



Comune di Cittanova

Città Metropolitana di Reggio Calabria

DELIBERAZIONE DEL CONSIGLIO COMUNALE

OGGETTO: Approvazione Regolamento per la stipula dei contratti di sponsorizzazione e degli accordi di collaborazione.

L'anno **duemilasedici**, il giorno **venti** del mese di **aprile**, alle ore **18.30**, nella sala delle adunanze consiliari della Sede Comunale, a seguito di invito diramato dal Presidente in data 15.04.2016 prot. 4824, si è riunito il Consiglio Comunale convocato in sessione Straordinaria e in seduta pubblica di 1^a convocazione.

Presiede la seduta il Presidente del Consiglio Dott. **GIOVINAZZO BERNADETTE**.

All'appello risultano essere presenti e assenti i consiglieri comunali, come dal seguente prospetto:

N.ro Ordine	COGNOME E NOME	Incarico	Presenti	Assenti
1	GIOVINAZZO BERNADETTE	Presidente	X	
2	BOVALINO FRANCESCA	Consigliere	X	
3	D'AGOSTINO FRANCESCO	Consigliere		X
4	MESIANI FORTUNATA	Consigliere	X	
5	GUERRISI PATRIZIA	Consigliere	X	
6	IORFIDA LEONARDO	Consigliere	X	
7	LA DELFA ANSELMO	Consigliere	X	
8	FERA ANTONINO	Consigliere	X	
9	MARCHESE GIROLAMO	Consigliere	X	
10	SORBARA ROBERTO	Consigliere	X	
11	LOPREVITE ANTONIO	Consigliere		X
12	CANNATA' ALESSANDRO	Consigliere	X	
13	BERLINGERI SALVATORE	Consigliere		X
14	RUSSO ETTORE	Consigliere	X	
15	DANGELI GIUSEPPE	Consigliere	X	
16	FOCI LUISA	Consigliere		X
Totale			12	4

Presenti il Sindaco Francesco Cosentino e n. 12 Consiglieri

Assenti n. 4 Consiglieri

Assiste il Segretario Generale **Dott.ssa CRIACO ANTONIA**

Risultato legale il numero degli intervenuti, il Presidente dichiara aperta la seduta.

IL PRESIDENTE

Porta a conoscenza del consiglio comunale il punto posto all'ordine del giorno relativamente a : "*Approvazione Regolamento per la stipulazione dei contratti di sponsorizzazione e degli accordi di collaborazione*".

Relazione **il Presidente**

IL CONSIGLIO COMUNALE

Premesso

- che l'Amministrazione comunale per i propri fini istituzionali è promotrice di una serie di attività finalizzate alla realizzazione di eventi culturali, sociali, ricreativi, sportivi, di promozione del territorio ecc...;

Preso atto

- che sempre di più vengono ridotti i trasferimenti statali destinati a finanziare le attività istituzionali dell'Ente;

Considerato:

- che in applicazione dell'art. 43 della Legge 27/12/1997 n. 449 e dell'art. 119 del D. Lgs. n. 267/2000, gli Enti locali, in vista del reperimento di risorse, hanno piena facoltà di stipulare contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione, nonché convenzioni con soggetti pubblici o privati diretti a fornire consulenze o servizi aggiuntivi al fine di favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa e di realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi prestati;
- che i contratti di sponsorizzazione e gli accordi di collaborazione si configurano pertanto quali strumenti negoziali sempre più diffusi negli enti locali per reperire risorse e consentire la realizzazione di risparmi di spesa in relazione a progetti, iniziative ed attività dell'amministrazione già programmate;
- che la precitata legge 27 dicembre 1997 n. 449, all'art. 43, si limita a prevedere la possibilità per le pubbliche amministrazioni, di stipulare i predetti atti contrattuali, ma non indica alcuna disciplina al riguardo;
- la atipicità del contratto in questione, occorre comunque ricorrere a procedure che garantiscano il sostanziale rispetto dei principi di efficacia, efficienza trasparenza dell'azione amministrativa i contratti di sponsorizzazione e gli accordi di collaborazione si configurano pertanto quali strumenti negoziali sempre più diffusi negli enti locali per reperire risorse e consentire la realizzazione di risparmi di spesa in relazione a progetti, iniziative ed attività poste in essere dall'Amministrazione;

Rilevato:

- che 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 e altro, d'iniziativa diretta della Amministrazione comunale ovvero di soggetti terzi;

Considerato:

- che i comuni si configurano come "soggetti ideali" per la diffusione di elementi di pubblicizzazione di nomi aziendali o marchi, tenendo conto delle molteplici possibilità di forme di veicolazione del messaggio e del bacino di diffusione del messaggio pubblicitario;

Atteso:

- che l'art. 43 della Legge 27/12/1997 n. 449 subordina la legittimazione delle pubbliche amministrazioni a stipulare contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione 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;

Ricordato

- che il legislatore nazionale ha disciplinato la materia dei contratti di sponsorizzazione con l'art. 19 del Codice degli contratti pubblici, approvato con Decreto Legislativo n. 50/2016 e s.m.i.;

Dato atto:

- che è emersa la necessità di adottare e approvare un apposito Regolamento per disciplinare le attività di sponsorizzazione da parte di terzi e al fine di individuare gli atti e le condizioni necessarie per assicurare all'Ente una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione, nel rispetto delle norme vigenti e dei criteri di efficienza, efficacia ed economicità;

Vista:

- l'allegata bozza di " *Regolamento per la stipulazione dei contratti di sponsorizzazione e degli accordi di collaborazione* ", e ritenuto approvarla;

Considerato:

- che, nell'elaborazione della proposta di regolamento, si è tenuto conto in particolare delle seguenti esigenze:

- sviluppare una disciplina di carattere generale rinviando al bando od all'avviso di sponsorizzazione la determinazione degli aspetti applicativi e di dettaglio in rapporto alla natura specifica dell'oggetto da sponsorizzare;
- rendere flessibili ed ampie le possibilità di recepire proposte di collaborazione da parte di privati ;
- collegare l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione e/o accordi di collaborazione agli obiettivi della programmazione annuale e pluriennale dell'ente;
- rendere flessibili e semplici le eventuali forme di sponsorizzazione spontanea al di fuori degli atti di pianificazione ;

Dato atto:

- che, dal presente provvedimento, non deriveranno effetti contabili diretti né indiretti consistenti in impegni di spesa o diminuzioni d'entrata;

Acquisito il parere favorevole in ordine alla regolarità tecnica espresso ai sensi dell'art. 49 del D. Lgs. n. 267/2000;

Visto:

- l'art 42 del D. Lgs. n. 267/2000;

Presenti n 13, assenti 4 (D'Agostino, Loprevite, Berlingeri, Foci)

Con voti favorevoli all'unanimità espressi nei modi di legge

DELIBERA

1. di approvare il " *Regolamento per la stipulazione dei contratti di sponsorizzazione e degli accordi di collaborazione*", composto da n. 12 articoli, che si allega alla presente per farne parte integrante e sostanziale;
2. di trasmettere copia del Regolamento a tutti i Responsabili dei Settori del Comune;



COMUNE DI CITTANOVA

Provincia di Reggio Calabria

REGOLAMENTO PER LA STIPULAZIONE DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE E DEGLI ACCORDI DI COLLABORAZIONE

INDICE

TITOLO I: OGGETTO E FINALITA'

Articolo 1 – Oggetto	pag 3
Articolo 2 – Finalità	pag 3
Articolo 3 – Definizioni	pag 3

TITOLO II: CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE, ACCORDI DI COLLABORAZIONE E CONVENZIONI

Articolo 4 – Finalità dei contratti	pag 4
Articolo 5 – Presupposti e oggetto dei contratti	pag 4
Articolo 6 – Modalità di scelta del contraente	pag 6
Articolo 7 – Stipulazione del contratto	pag 7
Articolo 8 – Diritto di rifiuto	pag 7

TITOLO III: DISPOSIZIONI CONCLUSIVE

Articolo 9 – Aspetti fiscali	pag 8
Articolo 10 – Verifiche e controlli	pag 8
Articolo 11 – Riserva organizzativa	pag 9
Articolo 12- Trattamento dei dati personali	pag 9

TITOLO I OGGETTO E FINALITÀ

ART. 1 – Oggetto

Il presente regolamento intende disciplinare, nel rispetto delle disposizioni di cui all'art. 43 della L. n. 449/1997, e s.m.i., all'art. 119 del D.Lgs. n. 267/2000, e s.m.i., ed all'art. 26 del D.Lgs. n. 163/2006, e s.m.i., questa particolare tipologia contrattuale che va sotto il nome di “ **sponsorizzazione**”; contratto atipico, a titolo oneroso e a prestazioni corrispettive, non espressamente disciplinato dal codice civile. Tale contratto, ha trovato un inquadramento nel dettato dell'art. 1322 c.c., il quale dispone che : “*Le parti possono liberamente determinare il contenuto del contratto nei limiti imposti dalla legge. Le parti possono anche concludere contratti che non appartengono ai tipi aventi una disciplina particolare, purché siano diretti a realizzare interessi meritevoli di tutela secondo l'ordinamento giuridico*”. L' intento del contratto di sponsorizzazione è pertanto quello di consentire alla Pubblica Amministrazione di stipulare contratti di tale natura accordi di collaborazione, nonché convenzioni con soggetti privati o Associazioni senza fini di lucro costituite con atto notarile diretti a fornire consulenze o servizi aggiuntivi.

ART. 2 – Finalità

Le disposizioni del presente Regolamento sono finalizzate a definire una disciplina organica delle sopracitate forme contrattuali, al fine di assicurare l'accertamento dei requisiti di legittimità ai sensi della normativa vigente e nel pieno il rispetto dei principi di efficienza, trasparenza, buon andamento ed imparzialità che regolano l'operato della pubblica amministrazione.

ART. 3 – Definizioni

Ai fini del presente Regolamento si intende:

- per “**contratto di sponsorizzazione**”: un contratto mediante il quale una parte (*sponsor*) si obbliga a versare una somma di denaro od a fornire beni, prestare servizi od eseguire lavori a favore di un terzo (*sponsee*), che a sua volta si impegna, nell'ambito delle proprie iniziative destinate al pubblico, a diffondere il nome dello sponsor tramite prestazioni accessorie di veicolazione del marchio, del logo e di altri messaggi a favore dello sponsor;
- per “**sponsor**”: il soggetto che, al fine di incrementare la notorietà dei propri segni distintivi, corrisponde finanziamenti od altra utilità ad altro soggetto (*sponsee*), veicolatore a fini pubblicitari del segno distintivo dello sponsor;
- per “**sponsee**”: il soggetto sponsorizzato che rende una prestazione di mezzi, consistente nella divulgazione dei segni distintivi dello sponsor secondo le modalità del relativo contratto;

- per "accordo di collaborazione": contratto con il quale due o più soggetti, pubblici o privati, si accordano per svolgere in modo coordinato alcune attività, coadiuvandosi a vicenda, per il perseguimento di un interesse pubblico.

TITOLO II CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE, ACCORDI DI COLLABORAZIONE, CONVENZIONI

Art. 4 – Finalità dei contratti

1. In questi tipi di contratti, la funzione dell'ente pubblico, si sostanzia essenzialmente in un ruolo di tipo "passivo", in quanto agisce come *sponsee*, impegnandosi a veicolare il nome o il marchio di un altro soggetto. Pertanto, la stipula dei contratti oggetto del presente regolamento devono mirare esclusivamente a :

- a. favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa;
- b. assicurare una migliore qualità dei servizi istituzionali prestati
- c. realizzare maggiori economie

2. In particolare, i predetti contratti sono diretti a :

- a. recuperare risorse per l'Ente che consentano indirettamente di ottenere un miglioramento della qualità dei servizi e dell'attività del medesimo;
- b. migliorare gli standard di qualità e l'aggiunta di servizi da prestarsi attraverso la fornitura di consulenza specializzata, l'effettuazione di servizi e di lavori, la fornitura di beni ed attrezzature all'amministrazione comunale;
- c. supportare progetti innovativi e processi informativi/formativi qualificati promossi dall'Amministrazione comunale.

ART. 5 – Presupposti e oggetto dei contratti

1. L'utilizzazione delle forme contrattuali di cui trattasi è ammessa ove sussistano contemporaneamente le seguenti condizioni:

- a. il perseguimento di interessi pubblici;

- b. l'esclusione di forme di conflitto di interesse tra attività pubblica e privata;
- c. il conseguimento di risparmi di spesa;
- d. il rispetto delle prescrizioni di legge o di regolamenti.

2. Le stesse possono essere utilizzate per la realizzazione di iniziative in ambito culturale, sociale e sportivo, di attività di promozione del territorio, di valorizzazione del patrimonio comunale, dell'innovazione tecnologica e della formazione.

3. Il contratto di sponsorizzazione e l'accordo di collaborazione possono essere conclusi 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. Resta esclusa l'utilizzazione del contratto di sponsorizzazione e dell'accordo di collaborazione per l'affidamento della gestione di servizi comunali. Circa l'ambito oggettivo delle sponsorizzazioni, è necessario sottolineare che la sponsorizzazione va ricompresa a pieno titolo fra le ipotesi di pubblicità indiretta e cioè la pubblicità occulta o clandestina dal momento che *"...l'interesse del consumatore al prodotto pubblicizzato è sollecitato attraverso l'interesse di questi all'attività (sportiva, culturale o di altro genere) costituente veicolo del messaggio pubblicitario..."* (Cass. 10508/95). In relazione a ciò se ne deve concludere che possono formare oggetto di sponsorizzazione sia le semplici forniture sia i lavori pubblici. In merito a questa ultima ipotesi, si pone come riferimento principale la determinazione n. 24 dell'Autorità per la vigilanza sui lavori pubblici del 5 dicembre 2001, che precisa che possono costituire oggetto del contratto anche le attività di progettazione, direzione lavori, esecuzione e collaudo di opere pubbliche.

4. Ai sensi della L. 27/12/1997, n. 449, art. 43, comma 3, per le finalità di cui all'art. 4, comma 1, del presente Regolamento, possono essere inoltre stipulate convenzioni con soggetti pubblici e/o privati dirette a fornire ai medesimi, a titolo oneroso, consulenze o servizi aggiuntivi rispetto a quelli ordinari.

5. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione/accordi di collaborazione/convenzione quei soggetti che abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria con l'Amministrazione Comunale o che esercitino attività in conflitto di interesse con attività pubbliche.

6. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni/collaborazioni/convenzioni:

- a. in cui ci sia un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
- b. ci sia nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
- c. che sia inaccettabile per motivi di inopportunità generale.

1. 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.

7. Le modalità di associazione dei segni distintivi dei soggetti terzi devono presentare caratteri tali da essere coerenti con la natura dell'iniziativa e comunque non lesivi della dignità istituzionale dell'Ente.

ART. 6 - Modalità di scelta del contraente

1. La stipulazione delle soprarichiamate tipologie contrattuali può essere attivata:

- a. su iniziativa dell'Amministrazione Comunale;
- b. su iniziativa di soggetti privati.

2. Nell'ipotesi di cui al precedente comma 1 lettera b), il Dirigente della struttura organizzativa competente può procedere, a seguito di trattativa privata con il soggetto proponente, alla stipulazione del contratto di sponsorizzazione/accordo di collaborazione/convenzione, nel rispetto delle condizioni di cui al precedente art. 5 previa deliberazione di Giunta.

3. Nell'ipotesi, invece, di iniziativa dell'Amministrazione Comunale, il procedimento di scelta del contraente deve svolgersi nell'osservanza dei principi dell'evidenza pubblica. In particolare deve essere rispettata la seguente procedura:

- a. il Dirigente responsabile della struttura organizzativa dell'Ente interessata alla sottoscrizione di contratti di sponsorizzazione/accordi di collaborazione/convenzioni predispone ed approva, con propria determinazione, un apposito avviso, al quale deve dare preventiva ed ampia pubblicità mediante la pubblicazione dello stesso all'Albo Pretorio, sul sito internet e/o con altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per garantire maggior conoscenza e partecipazione;
- b. Tale avviso deve contenere almeno i seguenti elementi:

- descrizione delle attività/servizi/beni o interventi che s'intendono realizzare/acquisire tramite i predetti contratti;
- obblighi a carico dello *sponsor*/collaboratore;
- le clausole operative riguardanti le prestazioni a carico dello *sponsee* per la pubblicizzazione di segni distintivi dello sponsor;
- le modalità e i termini per la presentazione dell'offerta proposta;
- I criteri di valutazione delle offerte presentate (meramente a titolo esemplificato: componenti economiche della proposta, qualità tecnica ed estetica del prodotto finito, modalità di gestione dell'intervento, mezzi economici, umani e strumentali a disposizione);

- c. l'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve, di regola, indicare:
 - il bene, il servizio, l'attività o l'opera che si intende sponsorizzare o alla cui realizzazione si intende collaborare, oppure l'indicazione della somma offerta;
 - l'accettazione delle condizioni previste nell'avviso;
- d. per ogni iniziativa può essere prevista la sottoscrizione di più contratti di sponsorizzazione/contratti di collaborazione/convenzione;

- e. la valutazione delle offerte presentate nei termini e nei modi indicati nell'avviso è effettuata dal Dirigente responsabile della struttura competente nel rispetto dei criteri definiti nell'avviso medesimo.

ART. 7 – Stipulazione del contratto

1. Il Dirigente responsabile formalizza con propria determinazione la scelta del contraente e stipula con lo stesso un atto di natura contrattuale in forma scritta, nel quale sono specificati gli obblighi ed i diritti delle parti.

2. Il contratto deve prevedere clausole che in nessun caso pregiudichino o condizionino l'attività dell'amministrazione.

3. In particolare il contratto deve contenere:

- a. denominazione del contraente;
- b. oggetto e finalità;
- c. gli obblighi assunti rispettivamente dall'Ente e dal soggetto contraente, nonché le relative sanzioni in caso di eventuale inadempimento (clausola di tutela);
- d. il diritto del contraente all'utilizzazione degli spazi e degli altri strumenti di veicolazione concessi dall'Ente, nonché le modalità ed i limiti di esercizio dello stesso;
- e. la durata del contratto, nonché l'eventuale possibilità di proroga o rinnovo dello stesso;
- f. la determinazione del corrispettivo della sponsorizzazione/collaborazione/convenzione; nel caso di operazioni permutative, il controvalore monetario di tali
- g. operazioni;
- h. le eventuali garanzie richieste;
- i. le verifiche contrattuali e le relative responsabilità;
- j. la facoltà dell'ente di recedere unilateralmente per sopravvenuti
- k. motivi di interesse pubblico ai sensi dell'art. 11 della L. n.
- l. 241/1990, e ss.mm.ii.;
- m. disposizioni in materia di eventuali controversie e delle spese contrattuali.

4. La stipulazione del contratto sostituisce qualunque atto, concessione, comunicazione, autorizzazione o nulla osta di competenza del Comune, richiesti per l'installazione su suolo pubblico di cartelli pubblicitari e per la diffusione delle comunicazioni da pubblicizzare.

ART. 8 – Diritto di rifiuto

1. L'Amministrazione Comunale si riserva la facoltà di rifiutare qualsiasi proposta di sponsorizzazione/collaborazione/convenzione qualora ritenga che non siano presenti le condizioni di cui ai precedenti articoli.

2. L'Amministrazione si riserva di rifiutare, qualsiasi sponsorizzazione/collaborazione qualora :

- possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
- ci sia nel messaggio pubblicitario, un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
- sia inaccettabile la proposta per motivi di inopportunità generale.

TITOLO III DISPOSIZIONI CONCLUSIVE

ART. 9 - Aspetti fiscali

1. Le prestazioni oggetto dei contratti di sponsorizzazione/accordi di collaborazione/convenzioni disciplinate dal presente regolamento sono assoggettate alle vigenti disposizioni in materia fiscale. Il valore della fatturazione per la "sponsorizzazione" può coincidere con l'intero stanziamento previsto in bilancio per la specifica iniziativa 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 comma 1.

()

2. Trovano, altresì, applicazione le norme sui tributi locali, alla cui applicazione il presente Regolamento, fa rinvio, salvo motivata deroga in relazione alla natura della prestazione resa a favore del Comune e del concreto vantaggio per l'Amministrazione comunale stessa, nell'ambito della definizione delle intese con lo sponsor per quanto concerne il canone per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche e l'imposta di pubblicità.

ART. 10 - Verifiche e controlli

1. 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.

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.11 – Riserva Organizzativa

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

ART. 12 – 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 ai sensi del D.Lgs 196/2003.

3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune, in persona del suo 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 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 regolamento.

L'art. 17 del D.lgs. 507/1993 e succ. mod. prevede che:

Sono esenti dall'imposta:

a) la pubblicità realizzata all'interno dei locali adibiti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi, quando si riferisca all'attività negli stessi esercitata, nonché i mezzi pubblicitari, ad eccezione delle insegne, esposti nelle vetrine e sulle pareti di ingresso dei locali medesimi purchè siano attinenti all'attività in essi esercitata e non superino, nel loro insieme, la superficie complessiva di mezzo metro quadrato per ciascuna vetrina o ingresso;

b) gli avvisi al pubblico esposti nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei locali, o in mancanza nelle immediate adiacenze del punto di vendita, relativi all'attività svolta, nonché quelli riguardanti la localizzazione e l'utilizzazione dei servizi di pubblica utilità, che non superino la superficie di mezzo metro quadrato e quelli riguardanti la locazione o la compravendita degli immobili sui quali sono affissi, di superficie non superiore ad un quarto di metro quadrato;

c) la pubblicità comunque effettuata all'interno, sulle facciate esterne o sulle recinzioni dei locali di pubblico spettacolo qualora si riferisca alle rappresentazioni in programmazione;

d) la pubblicità, escluse le insegne, relativa ai giornali ed alle pubblicazioni periodiche, se esposta sulle sole facciate esterne delle edicole o nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei negozi ove si effettua la vendita;

e) la pubblicità esposta all'interno delle stazioni dei servizi di trasporto pubblico di ogni genere inerente l'attività esercitata dall'impresa di trasporto, nonché le tabelle esposte all'esterno delle stazioni stesse o lungo l'itinerario di viaggio, per la parte in cui contengano informazioni relative alle modalità di effettuazione del servizio;

f) la pubblicità esposta all'interno delle vetture ferroviarie, degli aerei e delle navi, ad eccezione dei battelli di cui all'art. 13;

g) la pubblicità comunque effettuata in via esclusiva dallo Stato e dagli enti pubblici territoriali;

h) le insegne, le targhe e simili apposte per l'individuazione delle sedi di comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non persegua scopo di lucro;

i) le insegne, le targhe e simili la cui esposizione sia obbligatoria per disposizione di legge o di regolamento sempre che le dimensioni del mezzo usato, qualora non espressamente stabilite, non superino il mezzo metro quadrato di superficie.

1-bis. L'imposta non è dovuta per le insegne di esercizio di attività commerciali e di produzione di beni o servizi che contraddistinguono la sede ove si svolge l'attività cui si riferiscono, di superficie complessiva fino a 5 metri quadrati. I comuni, con regolamento adottato ai sensi dell'articolo 52 del decreto legislativo 15 dicembre 1997, n. 446, possono prevedere l'esenzione dal pagamento dell'imposta per le insegne di esercizio anche di superficie complessiva superiore al limite di cui al periodo precedente.

19 L'art. 16 del D.Lgs. 507/1993 prevede che:

La tariffa dell'imposta è ridotta alla metà:

- a) per la pubblicità effettuata da comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non abbia scopo di lucro;
- b) per la pubblicità relativa a manifestazioni politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate, con il patrocinio o la partecipazione degli enti pubblici territoriali;
- c) per la pubblicità relativa a festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti e di beneficenza.

Il presente verbale viene letto, approvato e sottoscritto

IL PRESIDENTE DEL CONSIGLIO
Dott.ssa Bernadette Giovinazzo

IL SEGRETARIO GENERALE
Dott.ssa Antonia CRIACO

Espressione PARERI ai sensi dell'art.49 del D.Lgs n. 267 del 18/8/2000

REGOLARITÀ TECNICA	REGOLARITÀ CONTABILE
SETTORE COMUNICAZIONE, PROMOZIONE CULTURALE, SERVIZI SOCIALI, AMBIENTE Si esprime parere favorevole in ordine alla regolarità tecnica. Il Responsabile del Settore Pasquale DE PIETRO	SETTORE FINANZIARIO Si esprime parere favorevole in ordine alla regolarità contabile Il Responsabile del Settore Dott. Giuseppe CROCITTI

Della suesata deliberazione viene iniziata la pubblicazione il giorno 08-4-19 e vi rimarrà per 15 gg. consecutivi.

Il Messo Comunale

CERTIFICAZIONE DI ESECUTIVITÀ

IL SOTTOSCRITTO RESPONSABILE DEL SETTORE AMMINISTRATIVO
VISTI GLI ATTI D'UFFICIO

ATTESTA

CHE la presente deliberazione

A è stata affissa all'Albo Pretorio del Comune come da attestazione che precede;

B è divenuta esecutiva il giorno 19-4-2019

B1 perché è stata dichiarata immediatamente eseguibile (art.134 4° comma - D. Lgs del 18/8/2000 N.267)

B2 perché decorsi 10 giorni dalla pubblicazione (art. 134 3° comma - D. Lgs del 18/8/2000 N.267)

per le attestazioni di cui alle lettere A-B-B2

Dalla Residenza Comunale 29-4-2019

IL RESPONSABILE DEL SETTORE AMMINISTRATIVO
Angela Giovinazzo