementi valutativi inerenti le possibili proposte di sponsorizzazione non devono comunque costituire criterio con peso determinante in relazione al complessivo affidamento del servizio.

ART. 13

INIZIATIVE DELLE MUNICIPALITÀ

1. Le Municipalità hanno facoltà di reperire sponsor, secondo quanto previsto dalle norme di legge e dal presente regolamento, per tutte le materie ad esse delegate in modo esclusivo (strade e piazze secondarie, attività culturali, sociali, ricreative e sportive ecc.).
2. Le Municipalità dovranno esprimere sempre un parere obbligatorio, ma non vincolante per la programmazione annuale e triennale inerenti le sponsorizzazioni così come all'art.6 comma 1 dello stesso regolamento.

ART. 14

VERIFICHE E CONTROLLI

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a verifiche da parte dell'Amministrazione, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi.
2. Le difformità emerse in sede di verifica sono tempestivamente notificate allo Sponsor; la notifica e la eventuale diffida producono gli effetti previsti specificatamente nel relativo contratto di sponsorizzazione.



ART. 15
OSSERVATORIO

1. Per un monitoraggio sull'efficacia degli effetti applicativi del presente Regolamento, entro sei mesi dall'entrata in vigore dello stesso è istituito, con Decreto del Sindaco su proposta del Direttore Generale, un Osservatorio formato da rappresentanti degli organi e degli uffici maggiormente interessati dalle sponsorizzazioni nonché da 1 Consigliere Comunale di maggioranza ed 1 di opposizione indicati dal Consiglio Comunale ; è componente di diritto il Presidente della Commissione Lavoro-Sviluppo-Commercio ed Attività Produttive o altro membro della commissione delegato dal Presidente.
2. L'Osservatorio redige annualmente una relazione analitica sull'ammontare, l'origine e l'utilità dei contratti di sponsorizzazione.
3. La relazione annuale dovrà essere resa pubblica tramite il sito internet del Comune.
4. Il dirigente responsabile di ciascuna struttura di vertice o servizio autonomo, interessato da sponsorizzazioni, trasmette ogni 3 mesi ai Presidenti delle Commissioni Consiliari un rapporto nel quale sono elencati tutti i contratti di sponsorizzazione stipulati nel trimestre di riferimento con il relativo importo, l'indicazione della manifestazione, evento o iniziativa finanziati tramite sponsorizzazione e la denominazione dello sponsor.

ART. 16
UTILIZZO DEI RISPARMI DERIVANTI DALLE SPONSORIZZAZIONI

1. I risparmi derivanti dai contratti di sponsorizzazione, determinati quale differenza tra il valore monetario della sponsorizzazione e gli oneri diretti effettivi sostenuti dall'ente per lo svolgimento dell'attività di veicolazione, sono ripartiti secondo le seguenti finalità:
 - a) implementazione del fondo per la dirigenza e del fondo delle risorse decentrate per i dipendenti;
 - b) finanziamento di iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio;
 - c) avanzo di amministrazione.

ART. 17
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 dati sono trattati, in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici dell'ente tenuti alla applicazione del presente regolamento.
3. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento.



ART. 18
CONTROVERSIE

1. Ogni controversia relativa all'interpretazione, esecuzione o risoluzione del contratto è sottoposta al competente Foro di Napoli.

ART. 19
NORME DI RINVIO

1. Per ogni aspetto afferente la materia e l'oggetto contrattuali che non trovi comunque esplicita disciplina nel presente regolamento si fa rinvio:
 - a) per i profili di disciplina contrattuale, alle disposizioni del Codice Civile ed alla normativa speciale in materia;
 - b) per l'utilizzo dei marchi e dei segni distintivi al d.lgs. n. 30/2005 e succ.vi modificazioni, nonché ad altra normativa specifica in materia.