

COMUNE DI CASOLI



PROVINCIA DI CHIETI



VERBALE DI DELIBERAZIONE DEL CONSIGLIO COMUNALE

Numero 47 Del 16-11-09

Oggetto: APPROVAZIONE DEL REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI.

L'anno duemilanove il giorno sedici del mese di novembre alle ore 17:25, nella solita sala delle riunioni.

Previo espletamento delle formalità prescritte dalla vigente Legge Comunale, è stato per oggi convocato questo Consiglio Comunale in Sessione Straordinaria in Prima convocazione in seduta Pubblica.

Dei Signori Consiglieri eletti e in carica:

DE LUCA SERGIO	P	TRAVAGLINI FILIPPO	P
IANIERI ANTONINO	P	TOTARO ENRICO	P
DI FLORIO ANDREA ANTONINO	P	FORLANI GIOVANNI	P
PIETROPAOLO DOMENICO	P	BARRELLA GIANCARLO	P
FORESI MARIO	P	TILLI CONCEZIO GILBERTO	P
CAPUZZI DINA	P	NASUTI LUIGI	P
ROSATO NICOLA PAOLO	A	TRAVAGLINI MARIO DOMENICO	A
D'AMICO PIERO	P	COMEGNA VINCENZO	A
TIBERINI MASSIMO	P		

ne risultano presenti n. 14 e assenti n. 3.

Partecipa il Segretario del Comune DOTT.SSA ELENA DE CINQUE incaricato della redazione del verbale.

Riconosciuto legale il numero degli intervenuti, il Presidente Dott.TIBERINI MASSIMO assume la presidenza e dichiara aperta la seduta per la trattazione del suindicato oggetto.

Immediatamente eseguibile	N
---------------------------	---

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 ed 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 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, vengono 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 le sponsee e lo sponsor "siano finalizzati a favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa ed a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi prestati";

che l'art.30 della legge n.488/1999, modificando l'art.28 della Legge 23 dicembre n.44, 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. 449/1997, riafferma la legittimazione delle Pubbliche Amministrazioni a stipulare contratti di sponsorizzazione, subordinandola al ricorrere delle seguenti condizioni:

1. perseguimento di interessi pubblici;
2. esclusione di conflitti di interesse tra attività pubblica e privata;
3. 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 1997n.449, all'art.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 del codice civile), a forma libera (art.1350 stesso codice), di natura patrimoniale (Art.1174 codice citato), a prestazioni corrispettive (sinallagmatico), in forza del quale lo sponsorizzato ("sponsee") si obbliga a consentire ad altri (sponsor) l'uso della propria immagine pubblica e del proprio nome , per promuovere un marchio o un prodotto, dietro corrispettivo che si può sostanziare in una somma di denaro, in beni o servizi o in entrambi, da erogarsi da parte dello sponsor;

che l'art.26 del D.Lgs. n.163/2006 prescrive che ai contratti di sponsorizzazione ed ai contratti a questi assimilabili quando i lavori, i servizi, le forniture sono acquisiti o realizzati a cura e spesa dello sponsor, si applicano i principi del trattato UE per la scelta dello sponsor, nonché le disposizioni in materia di requisiti di qualificazione dei progettisti e degli esecutori del contratto;

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 tra le proposte pervenute entro il termine fissato dall'Amministrazione e deve tener 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 garantiscono il sostanziale rispetto dei principi di efficacia, efficienza e trasparenza dell'azione amministrativa;

che, pertanto, l'Amministrazione Comune in applicazione della vigente normativa intende sviluppare idonee iniziative per il reperimento di sponsor e la definizione di contratti di sponsorizzazioni con soggetti

pubblici e privati in occasione di eventi culturali , sociali, ricreativi, sportivi ed altro, d'iniziativa diretta dell'Amministrazione Comunale stessa;

che alla luce di quanto sopra esposto 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 sportivi ricreativi ed altro in ambito cittadino;

Vista la determinazione dell'Aurità per la Vigilanza sui Lavori Pubblici n. 24 del 5 dicembre 2001 avente ad oggetto "Contratto di sponsorizzazione";

Visti i C.C.N.L. del Comparto Regioni e Autonomie Locali 1 aprile 1999, art.49, e 5.10.2001, art. 4;

Visti, altresì, gli artt. 53 e 26 del D.Lgs. 12 aprile 2006 n.163;

DELIBERA

- 1- Di approvare il Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni nel testo allegato, formante parte integrante e sostanziale della presente, che si compone di n.15 articoli;
 - 2- Di stabilire che 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 dei singoli Settori dell'Ente aree dell'Amministrazione.
-

Inizio discussione ore 20,17

Consiglieri intervenuti successivamente all'apertura della seduta: Mario Travaglini, Consiglieri presenti n. 15.

Vista la proposta presentata dal Sindaco e dallo stesso illustrata in aula;

Prende la parola il consigliere Barrella, il quale effettua la dichiarazione di voto dicendo che il suo gruppo non conosce il perché di questa iniziativa, voterà contro perché l'iniziativa è tardiva, inutile e mancano diversi contenuti che richiamano l'obbligatorietà di alcuni passaggi che qui, invece, non sono presenti.

Proceduto a votazione per scrutinio palese per alzata di mano della proposta presentata, con il seguente risultato:

Consiglieri presenti n.15

Consiglieri votanti n.12

Consiglieri astenuti n. 3 (Ianieri, Capuzzi, Forlani)

DELIBERA DI CONSIGLIO n. 47 del 16-11-2009 - Pag. 4 - COMUNE DI CASOLI

Voti favorevoli n. 8
Voti contrari n. 4 (Barrella, Tilli, Nasuti, Travaglini Mario)

Il Presidente proclama l'esito della votazione secondo la quale la proposta, è approvata.

Alle ore 20,20 il Presidente, esaurita la trattazione degli argomenti posti all'ordine del giorno, dichiara sciolta la seduta.

Il presente verbale viene letto, approvato e sottoscritto.

Il Presidente
F.to Dott. TIBERINI MASSIMO

Il Segretario
F.to DOTT. SSA ELENA DE CINQUE

*

COMUNE DI CASOLI

Provincia di Chieti

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

INDICE

- Art. 1 - Finalità
- Art. 2 - Definizioni
- Art. 3 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor
- Art. 4 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione
- Art. 5 - Contratto di sponsorizzazione
- Art. 6 - Recepimento di iniziative spontanee di potenziali sponsor
- Art. 7 - Contratti di sponsorizzazione aventi come prestazioni
corrispettive la realizzazione di opere pubbliche o servizi
- Art. 8 - Profili procedurali e garanzie inerenti gli sponsor realizzatori di
opere pubbliche o servizi
- Art. 9 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni
- Art. 10 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni e sponsorizzazioni escluse
- Art. 11 - Trattamento dei dati personali
- Art. 12 - Aspetti fiscali
- Art. 13 - Verifiche e controlli
- Art. 14 - Riserva organizzativa
- Art. 15 - Pubblicità del regolamento

Art. 1
Finalità

- 1) Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della L. n. 449/1997, nell'art. 119 del D.Lgs. n. 267/2000, nell'art. 26 del D.Lgs. n. 163/2006 e nell'art. 15, c. 1, lett. d), del C.C.N.L. del 01.04.1999, come sostituito dall'art. 4, c. 4, del C.C.N.L. del 05.10.2001.
- 2) Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione ed a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali.
- 3) Il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di un'economia di bilancio, totale o parziale, rispetto alla previsione di spesa, in relazione alla totale o parziale acquisizione, senza oneri per il Comune, del previsto risultato da parte dello sponsor.

ART. 2
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 delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo e/o fornire una predeterminata prestazione, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale, oppure il logo, il marchio o il prodotto, in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
 - b) per "sponsorizzazione" ogni contributo in beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi allo scopo di promuovere la propria attività per conseguire un ritorno d'immagine;
 - c) per "sponsor" il soggetto privato che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione;
 - 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. 3
Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

- 1) La scelta dello sponsor è effettuata secondo le procedure ad evidenza pubblica, di norma secondo la procedura aperta preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso. In caso di esigenze particolari, rappresentate dai Responsabili di Settore, la Giunta Comunale può intervenire fornendo direttive specifiche per la scelta dello sponsor stesso.
- 2) All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante affissione all'albo pretorio, inserimento nel sito internet del Comune, invio alle associazioni di categoria e/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.
- 3) L'avviso deve contenere i seguenti dati:
 - a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, previsti da apposito capitolato o progetto di sponsorizzazione;
 - b) l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario;
 - c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
- 4) L'offerta deve essere presentata in forma scritta ed indicare:
 - a) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
 - b) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato o progetto di sponsorizzazione.
- 5) L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
 - a) per le persone fisiche o giuridiche:
 - l'inesistenza delle condizioni ostative a contrattare con la pubblica amministrazione e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
 - l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
 - l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprenditore);
 - b) per le persone giuridiche:
 - oltre alle autocertificazioni sopra elencate riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza, deve essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.

6) L'offerta deve, inoltre, contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.

7) Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal Responsabile del Settore interessato nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato o progetto di sponsorizzazione.

8) Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile del Settore di cui al punto n. 7. Con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato o progetto di sponsorizzazione.

Art. 4

Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1) Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del P.E.G assegnati al Responsabile di Settore. In alternativa, nel corso dell'anno la Giunta Comunale può formulare indirizzi specifici al Responsabile per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base al presente Regolamento.

2) Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni previsti a carico del bilancio dell'Ente.

3) Nell'ambito del P.E.G. o della deliberazione della Giunta Comunale possono essere individuate le somme minime dell'offerta di sponsorizzazione in riferimento agli spazi pubblicitari messi a disposizione. Per ogni iniziativa possono essere previste più sponsorizzazioni e possono essere stipulati più contratti di sponsorizzazione.

Art. 5

Contratto di sponsorizzazione

1) La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:

- a) il diritto dello sponsor all'utilizzazione dello spazio pubblicitario;
- b) la durata del contratto di sponsorizzazione;

- c) gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
- d) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.
- 2) Il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione, se previsto in denaro, per i contratti aventi durata non superiore ad un anno è effettuato prima della firma del contratto, mentre per i contratti di durata pluriennale il pagamento è effettuato annualmente in forma anticipata.
- 3) Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo, se dovuto, o la mancata erogazione di quanto pattuito sono causa di decadenza dell'affidamento e lo sponsor è tenuto alla rimozione del messaggio pubblicitario, con oneri a proprio carico.
- 4) Lo sponsor è tenuto al corrispettivo pattuito o alla corretta erogazione di quanto pattuito anche se non realizza il ritorno pubblicitario sperato.

Art. 6

Recepimento di iniziative spontanee di potenziali sponsor
L'Amministrazione può stipulare contratti di sponsorizzazione anche con soggetti pubblici o privati i quali, intendendo assumere la veste di sponsor di progetti o iniziative comunali, ivi comprese le prestazioni relative alla progettazione e/o realizzazione di opere pubbliche, manifestano spontaneamente la loro volontà.

Le proposte di sponsorizzazione, valutate con decisione della Giunta Comunale, devono evidenziare le forme di supporto ed il valore presumibile del corrispettivo offerto.

Art. 7

Contratti di sponsorizzazione aventi come prestazioni corrispettive la realizzazione di opere pubbliche o servizi

L'Amministrazione può individuare come corrispettivo delle prestazioni da essa rese in qualità di sponsee anche la progettazione e/o l'esecuzione di lavori per la realizzazione o la manutenzione di opera a destinazione pubblica.

I contratti stipulati nel rispetto delle previsioni di cui al precedente comma 1 contengono l'esatta individuazione del progetto da redigere e/o dei lavori da effettuare e le modalità di svolgimento degli stessi, nonché i

profili utili alla loro correlazione con le attività di veicolazione dei segni distintivi dello sponsor.

Art. 8

Profili procedurali e garanzie inerenti gli sponsor realizzatori di opere pubbliche o servizi.

Gli sponsor che effettuano direttamente la progettazione e/o i lavori definiti a corrispettivo delle sponsorizzazioni devono possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.

I soggetti eventualmente individuati dagli sponsor quali progettisti e/o esecutori di lavori definiti a corrispettivo delle sponsorizzazioni devono possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.

Art. 9

Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

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

2) I risparmi di spesa di cui al c. 1 possono essere utilizzati per le seguenti finalità:

a) implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del C.C.N.L. del 01.04.1999 secondo i seguenti criteri:

- per sponsorizzazioni di importo sino ad € 2.600,00 nella misura del 20%;

- per sponsorizzazioni di importo compreso fra € 2.601,00 ed € 5.200,00 nella misura del 15%;

- per sponsorizzazioni di importo maggiore di € 5.200,00 nella misura del 10%;

b) la restante parte è destinata al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del P.E.G.

- 3) La quota di cui alla precedente lettera a) è quantificata annualmente, in sede di determinazione definitiva delle risorse decentrate, sulla base di apposita certificazione del Responsabile del Settore Economico-Finanziario in ordine all'effettivo ammontare del risparmio conseguito.
- 4) La quota di cui alla precedente lettera b) non utilizzata¹ costituisce economia di bilancio.
- 5) L'attribuzione al personale dei compensi correlati ai risparmi derivanti dalle sponsorizzazioni è operata sulla base dei criteri definiti in sede di C.C.D.I. annuale.

Art. 10

Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni e sponsorizzazioni escluse

- 1) L'amministrazione comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:
 - a) ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
 - b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
 - c) la reputi inaccettabile per motivi di inopportunità generale.
- 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, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
 - c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

Art. 11

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 ex D.Lgs. n. 196/2003.
- 3) Il titolare del trattamento dei dati è il Comune di Casoli in persona del Sindaco pro-tempore, che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge citata.

- 4) I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti dagli addetti agli uffici comunali tenuti all'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 regolamento.

Art. 12
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. 13
Verifiche e controlli

- 1) Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del competente Responsabile al fine di accertare la correttezza agli 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 l'eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.
- 3) Al termine delle prestazioni rese l'Ente procederà formalmente all'accettazione delle stesse mediante verifica di conformità tra le prestazioni medesime ed il contratto di sponsorizzazione.

Art. 14
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.

Art. 15
Pubblicità del regolamento

- 1) Copia del presente regolamento, a norma dell'art. 22 della L. 07.08.1990 n. 241, come sostituito dall'art. 15, c. 1, della L. 11.02.2005 n. 15, sarà tenuta a disposizione del pubblico perché ne possa prendere visione in qualsiasi momento.
- 2) Copia sarà altresì trasmessa ai Responsabili del Settore.

RELAZIONE DI PUBBLICAZIONE

2009

Il presente verbale è stato pubblicato all'Albo Pretorio del Comune di Casoli il giorno al numero 1970 del registro ai sensi dell'art. 124, c.1, D.Lgs. 18/08/2000, n. 267.

Casoli, li _____



IL MESSO COMUNALE

IL MESSO COMUNALE

ESECUTIVITA'

La presente Deliberazione è dichiarata immediatamente eseguibile.

La presente Deliberazione è divenuta esecutiva il 21.12.2009 perché decorsi 10 gg. dalla sua pubblicazione all'Albo Pretorio.

Casoli, li 28.12.2009

IL SEGRETARIO
F.to DOTT.SSA ELENA DE

CINQUE

P.C.C. all'originale per uso Quinto

Casoli, li 28.12.2009

IL FUNZIONARIO INCARICATO