



COMUNE DI POZZUOLI

PROVINCIA DI NAPOLI

AREA Servizio Categoria Classe Fascicolo
Assessorato
PROPOSTA di deliberazione N. del Annotazioni

Estratto delle Deliberazioni di Consiglio Comunale - Delibera N. 163

OGGETTO: Approvazione Regolamento per la disciplina e la gestione dei contratti di sponsorizzazioni;

L'anno duemilasedici, il giorno venti del mese di Giugno, nella Casa Comunale, e precisamente nella sala delle adunanze municipali, si è riunito il Consiglio Comunale di grado di Prima convocazione ed in seduta Pubblica. Premesso che a ciascun Consigliere è stato notificato l'avviso di convocazione pubblicato all'Albo Pretorio del Comune, risulta che dell'appello dei seguenti Consiglieri in carica:

1	FIGLIOLIA	Vincenzo - SINDACO	14	LUONGO	Michelangelo
2	BIFULCO	Vincenzo	15	MAIONE	Salvatore
3	BUONO	Elio	16	MANZONI	Luigi
4	CAIAZZO	Salvatore	17	MONACO	Filippo
5	COSSIGA	Sandro	18	ORSI	Maurizio
6	CUTOLO	Mario Massimiliano	19	PENNACCHIO	Domenico
7	DANIELE	Vincenzo	20	POLLICE	Tommaso Gennaro
8	DEL GIUDICE	Ciro	21	RUSSO	Enrico
9	DELLA CORTE	Nicola	22	TERRACCIANO	Procolo
10	DE VITO	Pietro	23	TESTA	Gennaro
11	DI BONITO	Antonio	24	TOZZI	Paolo
12	FENOCCHIO	Espedito	25	VISCONTI	Raffaele
13	IASIELLO	Guido			

Sono assenti i signori: DANIELE Vincenzo, DEL GIUDICE Ciro, IASIELLO Guido, MAIONE Salvatore, MONACO Filippo, RUSSO Enrico

Presiede la riunione il Presidente, sig. RUSSO Enrico, il quale, constatato che il numero dei presenti è legale per l'adunanza in grado di Prima convocazione, mette in discussione l'argomento segnato in oggetto.

Assiste alla seduta il Segretario Generale dott. Matteo Sperandeo, ai sensi del comma 4 lett. a) dell'art. 97 T.U.E.L.

Il Vice Presidente introduce il punto all'o.d.g. avente ad oggetto: Approvazione Regolamento per la disciplina e la gestione dei contratti di sponsorizzazioni;

Alle ore 2030 escono i cons. **Del Giudice e Iasiello**. Presenti 19.

Il Vice Presidente, dott. Michelangelo Luongo, dà lettura di una proposta di emendamento volto ad introdurre un seconda comma all'art.14; il testo è acquisito agli atti.

Il cons. **Buono** illustra la proposta di delibera, in qualità di presidente della Commissione Regolamenti e Statuto.

Il Vice Presidente invita il Consiglio a votare sulla proposta di emendamento.

IL CONSIGLIO COMUNALE

A maggioranza di voti espressi per alzata di mano dai consiglieri presenti e votanti, (18 favorevoli 1 astenuto Visconti) approva l'**emendamento** al punto all'o.d.g. avente ad oggetto: Approvazione Regolamento per la disciplina e la gestione dei contratti di sponsorizzazioni;

Il Vice Presidente invita il Consiglio a votare sul punto all'o.d.g.

IL CONSIGLIO COMUNALE

A maggioranza di voti espressi per alzata di mano dai consiglieri presenti e votanti, (18 favorevoli 1 astenuto Visconti) approva il punto all'o.d.g. avente ad oggetto: Approvazione Regolamento per la disciplina e la gestione dei contratti di sponsorizzazioni;

Il Vice Presidente invita il Consiglio a votare l'immediata esecutività.

IL CONSIGLIO COMUNALE

A maggioranza di voti espressi per alzata di mano dai consiglieri presenti e votanti, (18 favorevoli 1 astenuto Visconti) approva l'**immediata esecutività** del punto all'o.d.g. avente ad oggetto: Approvazione Regolamento per la disciplina e la gestione dei contratti di sponsorizzazioni;

Il Vice Presidente invita il Segretario a procedere all'appello per la verifica del numero legale che dà il seguente esito: 6 presenti (Figliolia, Della Corte, Di Bonito, Luongo, De Vito e Visconti) e 19 assenti.

Il Vice presidente, alle ore 20:36, vista la mancanza del numero legale, dichiara chiusi i lavori.

Verbale redatto ai sensi dell'art. 54 del Regolamento sul funzionamento del Consiglio Comunale. La registrazione audio, con l'estratto dattiloscritto della discussione consiliare intervenuta, è depositata presso gli uffici della Segreteria Generale.



C o m u n e d i P o z z u o l i

(Provincia di Napoli)

Direzione 3

(Servizio Ragioneria)

Proposta di deliberazione di Consiglio Comunale avente ad oggetto: “Esame ed approvazione Regolamento per la disciplina e la gestione dei contratti di sponsorizzazione.”

Premesso che

- Che il Comune di Pozzuoli è promotore di molteplici attività finalizzate alla realizzazione di eventi culturali, sociali, ricreativi, sportivi ed altro;
- Che gli Enti Locali da un lato sono chiamati a soddisfare le esigenze sempre crescenti del cittadino – utente, mentre dall’altro si registra la continua e progressiva riduzione dei trasferimenti erariali che contribuivano, in modo preminente, a finanziare le attività istituzionali delle Pubbliche Amministrazioni;
- Che, in applicazione dell’art. 43 della L. 27/12/1997 n. 449 e dell’art. 119 del D. Lgs. 267/2000, gli Enti Locali, al fine di poter reperire nuove risorse finanziarie, hanno piena facoltà di stipulare contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione, nonché convenzioni con soggetti pubblici e privati al fine di favorire l’innovazione dell’organizzazione amministrativa e di migliorare la qualità dei servizi prestati;
- I contratti di sponsorizzazione si configurano pertanto quali strumenti negoziali sempre più diffusi negli enti locali per reperire risorse e consentire risparmi di spesa in relazione a progetti, iniziative ed attività programmate dall’Amministrazione Comunale;

Rilevato che

- L'Amministrazione Comunale - in applicazione della vigente normativa – intende sviluppare idonee iniziative per il reperimento di sponsor e la definizione di contratti di sponsorizzazione con soggetti pubblici e privati in occasione di eventi culturali, sociali, ricreativi, sportivi ed altro.

Considerato che

- I Comuni si configurano come “soggetti ideali” per la diffusione di elementi di pubblicizzazione di nomi aziendali o marchi, tenendo conto delle molteplici possibilità di veicolazione del messaggio pubblicitario.

Atteso che

- L'art. 43 della L. 449/1997 subordina la legittimazione delle pubbliche amministrazioni a stipulare contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione al ricorrere delle seguenti condizioni:
 - a) perseguimento di interessi pubblici;
 - b) esclusione di conflitti di interesse tra attività pubblica e privata;
 - c) conseguimento di un risparmio di spesa.

Ricordato

- che il legislatore nazionale ha disciplinato la materia dei contratti di sponsorizzazione anche nell'art. 19 del D. Lgs. 50/2016 che così recita:

1. L'affidamento di contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi o forniture per importi superiori a quarantamila euro, mediante dazione di danaro o acollo del debito, o altre modalità di assunzione del pagamento dei corrispettivi dovuti, è soggetto esclusivamente alla previa pubblicazione sul sito internet della stazione appaltante, per almeno trenta giorni, di apposito avviso, con il quale si rende nota la ricerca di sponsor per specifici interventi, ovvero si comunica l'avvenuto ricevimento di una proposta di sponsorizzazione, indicando sinteticamente il contenuto del contratto proposto. Trascorso il periodo di pubblicazione dell'avviso, il contratto può essere liberamente negoziato, purché nel rispetto dei principi di imparzialità e di parità di trattamento fra gli operatori che abbiano manifestato interesse, fermo restando il rispetto dell'articolo 80.

2. Nel caso in cui lo sponsor intenda realizzare i lavori, prestare i servizi o le forniture direttamente a sua cura e spese, resta ferma la necessità di verificare il possesso dei

requisiti degli esecutori, nel rispetto dei principi e dei limiti europei in materia e non trovano applicazione le disposizioni nazionali e regionali in materia di contratti pubblici di lavori, servizi e forniture, ad eccezione di quelle sulla qualificazione dei progettisti e degli esecutori. La stazione appaltante impartisce opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere o forniture e alla direzione dei lavori e collaudo degli stessi.

Considerato

- che la precitata L 449/1997 all'art. 43 si limita a prevederla possibilità, per le pubbliche amministrazioni, di stipulare i predetti atti contrattuali, ma non detta nessuna disciplina positiva al riguardo;
- che data la atipicità del contratto in questione, occorre comunque ricorrere a procedure che garantiscono il sostanziale rispetto dei principi di efficacia, efficienza e trasparenza dell'azione amministrativa;
- che, alla luce di quanto sopra, si rende necessario approvare un regolamento ove, nei limiti del proprio potere di autonomia e nel rispetto della vigente normativa, l'Amministrazione comunale definisca modalità e termini per il reperimento di sponsorizzazioni in occasione di eventi culturali, sociali, ricreativi, sportivi ed altro;

Ritenuto

- necessario dover procedere all'approvazione del regolamento per la disciplina e la gestione dei contratti di sponsorizzazione, incentivando il ricorso a tale istituto per poter disporre di strumenti utili al fine di conseguire economie di spesa ed incrementare la qualità dei servizi erogati alla collettività;

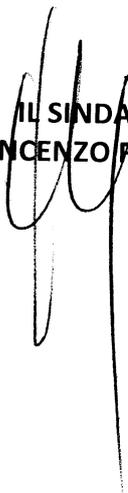
Vista

- l'allegata bozza di "Regolamento per la disciplina e la gestione dei contratti di sponsorizzazione" ed il parere favorevole espresso dalla Commissione Regolamenti e Statuto in data 23 maggio 2016;

Visto il D. Lgs. 267/2000

PROPONE DI DELIBERARE

di approvare il “Regolamento per la disciplina e la gestione dei contratti di sponsorizzazione” composto di n. 15 articoli che allegato alla presente deliberazione ne costituisce parte integrale e sostanziale.


**IL SINDACO
VINCENZO FIGLIOLIA**



Comune di Pozzuolo.

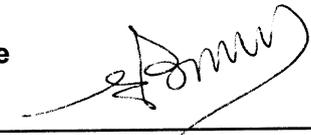
Provincia di Napoli

**Regolamento per la disciplina e
la gestione dei contratti di
sponsorizzazione**

**ADOTTATO CON DELIBERA DI CONSIGLIO
COMUNALE N° _____ DEL _____**

Esaminato ed approvato dalla Commissione
Regolamenti in data _____

Il Presidente

Elio Buono


La Commissione:

ing. Luigi Manzoni Capo Gruppo P.D.

dott. Antonio Di Bonito Capo Gruppo Bene Comune

prof. Filippo Monaco Capo Gruppo P.D.L.

arch. Salvatore Maione Capo Gruppo F.L.I.

dott. Espedito Fenocchio Capo Gruppo Uniti per la Libertà

avv. Sandro Cossiga Capo Gruppo U.D.C.

dott. Paolo Tozzi Capo Gruppo Verdi

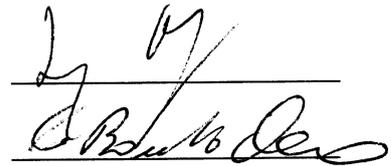
avv. Tommaso G. Pollice Capo Gruppo Centro Democratico

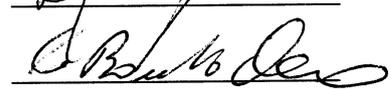
dott. Mario M. Cutolo Capo Gruppo Iniziativa Democratica.

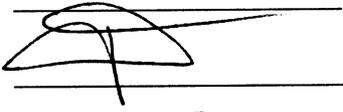
dott. Michelangelo Luongo Capo Gruppo S.E.L.

sig. Ciro Del Giudice Capo Gruppo Gruppo Misto

sig. Raffaele Visconti Capo Gruppo S.I. SEL











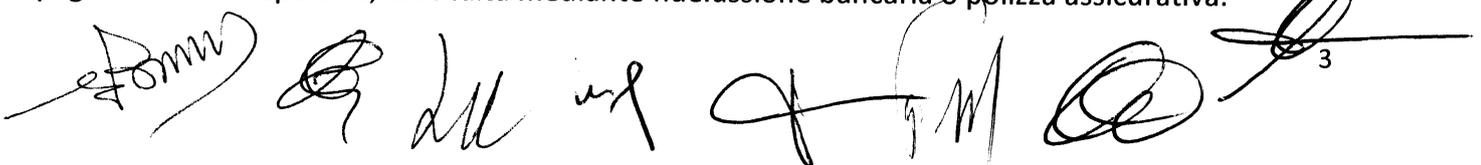


ARTICOLO 1 - FINALITÀ E INQUADRAMENTO NORMATIVO

1. Il presente regolamento disciplina le procedure relative alla stipula dei contratti di sponsorizzazione, ai quali l'Amministrazione Comunale può ricorrere in attuazione delle disposizioni normative contenute nell'art. 43 della Legge n. 449 del 1997 (che si pone quale normativa di principio), nell'art. 119 del D. Lgs. N. 267/2000 che recepisce le disposizioni di cui all'art. 43 sopra citato e nell'art. 19 del D.lgs. 50 del 18/04/2016 (nuovo Codice degli appalti).
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono essere dirette al perseguimento di interessi pubblici, devono escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata e devono determinare una diminuzione delle spese o un aumento delle entrate dell'Amministrazione.
3. Il ricorso alla sponsorizzazione costituisce un'opportunità innovativa di finanziamento delle attività del Comune.
4. I contratti di sponsorizzazione possono prevedere, a titolo di corrispettivo dovuto dallo "sponsor":
 - a. **somme di denaro;**
 - b. **forniture di beni, servizi o lavori, acquisiti o realizzati, in tutto o in parte, a cura e spese dello sponsor.**
5. I benefici derivanti dalla sponsorizzazione, se riferiti alla fattispecie di cui al precedente comma 4 lett. b, dovranno essere iscritti in Bilancio nella parte entrata e nella parte spesa del centro di costo del rispettivo Settore ricevente. I benefici derivanti dalla sponsorizzazione, se riferiti a lavori, dovranno essere inseriti nel piano di investimenti e, se superiori alla soglia, nel piano triennale delle opere pubbliche.

ARTICOLO 2 - NATURA DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE

1. Il contratto di sponsorizzazione è un negozio giuridico atipico, a prestazioni corrispettive onerose e con fini di pubblicità, mediante il quale il Comune si obbliga a fornire, nell'ambito di propri progetti o iniziative, prestazioni accessorie di veicolazione del messaggio promo/pubblicitario del soggetto sponsor, il quale a sua volta si obbliga ad una controprestazione in beni, servizi, danaro o altra utilità nella previsione di conseguire un beneficio di immagine.
2. A tal fine, annualmente entro il termine di approvazione del bilancio di previsione l'Amministrazione predispone un piano annuale di sponsorizzazioni che può essere variato nel corso dell'esercizio.
3. In caso di operazioni permutative, si assume quale controvalore monetario del contratto il valore di mercato della fornitura dei beni, dei servizi o dei lavori, effettuati dallo sponsor e certificati dal Dirigente del servizio competente.
4. Ove il corrispettivo della sponsorizzazione sia costituito da una somma di denaro, il pagamento avviene, in misura non inferiore al 30%, al momento della sottoscrizione del contratto, ed il saldo entro i termini previsti dal contratto.
5. Se richiesto dal Comune, lo sponsor deve prestare apposita garanzia fideiussoria per il pagamento corrispettivo, costituita mediante fideiussione bancaria o polizza assicurativa.



3

ARTICOLO 3 - AMBITO DI APPLICAZIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. Le sponsorizzazioni possono interessare tutte le iniziative, i progetti e le attività dell'Amministrazione.
2. I contratti di sponsorizzazione potranno riguardare anche progetti di sponsorizzazione il cui veicolo è rappresentato da spazi e immagini riconducibili all'Ente.
3. I contratti di sponsorizzazione potranno anche riguardare appalti relativi alla progettazione, direzione lavori, esecuzione e collaudo di opere e lavori pubblici in relazione ai quali si rinvia alle specifiche disposizioni applicabili, contenute nel D.lgs 50/2016 (Legge quadro sui lavori pubblici e Codice degli Appalti.)

ARTICOLO 4 - DEFINIZIONI

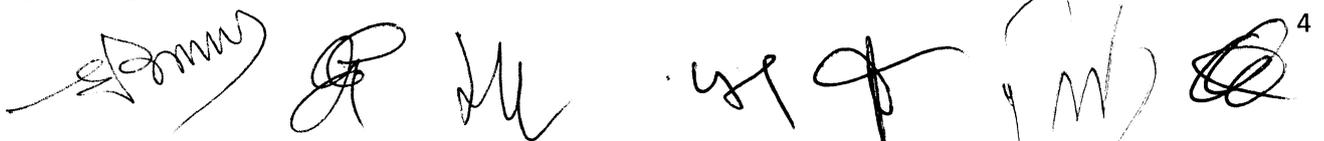
1. Ai fini del presente regolamento si intende:
 - a. per "sponsor" il soggetto (persona fisica o giuridica o associazioni) che intende stipulare con l'Amministrazione un contratto di sponsorizzazione;
 - b. per "sponsee" il Comune che stipula con un terzo il contratto di sponsorizzazione;
 - c. per "contratto di sponsorizzazione" il contratto mediante il quale il Comune (sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), la possibilità di diffondere il proprio messaggio pubblicitario o il proprio marchio in appositi e predefiniti spazi;
 - d. per "sponsorizzazione" ogni contributo in beni o servizi, denaro o altra utilità proveniente da terzi allo scopo di promuovere il loro messaggio pubblicitario, al fine di conseguire un beneficio di immagine;
 - e. per "spazio pubblicitario" lo spazio fisico od il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messo a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor.

ARTICOLO 5 - ESCLUSIVA GENERALE E SPECIALE

1. Il Comune può definire contratti di sponsorizzazione in esclusiva generale o commerciale per reperire maggiori risorse o per conseguire sponsorizzazioni di miglior profilo qualitativo.
2. 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 di tempo;
 - 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.
3. 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.

ARTICOLO 6 - DIRITTO DI RIFIUTO - ESCLUSIONE

1. L'Amministrazione Comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare



4

qualsiasi sponsorizzazione qualora:

a. ritenga possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata, ovvero quando pervenga da coloro che ricoprono cariche politiche all'interno dell'Amministrazione;

b. ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine e alle proprie iniziative;

c. la reputi inaccettabile per motivi di interesse pubblico;

d. la società o ente che eroga la sponsorizzazione non rispetti i parametri di eticità e di tutela dei diritti umani universalmente riconosciuti.

2. Sono, in ogni caso, escluse le sponsorizzazioni riguardanti:

a. propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;

b. pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco e alcolici;

c. messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia o qualsiasi forma di discriminazione, pornografia, a sfondo sessuale.

3. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione i soggetti che:

a. per i motivi previsti dall'art. 80 del D.Lgs. 50/2016;

b. si trovano in condizione di incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione;

c. non dichiarino di rispettare i principi definiti dalla Risoluzione ONU 2003/16 del 13/08/2003:

➤ rispetto degli assetti istituzionali, delle norme giuridiche e delle prassi amministrative, degli interessi pubblici, delle politiche sociali, economiche e culturali, della trasparenza e correttezza dei comportamenti imprenditoriali e pubblici;

➤ diritto di pari opportunità e al trattamento non discriminatorio;

➤ diritto alla sicurezza e alla salute delle persone;

➤ diritti dei lavoratori;

➤ obblighi riguardanti la tutela dei consumatori;

➤ obblighi riguardanti la protezione dell'ambiente.

d. abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria con l'Amministrazione Comunale.

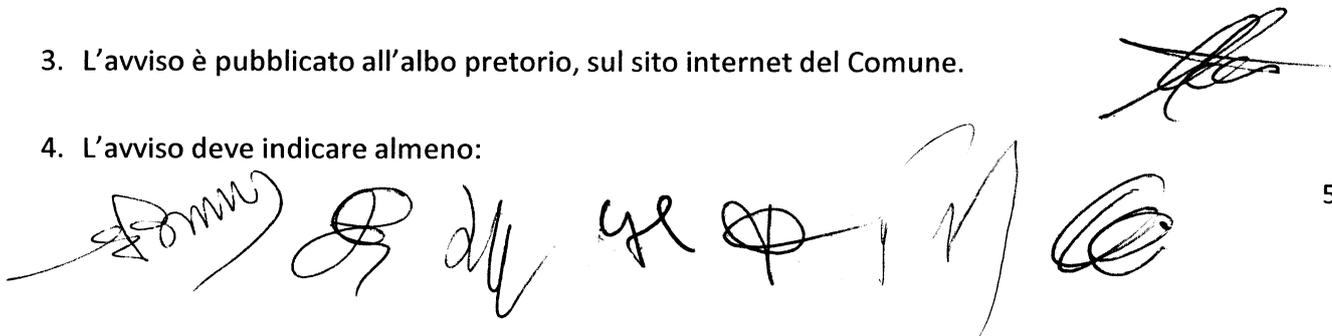
ARTICOLO 7 - SCELTA DELLO SPONSOR

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 art. 9.

3. L'avviso è pubblicato all'albo pretorio, sul sito internet del Comune.

4. L'avviso deve indicare almeno:

A collection of handwritten signatures and initials in black ink, appearing to be official approvals or signatures of various individuals. The signatures are of varying lengths and styles, some resembling 'D. M.', 'G.', 'M.', 'P.', 'M.', and 'C.'.

- a. l'oggetto della sponsorizzazione;
- b. i requisiti di partecipazione alla procedura selettiva;
- c. le modalità ed il termine per la presentazione delle offerte, che non può essere inferiore a 30 giorni;
- d. l'eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale;
- e. i criteri di valutazione delle offerte;
- f. l'eventuale importo minimo, a base della procedura selettiva, richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
- g. l'eventuale diritto di prelazione a norma del successivo articolo 8;
- h. 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 nelle forme previste dalla normativa vigente e deve contenere, fra l'altro:

- a. le dichiarazioni richieste dall'avviso;
- b. l'accettazione incondizionata di quanto previsto nell'avviso e nel presente regolamento;
- c. 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.

ARTICOLO 8 - RECEPIMENTO DI PROPOSTE SPONTANEE DI SPONSORIZZAZIONE

1. Nel caso in cui, da parte di un potenziale sponsor, pervenga al Comune una proposta spontanea di sponsorizzazione, il Dirigente dell'ufficio competente valuta la rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento e, deliberata l'opportunità della proposta da parte della Giunta, predispone apposito avviso, da pubblicare con le modalità di cui al precedente art. 7, che preveda come importo/prestazione 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.

3. Tale procedura non si applica nei casi contemplati al successivo art. 9, comma 1 lett. c).

ARTICOLO 9 - AFFIDAMENTO DIRETTO

1. Si può procedere all'affidamento diretto di contratti sponsorizzazione nei seguenti casi:

- a. in caso sia stata esperita infruttuosamente la procedura selettiva di cui all'art. 8;
- c. nel caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore ad € 40.000,00 (IVA esclusa).

A series of handwritten signatures and initials in black ink, including a large signature on the left and several smaller ones and initials to the right, some appearing to be initials like 'M', 'L', and 'M'.

2. In ogni caso, l'affidamento diretto avviene previa valutazione di congruità da parte del Dirigente competente.

ARTICOLO 10 - 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. 6 del presente regolamento, deve essere in possesso dei requisiti di qualificazione per gli esecutori dei contratti pubblici.

ARTICOLO 11 - CONTENUTI DEL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

1. Il contratto di sponsorizzazione dovrà contenere:

- a. l'oggetto del contratto;
- b. gli obblighi delle parti;
- c. il valore del corrispettivo della sponsorizzazione;
- d. la durata del contratto che non può essere superiore ad anni cinque (5), ad eccezione di quelli stipulati in applicazione dell'art. 3 punto 3;
- 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 nei casi in cui lo sponsor rechi danno all'immagine del Comune;
- h. la risoluzione del contratto per inadempimento;
- i. foro competente per la risoluzione delle eventuali controversie;
- b. la disciplina delle spese contrattuali.

ARTICOLO 12 - ASPETTI CONTABILI E FISCALI

1. I corrispettivi dei contratti di sponsorizzazione sono previsti in Bilancio, nel PEG, e nei relativi strumenti di programmazione nel rispetto dell'ordinamento normativo vigente.
2. Le singole fattispecie di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale applicabile.
3. Quando il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione è costituito da forniture di beni o servizi o da lavori da effettuarsi a cura dello sponsor (operazioni permutative), 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

ARTICOLO 13 - CONTROLLI

1. Il Dirigente del settore competente impartisce le opportune prescrizioni in ordine alla esecuzione del contratto di sponsorizzazione e vigila sul suo adempimento.

ARTICOLO 14 - CALUSOLA DI SALVAGUARDIA

1. Sono fatti salvi, a sanatoria gli eventuali contratti di sponsorizzazione conclusi negli anni pregressi.



ARTICOLO 15 - ENTRATA IN VIGORE

1. Per quanto non espressamente previsto dalle norme contenute nel presente regolamento si fa riferimento alla normativa vigente in materia.
2. Il presente Regolamento entrerà in vigore successivamente alla pubblicazione nell'Albo Pretorio.

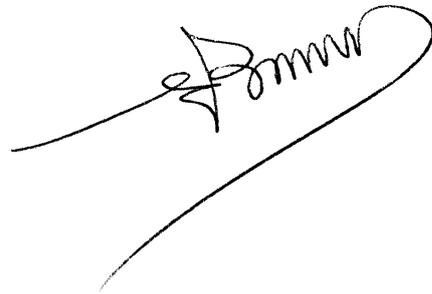
INDICE

- Art. 1 – Finalità e inquadramento normativo
- Art. 2 – Natura dei contratti di sponsorizzazione
- Art. 3 – Ambito di applicazione delle sponsorizzazioni
- Art. 4 – Definizioni
- Art. 5 – Esclusiva generale e speciale
- Art. 6 – Diritto di rifiuto – esclusione
- Art. 7 – Scelta dello sponsor
- Art. 8 – Recepimento di proposte spontanee di sponsorizzazione
- Art. 9 – Affidamento diretto
- Art. 10 – Qualificazioni dello sponsor
- Art. 11 – Contenuti del contratto di sponsorizzazione
- Art. 12 – Aspetti contabili e fiscali
- Art. 13 – Controlli
- Art. 14 – Clausola di salvaguardia
- Art. 15 – Entrata in vigore

EMENDAMENTO AL REGOLAMENTO PER LA
DISCIPLINA E LA GESTIONE DEI CONTRATTI
DI SPONSORIZZAZIONE -

ALL'ART. 14 INSERIRE IL SEGUENTE COMMA 2:

2. In fase di prima applicazione ogni
norma regolamentare che fa riferimen-
to a atti di programmazione trova
applicazione a partire dal prossimo
esercizio finanziario -

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Pommar', written in a cursive style. The signature is enclosed within a large, sweeping, handwritten flourish that starts below the signature and extends to the right and then curves back down.



Comune di Pozzuoli
(Provincia di Napoli)

OGGETTO : PARERE SULLA REGOLARITA' CONTABILE SULLA PROPOSTA DI DELIBERA
DI CONSIGLIO COMUNALE: "Esame ed approvazione Regolamento per la disciplina e
la gestione dei contratti di sponsorizzazione."

Il Dirigente

Visto il D.Lgs. del 18.8.2000, n. 267 (T.U.E.L.) ed in particolare gli artt. 49 E
153;

Visto, inoltre, l'art. 88 dello Statuto ed il Regolamento di contabilità;

Rilevata la compatibilità finanziaria della presente proposta ed i suoi riflessi
diretti ed indiretti sulla situazione economico-finanziaria e sul patrimonio
dell'ente;

ESPRIME IL SEGUENTE PARERE

Parere favorevole sulla regolarità contabile della proposta.

Pozzuoli, lì 24/05/2016

DIREZIONE RAGIONERIA
AMMINISTRAZIONE E CONTABILITA'
IL DIRIGENTE
Daniela Casareto

Del che il presente verbale che letto e confermato viene sottoscritto come appresso:

IL CONSIGLIERE ANZIANO
sig. PENNACCHIO Domenico

IL PRESIDENTE
sig. RUSSO Enrico

IL SEGRETARIO GENERALE
dott. Matteo Sperandeo

ATTESTATO DI PUBBLICAZIONE

Si attesta che la presente deliberazione è stata affissa all'Albo Pretorio dal e vi rimarrà per quindici giorni consecutivi (Art. 124, comma 1, T.U.E.L.)

Il Responsabile del Servizio

Addì.....

ESECUTIVITA'

Constatato che sono decorsi i dieci giorni dall'inizio della pubblicazione, si dà atto che la presente deliberazione è divenuta da oggi esecutiva ai sensi dell'Art. 134, comma 3, del T.U.E.L.

Il Responsabile del Servizio

Addì.....

ASSEGNAZIONE ATTO

Il provvedimento viene assegnato per l'esecuzione al Dirigente, che, per ricevuta sottoscrive a margine:

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Affari Legali..... | <input type="checkbox"/> Mobilità..... |
| <input checked="" type="checkbox"/> Bilancio e Programmazione..... | <input type="checkbox"/> Pian. e Gestione del Terr.rio..... |
| <input type="checkbox"/> Bradisismo e Prot. Civile..... | <input type="checkbox"/> Provveditorato/Economato..... |
| <input type="checkbox"/> Direzione Generale..... | <input type="checkbox"/> Polizia Municipale..... |
| <input type="checkbox"/> Fiscalità Locale..... | <input type="checkbox"/> Protezione Sociale..... |
| <input type="checkbox"/> Gabinetto del Sindaco..... | <input type="checkbox"/> Risorse Umane..... |
| <input type="checkbox"/> Gestione Beni Patr.li Serv. Cimit.li..... | <input checked="" type="checkbox"/> Segreteria Generalè..... |
| <input type="checkbox"/> Igiene Urbana e Tutela Ambien.le..... | <input type="checkbox"/> Servizi Produttivi..... |
| <input type="checkbox"/> Infrastrutture..... | <input type="checkbox"/> Sportello del Cittadino..... |
| <input type="checkbox"/> Istr.ne, Cultura, Sport, Turismo e Spett.lo..... | <input type="checkbox"/> |

Il Segretario Generale

Addì **19 LUG. 2016**.....