



Comune di Lettomanoppello

(Prov. di Pescara)

COPIA DELIBERA DEL CONSIGLIO COMUNALE

N° 15	OGGETTO: APPROVAZIONE REGOLAMENTO COMUNALE SULLA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI.
Data 31.03.2017	

L'anno **DUEMILADICIASETTE**, il giorno **TRENTUNO** del mese di **MARZO** ore **18,30** nella solita sala delle adunanze consiliari del Comune suddetto.

Alla 1° convocazione in sessione **ORDINARIA**, che è stata partecipata ai Signori Consiglieri a norma di Legge, risultano all'appello nominale:

CONSIGLIERI

P A

CONSIGLIERI

P

A

ESPOSITO GIUSEPPE	x		TOPPI ALESSANDRO	x	
TOCCO GIANNI	x		DI PAOLO ANTONIO	x	
FERRANTE STEFANO TORQUATO	x		BLASIOLI ROCCO	x	
D'ALFONSO SIMONE ROMANO	x		FERRANTE MATTEO	x	
FERRANTE FABIO		x			
DI PIETRANTONIO GIACINTO GIULIANO	x				
CONTE LUCIANA	x				
MORENA MANCINI	x				
DI PAOLO MICHELE	x				

Assegnati n.13

Presenti n. 12

In carica n.13

Assenti n. 1

Risultato che gli intervenuti sono in numero legale:

- Presidente il **Dr. Giacinto Giuliano Di Pietrantonio** nella sua qualità di Presidente del Consiglio ai sensi dell'art.39 c.1° T.U.E.L. – D.Lgvo n.267/00 e Deliberazione di C.C. n.19 del 19.06.2014;

- Partecipa il Segretario Comunale **Dr. Ernesto Amato D'Andrea**

- La seduta è **Pubblica**.

- Nominati scrutatori i Signori:

Il Presidente dichiara aperta la discussione sull'argomento in oggetto regolarmente iscritto all'ordine del giorno:

Vista la circolare del Ministero degli Interni 17102/127/1 del 1990;

Visto il D.Lg.vo n°267 del 18.08.2000;

Premesso che sulla proposta della presente deliberazione:

- I Responsabili del servizio, ai sensi dell'art. 49 - c.1° - T.U. D.Lg.vo 267/2000 hanno espresso parere:

FAVOREVOLE

IL CONSIGLIO COMUNALE

Il **Presidente** passa la parola al Consigliere Stefano Ferrante il quale illustra la proposta deliberativa in oggetto ed espone i motivi per i quali si è ritenuto opportuno approvare questo Regolamento sulle sponsorizzazioni, dopo che se ne è discusso ed esaminato nella commissione competente.

Premesso che l'Amministrazione Comunale è, per propri fini istituzionali, promotrice di una serie di attività finalizzate alla realizzazione di eventi culturali, sociali, ricreativi, sportivi e altro;

Che negli ultimi anni l'azione della Pubblica Amministrazione ha notevolmente risentito degli effetti della congiuntura economica;

Che in particolare, in ambito locale, gli Enti Locali se per un verso sono chiamati sempre più ad assolvere a compiti primari nella amministrazione del Paese e a soddisfare le attese crescenti del cittadino-utente, dall'altra registrano una continua e progressiva riduzione dei trasferimenti statali destinati a finanziare le attività istituzionali delle Autonomie stesse;

Che pertanto sono state intraprese numerose iniziative per incentivare una maggiore collaborazione con il mondo imprenditoriale;

Che in questo contesto il vigente Testo Unico degli Enti Locali consente ai predetti Enti, di reperire risorse attraverso la stipula di contratti di sponsorizzazione;

Che l'art. 43 della legge 27 dicembre 1997, n. 449 costituisce il principale riferimento normativo per la stipulazione di contratti di sponsorizzazione da parte di amministrazioni pubbliche in cui le stesse siano soggetti che fruiscono di finanziamenti da sponsor – e prescrive che i particolari rapporti scaturenti tra lo sponsee e lo sponsor “siano finalizzati a favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi prestati”;

Che l'art. 30 della legge n. 488/99, modificando l'art. 28 della legge 23 dicembre 1998 n. 448, tra le specifiche misure da adottare per la realizzazione del patto di stabilità, ha stabilito che gli Enti Locali possono sviluppare le iniziative per la stipula di contratti di sponsorizzazione, accordi e convenzioni allo scopo di realizzare maggiori economie nella gestione;

Che l'art. 119 del T.U.E.L. richiamandosi all'art. 43 della legge n. 449/97, riafferma la legittimazione delle Pubbliche Amministrazioni a stipulare contratti di sponsorizzazione, subordinandola 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;

Che viene ammessa pertanto la sola sponsorizzazione passiva, in cui lo sponsor ottiene la pubblicizzazione della propria immagine tramite l'attività stessa della pubblica amministrazione e lo sponsor paga per questo fine un corrispettivo ovvero concorre variamente alle spese dell'iniziativa pubblica;

Atteso che il contratto di sponsorizzazione trova una propria definizione, ma non un'autonoma disciplina, nella legge 6 agosto 1990 n. 223 in tema di spettacoli televisivi e radiofonici;

Che la precitata legge 27 dicembre 1997 n. 449, all'articolo 43 si limita a prevedere la possibilità per le Pubbliche Amministrazioni di stipulare i predetti atti contrattuali, ma non detta alcuna disciplina positiva al riguardo;

Che il contratto di sponsorizzazione è un contratto atipico (art. 1322 codice civile) a forma libera (art. 1350 codice civile), di natura patrimoniale (art. 1174 codice civile), a prestazioni corrispettive (sinallagmatico), in forza del quale lo sponsorizzato (“sponsee”) si obbliga a consentire ad altri (leggasi “sponsor”) l’uso della propria immagine pubblica e del proprio nome, per promuovere un marchio o un prodotto, dietro corrispettivo (che può sostanziarsi in una somma di denaro, in beni o servizi o in entrambi, da erogarsi da parte dello sponsor);

Che pertanto la fase di scelta del contraente da parte dell’Amministrazione Comunale prevede – di norma -- che la stessa sia preceduta da adeguate forme di pubblicità al fine di stimolare l’interesse dei privati a concorrere o ad assumere la sponsorizzazione di cui trattasi nonché garantire un confronto concorrenziale fra le proposte pervenute entro il termine fissato dall’Amministrazione e deve tener conto della qualità dello sponsor in termini di fiducia e di immagine, degli effetti di ritorno sulla pubblicizzazione dell’avvenimento, del relativo valore economico e della convenienza dell’Amministrazione ad acquisirlo nella propria disponibilità nonché della responsabilità sociale ed ambientale dello sponsor;

Che data la atipicità del contratto in questione, occorre comunque ricorrere a procedure che garantiscano il sostanziale rispetto dei principi di efficacia, efficienza e trasparenza dell’azione amministrativa;

Che pertanto 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, d’iniziativa diretta della Amministrazione Comunale ovvero realizzati da soggetti terzi;

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 e altro in ambito cittadino;

Viste la relazione dell’Autorità per la Vigilanza sui Lavori Pubblici prot. n. 7634/02/252/segr del 31 gennaio 2002 e la determinazione n. 24 del 5 dicembre 2001 avente ad oggetto “contratto di sponsorizzazione”;

Visto l’art. 119 del D.Lgs. n. 267/2000;

Visto il parere favorevole del Dirigente responsabile del Servizio espresso, ai sensi dell’art. 49 del D.Lgs. n. 267/2000, in ordine alla regolarità tecnica;

Il Presidente dichiara aperta la discussione;

Non essendoci interventi il **Presidente** chiude la discussione e mette a votazione il presente punto all’ordine del giorno:

Presenti n. 12	Votanti n. 12	Favorevoli n. 12
Contrari n. /__	Astenuti n. /__	

IL CONSIGLIO COMUNALE

Udita la relazione del Presidente ed il dibattito ad essa seguito;
Ritenuto opportuno provvedere in merito;
Visto il D.Lvo n. 267/2000;
Visti gli allegati pareri;

Con votazione che ha avuto il seguente risultato:

Presenti n. 12	Votanti n. 12	Favorevoli n. 12
Contrari n. /__	Astenuti n. /__	

espressi per alzata di mano.

Esito proclamato dal Presidente

DELIBERA

- 1) delibera di approvare, il sottoportato regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni, composto da N° 12 articoli e che, allegato, è parte integrante della presente deliberazione;
- 2) la Giunta Comunale, con proprio atto – ferma restando la piena osservanza delle regole fissate nel presente regolamento – potrà intervenire, con disposizioni specifiche, in relazione alle esigenze particolari di singoli settori dell'Amministrazione;

In fine, il Consigliere Comunale Ferrante Matteo legge un documento con il quale annuncia le proprie dimissioni da consigliere comunale per motivi personali che saranno depositate in Comune.

La seduta termina alle ore 20,50.

 *Comune di Lettomanoppello*
(Prov. di Pescara)

**REGOLAMENTO COMUNALE
PER LA DISCIPLINA E LA
GESTIONE
DELLE SPONSORIZZAZIONI**

INDICE

Art. 1 – Oggetto e finalità

Art. 2 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari Art. 3 –
Definizioni

Art. 4 – Scelta dello sponsor

Art. 5 – Individuazione delle iniziative per le quali è ammessa la sponsorizzazione Art. 6 –
Contratto di sponsorizzazione

Art. 7 – Utilizzo dei risparmi di spesa e delle maggiori entrate derivanti dalle
sponsorizzazioni

Art. 8 – Diritto di rifiuto di sponsorizzazioni inaccettabili Art. 9 –
Trattamento dei dati personali

Art. 10 – Aspetti fiscali

Art. 11 – Verifiche e controlli Art.

12 – Riserva organizzativa

Art. 1 – OGGETTO E FINALITA'

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione da parte di terzi in occasione di iniziative promosse, organizzate, gestite dal Comune o comunque di interesse dell'amministrazione.
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione, a realizzare maggiori economie, a migliorare la qualità dei servizi, sempre nell'ottica del perseguimento di interessi pubblici.
3. Il presente regolamento si prefigge lo scopo di realizzare le condizioni e gli strumenti normativi necessari per una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione nel rispetto di criteri di efficienza, efficacia e trasparenza, in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della Legge n. 449/1997 e s.m.i., nell'art. 119 del Decr. Legisl. vo n. 267/2000 e s.m.i., nell'art. 26 del Decreto Legislativo 163/2006 e s.m.i., nel Decreto Legislativo 42/2004 e s.m.i., nonché degli orientamenti espressi dall'A.V.C.P.

Art. 2 – CONTENUTI DELLE SPONSORIZZAZIONI E DESTINATARI

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e pubblici, per realizzare o acquisire, a titolo gratuito, interventi, servizi, prestazioni, beni o attività, inseriti nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio dell'Ente.
2. Il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di una economia di bilancio, totale o parziale, rispetto alla previsione di spesa, in relazione alla totale o parziale acquisizione, senza oneri per l'Ente, del previsto risultato da parte dello sponsor.
3. La sponsorizzazione può consistere anche in un contributo in beni, servizi o altra utilità.

Art. 3 – DEFINIZIONI

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
 - a. per "contratto di sponsorizzazione": un contratto a titolo oneroso mediante il quale il Comune (sponsee) offre, nell'ambito di proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a fornire a titolo gratuito una predeterminata prestazione, la possibilità di pubblicizzare, in appositi e predeterminati spazi, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, ecc.;
 - b. per "sponsorizzazione": ogni contributo in beni, servizi, prestazioni o ogni altra utilità proveniente da terzi allo scopo di promuovere il loro nome, logo, marchio, attività, prodotti, ecc., ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio d'immagine;
 - c. per "sponsor": ai sensi dell'art. 119 del T.U. approvato con Decr. Legisl. vo 18.8.2000, n. 267 e s.m.i., il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;
 - d. per "spazio pubblicitario": lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor.

Art. 4 – SCELTA DELLO SPONSOR

1. La scelta dello sponsor, quando i lavori, i servizi ovvero le forniture sono di importo superiore ad € 40.000,00 è effettuata a mezzo di procedura negoziata preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso.
2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo on line del Comune e/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.
3. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:
 - l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico progetto di sponsorizzazione;
 - l'esatta determinazione dello spazio pubblicitario e la durata della pubblicità;
 - le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
4. L'offerta di sponsorizzazione deve essere presentata in forma scritta e deve indicare:
 - il bene, il servizio, l'opera, l'attività, la prestazione, ecc. che s'intende sponsorizzare;
 - l'accettazione delle condizioni, modalità, ecc. previste nel progetto che l'Amministrazione ha predisposto;
 - il corrispettivo della sponsorizzazione;
 - ciò che s'intende pubblicizzare;
 - l'assunzione di tutte le responsabilità inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.
5. L'offerta deve essere accompagnata dall'autodichiarazione attestante il possesso da parte dell'offerente e dell'esecutore del contratto dei sottoelencati requisiti:

A. per i soggetti privati (persone fisiche/giuridiche) e persone fisiche:

 - il possesso dei requisiti di qualificazione previsti dalla normativa vigente per l'esecuzione dei lavori, beni e servizi di importo superiore ad € 40.000,00;
 - l'inesistenza della condizione di incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione, di cui all'art. 38 del Decreto Legislativo 163/2006 e s.m.i., e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole limitativa della capacità contrattuale;
 - la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.

se persone giuridiche:

 - il possesso dei requisiti di qualificazione previsti dalla normativa vigente per l'esecuzione dei lavori, beni e servizi di importo superiore ad € 40.000,00;
 - l'inesistenza della condizione di incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione, di cui all'art. 38 del Decreto Legislativo 163/2006 e s.m.i., e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole limitativa della capacità contrattuale;
 - oltre alle certificazioni anzidette riferite ai soggetti muniti di poteri di rappresentanza, dovrà essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti;

B. per i soggetti pubblici:

 - il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti;
 - la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.
6. Qualora i lavori, i servizi e le forniture oggetto del contratto di sponsor non superino gli € 40.000,00, la scelta dello sponsor può essere effettuata direttamente, anche su autocandidatura. In tal caso si può prescindere dal possesso dei requisiti di qualificazione degli esecutori del contratto. E' comunque richiesto il possesso dei requisiti ex art. 38 del D.Lgs. n. 163/2000 e s.m.i. nonché l'inesistenza di cause ostative della capacità contrattuale.
7. L'offerta di sponsorizzazione è istruita da parte del Responsabile del Servizio competente per materia con riferimento all'oggetto dell'iniziativa di sponsorizzazione e sulla base dei criteri di valutazione stabiliti nel progetto medesimo, approvato quale "linea di indirizzo" dalla Giunta Comunale.
8. Ove pervengano più offerte il Responsabile del Servizio stilerà apposita graduatoria, che tenga conto della maggiore utilità economica per il Comune.

9. Definita la graduatoria, gli spazi pubblicitari sono assegnati sino alla copertura totale degli stessi, in misura di uno per ciascuno sponsor, cominciando dal primo della graduatoria. Nel caso sia stato individuato un solo spazio pubblicitario, lo stesso è assegnato al primo in graduatoria.

10. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile del Servizio competente per materia, secondo quanto stabilito al comma 6. Con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello spazio pubblicitario di cui al comma 8.

Art. 5 – INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE PER LE QUALI E' AMMESSA LA SPONSORIZZAZIONE

1. Le iniziative nelle quali è possibile destinare spazi alla pubblicità di terzi sono individuate sulla base degli indirizzi e delle direttive impartite dalla Giunta Comunale con apposito atto, a seguito di esame ed approvazione di specifico progetto.

2. Il ricorso al finanziamento attraverso le sponsorizzazioni può interessare tutte le iniziative, i progetti, le attività dell'amministrazione, non esclusi gli eventi a rilevanza artistico culturale o spettacolare promossi, gestiti od organizzati dal Comune o suo concessionario od affidatario, la realizzazione di OO.PP., la realizzazione dei lavori di cui all'allegato I del Decr. Legisl. vo n. 163/2006 e s.m.i., gli interventi di restauro e manutenzione di beni mobili e delle superfici decorate di beni architettonici sottoposti a tutela ai sensi del Decr. Legisl. vo n. 42/2004 e s.m.i., i servizi di cui all'allegato II del Decr. Legisl. vo n. 163/2006 e s.m.i., le forniture disciplinate dal D. Lgs. n. 163/2006 e s.m.i..

Art. 6 – CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto, a mezzo scrittura privata, con oneri a carico dello sponsor, nel quale sono, in particolare, stabiliti:

- il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario;
- la durata del contratto di sponsorizzazione;
- gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
- le clausole di tutela, rispetto alle eventuali inadempienze.

□

Art. 7 – UTILIZZO DEI RISPARMI DI SPESA E DELLE MAGGIORI ENTRATE DERIVANTI DALLE SPONSORIZZAZIONI

1. Le somme previste nei capitoli interessati alla sponsorizzazione che non risultano utilizzate a seguito della stipula del contratto di sponsorizzazione sono considerate risparmi di spesa.

2. I risparmi di spesa conseguiti a seguito della stipula dei contratti di sponsorizzazione sono destinati al finanziamento di iniziative istituzionali secondo le indicazioni di bilancio.

Art. 8 – DIRITTO DI RIFIUTO DI SPONSORIZZAZIONI INACCETTABILI

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

- ♦ ritenga possa derivare un conflitto d'interesse fra l'attività pubblica e quella privata;
- ♦ ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio od danno alla sua immagine o alle proprie

iniziative;

- ◆ la reputi inaccettabile per motivi di opportunità generale.
- 2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:
 - propagandadi natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - pubblicità diretta o collegata alla distribuzione o produzione di tabacco, prodotti alcolici,
 - materiale pornografico a sfondo sessuale;
 - messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

Art. 9 – 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 singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dal Docr. Legisl. vo n. 196/2003 e s.m.i...
3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Lettomanoppello in persona del Sindaco che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge citata ed al regolamento comunale in materia.
4. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti dagli addetti agli uffici tenuti alla applicazione del presente regolamento.
5. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del presente regolamento.

Art. 10 – ASPETTI FISCALI

1. Il valore della fatturazione per la “sponsorizzazione” corrisponde all’importo della somma stanziata in bilancio per la specifica iniziativa; la fatturazione può coincidere con l’intero stanziamento o con una quota dello stesso, in relazione alla totale o parziale copertura, mediante sponsorizzazione, dei risultati del capitolo interessato.
2. Il valore della fatturazione correlata alla promozione dell’immagine dello sponsor (spazio pubblicitario) è pari all’importo specificato al comma 1.

Art. 11 – VERIFICHE E CONTROLLI

1. Le “sponsorizzazioni” sono soggette a periodiche verifiche da parte del Responsabile del Servizio competente per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi.
2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor; la notifica e la eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

Art. 12 – RISERVA ORGANIZZATIVA

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall’Amministrazione Comunale secondo la disciplina del presente regolamento.
2. E’ tuttavia facoltà del Comune, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare in convenzione l’incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario.
3. Salvo che per le parti espressamente richiamate, non si applicano ai contratti di sponsorizzazione il Docr. Legisl. vo n. 163/2006 e s.m.i...

PROPOSTA DI DELIBERAZIONE DEL CONSIGLIO COMUNALE

OGGETTO: APPROVAZIONE REGOLAMENTO COMUNALE SULLA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Art. n. 49 del D.Lgs. 18.08.2000, N. 267, come sostituito dall'art. 3, comma 1, lett. B) della Legge 213/2012.

In ordine alla regolarità **TECNICA** si esprime parere **FAVOREVOLE**

Lettomanoppello, 27.03.2017



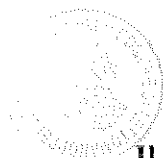
**Il Resp. del Servizio
SEGRETARIO COMUNALE**
(f.to Dr. Ernesto Amato d'Andrea)

In ordine alla regolarità **CONTABILE** si esprime parere **FAVOREVOLE**

comporta riflessi diretti o indiretti sulla situazione economico-finanziaria o sul patrimonio dell'ente.

non comporta riflessi diretti o indiretti sulla situazione economico-finanziaria o sul patrimonio dell'ente.

Lettomanoppello, 27.03.2017



Il Resp. dell'Ufficio Finanziario
(f.to Dr.ssa Antonella Del Rossi)

presente verbale viene sottoscritto come segue.

IL PRESIDENTE

(f.to Dr. Giacinto Giuliano Di Pietrantonio)

IL SEGRETARIO COMUNALE

(f.to Dr. Ernesto Amato D'Andrea)

IL CONSIGLIERE ANZIANO

(f.to Tocco Gianni)

La presente deliberazione, ai sensi dell'art. 124, comma 1, T.U. D.Lgs.267/00, viene pubblicata all'Albo Pretorio Comunale On – Line (ai sensi dell'art. 32, c.l della Legge n. 69 del 18.06.2009) per rimanervi per quindici giorni consecutivi dal 13.04.2017 al 28.04.2017
(x) copia conforme all'originale.

Dalla Residenza Comunale, li 13.04.2017

 **IL SEGRETARIO COMUNALE**
(Dr. Ernesto Amato D'Andrea)

Il Sottoscritto Segretario Comunale, visti gli atti d'ufficio.

ATTESTA

che la presente deliberazione è stata pubblicata all'Albo Pretorio Comunale On – Line (ai sensi dell'art. 32 c.l della Legge n. 69 del 18.06.2009) per quindici giorni consecutivi:
dal 13.04.2017 al 28.04.2017 senza reclami.

E' divenuta esecutiva il giorno _____ decorsi 10 giorni dalla pubblicazione - art.134, comma 3, T.U. D.Lgs.267/00);

() E' stata dichiarata immediatamente eseguibile (Art. 134, comma 4, T.U. D.Lgs.267/00);

Dalla Residenza Comunale, li

IL SEGRETARIO COMUNALE

(Dr. Ernesto Amato D'Andrea)