



COMUNE DI LONGI
PROVINCIA DI MESSINA

N. 74 Reg. DEL 19 GIUGNO 2009

**COPIA DI DELIBERAZIONE
DELLA GIUNTA MUNICIPALE**

**OGGETTO: REGOLAMENTO PER LA RICERCA DI FONDI
ALTERNATIVI A QUELLI PUBBLICI.
ADOZIONE SCHEMA.**

L'anno DUEMILANOVE __ il giorno DICIANNOVE__ del mese di GIUGNO dalle ore 12,15 alle ore 12,30, nella Casa Comunale e nella consueta sala delle adunanze, in seguito ad invito di convocazione, si è riunita la Giunta Municipale con l'intervento dei signori:

COMPONENTI DELLA GIUNTA MUNICIPALE	PRESENTI	ASSENTI
1. Alessandro LAZZARA - SINDACO	X	
2. Francesco PIDALA' - Vice Sindaco		X
3. Antonino CALCO' - Assessore		X
4. Leone BRANCATELLI - Assessore	X	
5. Calogero CASTANO - Assessore	X	

- ◆ Non sono intervenuti il Vice Sindaco Prof. Francesco Pidalà e l'Assessore Sig. Antonino Calcò
- ◆ Presiede il Sindaco Dott. Alessandro Lazzara _____
- ◆ Partecipa il Segretario Comunale Dott. ssa Maria Natoli Scialli _____

Il Presidente, constatato che il numero dei presenti è legale, dichiara aperta la seduta e invita i convenuti a deliberare sull'argomento in oggetto specificato, la cui proposta qui di seguito si riporta.

L'ASSESSORE AL TURISMO, ALLE ATTIVITA' CULTURALI E RICREATIVE

PREMESSO:

- **che** le disposizioni previste dalle recenti leggi finanziarie, impongono alle amministrazioni di migliorare la capacità di attivare e gestire risorse proprie;
- **che**, in quest'ottica, questa Amministrazione manifesta un forte interesse verso pratiche che garantiscano maggiore flessibilità nella gestione delle risorse finanziarie, anche attraverso il confronto con esperienze e strumenti tipici del settore privato;
- **che** l'utilizzo di risorse private si caratterizza per la possibilità offerta alle pubbliche amministrazioni di migliorare, attraverso il contributo delle aziende e/o dei privati, la qualità dei servizi e l'immagine della stessa Amministrazione senza gravare sul bilancio;
- **che** costruire reti di relazione con l'ambiente esterno rappresenta un'opportunità per le Amministrazioni che hanno deciso di intraprendere un percorso di cambiamento;
- **che** gli strumenti di "fund raising" sono senz'altro pratiche innovative nel settore pubblico e costituiscono soluzioni adeguate ai problemi di carenza di risorse economiche e momento d'incontro e fattiva collaborazione tra pubblico e privato;
- **che** questi strumenti, per la ricerca di fondi alternativi a quelli pubblici, non devono essere visti esclusivamente sotto il profilo finanziario per le opportunità di risparmio di spesa che offrono, ma devono essere considerati soprattutto come veicoli di comunicazione efficace per la promozione dell'immagine dell'Amministrazione e come possibilità di miglioramento dei servizi;

RITENUTO, pertanto, disciplinare la ricerca di fondi alternativi a quelli pubblici che sono in particolare la raccolta fondi (fund raising), le sponsorizzazioni e la raccolta pubblicitaria;

VISTO lo schema del regolamento concernente la ricerca di fondi alternativi a quelli pubblici, in cui sono previste le modalità ed i criteri per la ricerca dei suddetti fondi;

TENUTO CONTO che detto regolamento risponde alle finalità proprie dell'Ente, in merito alla disciplina per l'utilizzo dei fondi alternativi a quelli pubblici ;

RICHIAMATI:

- l'articolo 5, comma 2, del vigente Statuto comunale il quale prevede che gli schemi dei regolamenti devono essere adottati dalla Giunta Municipale prima della definitiva approvazione in Consiglio Comunale;
- l'articolo 5 del vigente Statuto Comunale che, tra l'altro, attribuisce alla Giunta Municipale l'adozione degli schemi dei regolamenti contrattuali;
- il vigente ordinamento degli EE.LL.;



A handwritten signature is located at the bottom right of the page.

RITENUTO, pertanto, di adottare, in applicazione delle norme sopra richiamate, lo schema del **“Regolamento comunale per la ricerca di fondi alternativi a quelli pubblici”**, che sub **“A”** forma parte integrante e sostanziale della presente deliberazione;

VISTI l'art. 43 della L. 449/97 e l'art. 119 del D. Lgs 267/2000;

Per quanto sopra esposto,

PROPONE

- 1. Di adottare**, in applicazione delle norme richiamate in narrativa, lo schema del **“Regolamento comunale per la ricerca di fondi alternativi a quelli pubblici”**, che si compone di **n° 24 (ventiquattro) articoli** e che sub **“A”** forma parte integrante e sostanziale della presente deliberazione.
- 2. Di deferire** il suddetto schema al Consiglio Comunale per il prosieguo di competenza.
- 3. Di dichiarare** la presente **“ immediatamente esecutiva”**, stante l'urgenza di provvedere in merito.



[Handwritten signature]

**L'ASSESSORE AL TURISMO
E ALLE ATTIVITA' CULTURALI F.to Calogero Castano**

IL RESPONSABILE DELL'AREA AMMINISTRATIVA F.to Angelo Zingales

=====

LA GIUNTA MUNICIPALE

VISTA la proposta di deliberazione su riportata;

VISTO che su detta proposta, ai sensi dell'articolo 12 della legge regionale 23 dicembre 2000, n. 30, hanno espresso:

- **il Responsabile dell'Area AMMINISTRATIVA, per la regolarità tecnica, parere favorevole (Allegato "B");**
- **il Responsabile dell'Area ECONOMICO-FINANZIARIA, per la regolarità contabile, parere favorevole (Allegato "B");**

VISTE le leggi regionali 3.12.1991, n. 44; 11.12.1991, n. 48; 07.09.1998, n. 23 e 23.12.2000, n. 30;

VISTO l'O.A.EE.LL. vigente in Sicilia;

RITENUTO di dover accogliere quanto proposto;

ALL'UNANIMITA' di voti favorevoli espressi mediante scrutinio palese per alzata di mano,

DELIBERA

Di approvare, facendola propria, la proposta di deliberazione su riportata.

Successivamente,

LA GIUNTA MUNICIPALE

Con separata ed unanime votazione espressa mediante scrutinio palese per alzata di mano,

DELIBERA

di rendere la presente immediatamente esecutiva ai sensi dell'articolo 12, comma 2°, della legge regionale 3 dicembre 1991, n. 44, stante l'urgenza di provvedere in merito.

ALLEGATO "A"



COMUNE DI LONGI
(Provincia di Messina)

SCHEMA

**DEL REGOLAMENTO PER LA RICERCA DI
FONDI ALTERNATIVI A QUELLI PUBBLICI**

Indice

TITOLO I

Finalità del Regolamento

Art. 1 - Finalità	pag. 3
Art. 2 - Contenuti	pag. 3

TITOLO II

Raccolta fondi (Fund Raising)

Art. 3 - Definizione di raccolta fondi (fund raising)	pag. 4
Art. 4 - Procedura per la raccolta di fondi	pag. 4
Art. 5 - Realizzazione dell'iniziativa finanziata con la raccolta di fondi	pag. 5

TITOLO III

Le sponsorizzazioni

Art. 6 - Definizione di sponsorizzazione	pag. 5
Art. 7 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari	pag. 5
Art. 8 - Definizioni	pag. 6
Art. 9 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor	pag. 6
Art. 10 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione	pag. 8
Art. 11 - Contratto di sponsorizzazione	pag. 8

Art. 12 - Utilizzo delle nuove entrate e/o risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni	pag. 8
Art. 13 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni	pag. 9
Art. 14 - Aspetti fiscali delle sponsorizzazioni	pag. 9
Art. 15 - Verifiche e controlli	pag. 10
Art. 16 - Riserva organizzativa	pag. 10
Art. 17- Diritto di esclusiva	pag. 10

TITOLO IV

La raccolta pubblicitaria

Art. 18 - Definizione di raccolta pubblicitaria	pag. 11
Art. 19 - Procedura per la raccolta pubblicitaria e scelta del soggetto interessato	pag. 11
Art. 20 - Aspetti fiscali della raccolta pubblicitaria	pag. 12

TITOLO V

Disposizioni transitorie e finali

Art. 21 - Norme transitorie e finali.	pag. 12
Art. 22 - Rinvio.	pag. 12
Art. 23 - Pubblicità.	pag. 13
Art. 24 - Entrata in vigore.	pag. 13

TITOLO I

Finalità del Regolamento

– Art. 1 –

Finalità

Il presente regolamento disciplina la ricerca di fondi alternativi a quelli pubblici in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997 e dell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000. Le iniziative di ricerca fondi alternativi a quelli pubblici devono tendere a favorire l'innovazione della organizzazione e a realizzare nuove entrate e/o economie di spesa, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali.

– Art. 2 –

Contenuti

1. Il programma di ricerca fondi alternativi a quelli pubblici prevede le seguenti fattispecie:
 - a. raccolta fondi (fund raising);
 - b. sponsorizzazioni;
 - c. raccolta pubblicitaria.

2. Tutte le attività di raccolta fondi alternativi non devono comportare un conflitto d'interesse tra l'attività pubblica e quella privata.

TITOLO II

Raccolta fondi (Fund Raising)

– Art. 3 –

Definizione di raccolta fondi (fund raising)

1. La raccolta fondi (fund raising) è l'insieme delle attività finalizzate al reperimento delle risorse necessarie a raggiungere un obiettivo sociale attuate attraverso la sollecitazione di una donazione.
2. L'attività di raccolta fondi si rivolge alla comunità locale nel suo complesso: individui, imprese piccole e grandi, enti e associazioni, fondazioni bancarie e civili.

– Art. 4 –

Procedura per la raccolta di fondi

La raccolta di fondi dovrà essere sempre preceduta da apposito atto deliberativo della Giunta Comunale che approva uno specifico progetto che verrà successivamente sottoposto alla comunità locale nel suo complesso al fine di ottenere i finanziamenti necessari per la sua realizzazione.

Il progetto dovrà indicare in modo preciso i costi dello stesso, le eventuali somme messe a disposizione dal Comune di Longi, l'organizzazione completa della raccolta fondi e il Responsabile incaricato di pubblicizzare a seguire l'operazione.

Il progetto dovrà indicare la somma minima che il Comune intende incassare al fine di procedere alla realizzazione dello stesso.

Il progetto dovrà disciplinare anche le procedure di restituzione ai soggetti finanziatori delle quote versate nel caso di mancato raggiungimento del finanziamento minimo richiesto per l'attuazione del progetto.

– Art. 5 –

Realizzazione dell'iniziativa finanziata con la raccolta di fondi

Se il progetto o l'iniziativa finanziata con la raccolta di fondi viene realizzata, il Comune si impegna a divulgare a consuntivo apposita relazione che contenga tutte le informazioni relative alla realizzazione del progetto, i benefici raggiunti e i nominativi dei soggetti che hanno finanziato l'iniziativa se ed in quanto abbiano acconsentito alla diffusione di tale notizia.

TITOLO III

Le sponsorizzazioni

– Art. 6 –

Definizione di sponsorizzazione

1. La sponsorizzazione è un accordo per finanziare in tutto o in parte la realizzazione di un progetto specifico.
2. L'attività relativa alle sponsorizzazioni si rivolge ai soggetti privati, alle imprese, associazioni o enti.

– Art. 7 –

Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati, associazioni ed enti, per realizzare o acquisire a titolo gratuito interventi, servizi, prestazioni, beni o attività inseriti nei programmi di spesa; il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di una nuova entrata e/o una economia di bilancio totale o parziale, rispetto alla previsione di spesa, in relazione alla totale o parziale acquisizione del previsto risultato da parte dello sponsor.

– Art. 8 –

Definizioni

Ai fini delle operazioni di sponsorizzazione si intende:

- a) 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 un versamento in denaro o una predeterminata fornitura di beni o prestazione di servizi, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale secondo le modalità che di volta in volta verranno concordate fra le parti;
- b) per "**sponsorizzazione**": ogni contributo in denaro, beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi allo scopo di promuovere la propria ragione sociale;
- c) per "**sponsor**": il soggetto che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione;
- d) per "**spazio pubblicitario**": lo spazio fisico o il supporto di veicolazione di volta in volta messo a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor.

– Art. 9 –

Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante trattativa privata preceduta di norma dalla pubblicazione di avviso o a seguito di richiesta da parte dello sponsor che intende finanziare in toto l'opera da realizzare.
2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, inserimento nel sito internet del Comune e/o in altre forme ritenute di volta in volta più idonee 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 "progetto di sponsorizzazione" o capitolato;
 - b) l'esatta determinazione dell'offerta pubblicitaria che l'ente si impegna a realizzare;
 - 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 o la prestazione che si intende sponsorizzare;
 - b) l'accettazione delle condizioni previste nel progetto di sponsorizzazione o capitolato.
5. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
 - l'inesistenza delle condizioni che comportino l'incapacità di 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.
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 dall'Ufficio interessato, nel rispetto dei criteri definiti nel progetto di sponsorizzazione o capitolato.
8. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile dell'Area interessata; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel progetto di sponsorizzazione o capitolato.

– Art. 10 –

Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del POR assegnati al Responsabile. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può formulare indirizzi specifici al Responsabile per la 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 nei capitoli di spesa ordinaria.

– Art. 11 –

Contratto di sponsorizzazione

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

- a) il diritto dello sponsor alla 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.

Il contratto di sponsorizzazione si intenderà risolto senza oneri reciproci qualora la sponsorizzazione non abbia luogo.

– Art. 12 –

Utilizzo delle nuove entrate e/o risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

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

Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

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 all'immagine o alle iniziative dell'Ente;
 - 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, discriminazione razziale, sociale o religiosa.
3. Sono inoltre escluse le sponsorizzazioni per le quali il prezzo offerto venga ritenuto non congruo dal Comune.

Aspetti fiscali delle sponsorizzazioni

1. Il valore della fatturazione per la "sponsorizzazione", nel caso in cui il corrispettivo della sponsorizzazione sia costituito da una cessione di beni o da una prestazione di servizi da parte dello sponsor (permuta), deve corrispondere al "valore normale" dei beni o dei servizi che formano oggetto della cessione di beni o della prestazione di servizi.
2. Per "valore normale" si intende il prezzo o il corrispettivo mediamente praticato per beni o servizi della stessa specie o similari in condizioni di libera concorrenza e al medesimo stadio di commercializzazione nel tempo e nel luogo più prossimi, facendo riferimento ai listini o alle tariffe dell'impresa che ha fornito i beni o i servizi o, in mancanza, alle mercuriali e ai listini della camera di commercio più vicina, alle tariffe professionali o ai listini di borsa.

3. Il valore della fatturazione correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor ("spazio pubblicitario") è pari all'importo specificato al comma 1.
4. Nel caso di corresponsione di una somma di denaro da parte dello sponsor, a fronte della prestazione di sponsorizzazione effettuata dall'Ente Locale, il Comune provvederà ad emettere fattura regolare ai fini dell'I.V.A..

- Art. 15 -

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 la eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

- Art. 16 -

Riserva organizzativa

La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dalla Amministrazione Comunale secondo la disciplina del presente regolamento.

- Art. 17 -

Diritto di esclusiva

In generale le sponsorizzazioni non sono effettuate con diritto di esclusiva da parte dello sponsor e, pertanto, il Comune può ricevere più sponsorizzazioni per uno stesso oggetto o evento.

Qualora una ditta sia interessata a sponsorizzare un'attività in via esclusiva, il Comune valuterà, a suo insindacabile giudizio, l'eventuale proposta ricevuta in tal senso. I contenuti del contratto, i termini economici della proposta formeranno elementi oggetto di contrattazione fra le parti.

TITOLO IV

La raccolta pubblicitaria

– Art. 18 –

Definizione di raccolta pubblicitaria

Per raccolta pubblicitaria si intende l'utilizzo di spazi all'interno ed esterno del Comune.

Trattasi di una vera e propria vendita di spazi commerciali a favore di imprese, associazioni o enti che previo pagamento, desiderano svolgere un'azione comunicativa-informativa dei loro prodotti o servizi.

– Art. 19 –

Procedura per la raccolta pubblicitaria e scelta del soggetto interessato.

1. La raccolta pubblicitaria dovrà essere sempre preceduta da apposito atto deliberativo della Giunta Comunale che autorizza l'utilizzo degli spazi.
2. La controprestazione della vendita di spazi pubblicitari dovrà essere sempre in denaro.
3. Nell'atto deliberativo della Giunta dovranno essere individuati anche gli interventi che dovranno essere finanziati con l'entrata relativa alla vendita degli spazi pubblicitari.
4. Annualmente la Giunta, in sede di redazione del P.O.R., può individuare gli spazi che i Responsabili dei servizi sono autorizzati a destinare alle attività di pubblicità, le spese che dovranno essere finanziate con l'entrata relativa, riservandosi di verificare i contenuti dei messaggi pubblicitari prima della loro pubblicazione.
5. Per quanto riguarda le modalità di scelta del soggetto interessato allo spazio pubblicitario offerto dall'ente, valgono le norme previste nell'art. 9 del presente regolamento "Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor".

Art. 20 - Aspetti fiscali della raccolta pubblicitaria.

Il valore della fatturazione correlata alla vendita dello spazio pubblicitario è la somma in denaro che il soggetto interessato ha offerto all'Ente.

TITOLO V

Disposizioni transitorie e finali

– Art. 21 –

Norme transitorie e finali

1. Sono abrogate le norme dei regolamenti comunali e degli aventi natura regolamentare, che comunque risultino in contrasto con quanto disposto dal presente regolamento.
2. Fino all'adozione dei provvedimenti necessari all'applicazione del presente Regolamento, restano in vigore i compiti e le attribuzioni dell'attuale struttura organizzativa.
3. Nel caso in cui norme legislative o contrattuali intervenissero a regolare diversamente la materia oggetto del presente Regolamento, si provvederà alla modifica conseguente del Regolamento medesimo.

– Art. 22 –

Rinvio

1. Per quanto espressamente previsto nel presente regolamento, saranno osservate le norme statali e regionali in materia di pubblico impiego.
2. Per le competenze si applicano le norme di legge vigenti in Sicilia e lo statuto comunale.

3. L'organizzazione dell'ente sarà adeguata ai procedimenti disciplinati dal presente regolamento, alle disposizioni vigenti sul responsabile del procedimento, sul diritto di accesso e sull'autocertificazione, adottando le disposizioni regolamentari e le idonee misure organizzative, entro 3 (tre) mesi dall'entrata in vigore del presente regolamento.

– Art. 23 –

Pubblicità

1. Il presente regolamento, inserito nella raccolta ufficiale dei regolamenti, deve essere tenuto a disposizione del pubblico, ai sensi dell'articolo 198 del vigente Ordinamento EE.LL. e la visione è consentita, senza alcuna formalità e a semplice richiesta, a qualunque cittadino, al quale può essere rilasciata copia informale previo rimborso del costo di riproduzione.
2. Copia della deliberazione di Giunta Municipale relativa all'approvazione del presente regolamento, sarà depositata all'U.R.P. a disposizione di chiunque ne faccia richiesta.

– Art. 24 –

Entrata in vigore

1. La deliberazione di Giunta Municipale relativa all'approvazione del presente regolamento, ad essa allegato, per farne parte integrante e sostanziale, entrerà in vigore il quindicesimo giorno dalla loro ripubblicazione, dopo che la relativa delibera è divenuta esecutiva, ai sensi dell'articolo 5 del vigente Statuto Comunale.
2. La deliberazione di Giunta Municipale relativa all'approvazione del presente regolamento, oltre alla forma di pubblicità succitata, è pubblicata per 90 giorni all'Albo Pretorio del Comune, ai sensi dell'articolo 5 del vigente Statuto Comunale.



COMUNE DI LONGI
Provincia di Messina

AREA AMMINISTRATIVA

Servizio Affari Generali - Segreteria

PROPOSTA DI DELIBERAZIONE DI G.M.

LA RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO
(Patrizia Vieni)

Patrizia Vieni
(firma)

Longi, 16 giugno 2009



PRESENTATA DALL'ASSESSORE AL
TURISMO E ALLE ATTIVITA' CULTURALI
(Calogero Castano)

Calogero Castano
(firma)

Longi, 16 giugno 2009

**OGGETTO: REGOLAMENTO PER LA RICERCA DI FONDI
ALTERNATIVI A QUELLI PUBBLICI.**

- Adozione schema -

**PARERE SULLA PROPOSTA DI DELIBERAZIONE DI G.M., RESO AI SENSI DELL'ARTICOLO 12
DELLA LEGGE REGIONALE 23 DICEMBRE 2000, N. 30.**

AREA AMMINISTRATIVA

- per quanto concerne la regolarita' tecnica - PARERE FAVOREVOLE.

IL RESPONSABILE
DELL'AREA AMMINISTRATIVA
(Geom. Angelo Zingales)



AREA ECONOMICO FINANZIARIA

- per quanto concerne la regolarita' contabile - PARERE FAVOREVOLE.

LA RESPONSABILE DELL'AREA FINANZIARIA
(Rag. Antonina Ruffini)



Longi, 16 GIUGNO 2009

ALLEGATO

ALLA DELIBERAZIONE DI GIUNTA MUNICIPALE

N. 7h DEL 19-06-09 2009 ORE 12,15-12,30



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

IL PRESIDENTE

F.to Dott. Alessandro Lazzara

L'Assessore Anziano

F.to Sig. Leone Brancatelli

Il Segretario Comunale

F.to Dott.ssa Maria Natoli Scialli

La presente deliberazione è stata dichiarata immediatamente esecutiva ai sensi dell'articolo 12, comma 2° della Legge Regionale 3.12.1991, n. 44.

Longi, 19 giugno 2009 -

Il Segretario Comunale - F.to Dott.ssa Maria Natoli Scialli

La presente delibera, in data 19 giugno 2009, è stata trasmessa per l'esecuzione alle seguenti aree e servizi:

- Amministrativa - Economico-finanziaria - Tecnica
 - Servizi alla Persona - Servizio Economato

IL RESPONSABILE DELL'AREA AMMINISTRATIVA

F.to Geom. Angelo Zingales

E' copia conforme per uso amministrativo.

Longi, 19 giugno 2009



Responsabile dell'Area Amministrativa

Angelo Zingales

Si attesta che la presente deliberazione è stata trasmessa ai Capigruppo Consiliari con nota Prot. n. _____ del _____.

IL RESPONSABILE DELL'AREA AMMINISTRATIVA

F.to _____

CERTIFICATO DI PUBBLICAZIONE

Il sottoscritto Responsabile dell'Area Amministrativa certifica, su conforme attestazione dell'Addetto, che la presente delibera è stata pubblicata all'Albo Pretorio per 15 giorni consecutivi dal _____ al _____.
Longi, _____

L'Addetto

F.to _____

Il Responsabile dell'Area Amministrativa

F.to _____

CERTIFICATO DI ESECUTIVITA'

Si certifica che la presente deliberazione è esecutiva dal _____ ai sensi dell'Articolo 12, Comma 2° della Legge Regionale 3 dicembre 1991 n. 44.

Longi, _____ Il Segretario Comunale F.to _____
