



COMUNE DI S. TERESA DI RIVA

PROVINCIA DI MESSINA

gemellato con Fuveau (Francia)

Deliberazione C.C. N° 12

del 14-03-2016

COPIA DI DELIBERAZIONE CONSIGLIO COMUNALE

Oggetto: ESAME ED APPROVAZIONE DEL REGOLAMENTO COMUNALE PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Sessione Ordinaria

Seduta Pubblica ed in Prima convocazione

L'anno duemilasedici addì quattordici del mese di marzo alle ore 18:30, presso l'aula consiliare, "ex Palazzo Municipale", del Comune si è riunito il Consiglio Comunale ai sensi del punto 2 dell'art. 21 della L.R. 26/93, convocato dal Presidente del Consiglio ai sensi dell'art. 48 del DPL Reg. 29.10.55 n° 6 modificato dall'art. 31 Legge 142 / 90 introdotto con modifiche dalla L.R. 48 / 91 art. 1 n° 1 lettera e), notificato giusto referto del Messo Comunale.

LO GIUDICE DANILO	P	CASSANITI CARMELINA	P
TRIMARCHI DAVID	A	ARIOSTO CARMELO	P
VERI SANTI	P	TRIOLO SANDRO SALVATORE	P
BRANCATO FRANCO	A	FERRARO CRISTINA PATRIZIA	A
DI CIUCCIO ANTONIO	P	FRULLI SIMONA GIUSY	P
PINTO SEBASTIANO	P	CICALA GIUSEPPE MASSIMO	P
NICITA VINCENZO	A	NACCARI CARLO	P
RIGANO CARMELA DOMENICA	A		

Consiglieri assegnati: 15 (quindici)

Consiglieri presenti: 10

Dei non intervenuti giustificano l'assenza:

Assume la Presidenza il Sig. VERI SANTI e dichiara aperta la seduta alla quale partecipa il Segretario Generale Dott.ssa GIORGIANNI ROSSANA

Sono presenti: il Vice Sindaco Sig. Danilo Lo Giudice e gli Assessori: Miano e Lombardo

Vengono designati scrutatori i Sigg.

CICALA GIUSEPPE MASSIMO

NACCARI CARLO

Constatato che il numero dei presenti è legale, il Presidente dichiara aperta la discussione.



COMUNE DI S. TERESA DI RIVA

PROVINCIA DI MESSINA
Gemellato con Fuveau (Francia)
C.A.P. 98028 Part. IVA 00411750839

PROPOSTA DI DELIBERAZIONE n° DEL

Oggetto: Esame ed approvazione del Regolamento comunale per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni

IL SINDACO/L'ASSESSORE

Premesso che:

· il Legislatore dagli anni Novanta e fino alla recente approvazione del Nuovo Codice dei Contratti, avvenuta con il D.Lgs. 163/2006, ha inteso promuovere anche nel campo delle Amministrazioni pubbliche l'istituto del contratto di sponsorizzazione, inteso, come indicato dall'art. 43, comma 1, della Legge 27.12.1997 n. 449 "Misure per la stabilizzazione della finanza pubblica" quale strumento valido per "favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa e realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi prestati".

Peraltro, a livello nazionale, il D.Lgs 18.08.2000 n. 267 rende esplicitamente applicabile agli enti locali la previsione generale succitata;

Considerato che la giurisprudenza pare oggi consolidata nel riconoscere all'Amministrazione la possibilità di agire anche utilizzando istituti atipici. A tal proposito si può richiamare la sentenza n. 6073/2001 della Sesta Sezione del Consiglio di Stato, che ha preso atto del diluirsi del principio di tipicità degli atti amministrativi, riconoscendo anche al soggetto pubblico la piena libertà di contrarre ai sensi dell'art. 1322 del Codice Civile e quindi anche la libertà di inventare tipi di contratto diversi per il perseguimento degli interessi pubblici, tra i quali pure il contratto di sponsorizzazione. O, ancora, la sentenza n. 336/1995 del Consiglio della Giustizia Amministrativa della Regione Sicilia, che ha riconosciuto la piena capacità di diritto privato dei soggetti pubblici, nei limiti delle loro finalità istituzionali, riconoscendo pertanto anche la possibilità di stipulare contratti di sponsorizzazione e a maggior ragione per l'ente locale, il quale può prefiggersi tutti gli scopi idonei a soddisfare l'interesse della propria comunità. Peraltro, la Corte di Cassazione, con sentenza risalente al 3 giugno 1981, n. 3575, aveva già riconosciuto che le finalità degli enti pubblici "non sono solo quelle esplicitamente previste dalle norme, ma anche quelle che si rivelino, secondo un criterio di interpretazione logica, completamento e sviluppo di essi in adeguamento alle nuove reali esigenze".

Che il nuovo quadro costituzionale, a seguito dell'entrata in vigore della legge costituzionale 18.10.2001 n. 3, che valorizza maggiormente l'autonomia degli enti locali, legittima ancora più il Comune, anche in assenza di una specifica disciplina, a regolamentare autonomamente un preciso ambito di attività, con il solo limite rappresentato dai principi fissati dalla Carta costituzionale.

Che anche il nuovo Codice dei Contratti approvato con il D. Lgs. 163/2006, dedica al contratto di sponsorizzazione gli articoli 26 e 53.

Che, inoltre, è previsto espressamente che l'istituto della sponsorizzazione possa avere ad oggetto, come controprestazione alla pubblicizzazione del nome dello sponsor, non solo denaro, ma anche lavori, forniture e servizi, acquisiti o realizzati a cura e a spese dello sponsor.

Che tutto ciò conferma pertanto che tale istituto possa avere ad oggetto utilità di vario tipo e che lo stesso rappresenta un nuovo strumento, che può essere utile per adeguare l'azione amministrativa alle sfide della realtà attuale e di fronte ad un contesto nel quale si assiste alla costante diminuzione delle risorse finanziarie tradizionali per l'ente locale, lo stesso, rappresenta uno strumento per il reperimento di risorse pregiate e non onerose utili allo sviluppo di attività istituzionali.

Considerato ancora che per il Comune tale istituto determina vantaggi in termini di minori spese nel caso di acquisto della proprietà di un bene fornito dallo sponsor o della fornitura di un servizio o vantaggi in termini di maggiori entrate per l'ente nel caso di erogazione di un contributo da parte dello sponsor.

Ritenuto opportuno quindi introdurre anche per questo Comune la possibilità di ricorrere a tale istituto in considerazione della potenzialità di coinvolgimento di pubblico nelle iniziative o nei servizi offerti e della necessità per gli enti pubblici territoriali di reperire nuove forme di finanziamento, approvando pertanto apposito regolamento, allegato al presente provvedimento per formarne parte integrale e sostanziale.

Dato atto che l'attività di sponsorizzazione del Comune viene delimitata da alcuni criteri volti a garantire la tutela dell'interesse pubblico e la posizione di neutralità del Comune, nonché alcune specifiche inerenti al contenuto dei messaggi pubblicitari per evitare che la Pubblica Amministrazione si faccia portavoce di messaggi contrastanti con i fondamentali principi dell'azione comunale fissati dallo Statuto comunale.

Ravvisata l'opportunità di provvedere all'approvazione di apposito regolamento per disciplinare l'istituto della sponsorizzazione.

Preso atto che il divieto di sponsorizzazioni, disciplinato dall'art. 6 del D.L. 78/2010, non attiene ad ipotesi contrattuali che comportino un entrata per l'amministrazione ma, si applica solo per le sponsorizzazioni che comportano per l'Ente locale una spesa ed aventi come finalità la mera segnalazione ai cittadini della presenza dello stesso, così da promuoverne l'immagine (vedi deliberazione Corte dei Conti sez. Puglia n. 54/par. 2013dep.);

Richiamato l'art. 6 comma 9 del D.L. 78/2010 convertito con Legge 122/2010;

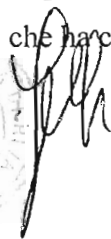
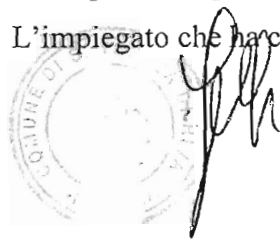
Visto il D.lgs. n. 267/2000;

Vista la nostra L.R. n. 30/2000;

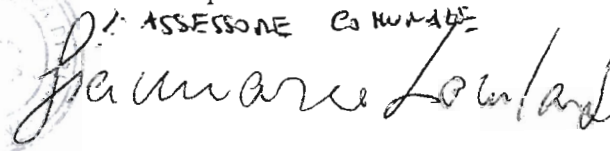
PROPONE AL CONSIGLIO COMUNALE


Di approvare, per i motivi di cui in premessa, il Regolamento comunale per la disciplina delle sponsorizzazioni, composto da numero 16 (sedici) articoli che si allega alla presente per formarne parte integrale e sostanziale.

L'impiegato che ha curato l'istruttoria

Il Proponente

ASP

ASSESSORE COMUNALE





COMUNE DI S. TERESA DI RIVA

PROVINCIA DI MESSINA

gemellato con Fuveau (Francia)

PROPOSTA DI DELIBERAZIONE N° DEL

Oggetto: Esame ed approvazione del Regolamento comunale per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni

PARERE DEL RESPONSABILE DEL SERVIZIO

Ai sensi dell'art. 53 della L. 8/6/1990 n° 142 recepito dall'art. 1 della L.R. 11/12/1991 n° 48, così come sostituito dall'art. 12 della L.R. 23/12/2000 n° 30 in ordine alla regolarità tecnica si esprime parere favorevole.

S. Teresa di Riva li 28-02-2016



IL RESPONSABILE DEL SERVIZIO

PARERE DEL RESPONSABILE DI RAGIONERIA

Ai sensi dell'art. 53 della L. 8/6/1990 n° 142 recepito dall'art. 1 della L.R. 11/12/1991 n° 48, così come sostituito dall'art. 12 della L.R. 23/12/2000 n° 30 in ordine alla regolarità contabile si esprime parere favorevole, si attesta la copertura finanziaria di Euro _____ sull'intervento 1.01.02.03 del bilancio comunale.

S. Teresa di Riva li _____

IL RESPONSABILE DI RAGIONERIA

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

ART. 1 – FINALITA'

Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997 e dell'art. 119 del decreto legislativo 267/2000.

Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere:

- a) a recuperare maggiori risorse che consentano di ottenere un miglioramento della qualità dei servizi e delle attività del Comune, realizzando maggiori economie di spesa;
- b) a migliorare gli standard di qualità o comunque l'aggiunta di servizi da prestarsi attraverso l'effettuazione di servizi e di lavori e/o la fornitura di beni e attrezzature al comune;
- c) sostenere progetti innovativi e processi informativi e formativi qualificati promossi dal Comune per incentivare e promuovere una più spiccata innovazione nell'organizzazione tecnica e amministrativa dell'Ente.

ART. 2 – CONTENUTI DELLE SPONSORIZZAZIONI E DESTINATARI

I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e associazioni senza fini di lucro, per realizzare o acquisire a titolo gratuito interventi, servizi, prestazioni, beni, attività, lavori inseriti nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio del Comune. 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 il Comune, del previsto risultato da parte dello sponsor.

I suddetti contratti, infatti non possono comportare spese per l'Amministrazione Comunale ai sensi del D.L. 78/2010 convertito in legge n. 122/2010 art. 6 punto 9

ART. 3 – DEFINIZIONI

Ai fini del presente regolamento si intende:

- 1) per "contratto di sponsorizzazione": un contratto mediante il quale il Comune (sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor) che si obbliga a fornire a titolo gratuito una predeterminata prestazione, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
- 2) per "sponsorizzazione": ogni contributo in beni, servizi, prestazioni, interventi o lavori provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale;
- 3) per "sponsor": il soggetto che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione
- 4) per "spazio pubblicitario": lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune di S.Teresa di Riva per la pubblicità dello sponsor.

ART. 4 – INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE DI SPONSORIZZAZIONE

Le iniziative di sponsorizzazione sono formulate dalla Giunta attraverso indirizzi specifici al Direttore dell'Area competente per materia.

Sussistendo il PEG, le iniziative di sponsorizzazione saranno prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati ai Direttori delle aree.

Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi, i lavori e le prestazioni previsti a carico del bilancio dell'ente negli interventi e capitoli di

spesa ordinaria, purchè ciò non sia di nocimento al mantenimento della dignità propria di ente pubblico esponenziale e rappresentativo della comunità locale.

Nel corso dell'anno la giunta comunale può formulare ulteriori indirizzi specifici al Direttore dell'Area per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione, anche in adesione a proposte spontanee provenienti da soggetti terzi e giudicate di interesse pubblico.

L'Amministrazione definisce di regola il valore di riferimento delle sponsorizzazioni che intende attivare, in considerazione delle caratteristiche e delle potenzialità del progetto, dell'iniziativa o dell'intervento.

ART. 5 – MODALITA' DI PUBBLICIZZAZIONE DELLO SPONSOR

L'attività di pubblicizzazione dello sponsor da parte del Comune è realizzata nei seguenti modi:

- a) nel caso di manifestazioni e progetti di tipo culturale, sportivo e sociale, finanziati con risorse economiche derivanti dalla sponsorizzazione, il logo dello sponsor potrà essere inserito sia nel materiale pubblicitario relativo alle iniziative (volantini, inviti, manifesti, depliant, tabelloni luminosi, ecc..) sia nel sito WEB del comune;
- b) nel caso di interventi mirati alla valorizzazione del territorio, del patrimonio comunale e dell'assetto urbano, il comune realizzerà apposite forme di pubblicizzazione particolarmente visibili all'esterno, quali, ad esempio, il posizionamento di cartelli o di targhe indicanti lo sponsor che finanzia l'intervento o fornisce i beni.

Il comune emette per lo sponsor fattura di importo pari al contributo economico ricevuto.

Qualora la sponsorizzazione venga effettuata con lavori, servizi e beni, lo sponsor provvederà a fatturare al comune l'importo stimato (in sede di contratto di sponsorizzazione) del valore dei lavori, servizi o dei beni. A sua volta, il comune provvederà ad emettere fattura per uguale importo, a titolo di sponsorizzazione.

ART. 6 – PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE E SCELTA DELLO SPONSOR

- 1) La scelta dello sponsor sarà effettuata con procedure che, ai sensi della normativa vigente – tengano conto e si adattino alla peculiare atipicità dei rapporti in questione- e siano tese a garantire la parità di trattamento tra i soggetti potenzialmente interessati alle iniziative di sponsorizzazione.
- 2) La scelta è preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso cui è data pubblicità mediante le forme ritenute, ai sensi di legge, di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.
- 3) L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati.
 - a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico 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 e, di regola, indica:
 - a) il bene, il servizio, l'attività, il lavoro 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:
 - il possesso dei requisiti di cui all'art. 38 del D.lgs 163/2006 e l'inesistenza delle condizioni di impedimento a contrattare con la pubblica amministrazione di cui agli artt. 120 e segg. Della legge 24.11.1981 n. 689 e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
 - la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa .

b) per le persone giuridiche:

- che l'impresa è iscritta alla Camera di Commercio e non si trova in stato di fallimento, liquidazione coatta, amministrazione controllata o concordato preventivo, e che non sia in corso un procedimento per la dichiarazione di una di tali situazioni;

- che l'impresa ed i suoi legali rappresentanti non si trovano in alcuna delle condizioni che comportano l'incapacità a contrattare con la Pubblica Amministrazione.

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

7) Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dall'Ufficio competente e quindi dal responsabile del procedimento competente per materia nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato. La scelta del soggetto sponsor deve essere effettuata con provvedimento scritto e motivato del Direttore dell'Area su proposta del responsabile del procedimento

8) Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Direttore dell'area competente per materia; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello spazio pubblicitario espressamente indicato nel capitolato.

ART. 7 – L'OFFERTA DI SOSTANZIALE MECENTISMO

Le sponsorizzazioni offerte o proposte da privati o da enti e soggetti giuridici privi di finalità di lucro, specie ove il ritorno di natura pubblicitaria appaia del tutto tenue e prevalga l'aspetto di un sostanziale contratto a prestazioni economicamente unilaterali, con la prevalenza di profili c.d. di *mero mecenatismo* da parte dello sponsor, non sono soggette alla procedura selettiva di cui sopra ma sono formalizzate con provvedimento di affidamento diretto del Direttore dell'area competente per materia su proposta del responsabile del procedimento.

ART. 8 – CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

La gestione della sponsorizzazione è regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto redatto nella forma pubblica amministrativa o mediante scrittura privata autenticata.

Nel contratto 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.

Ogni eventuale spesa contrattuale inerente e conseguente la stipulazione del contratto di sponsorizzazione è a carico dello sponsor.

Ove il contratto venga stipulato mediante scrittura privata, lo stesso verrà registrato nel registro delle scritture private del comune, mentre verrà registrato all'agenzia delle entrate, solo in caso d'uso.

ART. 9 - DIRITTO DI RIFIUTO DELLE SPONSORIZZAZIONI

Il Comune, 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 o comunque un qualsiasi elemento che possa nuocere al mantenimento della dignità propria di un ente rappresentativo della comunità locale;
- c) la reputi inaccettabile per motivi di inopportunità generale.

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, nonché produzioni di armi;
- c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

ART. 10 – TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste ed in stretta osservanza delle norme in materia.

I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dalla legge in materia di protezione dei dati personali.

Titolare del trattamento dei dati è il Comune nel suo complesso. Il competente organo di governo può nominare uno o più responsabili del trattamento.

I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali tenuti alla applicazione del presente regolamento.

I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento.

ART. 11 – VERIFICHE E CONTROLLI

Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del servizio comunale competente per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi.

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.

ART. 12 – ASPETTI FISCALI

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.

Il valore della fatturazione correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor (spazio pubblicitario) è pari all'importo specificato al superiore comma.

ART. 13 - RISERVA ORGANIZZATIVA

La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dalla amministrazione comunale secondo la disciplina del presente regolamento.

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. 14 – CONTROVERSIE

Ogni controversia relativa all'interpretazione, esecuzione del presente regolamento o relativa all'interpretazione, esecuzione o risoluzione del contratto è sottoposta al competente Foro di Messina.

ART. 15 - NORMATIVA DI RINVIO

Per quanto non esplicitamente previsto e stabilito nel presente regolamento si rinvia alle leggi e norme vigenti in materia di regolamento dei rapporti con la pubblica amministrazione ed in particolare:

decreto legislativo 163/2006

legge 449/1997

codice civile e leggi vigenti riguardanti la peculiare materia dei contratti e delle obbligazioni;
normativa contenuta nello Statuto e nei regolamenti adottati dal comune.

ART. 16 – ENTRATA IN VIGORE

Il presente regolamento entra in vigore ad intervenuta esecutività della deliberazione di approvazione.

Si passa alla trattazione del settimo punto avente ad oggetto *“Esame ed approvazione del regolamento comunale per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni”*;

il presidente da lettura della proposta

intervento consigliere DI Ciuccio: bisogna individuare le aree per la sponsorizzazione;

intervento consigliere Lo Giudice: l'ufficio tecnico stabilisce le aree anche in funzione dell'importo.

Si passa alla votazione

con voti UNANIMI

IL CONSIGLIO COMUNALE

Approva la proposta posta all'ordine del giorno avente ad oggetto *“Esame ed approvazione del regolamento comunale per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni”*.

Il presente verbale, dopo la lettura, si sottoscrive per conferma.

IL PRESIDENTE DEL CONSIGLIO

F.to Sig. **VERI SANTI**

Il Consigliere Anziano

F.to **LO GIUDICE DANILLO**



Il Segretario Generale

F.to Dott.ssa **GIORGIANNI ROSSANA**

La presente è copia conforme all'originale

Li _____

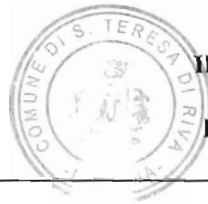
Il Segretario Generale
GIORGIANNI ROSSANA

CERTIFICATO DI PUBBLICAZIONE

Il sottoscritto Segretario, certifica che la presente deliberazione è stata pubblicata all'Albo Pretorio on line il giorno 18-03-2016 per giorni 15 consecutivi ai sensi e per gli effetti dell'art. 11 bis della L.R. 44/91 e che contro la stessa sono stati presentati reclami. In fede.

Dalla Residenza Municipale , lì 03-04-2016

Il Messo Comunale



Il SEGRETARIO COMUNALE

F.to **GIORGIANNI ROSSANA**

Il sottoscritto Segretario Generale, visti gli atti d'ufficio,

A T T E S T A

CHE è divenuta esecutiva il 29-03-2016

CHE in data 29-03-2016 è stata trasmessa alla

Il SEGRETARIO COMUNALE

F.to **GIORGIANNI ROSSANA**



DELIBERA DI CONSIGLIO n.12 del 14-03-2016 COMUNE DI S. TERESA DI RIVA