



Venezia, 07-09-2010

nr. ordine 200

Prot. nr. 54

Al Sindaco
Al Presidente del Consiglio comunale
Ai Capigruppo consiliari
Al Capo di Gabinetto del Sindaco
Al Vicesegretario Vicario

MOZIONE

Oggetto: Spazi pubblicitari.

Premesso:

- che il Comune di Venezia ha stipulato in data 12.06.2008 una Convenzione Quadro di sponsorizzazione con Dottor Group S.p.a.;
- che la Dottor Group S.p.a. aderisce alla presente Convenzione ed assume l'impegno di ricercare gli sponsor e dopo averli reperiti di effettuare le attività di restauro e di poter utilizzare le sale di Palazzo Ducale e del Museo Correr per eventi importanti, cene e altro;
- che grazie a tale Convenzione i contratti con gli sponsor verranno sottoscritti direttamente da Dottor Group o a mezzo di delegati essendo la Dottor Group titolare di tutti i diritti di sfruttamento delle strutture di cantiere;
- che in relazione agli apporti economici derivanti dalla sponsorizzazione è stata applicata la deroga di cui al comma 10 dell'art 19 del Reg. Cimp, relativamente all'esposizione dei messaggi pubblicitari, sulla base di un principio di convenienza economica da parte dell'Amministrazione Comunale;
- che ai sensi del 1° comma dell'art. 78 del T.U. degli Enti Locali approvato con D.L. del 18 agosto 2000, il comportamento degli amministratori, nell'esercizio delle proprie funzioni, deve essere improntato all'imparzialità e al principio di buona amministrazione, nel pieno rispetto della distinzione tra le funzioni, competenze e responsabilità degli amministratori di cui all'articolo 77, comma 2 e quelle proprie dei dirigenti delle rispettive amministrazioni;

Considerato:

- che con riferimento ai contratti di sponsorizzazione ed ai contratti a questi assimilabili ai sensi dell'art. 26 del D.L. 163 /2006, la scelta del contraente deve avvenire mediante procedura ad evidenza pubblica, essendo venuta meno la disciplina derogatoria fino ad allora valevole per le sponsorizzazioni culturali;
- che lo stesso Sindaco ha dichiarato recentemente, nello specifico in data 29.08.2010, sul Gazzettino di Venezia che la ditta Coca Cola paga circa 40/50 mila euro al mese per la pubblicità su Palazzo Ducale e che è noto che il valore di mercato di tale spazio è di molto superiore a quanto dichiarato dal Sindaco, che così facendo contribuisce a svilire commercialmente il mercato delle maxi-affissioni a Venezia e ancor più l'immagine del patrimonio immobiliare pubblico;
- che non potrà essere dimostrata l'economicità dell'operazione e pertanto il valore di mercato dello spazio locato senza un'apposita gara ad evidenza pubblica, che dovrà essere predisposta dall'Amministrazione pubblica;
- che la società Dottor Group S.p.a., non essendo professionista del settore pubblicità-maxi-affissioni, è costretta ad avvalersi di più intermediari, quindi più passaggi prima di arrivare al cliente finale, rendendo più lungo e oneroso il processo;
- che viene confuso il corrispettivo pagato dal gruppo Coca Cola alla Agenzia di Pubblicità alla quale si è rivolta per acquistare lo spazio da Dottor Group, con il valore realmente incassato da Dottor Group nel mese di Agosto 2010;
- che l'introito derivante dalla cessione di tali spazi pubblicitari alla Dottor Group S.p.a. viene considerato inclusivo del canone autorizzatorio in difformità a quanto previsto da art. 16 del Regolamento CIMP approvato con delibera del C.C. n. 41 del 22-23 marzo 1999, e all'art.21 del DL 15 Novembre 1993 n° 507.
- che il Cimp è un canone che rappresenta un obbligo, per il soggetto che dispone dello spazio, di natura autorizzatoria per l'installazione dei mezzi pubblicitari e pertanto con natura giuridica diversa rispetto all'introito derivante al Comune dalla cessione degli spazi pubblicitari, che corrisponderebbe al valore di mercato a cui viene venduto lo spazio ai vari sponsor e che consente al Comune di realizzare le opere di restauro senza alcun onere aggiuntivo: "contributo al restauro";
- che tutta questa procedura utilizzata dalla Soprintendenza di Venezia e dal Comune non rispetta le norme comunitarie sulla libera concorrenza sia nel mercato dei pubblici appalti che della pubblicità;

- che la Dottor Group S.p.a. gode di un notevole vantaggio economico per l'utilizzo delle sale di Palazzo Ducale e del Museo Correr e i cortili per attività ed eventi;
- che il conflitto di interessi che viene a crearsi tra il Comune di Venezia nei confronti di Dottor Group per la confusione dei ruoli, ovvero tra la ditta appaltatrice e la società che affitta gli spazi per la pubblicità agli sponsor, obbliga Dottor Group ad andare nel mercato delle maxi affissioni con una politica aggressiva ed in conflitto di mercato con le altre posizioni di allestimenti pubblicitari ad oggi esistenti nel mercato veneziano, dato che società di media e le agenzie specializzate trovano sul mercato contemporaneamente prezzi mensili difforni su spazi analoghi.

Tutto ciò premesso si impegna il Sindaco

- A voler predisporre una procedura ad evidenza pubblica per l'assegnazione dei lavori di restauro su Palazzo Ducale e Prigioni e per tutti gli interventi di restauro presenti e futuri di cui sia parte un'amministrazione aggiudicatrice, sulla base della normativa attualmente vigente;

- a predisporre inoltre così come avvenuto per Ca' Vendramin Calergi e Ca' Giustinian in data 28 dicembre 2006 , un disciplinare di gara ad evidenza pubblica per l'affidamento dell'attività di ricerca e selezione di aziende interessate ad usufruire degli spazi per la pubblicità grande formato disponibile sugli assiti di cantiere, cosa ben diversa dal capitolato di gara per l'individuazione della ditta in grado di effettuare le opere di restauro;

- a scindere pertanto l'appalto per le opere da quello per la gestione degli spazi pubblicitari con conseguente applicazione alla società che gestisce lo spazio pubblicitario, società terza rispetto alle parti di cui alla convenzione quadro, del canone autorizzatorio;

- ad escludere espressamente all'interno dell'attuale regolamento comunale sulle pubbliche affissioni l'ipotesi di gestione indiretta degli spazi pubblicitari alla stessa ditta appaltatrice dei lavori pubblici per evitare qualsiasi conflitto di interessi e eccessivi passaggi di mediazione che fanno perdere marginalità alla pubblica amministrazione;

- a considerare sulla base di quanto sopra esposto l'effettiva convenienza economica della convenzione quadro di sponsorizzazione con la Dottor Group S.p.a. e la corretta applicazione della deroga di cui al comma 10 dell'art.19 del regolamento CIMP sulla base dei principi contenuti nel comma 1 art. 78 del T.U. degli enti locali approvato con D.L.18 agosto 2000 n. 267 relativamente ai comportamenti dei pubblici amministratori;

- di applicare per i motivi sopra esposti il canone autorizzatorio per l'installazione dei mezzi pubblicitari ai soggetti obbligati sia per le maxi affissioni di palazzo Ducale, delle Prigioni, che degli altri spazi pubblicitari già utilizzati o da utilizzare, con le modalità e le tariffe previste dal Regolamento approvato con deliberazione del Consiglio Comunale (delibera n. 41 del 22-23 marzo), non ravvedendosi nell'ipotesi di deroga alcuni dei casi di non assoggettabilità di cui all'art. 16 del regolamento CIMP e all'art. 21 del D.L. 507 /93;

- a definire l'importo preciso incassato dal Comune di Venezia o da Dottor Goup nel periodo di locazione dello spazio a Coca Cola, spazio acquisito in Last Minute il 6 agosto del 2010, dato che non risulta in alcun modo il valore pubblicamente dichiarato sul Gazzettino, pagato all'Amministrazione pubblica o alla ditta appaltatrice.

Marta Locatelli