

L'ASSESSORE AI LAVORI PUBBLICI

PREMESSO:

- che l'Amministrazione Comunale pone tra i suoi obiettivi strategici la riqualificazione e la valorizzazione degli spazi pubblici e del proprio patrimonio immobiliare;
- che l'Ente non dispone delle risorse finanziarie necessarie a realizzare tutti gli interventi programmati o programmabili;

CONSIDERATO:

- che attraverso il contratto di sponsorizzazione il Comune può consentire a soggetti privati di promuovere il proprio marchio con l'uso di spazi pubblici, dietro corrispettivo;
- che le tipologie di sponsorizzazioni passive attivabili dal Comune sono le seguenti:
 - a) sponsorizzazioni "pure" o di "puro finanziamento", in cui la parte privata che opera come sponsor si obbliga a corrispondere alla P.A. unicamente un finanziamento in denaro o ad accollarsi le obbligazioni di pagamento dei corrispettivi di un appalto dovuti dalla P.A.;
 - b) sponsorizzazioni "tecniche", in cui il privato sponsor si impegna a progettare e realizzare, in tutto o in parte, le prestazioni richieste dalla P.A. interamente a sua cura e a sue spese. Lo sponsor non conferisce alla P.A. un finanziamento in denaro tout court, ma si obbliga ad effettuare in favore della stessa determinate prestazioni, che possono consistere nell'esecuzione di lavori o nella fornitura di beni e servizi strumentali, ponendo le necessarie spese a proprio carico e curando direttamente le fasi di progettazione ed esecuzione;
 - c) sponsorizzazioni "miste", ossia che risultano dalla combinazione di una sponsorizzazione pura e tecnica (es. lo sponsor si obbliga a curare solo la parte della progettazione ed erogare i fondi per la realizzazione dei lavori previsti). Vi sono elementi delle une e delle altre, in forza dei quali lo sponsor potrà finanziare l'iniziativa pubblica, totalmente o parzialmente, e pure offrire un contributo magari anche solo limitato ad una fase;
- che il contratto di sponsorizzazione rappresenta un valido strumento di reperimento di risorse per la realizzazione degli interventi comunali;

VISTI:

- l'art. 43 della L. n. 449/1997, il quale consente a tutte le pubbliche amministrazioni di stipulare contratti di sponsorizzazione con soggetti privati e associazioni senza fini di lucro, al fine di favorire l'innovazione e di realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi.
- l'art. 30 della legge n. 488/1999, il quale stabilisce che gli Enti Locali possono sviluppare iniziative per la stipula di contratti di sponsorizzazione, accordi e convenzioni allo scopo di realizzare maggiori economie nella gestione.
- l'art. 119 del D.Lgs. n. 267/2000, il quale riafferma la legittimazione delle pubbliche amministrazioni a stipulare contratti di sponsorizzazione, purché siano finalizzati al perseguimento di interessi pubblici, non determinino conflitti di interesse tra attività pubblica e privata e possano far conseguire un risparmio di spesa, anche alla luce di quanto stabilito dalla L. n. 133/2008.
- l'art. 19, recante "Contratti di sponsorizzazione", del D.Lgs. n. 50 del 18.04.2016, il quale regola i contratti di sponsorizzazione, 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 accollo 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 quelli 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";

Dato atto che

- per effetto di quanto sopra, le sponsorizzazioni passive possono essere qualificate come contratti "attivi" della pubblica amministrazione in quanto non gravano sulla spesa pubblica, traducendosi in un ricavo, in caso di corrispettivo in denaro, ovvero in un risparmio di spesa, in caso di corrispettivo pagato in lavori, beni o servizi; essi "non sono assoggettati alla disciplina comunitaria e nazionale sugli appalti pubblici" e rientrano nella categoria dei "contratti esclusi", pur dovendo rispettare "i principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza, proporzionalità, pubblicità, tutela dell'ambiente ed efficienza energetica", ai sensi dell'art. 4, del D.Lgs. n.50/2016.

RITENUTO opportuno :

- promuovere la realizzazione degli interventi pubblici attraverso contratti di sponsorizzazione, individuando gli sponsor, anche per interventi di importo inferiore a € 40.000,00, attraverso procedure di selezione informali, demandando al competente Dirigente del Settore l'attivazione della relativa procedura;
- dover escludere offerte di sponsorizzazione qualora:
 - a) si ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
 - b) contenga propaganda di natura politica, sindacale, e religiosa;
 - c) contenga pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, armi, medicinali, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
 - d) contenga messaggi offensivi in genere, inclusi le espressioni di discriminazione sessuale e di genere, fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

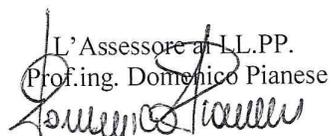
CONSIDERATO:

- che rappresentano idonei strumenti di pubblicizzazione del marchio dello sponsor individuate, ai sensi del citato art. 19 D.Lgs. n. 50/2016 o attraverso procedure informali, per singolo intervento (consistente nell'esecuzione di lavori o nell'acquisto di beni pubblici):
 - l'esposizione di cartelli di superficie complessiva massima di mq 9,00, lungo la recinzione mobile di cantiere recanti indicazione che la realizzazione dei lavori è stata possibile grazie (o anche grazie) allo sponsor;
 - l'esposizione del marchio e/o della ragione sociale dello sponsor in appositi spazi predefiniti, della dimensione massima di 40 x 50 cm., nell'ambito dell'area dove è effettuato l'intervento, per un periodo di anni 10 (dieci) a decorrere dalla data di redazione del verbale di ultimazione lavori;
- che i predetti strumenti di promozione del marchio dello sponsor possono essere graduati in relazione all'entità del contributo dello sponsor e delle caratteristiche del singolo intervento;
- che lo sponsor non deve incorrere nelle cause di esclusione dal contratto di cui all'art. 80 D. Lgs. n. 50/2016 e non deve essere destinatario di misure interdittive antimafia, non deve svolgere attività potenzialmente dannose per la salute pubblica ovvero attività di produzione e/o vendita di armi, non deve avere in corso contenziosi in sede giudiziaria con questo Ente;
- che pertanto occorre dare indirizzo al Dirigente dell'Unità di Progetto Ambiente e Lavori Pubblici nel senso di provvedere, in relazione alla realizzazione dei singoli interventi necessari, anche di importo inferiore a € 40.000,00, a reperire eventuali sponsor attraverso la pubblicazione di appositi avvisi per l'acquisizione di manifestazioni di interesse, stabilendo i criteri di pubblicizzazione del marchio e di ammissione al contratto;

Tutto ciò premesso e considerato

PROPONE DI DELIBERARE

- 1) **di fornire indirizzo** ai competenti Dirigenti dei Settori interessati di provvedere, in relazione alla realizzazione dei singoli interventi necessari (consistenti nell'esecuzione di lavori o nell'acquisto di beni pubblici), anche di importo inferiore a € 40.000,00, a reperire eventuali sponsor attraverso la pubblicazione di appositi avvisi per l'acquisizione di manifestazioni di interesse;
- 2) **di stabilire** che allo sponsor individuato ai sensi del precedente punto 1, siano riconoscibili i seguenti strumenti di pubblicizzazione del marchio:
 - esposizione di uno o più cartelli di superficie complessiva massima di mq 9,00, lungo la recinzione mobile di cantiere recanti indicazione che la realizzazione dei lavori è stata possibile grazie (o anche grazie) allo sponsor;
 - esposizione del marchio e/o della ragione sociale dello sponsor in appositi spazi predefiniti, della dimensione massima di 40 x 50 cm., nell'ambito dell'area dove è effettuato l'intervento, per il periodo di anni 10 (dieci) a decorrere dalla data di redazione del verbale di ultimazione lavori;
- 3) **di stabilire** che gli strumenti di promozione del marchio dello sponsor di cui al precedente punto 2) possono essere graduati in relazione all'entità del contributo dello sponsor e delle caratteristiche del singolo intervento;
- 4) **di escludere** dai contratti di sponsorizzazione gli operatori economici:
 - per i quali sussistano le cause di esclusione di cui all'art. 80 D.Lgs. n. 50/2016 o che siano destinatari di misure interdittive antimafia;
 - che svolgono o intendono svolgere attività potenzialmente dannose per la salute pubblica, contrastate giudizialmente da questo Ente ovvero da una moltitudine di Enti del territorio;
 - che svolgono attività di produzione e/o vendita di armi;
 - che hanno in corso contenziosi in sede giudiziaria con questo Ente;
- 5) **di demandare** in sede di definizione della disciplina della singola procedure di individuazione dello sponsor il numero massimo di sponsor ammissibili per singolo intervento e le caratteristiche degli spazi pubblicitari assegnati a ciascuno sponsor;
- 6) **di dare atto** che il presente provvedimento comporta riflessi diretti o indiretti sulla situazione economico-finanziaria dell'Amministrazione Comunale in quanto gli interventi relativi ai contratti di sponsorizzazione consentono di salvaguardare e di valorizzare l'efficienza organizzativa comunale senza oneri per l'ente e di acquisire vantaggi di ordine economico.

L'Assessore all'LL.PP.
Prof.ing. Domenico Pianese


PARERE DI REGOLARITÀ TECNICA

Il sottoscritto Ing. Giuseppe Sabini, Responsabile dell'Unità di progetto Ambiente e Lavori Pubblici del Comune di Giugliano in Campania esprime parere favorevole ai sensi dell' art. 49 del TUEL di cui al D.Lgs. n. 267/2000 in ordine alla regolarità tecnica del presente atto.

Il Responsabile dell'Unità di Progetto,
Ing. Giuseppe Sabini


PARERE DI REGOLARITÀ CONTABILE

Il sottoscritto dott. Gerardo D'Alterio, Responsabile del Settore Servizi Finanziari esprime parere favorevole ai

sensi dell' art. 49 del TUEL di cui al D.Lgs. n. 267/2000 in ordine alla regolarità contabile del presente atto.

Il Responsabile del Servizio
Dott. Gerardo D'ALTERIO

LA GIUNTA COMUNALE

Vista la proposta del Sindaco;

Ritenuto di condividere la proposta sopra riportata;

Dato atto che non sussistono in relazione al contenuto del deliberato proposto situazioni di conflitto di interesse per i componenti dell'organo deliberante ostative alla partecipazione ed adozione dell'atto;

Visti i pareri favorevoli espressi ex art. 49 del TUEL dal Dirigente dell'Unità di Progetto Ambiente e Lavori Pubblici in merito alla regolarità tecnica e dal Dirigente del Settore Risorse Finanziarie e Tributi in merito alla regolarità contabile del presente atto;

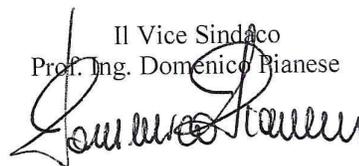
A voti unanimi resi in forma palese ;

DELIBERA

- 1) **di fornire indirizzo** al Dirigente dell'Unità di Progetto Ambiente e Lavori Pubblici di provvedere, in relazione alla realizzazione dei singoli interventi necessari (consistenti nell'esecuzione di lavori o nell'acquisto di beni pubblici), anche di importo inferiore a € 40.000,00, a reperire eventuali sponsor attraverso la pubblicazione di appositi avvisi per l'acquisizione di manifestazioni di interesse;
- 2) **di stabilire** che allo sponsor individuato ai sensi del precedente punto 1, siano riconoscibili i seguenti strumenti di pubblicizzazione del marchio:
 - esposizione di uno o più cartelli di superficie complessiva massima di mq 9,00, lungo la recinzione mobile di cantiere recanti indicazione che la realizzazione dei lavori è stata possibile grazie (o anche grazie) allo sponsor;
 - esposizione del marchio e/o della ragione sociale dello sponsor in appositi spazi predefiniti, della dimensione massima di 40 x 50 cm., nell'ambito dell'area dove è effettuato l'intervento, per il periodo di anni 10 (dieci) a decorrere dalla data di redazione del verbale di ultimazione lavori;
- 3) **di stabilire** che gli strumenti di promozione del marchio dello sponsor di cui al precedente punto 2) possono essere graduati in relazione all'entità del contributo dello sponsor e delle caratteristiche del singolo intervento;
- 4) **di escludere** dai contratti di sponsorizzazione gli operatori economici:
 - per i quali sussistano le cause di esclusione di cui all'art. 80 D.Lgs. n. 50/2016 o che siano destinatari di misure interdittive antimafia;
 - che svolgono o intendono svolgere attività potenzialmente dannose per la salute pubblica, contrastate giudizialmente da questo Ente ovvero da una moltitudine di Enti del territorio;
 - che svolgono attività di produzione e/o vendita di armi;
 - che hanno in corso contenziosi in sede giudiziaria con questo Ente;
- 5) **di demandare** in sede di definizione della disciplina della singola procedure di individuazione dello sponsor il numero massimo di sponsor ammissibili per singolo intervento e le caratteristiche degli spazi pubblicitari assegnati a ciascuno sponsor;

- 6) **di dare atto** che i componenti della Giunta dichiarano la non sussistenza a loro carico di obblighi di astensione nel caso di specie né situazioni che comportano conflitto d'interesse;
- 7) **di dare atto** che il presente provvedimento comporta riflessi diretti o indiretti sulla situazione economico-finanziaria dell'Amministrazione Comunale in quanto gli interventi relativi ai contratti di sponsorizzazione consentono di salvaguardare e di valorizzare l'efficienza organizzativa comunale senza oneri per l'ente e di acquisire vantaggi di ordine economico.
- 8) **di rendere** il presente atto immediatamente eseguibile, vista l'urgenza di provvedere, ai sensi dell'art. 134 comma 4 D.Lgs. n. 267/2000 con successiva votazione unanime.

Il Vice Sindaco
Prof. Ing. Domenico Pianese



Il Vice Segretario Generale
Dott.ssa Nunzia Sequino

