

## DETERMINAZIONE N. 109 del 04/04/2017

**Oggetto:** Avviso per la “sponsorizzazione tecnica” relativa ai lavori ristrutturazione e restauro degli immobili di proprietà dell'ASP Firenze Montedomini ubicati in Firenze, Piazza San Giovanni 1, Museo e Loggia del Bigallo, mediante l'apposizione di messaggi promozionali sui ponteggi e sulle altre strutture provvisorie di cantiere e la vendita o concessione dei relativi spazi pubblicitari, ai sensi dell'art. 19 del D.lgs 50 del 2016. Determinazione a contrarre ai sensi dell'art. 32 del D.lgs 50 del 2016.

**CIG:** 703652976B

Esecutiva il 4 Aprile 2017

### IL DIRETTORE GENERALE

**VISTO** la Deliberazione Consiliare n. 19 del 9 aprile 2015, esecutiva ai sensi di legge;

**PREMESSO** che:

- con deliberazione consiliare n. 41 del 29/12/2010 veniva recepito il Decreto del Presidente della Regione Toscana n. 246 del 29/12/2010 – ns. prot. 4818 in pari data – avente per oggetto “L.R. n. 43/2004 art. 28 Approvazione di fusione per incorporazione delle Aziende pubbliche di servizi alla persona “Bigallo”, “Educatario della SS. Concezione detta di Fuligno”, e “Sant'Ambrogio” nella ASP Montedomini;

**PRESO ATTO** che:

- fra il patrimonio immobiliare risultano anche immobili di rilevante interesse e valore storico artistico fra cui il complesso posto in P.za San Giovanni che comprende anche la Loggia del Bigallo, uno dei monumenti di significativo valore culturale per la città;
- si rendono necessari ingenti lavori di manutenzione ordinaria, straordinaria e di restauro conservativo per i quali l'ASP non dispone delle risorse necessarie e il pur rilevante complesso dei beni storico artistici non è in grado di generare risorse che possano poi essere utilizzate anche per la conservazione dei beni stessi, per cui è necessario individuare soluzioni che consentano di poter provvedere alle opere di manutenzione e conservazione del patrimonio storico artistico ricorrendo alle nuove possibilità previste dalla vigente normativa sui Contratti pubblici;

**VISTO** l'art. 19 del D.lgs 50 del 2016 “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 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";*

**VISTO** l'art. 120 del D.lgs 42 del 2004, rubricato "Sponsorizzazione di beni culturali", secondo cui "1. *E' sponsorizzazione di beni culturali ogni contributo, anche in beni o servizi, erogato per la progettazione o l'attuazione di iniziative in ordine alla tutela ovvero alla valorizzazione del patrimonio culturale, con lo scopo di promuovere il nome, il marchio, l'immagine, l'attività o il prodotto dell'attività del soggetto erogante. Possono essere oggetto di sponsorizzazione iniziative del Ministero, delle regioni, degli altri enti pubblici territoriali nonché di altri soggetti pubblici o di persone giuridiche private senza fine di lucro, ovvero iniziative di soggetti privati su beni culturali di loro proprietà. La verifica della compatibilità di dette iniziative con le esigenze della tutela è effettuata dal Ministero in conformità alle disposizioni del presente codice.*

*2. La promozione di cui al comma 1 avviene attraverso l'associazione del nome, del marchio, dell'immagine, dell'attività o del prodotto all'iniziativa oggetto del contributo, in forme compatibili con il carattere artistico o storico, l'aspetto e il decoro del bene culturale da tutelare o valorizzare, da stabilirsi con il contratto di sponsorizzazione.*

*3. Con il contratto di sponsorizzazione sono altresì definite le modalità di erogazione del contributo nonché le forme del controllo, da parte del soggetto erogante, sulla realizzazione dell'iniziativa cui il contributo si riferisce";*

**VISTO** l'art. 49 del D.lgs 42 del 2004 "1. *E' vietato collocare o affiggere cartelli o altri mezzi di pubblicità sugli edifici e nelle aree tutelati come beni culturali. Il collocamento o l'affissione possono essere autorizzati dal soprintendente qualora non danneggino l'aspetto, il decoro o la pubblica fruizione di detti immobili. L'autorizzazione è trasmessa, a cura degli interessati, agli altri enti competenti all'eventuale emanazione degli ulteriori atti abilitativi.*

*2. Lungo le strade site nell'ambito o in prossimità dei beni indicati al comma 1, è vietato collocare cartelli o altri mezzi di pubblicità, salvo autorizzazione rilasciata ai sensi della normativa in materia di circolazione stradale e di pubblicità sulle strade e sui veicoli, previo parere favorevole della soprintendenza sulla compatibilità della collocazione o della tipologia del mezzo di pubblicità con l'aspetto, il decoro e la pubblica fruizione dei beni tutelati.*

*3. In relazione ai beni indicati al comma 1 il soprintendente, valutata la compatibilità con il loro carattere artistico o storico, rilascia o nega il nulla osta o l'assenso per l'utilizzo a fini pubblicitari delle coperture dei ponteggi predisposti per l'esecuzione degli interventi di conservazione, per un periodo non superiore alla durata dei lavori. A tal fine alla richiesta di nulla osta o di assenso deve essere allegato il contratto di appalto dei lavori medesimi";*

**VISTO** l'art. 61, comma 1, del D.L. 5 del 2012, secondo cui "1. *Il Ministro per i beni e le attività culturali approva, con proprio decreto da adottarsi entro sessanta giorni dalla data di entrata in vigore del presente decreto, norme tecniche e linee guida applicative delle disposizioni contenute nell' articolo 199-bis del decreto legislativo 12 aprile 2006, n. 163 , nonché di quelle contenute nell'articolo 120 del decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42 , e successive modificazioni, anche in funzione di coordinamento rispetto a fattispecie analoghe o collegate di partecipazione di privati al finanziamento o alla realizzazione degli interventi conservativi su beni culturali, in particolare mediante l'affissione di messaggi promozionali sui ponteggi e sulle altre strutture provvisorie di cantiere e la vendita o concessione dei relativi spazi pubblicitari";*

**VISTO** il decreto del Ministero per i beni e le attività culturali del 19 dicembre 2012, recante le "Norme tecniche e linee guida in materia di sponsorizzazioni di beni culturali e di fattispecie analoghe o collegate", ai sensi e per gli effetti dell'articolo 61, comma I, del decreto legge 9 febbraio 2012, n. 5, recante "Disposizioni urgenti in materia di semplificazione e di sviluppo", convertito, con modificazioni, dalla legge 4 aprile 2012 n. 35;

**CONSIDERATO** che ai sensi del citato D.M. del 19 dicembre 2012, recante le "Linee guida in materia di sponsorizzazione di beni culturali e fattispecie analoghe":

- "sebbene la causa comune a tutti i contratti di sponsorizzazione sia da identificare nella promozione dell'immagine dello sponsor, ciò non deve condurre a confondere il contratto in oggetto con quello

strettamente pubblicitario. Tale distinzione appare rilevante e va tenuta presente anche ai fini di quanto si dirà nei successivi paragrafi I.3.5 e II.4 in merito alle ipotesi di stipulazione di contratti di vendita di spazi pubblicitari”;

- “in caso di sponsorizzazione tecnica: il bando indica gli elementi e i criteri di valutazione delle offerte; l'aggiudicazione avviene in favore di chi abbia proposto l'offerta realizzativa giudicata migliore, previa eventuale nomina, a tal fine, di una commissione giudicatrice nei casi di maggiore complessità”;

- “la verifica della compatibilità delle sponsorizzazioni, di qualunque natura, rispetto alle esigenze di tutela e di valorizzazione dei beni culturali rientra sempre nella competenza esclusiva del Ministero per i beni e le attività culturali, ai sensi dell'articolo 120, comma I, ultimo periodo, del Codice bb.cc., indipendentemente dal soggetto proprietario o consegnatario del bene. Pertanto, i soggetti pubblici e privati proprietari dei beni sono sempre tenuti a richiedere la necessaria autorizzazione in ordine ai rapporti di sponsorizzazioni che intendano instaurare, anche ove l'associazione con il nome dello sponsor non si realizzi nella tipica forma dell'apposizione di cartelloni o altri mezzi di pubblicità, specificamente disciplinata dall'articolo 49 del Codice bb.cc.”;

- “Potrebbe, inoltre, darsi il caso della stipulazione di un contratto atipico con struttura trilaterale, in cui una società di restauro si obbliga a compiere i lavori sul bene culturale in cambio di un corrispettivo direttamente versato dalla società pubblicitaria, che a sua volta consegue, quale contropartita, la disponibilità degli spazi collocati sulle impalcature, da cedere a titolo oneroso a terzi”;

- “Rimane fermo, in ogni caso, che tutti gli interventi per i quali l'amministrazione ipotizza il ricorso alla sponsorizzazione - indipendentemente dalla circostanza che abbiano ad oggetto lavori, servizi o forniture - possono essere inseriti nell'apposito allegato alla programmazione dei lavori pubblici sulla base di un mero studio di fattibilità, anche redatto in forma semplificata”;

- riguardo allo studio di fattibilità da allegare agli atti di gara che lo stesso “possa limitarsi a una sintetica relazione in ordine ai profili di cui alle lettere a) (caratteristiche dell'intervento), d) (analisi dello stato di fatto) e - limitatamente ad alcuni aspetti - anche e) (descrizione dei requisiti dell'opera)”;

- riguardo alla sponsorizzazione tecnica che il bando deve “indicare, tra i criteri di valutazione delle offerte, anche parametri relativi ai contenuti progettuali e/o alle modalità realizzative”, considerato che “l'amministrazione evita un diretto coinvolgimento nella complessa e impegnativa fase realizzativa degli interventi, dovendo essa limitarsi a un mero ruolo di vigilanza”;

- riguardo alla verifica di compatibilità spettante alla Soprintendenza ai sensi degli art. 49 e 120 del D.lgs 42 del 2004 che è possibile differire “la verifica ad un momento successivo alla redazione della graduatoria delle offerte, ma anteriore all'aggiudicazione”;

- che detta “valutazione di compatibilità potrà comportare una modifica della proposta pervenuta da parte dell'aspirante sponsor, una rimodulazione del bando di selezione delle proposte, ovvero l'inserimento di prescrizioni nell'autorizzazione rilasciata al privato per la sponsorizzazione dei beni di sua proprietà”;

- riguardo alla “sponsorizzazione tecnica” riferita alla disponibilità di spazi pubblicitari sui ponteggi che ciò si sostanzia in “un rapporto trilaterale tra l'amministrazione, un'impresa operante nel campo della pubblicità e un'impresa di restauro, con la previsione dell'assunzione, da parte della società di restauro, dell'obbligazione di compiere determinati lavori su immobili di interesse culturale, in cambio di un corrispettivo direttamente versato dalla società pubblicitaria, la quale consegue, a sua volta, come contropartita la disponibilità di appositi spazi pubblicitari collocati sulle impalcature poste sugli immobili da restaurare, ovvero specifiche prestazioni di sponsorizzazione, da cedere a terzi utilizzatori”;

- che nella suddetta ipotesi “il necessario ricorso ad apposite procedure concorsuali, ai sensi degli articoli 26, 27 e 199-bis del Codice bb.cc. consente di evitare il duplice rischio - da un lato - di non stimare adeguatamente il valore economico dell'utilità messa a disposizione della società pubblicitaria e - dall'altro - di parametrare la durata di collocazione dei ponteggi recanti i cartelli pubblicitari non già ponendo come termine ultimo quello di fisiologica durata dei lavori (come prescritto dall'articolo 49, comma 3, del Codice bb.cc.), ma sul tempo necessario alla società pubblicitaria per avere un ritorno sufficiente a coprire l'importo degli interventi da eseguire”;

**VISTA** la circolare n. 28 del 17 giugno 2016, del Segretariato generale del Ministero per i Beni e le Attività Culturali, secondo cui *“Il nuovo codice ammette dunque l’iniziativa dello sponsor, a prescindere da atti di programmazione o preparatori dell’amministrazione. Lo sponsor privato può indicare direttamente di sua iniziativa il contenuto della sponsorizzazione, anche con riferimento al bene culturale, all’intervento da realizzare e all’entità del finanziamento”*;

**VISTA** la deliberazione della Corte dei Conti, Sezione Centrale di Controllo, del 4 agosto 2016, n. 8/2016/G, relativa alle *“Iniziative di partenariato pubblico-privato nei processi di valorizzazione dei beni culturali”*;

**VISTO** il Regolamento del Comune di Firenze sulla *“pubblicità e sull’applicazione del canone degli impianti pubblicitari”*;

**CONSIDERATO** che in data 07/12/2016 (prot. n. 5084) è pervenuta una proposta di sponsorizzazione tecnica ai sensi del suddetto art. 19 per l’affidamento delle attività di restauro delle facciate e delle coperture dell’edificio posto in Firenze, Piazza San Giovanni e via dei Calzaiuoli da parte della azienda Real Media srl di Firenze;

**CONSIDERATO** che il Consiglio di Amministrazione nella seduta del 29/03/2017 ha preso visione ha dato il proprio assenso al progetto di avviare la gara per la sponsorizzazione tecnica dei lavori di restauro dell’immobile Complesso orfanatrofio del Bigallo comprendente anche la Loggia del Bigallo ubicato in Firenze, Piazza San Giovanni, contrassegnato al catasto con F. 166 e particelle 135-136, mediante l’affissione di messaggi promozionali sui ponteggi e sulle altre strutture provvisorie di cantiere e la vendita o concessione dei relativi spazi pubblicitari, ai sensi dell’art. 19 del D.lgs 50 del 2016;

**VISTO** lo studio di fattibilità del 19/01/2017 predisposto dagli uffici aziendali partendo dalla proposta di sponsorizzazione tecnica ricevuta, con il quale vengono identificati i lavori da eseguire sull’immobile di proprietà dell’ASP Firenze Montedomini, posto in Firenze, Piazza San Giovanni;

**CONSIDERATO** che il suddetto studio di fattibilità indica l’importo stimato dei lavori di restauro da eseguire a cura e spese dello Sponsor in complessivi € 680.000,00 oltre IVA, comprensivi degli oneri di progettazione, direzione lavori, oneri per la sicurezza e piano sicurezza e coordinamento ed altre spese tecniche

**CONSIDERATO** che il suddetto studio di fattibilità indica come ipotizzabili ricavi da affissione della pubblicità negli spazi e per la durata dei cantieri in € 780.000,00 oltre IVA;

**CONSIDERATO** che la proposta di sponsorizzazione tecnica copre l’intero costo dell’intervento di restauro mentre rimangono a carico del dell’ASP le spese relative al collaudo in corso d’opera e finale;

**CONSIDERATO** che l’avviso ed i relativi allegati predisposti dagli uffici aziendali con il supporto legale al RUP dell’Avv. Francesco Barchielli del Foro di Firenze, sono composti dai seguenti elaborati:

- avviso pubblico;
- disciplinare;
- DGUE e modelli di offerta;
- schema di contratto;
- studio di fattibilità.

**RITENUTO** di dover nominare Responsabile del Procedimento ai sensi dell’art. 31 del D.lgs 50 del 2016, il Dott. Alfio Angeli, responsabile del Servizio Patrimonio dell’ASP Firenze Montedomini;

**RITENUTO** di dover pubblicare l’avviso ed relativi sul sito Istituzionale dell’Azienda ([www.aspmontedomini.net](http://www.aspmontedomini.net)) e sulla Gazzetta Ufficiale Europea ([simap.europa.eu](http://simap.europa.eu));

**CONSIDERATO** che secondo quanto previsto dalla Determinazione ANAC n. 4 del 2011 e le FAQ pubblicate sul relativo sito istituzionale, i contratti di “sponsorizzazione tecnica” sono soggetti alla tracciabilità dei flussi finanziari ai sensi della l. 136 del 2010 ed al conseguente obbligo di richiedere il CIG tramite il sistema SIMOG;

**VISTO** l’art. 32 del D.lgs 50 del 2016 riguardo all’assunzione di una preliminare determinazione a contrarre per l’affidamento di contratti pubblici;

**PRESO ATTO** della regolarità tecnica della presente determinazione per la quale il responsabile del Servizio Patrimonio firma in calce;

**PRESO ATTO** della regolarità contabile della presente determinazione per la quale il responsabile del Servizio Risorse Finanziarie firma in calce;

Ai sensi dell'art. 11 del vigente statuto dell'Azienda;

### **DETERMINA**

1. di approvare gli atti relativi all'affidamento del contratto di sponsorizzazione tecnica in oggetto, indicati in premessa, e consistenti in: avviso GUUE, avviso pubblico, disciplinare, modelli A e B e modello offerta economica, schema di contratto, studio di fattibilità;
2. di nominare responsabile del procedimento in oggetto il Dott. Alfio Angeli, responsabile del Servizio Patrimonio dell'Azienda;
3. di dare mandato al RUP affinché acquisisca il CIG tramite il sistema SIMOG dell'ANAC;
4. di pubblicare l'avviso ed relativi allegati sul sito Internet dell'Azienda ([www.aspmontedomini.it](http://www.aspmontedomini.it)) e sulla Gazzetta Ufficiale Europea (simap.europa.eu) per almeno trenta giorni.
5. di dare atto che i proventi derivanti dalla proposta di sponsorizzazione tecnica coprono l'intero costo degli interventi di restauro e sono quantificati in euro 780.000,00 oltre IVA e saranno acquisiti al Budget 2017 approvato con delibera del Consiglio di Amministrazione n. 39 del 21/12/2016, e che il ricavo sarà attribuito al Centro di Costo "Immobili Locati", nell'ambito dell'approvazione della prima variazione al Budget;
6. di dare atto che gli oneri derivanti dal presente provvedimento, quantificati in complessivi euro 748.000,00 IVA compresa trovano copertura nel Budget 2017 approvato con delibera del Consiglio di Amministrazione n. 39 del 21/12/2016, e che la spesa sarà attribuita a Centro di Costo "Immobili Locati" nell'ambito dell'approvazione della prima variazione al Budget;
7. di rinviare ad atto successivo la quantificazione della spesa per il collaudo in corso d'opera e finale;
8. di rinviare a successivo atto, dopo la scadenza della presentazione delle offerte economiche, l'individuazione dell'apposita commissione tecnica preposta alla valutazione delle offerte pervenute.

#### **Allegati:**

- 1.1 - avviso GUUE;
- 1.2 - avviso pubblico;
- 2 - disciplinare;
- 3 - modello A Dichiarazione dello Sponsor
- 4 - modello B Dichiarazione del progettista
- 5 - modello offerta economica;
- 6 - schema di contratto
- 7 - studio di fattibilità

**IL DIRETTORE GENERALE**  
**F.to Dott. Emanuele Pellicanò**

*VISTO DI REGOLARITA' TECNICA*  
*Responsabile Servizio Patrimonio*  
*F.to Dott. Alfio Angeli*

*VISTO DI REGOLARITA' CONTABILE*  
*Responsabile Servizio Risorse Finanziarie*  
*F.to Dott. Marco Uccello*

Estensore: Angeli