



COMUNE DI APRILIA

(Provincia di Latina)

COPIA DI DELIBERAZIONE DEL CONSIGLIO COMUNALE N. 22 SEDUTA PUBBLICA DEL 04 APRILE 2013

OGGETTO: Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni

PRESIDENZA: Presidente Bruno Di Marcantonio

L'anno duemilatredecim, il giorno quattro del mese di aprile alle ore 17,00 e segg. nel Palazzo Comunale si è adunato il Consiglio Comunale in seduta pubblica ordinaria convocato previa trasmissione degli inviti giusta prot. n. 30412 del 29.03.2013, come da relate del Messo Comunale inserite in atti, per l'esame degli argomenti iscritti all'ordine dei lavori e indicati nei medesimi inviti.

Partecipa alla seduta il Segretario Generale Dott.ssa Elena Palumbo.

Partecipano alla seduta, ai sensi dell'art. 25 del regolamento per l'organizzazione ed il funzionamento del Consiglio Comunale, gli Assessori Comunali.

Il Presidente dispone che si proceda all'appello dei Consiglieri per la verifica del numero degli intervenuti.

Eseguito l'appello nominale risultano:

	P	A		P	A
Marchitti Vittorio	X		Di Carlo Maria	X	
Iulian Mariana		X	Renzi Patricia	X	
Tumeo Salvatore	X		Zanlucchi Angelo	X	
Guida Mario	X		Bencivenni Ilaria	X	
Galafate Daniele	X		Boi Roberto		X
De Angelis Enrico	X		Romualdi Nello		X
Alfano Gennaro	X		Terzo Carmelo Antonio		X
Gabriele Franco	X		Telesca Michelino	X	
Sorbera Luca	X		Nardin Giorgio		X
Davi Luca	X		Izzo Giustino		X
Di Marcantonio Bruno	X		Chiocca Vincenzo		X
Petito Giuseppe	X		Longobardi Alfonso		X
D'Alessandro Alessandro	X		Giovannini Vincenzo	X	
Forconi Mario		X	Consolandi Dario	X	
Villano Gaetano	X		Federici Carlo		X
				20	10

Il Presidente, constatato che il numero degli intervenuti è sufficiente per la validità della seduta, dichiara aperta l'adunanza.

OGGETTO: REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

All'inizio della seduta risultano presenti n. 20 Consiglieri Comunali;

Risultano assenti i Consiglieri Iulian Mariana, Forconi Mario, Boi Roberto, Romualdi Nello, Terzo Carmelo Antonio, Nardin Giorgio, Izzo Giustino, Chiocca Vincenzo, Longobardi Alfonso, Federici Carlo.

Risultano, altresì, presenti gli Assessori tutti.

Il Presidente del Consiglio Comunale, Bruno Di Marcantonio, cede la parola all'Assessore agli Affari Generali, Luigi Bonadonna, il quale presenta il punto all'ordine del giorno;

Di poi

IL CONSIGLIO COMUNALE

Premesso che il Comune di Aprilia non è dotato di un Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni;

Considerato che il suddetto Regolamento si ritiene utile per questa Amministrazione in quanto disciplina le procedure di sponsorizzazione e la conseguente scelta dello sponsor per gli eventi culturali, sportivi, sociali e ricreativi del Comune di Aprilia, nonché i criteri di ammissibilità delle sponsorizzazioni, il contratto di sponsorizzazione e l'utilizzazione dei risparmi;

Considerato, altresì, che in data 23 ottobre 2012 la Commissione Affari Generali ed Istituzionali ha espresso parere favorevole per l'adozione del suddetto Regolamento;

Preso atto dell'approvazione del Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni nel corso delle sedute di Concertazione con le Organizzazioni Sindacali tenutesi in data 07 marzo 2013 e 19 marzo 2013;

Visto l'art. 42 del TUEL, approvato con D.Lgs. 267/2000;

Visto lo Statuto Comunale;

Visto il parere espresso ai sensi e per gli effetti dell'art. 49, comma 1 del TUEL, approvato con il D.Lgs. 267/2000, per l'atto di che trattasi in ordine alla regolarità tecnica;

Il testo integrale del dibattito, della discussione, degli interventi, di tutti i Consiglieri, così come da stenotipia, viene inserito nell'originale del presente verbale.

Prima della votazione escono i Consiglieri Comunali Galafate Daniele, Davi Luca, Giovannini Vincenzo.

Presenti n. 17 Consiglieri Comunali.

Di poi il Presidente del Consiglio Comunale Bruno Di Marcantonio pone a votazione il punto all'ordine del giorno.

La votazione avviene per appello nominale e dà il seguente risultato:

Consiglieri Comunali presenti n.17;

Consiglieri Comunali votanti n. 17;

Consiglieri Comunali favorevoli n. 17;

Consiglieri Comunali contrari n. 0;

Consiglieri Comunali astenuti n. 0.

Visto l'esito della votazione,

D E L I B E R A

- 1) **Di richiamare** interamente e fare proprio quanto espresso in premessa;
- 2) **Di approvare** il Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni; composto da n. 16 articoli ed allegato alla presente Deliberazione, che ne costituisce parte integrante e sostanziale, il quale regola le procedure di sponsorizzazione e la conseguente scelta dello sponsor per gli eventi culturali, sportivi, sociali e ricreativi organizzati dal Comune di Aprilia.

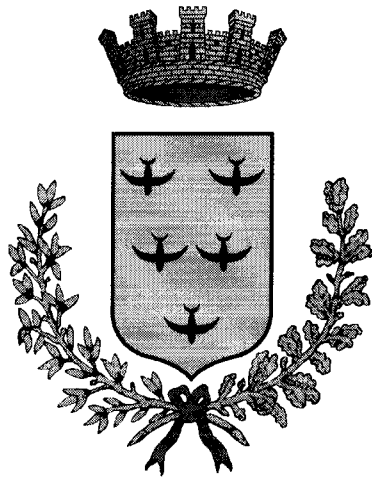
Indi in prosieguo

IL CONSIGLIO COMUNALE

Ravvisata la necessità di dichiarare la presente deliberazione immediatamente eseguibile con successiva votazione resa all'unanimità ed espressa per alzata di mano.

DELIBERA

di dichiarare il presente provvedimento immediatamente eseguibile ai sensi e per gli effetti dell'art. 134 - 4° comma del D. Lgs. n. 267/2000.



Città di Aprilia

Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni

(Approvato con deliberazione di Consiglio Comunale n. 22 del 04.04.2013)



Sommario	
Articolo 1.....	pag. 3
Oggetto e finalità	
Articolo 2.....	pag. 3
Definizioni	
Articolo 3.....	pag. 4
Procedure di selezione dello Sponsor	
Articolo 4.....	pag. 6
Esclusioni	
Articolo 5.....	pag. 6
Utilizzazione dei risparmi	
Articolo 6.....	pag. 6
Criteri di ammissibilità delle sponsorizzazioni	
Articolo 7.....	pag. 7
Contratto di sponsorizzazione	
Articolo 8.....	pag. 8
Versamento dei proventi delle sponsorizzazioni	
Articolo 9.....	pag. 8
Aspetti fiscali	
Articolo 10.....	pag. 8
Verifiche e controlli	
Articolo 11.....	pag. 8
Controversie	
Articolo 12.....	pag. 9
Ulteriori criteri generali	
Articolo 13.....	pag. 9
Oneri vari	
Articolo 14.....	pag. 9
Contrattazione decentrata	
Articolo 15.....	pag. 9
Orario di lavoro	
Articolo 16.....	pag. 9
Entrata in vigore	



**Regolamento per la disciplina e la
gestione delle sponsorizzazioni**

Articolo 1

Oggetto e finalità

1. Per il perseguimento di finalità di pubblico interesse e nell'osservanza dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza che regolano l'operato della Pubblica Amministrazione, il presente regolamento disciplina in conformità alle disposizioni contenute nell'art. 119 del d.lgs. 18.8.2000, n. 267, nell'art. 43 della legge 23.12.1997, n. 449, nell'art. 26 del d.lgs. 12 aprile 2006, n. 163, nell'art. 2, comma 7, del decreto-legge 31 marzo 2011, n. 34, convertito con modificazioni dalla legge 26 maggio 2011, n. 75 e delle vigenti disposizioni in materia di contratti, i presupposti, le condizioni, nonché la procedura di sponsorizzazione e la conseguente scelta dello sponsor in materia di eventi culturali, sportivi, sociali, ricreativi e altro, nel campo dei lavori, forniture e servizi promossi dal Comune di Aprilia.
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali offerti al cittadino.
3. Le iniziative di sponsorizzazione possono essere anche intersettoriali.
4. I contratti che riguardano le sponsorizzazioni devono essere diretti al perseguimento di interessi pubblici, devono escludere qualsiasi conflitto di interesse tra attività pubblica e attività privata e devono comportare risparmi di spesa per la pubblica Amministrazione.

Articolo 2

Definizioni

1. Ai fini del presente Regolamento si intende:
 - a) per "Contratto di Sponsorizzazione" (di seguito per brevità denominato "Contratto"), un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale l'Amministrazione comunale "*Sponsee*", offre nell'ambito di proprie iniziative culturali, sportive, sociali, ricreative ed altro, ad un terzo soggetto "*Sponsor*", la possibilità di pubblicizzare in appositi e predeterminati spazi, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, i servizi e simili nei modi previsti dal Contratto, con l'obbligo di questi di pagare un determinato corrispettivo in denaro o di fornire una determinata prestazione, diretta o indiretta, a titolo gratuito;
 - b) per "Sponsorizzazione", ogni corrispettivo in denaro, ovvero ogni prestazione (in beni materiali c/o in servizi o lavori), diretta o indiretta, proveniente da terzi che si prefiggono lo scopo di promuovere il proprio nome, marchio, attività o i propri prodotti, servizi e simili, ovvero da ciò conseguire un beneficio dal punto di vista del ritorno d'immagine;
 - c) per "Sponsor", ai sensi dell'art. 119 del d.lgs. 18.8.2000, n. 267, il soggetto privato (persona fisica o giuridica), l'Associazione senza fini di lucro o il soggetto pubblico che intenda stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;
 - d) per "Spazio pubblicitario", lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune per la pubblicità dello "*Sponsor*".



Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni

2. Dal contratto di sponsorizzazione deve conseguire un corrispettivo in denaro, ovvero un risparmio di spesa nella realizzazione di un'iniziativa di pubblico interesse o nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati al dirigente o responsabile del servizio.
3. La Giunta comunale può formulare indirizzi specifici al dirigente o al responsabile del servizio per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base al presente Regolamento.
4. L'Amministrazione comunale può comunque acquisire beni e servizi a titolo gratuito, ancorché non specificatamente previsti nei capitoli di spesa ordinari destinati a tali scopi.
5. Nei casi di cui al comma 4 del presente articolo, non si dà luogo alla ripartizione dei proventi di cui al successivo art. 5.

Articolo 3 Procedure di selezione dello Sponsor

1. Fermo restando quanto previsto nell'art. 26 del d.lgs. 12 aprile 2006, n. 163, nell'art. 2, comma 7, del decreto-legge 31 marzo 2011, n. 34, convertito con modificazioni dalla legge 26 maggio 2011, n. 75, la ricerca dello sponsor per il finanziamento di eventi è effettuata dall'Amministrazione secondo la procedura negoziata della trattativa privata.
2. La trattativa privata è di norma preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso all'Albo Pretorio on-line o, comunque, da adeguate forme di pubblicità atte a garantire la massima partecipazione dei soggetti interessati.
3. L'avviso, di cui al precedente comma 2, richiede di massima:
 - a) l'indicazione dell'attività, progetto o iniziativa oggetto di sponsorizzazione;
 - b) l'esatta determinazione dello spazio pubblicitario utilizzabile e la durata della pubblicità;
 - c) le modalità e i termini per la presentazione dell'offerta;
 - d) l'importo minimo richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
 - e) ulteriori elementi ritenuti necessari per l'esito positivo dell'iniziativa.
4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve indicare quantomeno:
 - a) l'attività, il progetto o l'iniziativa che si intende pubblicizzare;
 - b) il corrispettivo della sponsorizzazione.
5. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti dichiarazioni, redatte ai sensi della vigente normativa, e sottoscritte da soggetto munito dei relativi poteri di rappresentanza.
 - ⇒ Per i soggetti privati (persone fisiche e giuridiche):
 - a) l'inesistenza delle condizioni di incapacità a contrattare con la Pubblica Amministrazione e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole e/o limitativa della capacità a contrattare;
 - b) l'inesistenza di impedimenti derivanti da misure cautelari antimafia;
 - c) l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprenditore);
 - d) l'inesistenza di una delle cause di esclusione di cui al successivo articolo 4.
 - ⇒ Per i soggetti pubblici:
 - a) il nominativo del legale rappresentante o di colui che è stato investito di detto potere.



Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni

6. L'offerta deve contenere l'impegno di responsabilità per gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.
7. I soggetti proponenti, sia pubblici che privati, devono documentare la rispondenza della loro attività ai requisiti e criteri di cui all'art. 6 del presente Regolamento.
8. Al termine della fase istruttoria, l'offerta di sponsorizzazione è approvata con determinazione dirigenziale del Settore competente per materia.
9. Esaurita la fase di selezione secondo i criteri elencati negli articoli precedenti, ove siano pervenute più offerte, viene approvata con atto dirigenziale la graduatoria per ognuna delle iniziative per le quali è prevista la sponsorizzazione.
10. La graduatoria è formata in ragione della maggiore utilità economica per il Comune, o sulla base del punteggio complessivo attribuito in ragione dei criteri economici - qualitativi fissati nell'avviso: valore economico, convenienza dell'Amministrazione ad acquisire lo sponsor nella propria disponibilità, fiducia ed immagine dello sponsor per gli effetti di ritorno della pubblicizzazione dell'evento, eventuali servizi aggiuntivi e simili.
11. Ove pervenga all'Amministrazione una proposta di sponsorizzazione relativamente ad un determinato evento, l'Amministrazione stessa valutandone l'opportunità e la conformità al presente Regolamento, predispone apposito avviso pubblicandolo sul sito istituzionale dell'ente e richiedendo un importo minimo, quale corrispettivo della sponsorizzazione, equivalente a quello offerto dal soggetto proponente.
12. L'avviso pubblico di cui al precedente comma 11, manifesta l'intento dell'Amministrazione di procedere al reperimento di sponsorizzazioni finalizzate al finanziamento dell'evento. Alla scadenza del termine fissato nel citato avviso, l'Amministrazione procederà alla individuazione dell'aggiudicatario sulla base dei criteri di cui al precedente comma 10.
13. Ai fini dell'aggiudicazione il promotore originario della sponsorizzazione potrà adeguare la propria proposta a quella giudicata dall'Amministrazione più conveniente. In tal caso l'Amministrazione può procedere all'aggiudicazione direttamente nei confronti del promotore originario.
14. Per le proposte di sponsorizzazioni riconducibili a lavori, forniture e servizi di importi inferiori i ad € 40.000,00 (euro quarantamila/00), l'affidamento può avvenire direttamente con determinazione dirigenziale, previa istruttoria che accerti la conformità alle finalità indicate al comma 3 del precedente art. 1, nonché la rispondenza ai criteri di cui all'art. 6 del presente Regolamento.
15. Per iniziative di sponsorizzazioni che comprendano come controprestazione dell'ente anche la concessione di particolari servizi e/o il trasferimento di immobili, il contratto di sponsorizzazione potrà lo stesso essere attivato comprendendo la concessione di servizi con flussi di cassa e/o il trasferimento di immobili purché ricorrano i presupposti di efficacia, economicità ed efficienza a vantaggio dell'amministrazione comunale, valutati e motivati dal dirigente responsabile, ai sensi dell'art. 43, comma 2, della legge n.449/1997.



Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni

**Articolo 4
Esclusioni**

1. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione i soggetti che abbiano in atto controversie legali con l'Amministrazione comunale, ovvero che esercitano attività in situazioni di conflitto di interesse con l'attività pubblica.

**Articolo 5
Utilizzazione dei risparmi**

1. In relazione ai suddetti processi le economie effettivamente realizzate ai fini del miglioramento dei saldi di finanza pubblica, saranno utilizzate annualmente, nell'importo del 50 per cento come economia di bilancio e il restante 50%, per la contrattazione integrativa sia del personale dipendente che della dirigenza.

2. Si demanda alle contrattazioni decentrate di categoria le specifiche percentuali di riparto.

3. Di questo 50% la metà sarà destinato ad alimentare il fondo per la performance individuale dei dipendenti che hanno partecipato all'iniziativa.

**Articolo 6
Criteri di ammissibilità delle sponsorizzazioni**

1. L'Amministrazione Comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di dichiarare inammissibile la proposta di sponsorizzazione qualora ravvisi:

- a) che sussista un conflitto di interesse fra l'attività pubblica e quella privata;
- b) che dal messaggio pubblicitario possa derivare un pregiudizio e/o un danno alla propria immagine, ovvero alle iniziative e/o attività che la stessa pubblica Amministrazione ha inteso intraprendere;
- c) a seguito di segnalazione avanzata da cittadini o da altri organi interni dell'Amministrazione Comunale, ovvero da chi ne abbia interesse, che sia opportuno effettuare ulteriori verifiche sulla sussistenza o meno del rispetto dei criteri di cui al presente articolo.

2. Sono in ogni caso inammissibili le proposte di sponsorizzazione aventi ad oggetto:

- a) la pubblicità, anche in forma indiretta, vietata in tutto o in parte dalla normativa vigente;
- b) la propaganda da parte di partiti politici o altre forze istituzionalmente rappresentate;
- c) la diffusione di messaggi offensivi, inclusi quelli contenenti espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

3. Sono dichiarate inammissibili le proposte di sponsorizzazione dei soggetti che nello svolgimento della propria attività non rispettano i principi definiti dalla "Risoluzione 2003/16 della Sottocommissione delle Nazioni Unite sulla Promozione e Protezione dei Diritti Umani" del 13 Agosto 2003, e dalla normativa internazionale e nazionale vigente, con particolare riferimento:

- al rispetto del diritto di pari opportunità e al trattamento non discriminatorio nei confronti delle donne, delle popolazioni indigene e delle minoranze etniche;
- al rispetto del diritto alla sicurezza e alla salute delle persone;



Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni

- al rispetto dei diritti dei lavoratori;
 - al rispetto degli assetti istituzionali; delle norme giuridiche e delle prassi amministrative, anche consuetudinarie e degli interessi pubblici; delle politiche sociali, economiche e culturali, della trasparenza e correttezza, dei comportamenti imprenditoriali, con particolare riferimento al divieto di pratiche corruttive delle autorità pubbliche degli Stati in cui i predetti soggetti operano;
 - al rispetto degli obblighi riguardanti la tutela dei consumatori (specie in relazione alla qualità e sicurezza dei prodotti, alla trasparenza delle etichette e dei prezzi, alla pubblicità ingannevole, alle politiche di *dumping*, all'impiego di prodotti e processi basati su mutazioni genetiche non sicure in base alla normativa vigente);
 - al rispetto degli obblighi riguardanti la protezione dell'ambiente (specie in relazione ai danni o minacce alla biodiversità, a processi industriali causa di effetto serra e distruzione della fascia di ozono, alla distruzione di risorse naturali, alle attività che comportano inquinamenti chimici).
4. Sono altresì dichiarate inammissibili le proposte di sponsorizzazione delle imprese che:
- svolgono attività di produzione, commercializzazione, finanziamento e intermediazione di armi di qualunque tipo, ovvero imprese che siano state fornitrici o sostenitrici di eventi bellici;
 - risultino che siano, ovvero abbiano finanziato l'export di armi come da relazione annuale del Ministero dell'Economia e delle Finanze prevista dalla legge 185/1990;
 - hanno realizzato illegittime riduzioni collettive di personale.
5. L'accertamento del mancato rispetto dei suddetti criteri potrà avvenire anche sulla base di atti amministrativi e/o giudiziari richiesti dall'Amministrazione Comunale alle Autorità nazionali o internazionali.

Articolo 7

Contratto di sponsorizzazione

1. Il ricorso da parte dell'Amministrazione a forme di sponsorizzazione per attività, interventi o progetti culturali, sociali, ricreativi, sportivi e altro, ad attività di promozione o di valorizzazione del patrimonio dell'Amministrazione Comunale, deve essere formalizzato con apposito atto scritto di natura contrattuale, nel quale possono essere indicati di norma:
- a) l'oggetto e la finalità del contratto di sponsorizzazione;
 - b) il diritto dello Sponsor alla utilizzazione in esclusiva, ovvero senza esclusiva, dello spazio pubblicitario individuato ed assegnato dall'Amministrazione, nel corso degli eventi culturali, sociali, ricreativi, sportivi ed altro, per i quali sia prevista la sponsorizzazione;
 - c) le modalità di promozione, comunicazione e pubblicità, i limiti dello sfruttamento dell'immagine a fini pubblicitari di eventuali diritti di esclusiva, di eventuali benefit, di modalità di utilizzazione del marchio e di presenza del logo dello sponsor sul materiale di propaganda e di pubblicità;
 - d) l'individuazione della platea, ossia del pubblico di riferimento per la pubblicizzazione da parte dello Sponsor degli elementi caratteristici dello sponsor stesso;
 - e) la durata del contratto di sponsorizzazione (se il contratto non riguarda un singolo evento o manifestazione ma si riferisce ad un'attività del soggetto sponsorizzato, continuata nel tempo, il contratto deve essere qualificato "di durata" ed in particolare come contratto ad esecuzione continuata);
 - f) gli obblighi assunti rispettivamente dallo Sponsor e dall'Amministrazione e le relative sanzioni in caso di inadempimento;
 - g) la specificazione degli elementi caratteristici veicolati dall'Amministrazione;



Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni

- h) il corrispettivo della sponsorizzazione;
- i) le modalità procedurali, le eventuali garanzie richieste (fideiussione bancaria, polizza assicurativa) e le relative responsabilità;
- j) le indicazioni in materia di eventuali controversie, di spese contrattuali e facoltà di recesso.

2. Le clausole contrattuali in nessun caso possono pregiudicare o condizionare l'attività dell'Amministrazione Comunale.

Articolo 8 Versamento dei proventi delle sponsorizzazioni

1. Ad eccezione dei casi di cui al comma 2 del presente articolo e salvo diverso accordo tra le parti, il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione deve essere eseguito presso la Tesoreria Comunale, nella misura di norma del 30% al momento della sottoscrizione del contratto e del restante 70% il giorno in cui ha inizio l'evento.

2. A garanzia del corrispettivo concordato per la sponsorizzazione, al momento della sottoscrizione del contratto e quale condizione essenziale per procedere alla stipula dello stesso, allo Sponsor potrà essere richiesta una garanzia fidejussoria in favore dell'Amministrazione Comunale.

Articolo 9 Aspetti fiscali

1. In merito agli aspetti fiscali si rimanda alle vigenti disposizioni di legge inerenti la specifica fattispecie delle sponsorizzazioni.

Articolo 10 Verifiche e controlli

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a verifiche da parte dell'Amministrazione Comunale, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti.

2. In caso di difformità emerse in sede di verifica, le stesse sono tempestivamente notificate allo Sponsor. La notifica, e la eventuale diffida, produce gli effetti previsti nel relativo contratto di sponsorizzazione.

Articolo 11 Controversie

1. Per le eventuali controversie che potrebbero insorgere sull'interpretazione, esecuzione o risoluzione del contratto, è competente il Tribunale di Latina.

Articolo 12

Ulteriori criteri generali

1. Ulteriori criteri generali per la gestione delle sponsorizzazioni potranno essere oggetto di contrattazione nell'ambito delle risorse decentrate variabili dei contratti collettivi decentrati integrativi.
2. I criteri generali che possono essere determinati ai sensi del precedente comma 1, avranno valore triennale e potranno essere determinati a partire dalla prossima contrattazione decentrata integrativa.

Articolo 13

Oneri vari

1. Gli oneri fiscali, previdenziali ed assicurativi sulle quote di incentivo erogate ai sensi del presente Regolamento, sono conteggiati al lordo degli oneri previdenziali e fiscali.
2. L'IRAP in quanto onere diretto del datore di lavoro è a carico dell'Ente.

Articolo 14

Contrattazione decentrata

1. Gli importi economici ipotizzati per l'attività di cui trattasi, saranno oggetto di contrattazione nell'ambito delle risorse decentrate variabili ed eventuali dei contratti collettivi decentrati integrativi.

Articolo 15

Orario di lavoro

1. Le attività inerenti la sponsorizzazione possono essere realizzate *intra* orario o in *plus orario*, secondo una corretta e preventiva pianificazione del lavoro, che individua l'oggetto, la procedura amministrativa, tecnica e contabile da osservare, nonché i soggetti interessati all'iniziativa di cui trattasi.

Articolo 16

Entrata in vigore

1. Il presente Regolamento è esecutivo decorsi 15 giorni dalla sua pubblicazione all'Albo Pretorio on-line.

Firma per i pareri espressi ai sensi dell'art.49 – comma 1 – TUEL 18.08.2000 n.267:

Regolarità tecnica
f.to Dott. Rocco Giannini

Regolarità contabile

Letto e sottoscritto come segue:

IL PRESIDENTE
f.to Sig. Bruno DI MARCANTONIO

IL SEGRETARIO GENERALE
f.to Dott. ssa Elena PALUMBO

CERTIFICATO DI PUBBLICAZIONE

Copia della presente deliberazione è stata pubblicata all'Albo Pretorio di questo Comune in data odierna e vi rimarrà per 15 gg. consecutivi.

Aprilia li, 21 MAG. 2013

IL SEGRETARIO GENERALE
f.to Dott. ssa Elena PALUMBO

Copia conforme all'originale per uso amministrativo,

Aprilia li, 21 MAG. 2013



IL FUNZIONARIO INCARICATO

La stessa deliberazione:

È resa immediatamente eseguibile ai sensi dell'art. 134, comma 4 del D. Lgs. 18 agosto 2000 n. 267

Aprilia, li, 21 MAG. 2013

IL SEGRETARIO GENERALE
f.to Dott. ssa Elena PALUMBO

Divenuta esecutiva per il termine decorso di dieci giorni, ai sensi dell'art. 134, comma 3 del D. Lgs. 18 agosto 2000 n. 267

Aprilia, li,

IL SEGRETARIO GENERALE
f.to Dott. ssa Elena PALUMBO