



COMUNE DI ANCONA

## ATTO DELLA GIUNTA

DEL 24/07/2025 N.618

**Oggetto: CITYBRANDING PER LA CITTÀ DI ANCONA – APPROVAZIONE DEL “MANIFESTO VALORIALE DELLA CITTÀ DI ANCONA” PER LA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE, VALORIZZAZIONE DELL’IDENTITÀ TERRITORIALE, PROMOZIONE DEI SERVIZI, DELLE ECCELLENZE E DEL POSIZIONAMENTO NAZIONALE E INTERNAZIONALE DELLA CITTÀ.**

L’anno 2025, il giorno ventiquattro del mese di Luglio, alle ore 15:00, nella sede del Comune, in seguito a convocazione, si è riunita la Giunta nelle persone dei Signori:

<b>Qualifica</b>	<b>Nome</b>	<b>Presenza</b>
Sindaco	SILVETTI DANIELE	Assente
Assessore	ZINNI GIOVANNI	Presente
Assessore	ANDREOLI ANTONELLA	Presente
Assessore	BATTINO MARCO	Presente
Assessore	BERARDINELLI DANIELE	Presente
Assessore	CAUCCI MANUELA	Assente
Assessore	ELIANTONIO ANGELO	Presente
Assessore	LATINI ORLANDA	Presente
Assessore	PARAVENTI MARTA	Presente
Assessore	TOMBOLINI STEFANO	Assente

Partecipa il il Segretario Generale, Montaccini Giovanni.

Constatato il numero legale degli intervenuti, assume la presidenza il Vice Sindaco, Zinni Giovanni ed invita  
Deliberazione n. 618 del 24/07/2025

la Giunta Comunale all'esame dell'oggetto su riferito.



## LA GIUNTA

Visto il documento istruttorio redatto dal Servizio Cultura e Turismo che di seguito si riporta:

**PREMESSO CHE:**

*il Comune di Ancona intende sviluppare e consolidare una strategia integrata di comunicazione e promozione territoriale volta a definire e valorizzare l'identità della città, in un'ottica di posizionamento competitivo nel panorama nazionale e internazionale, avviando un processo di valorizzazione dell'identità urbana attraverso la realizzazione di un progetto di Citybranding;*

*l'attività di citybranding si configura come un processo strategico per attribuire alla città un'immagine riconoscibile, distintiva e coerente, capace di attrarre investimenti, risorse economiche, turistiche e umane;*

*Ancona, grazie alla sua collocazione geografica, al patrimonio storico, artistico, culturale e paesaggistico, rappresenta una realtà urbana con elevate potenzialità, ancora in parte da svelare, e meritevole di un rilancio attraverso una comunicazione unitaria, efficace e contemporanea;*

*la promozione della città deve avvenire attraverso una narrazione autentica e condivisa, che metta in rete le politiche pubbliche e gli attori del territorio: istituzioni, enti, realtà economiche e commerciali, università, imprese, cittadini e stakeholder, interlocuzioni peraltro in parte già avviate nell'annualità 2025.*

**CONSIDERATO CHE:**

- *è volontà dell'Amministrazione Comunale adottare un concorso di progettazione di servizi in due fasi, per la realizzazione di un nuovo sistema di identità visiva e narrativa della città, che rappresenti l'anima di Ancona e favorisca il senso di appartenenza, l'attrattività esterna e la coesione sociale, raccogliendo proposte creative utili a guidare la costruzione del nuovo sistema di comunicazione della città;*
- *la strategia di comunicazione dovrà essere orientata ai principi della sostenibilità ambientale, sociale ed economica, promuovendo un modello di sviluppo urbano partecipato e responsabile e soprattutto che sia capace di attrarre turisti, facendo interessare alla città e al suo territorio, tutti coloro che passano per il porto indirizzati verso altre destinazioni;*
- *è necessario definire un piano di comunicazione, rivolto a target differenti: cittadini, investitori, turisti, studenti, tour operator, nuovi abitanti, operatori del settore, commerciali e culturali.*

**RAVVISATO CHE** *il concorso di progettazione di servizi in due fasi in particolare deve:*

- *raccogliere proposte e concept creativi per la definizione del nuovo brand urbano della città di Ancona;*



- *costruire un'identità visiva coerente con i valori e la visione strategica dell'Amministrazione;*
- *sviluppare un sistema di comunicazione integrato e flessibile, capace di rappresentare la città in tutte le sue articolazioni: cultura, turismo, innovazione, ambiente, impresa, porto, comunità, giovani, made in Ancona;*
- *favorire un processo partecipato e inclusivo, coinvolgendo professionisti, agenzie, studenti, creativi e stakeholder locali e nazionali.*

*Per quanto sopra si ravvisa la necessità di comporre una strategia di comunicazione attraverso la realizzazione di una identità volta a promuovere la città di Ancona e i suoi servizi attraverso la costruzione di un Citybranding che tenga conto in dei seguenti valori e visione strategica:*

- ***Costruire una nuova identità urbana***, attraverso la progettazione e adozione di una nuova identità visiva (logo, payoff, materiali grafici) che rappresenti la città nella sua unicità, definendo una narrazione identitaria coerente, fondata sul concetto di Ancona, capace di unire tradizione e innovazione;
- ***Valorizzare le eccellenze e i servizi*** attraverso la mappatura e la promozione delle eccellenze paesaggistiche, imprenditoriali, culturali, artigianali, enogastronomiche e commerciali del territorio (Made in Ancona) prediligendo la promozione dell'offerta turistica, sanitaria, universitaria, ambientale e di mobilità sostenibile, avendo cura di rilanciare il ruolo del porto, non solo come punto di passaggio e snodo economico e culturale strategico per il bacino del Mediterraneo, ma anche come luogo attrattore e punto di partenza per appassionarsi della città di Ancona e del suo territorio;
- ***Posizionare strategicamente la città*** a livello nazionale e internazionale come città accogliente, dinamica, creativa e sostenibile, rafforzando le relazioni istituzionali e le partnership con altre città di porto italiane, enti pubblici e privati, reti culturali e turistiche, avendo cura di valorizzare gli eventi che si svolgono in città anche attraverso circuiti promozionali nazionali e internazionali.
- ***Comunicare attraverso una divulgazione integrata e partecipata***, elaborando un piano di comunicazione condiviso con stakeholder e cittadini, che utilizzi strumenti digitali attraverso eventi pubblici e campagne tematiche, con un piano di comunicazione anche dai contenuti multimediali (video, storytelling, portale web interattivo, podcast) per raccontare Ancona in maniera innovativa e coinvolgente, attraverso la raccolta e analisi delle percezioni degli abitanti e indagini.
- ***Coinvolgere le attive del territorio***, attraverso tavoli di lavoro con associazioni di categoria e culturali, imprese, università, scuole e comitati di quartiere e soprattutto attraverso la collaborazione con i Comuni limitrofi della cerchia metropolitana e gli enti territoriali per un racconto integrato della regione, sviluppando iniziative volte a favorire l'integrazione e la partecipazione attiva dei nuovi abitanti e delle comunità migranti.
- ***Sostenibilità e accessibilità***, integrare con principi di sostenibilità ambientale e sociale la comunicazione e i contenuti promozionali valorizzando l'accessibilità fisica e digitale dei luoghi e dei servizi, promozione di una mobilità dolce e connessa alle esperienze turistiche, culturali e naturali del territorio.



*Tenuto conto di quanto sopra si ravvisa la necessità inoltre di approvare il **“Manifesto valoriale della città di Ancona”** che si allega alla presente deliberazione quale parte integrante e sostanziale, quale sistema di identità collettiva, per realizzare una strategia di citybranding davvero efficace e rappresentativa, avviando una raccolta di proposte creative per la costruzione del brand Ancona, che coinvolga professionisti della comunicazione, studi professionali, designer, artisti, agenzie e stakeholder locali il cui obiettivo non è solo quello di acquisire un logo o un simbolo grafico, ma di dare vita a un sistema narrativo e comunicativo coerente, integrato e riconoscibile, che traduca in immagine e parola i valori, le storie, le visioni e le ricchezze del territorio, che:*

*intercetti l'identità della città;*

*dialoghi con i linguaggi contemporanei della comunicazione visiva e digitale;*

*raccolga racconti, espressioni e suggestioni locali;*

*rappresenti l'anima storica, culturale, ambientale, economica e sociale della città;*

*produca un'immagine coordinata e collettiva, in grado di evolversi e connettersi in modo permanente con gli ambienti tematici del territorio, come la cultura, il turismo, il porto, l'università, l'impresa, la sostenibilità.*

*Visto pertanto il percorso che si sta avviando con il presente atto, per la definizione e la costruzione di una strategia di City Branding, finalizzata a valorizzare l'identità urbana, promuovere la città a livello locale, nazionale e internazionale, e attrarre investimenti, turismo, talenti e risorse.*

*Considerato che per garantire l'efficacia e la coerenza del processo di City Branding è essenziale coinvolgere attivamente la cittadinanza, i portatori di interesse, i visitatori e gli operatori del territorio, attraverso strumenti di ascolto partecipativo.*

*Ritenuto opportuno realizzare una indagine demoscopica, sotto forma di questionario pubblico, finalizzata a raccogliere percezioni, esperienze, suggerimenti e visioni dei cittadini e dei fruitori della città, quale base conoscitiva utile alla definizione dell'identità distintiva e condivisa di Ancona.*

*Stabilito che il questionario, allegato alla presente, è stato strutturato in modo da garantire la partecipazione ampia e inclusiva, il rispetto della privacy, la semplicità nella compilazione e l'analisi dei dati in forma aggregata, lo stesso dovrà essere divulgato e diffuso attraverso i canali digitali istituzionali, la rete civica e altri strumenti idonei.*

*Stabilito che per della gestione della procedura di concorso di progettazione di servizi in due fasi, per l'affidamento del servizio ad un operatore economico del settore, che sviluppi insieme alla Città il nuovo City Branding e sia di supporto nella definizione delle linee strategiche per la sua promozione, è stata stimata una spesa pari ad un massimo di Euro 40.000,00 che trova capienza nel Bilancio 2025-2027 al, Capitolo 07011.03.02991033035.*



*Stabilito inoltre che le spese relative allo sviluppo di strumenti e strategie di comunicazione necessarie per il City Branding, nonché delle conseguenti azioni di visibilità e divulgazione per il biennio 2026-2027 che saranno avviate attraverso l'accordo quadro è stata stimata una somma complessiva pari a di € 140.000,00.*

*TENUTO CONTO che la Responsabile del Procedimento, ai sensi dell'art. 5 della L.241/90 e s.m.i. in materia di procedimenti amministrativi, è il Dott. Sergio Sparapani E.Q. dell'Ufficio Turismo, e la Dirigente del Servizio Cultura e Turismo- Ufficio Europa, è l'Arch. Viviana Caravaggi Vivian, che ha sottoscritto la dichiarazione di assenza di conflitto di interessi e di cause di incompatibilità, allegata alla presente.*

*VISTI:*

- *il Decreto Legislativo 18 agosto 2000, n. 267 e successive modificazioni e integrazioni, recante il Testo Unico delle leggi sull'ordinamento degli enti locali (TUEL);*
- *la Legge 7 agosto 1990, n. 241 e successive modificazioni e integrazioni, concernente le norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi;*
- *lo Statuto Comunale vigente;*
- *il Decreto Legislativo 31 marzo 2023, n. 36, recante il nuovo Codice dei contratti pubblici;*
- *il vigente Regolamento comunale sull'ordinamento degli uffici e dei servizi.*

*ATTESA la propria competenza a deliberare in merito, ai sensi dell'art. 175, comma 2 bis, del TUEL.*

*VISTO il D. Lgs. 18.8.2000, n.267 e s.m.i. ed in particolare l'art.48 in merito alla competenza della Giunta all'assunzione del presente atto.*

*ACQUISITO il parere favorevole della Dirigente del Servizio Cultura e Turismo-Ufficio Europa, arch. Viviana Caravaggi Vivian in ordine alla regolarità tecnica del presente provvedimento.*

*RITENUTO di dover conferire immediata eseguibilità al presente atto, a norma dell'art. 134 comma 4 del D.lgs. n. 267/2000.*

*Tutto ciò premesso e considerato.*

*VISTE:*

- *la Deliberazione di Consiglio n. 5 del 09/01/2025 "Documento Unico di Programmazione (DUP) 2025/2028 – Nota di aggiornamento";*
- *la Deliberazione di Consiglio n. 6 del 09/01/2025 "Bilancio di previsione 2025/2027";*
- *la Deliberazione di Giunta n. 156 del 13/03/2025 "Approvazione del Piano Esecutivo di Gestione (P.E.G.) - 2025/2027";*



*si propone quanto segue*

1. *di approvare le premesse del presente provvedimento, che si intendono integralmente richiamate e costituenti parte integrante e sostanziale dello stesso.*
2. *Di stabilire che è necessario costruire una strategia di comunicazione attraverso la realizzazione di una identità volta a promuovere la città di Ancona e i suoi servizi attraverso la costruzione di un Citybranding che tenga conto in dei seguenti valori e visione strategica:*

***Costruire una nuova identità urbana**, attraverso la progettazione e adozione di una nuova identità visiva (logo, payoff, materiali grafici) che rappresenti la città nella sua unicità, definendo una narrazione identitaria coerente, fondata sul concetto di Ancona, capace di unire tradizione e innovazione;*

***Valorizzare le eccellenze e i servizi** attraverso la mappatura e la promozione delle eccellenze paesaggistiche, imprenditoriali, culturali, artigianali, enogastronomiche e commerciali del territorio (Made in Ancona) prediligendo la promozione dell'offerta turistica, sanitaria, universitaria, ambientale e di mobilità sostenibile, avendo cura di rilanciare il ruolo del porto, non solo come punto di passaggio e snodo economico e culturale strategico per il bacino del Mediterraneo, ma anche come luogo attrattore e punto di partenza per appassionarsi della città di Ancona e del suo territorio;*

***Posizionare strategicamente la città** a livello nazionale e internazionale come città accogliente, dinamica, creativa e sostenibile, rafforzando le relazioni istituzionali e le partnership con altre città di porto italiane, enti pubblici e privati, reti culturali e turistiche, avendo cura di valorizzare gli eventi che si svolgono in città anche attraverso circuiti promozionali nazionali e internazionali.*

***Comunicare attraverso una divulgazione integrata e partecipata**, elaborando un piano di comunicazione condiviso con stakeholder e cittadini, che utilizzi strumenti digitali attraverso eventi pubblici e campagne tematiche, con un piano di comunicazione anche dai contenuti multimediali (video, storytelling, portale web interattivo, podcast) per raccontare Ancona in maniera innovativa e coinvolgente, attraverso la raccolta e analisi delle percezioni degli abitanti e indagini.*

***Coinvolgere le attive del territorio**, attraverso tavoli di lavoro con associazioni di categoria e culturali, imprese, università, scuole e comitati di quartiere e soprattutto attraverso la collaborazione con i Comuni limitrofi della cerchia metropolitana e gli enti territoriali per un racconto integrato della regione, sviluppando iniziative volte a favorire l'integrazione e la partecipazione attiva dei nuovi abitanti e delle comunità migranti.*

***Sostenibilità e accessibilità**, integrare con principi di sostenibilità ambientale e sociale la comunicazione e i contenuti promozionali valorizzando l'accessibilità fisica e digitale dei luoghi e dei servizi,*



*promozione di una mobilità dolce e connessa alle esperienze turistiche, culturali e naturali del territorio.*

*Di approvare per quanto sopra il “**Manifesto valoriale della Città di Ancona**” allegato quale parte integrante e sostanziale del presente atto, al fine di realizzare una strategia di citybranding davvero efficace e rappresentativa, per avviare, attraverso un concorso di progettazione di servizi in due fasi, una raccolta di proposte creative per la costruzione del brand Ancona, coinvolgendo professionisti della comunicazione, studi professionali, designer, artisti, agenzie e stakeholder locali, con l’obiettivo non di acquisire un logo o un simbolo grafico, ma di dare vita a un sistema narrativo e comunicativo coerente, integrato e riconoscibile, che traduca in immagine e parola i valori, le storie, le visioni e le ricchezze del territorio, che dovrà:*

*intercettare l’identità della città;*  
*dialogare con i linguaggi contemporanei della comunicazione visiva e digitale;*  
*raccogliere racconti, espressioni e suggestioni locali;*  
*rappresentare l’anima storica, culturale, ambientale, economica e sociale della città;*  
*produrre un’immagine coordinata e collettiva, in grado di evolversi e connettersi in modo permanente con gli ambienti tematici del territorio, come la cultura, il turismo, il porto, l’università, l’impresa, la sostenibilità.*

*Di approvare, per quanto nelle premesse, il questionario allegato al presente atto, quale strumento di indagine partecipativa a supporto del percorso di City Branding della città di Ancona.*

*Di dare mandato agli uffici competenti di avviare la pubblicazione e diffusione del questionario attraverso i canali digitali istituzionali, la rete civica e altri strumenti idonei.*

*Di stabilire che per della gestione della procedura di concorso di progettazione di servizi, per l’affidamento del servizio ad un operatore economico del settore, che sviluppi insieme alla Città il nuovo City Branding e sia di supporto nella definizione delle linee strategiche per la sua promozione, è stata stimata una spesa pari ad un massimo di Euro 40.000,00 che trova capienza nel Bilancio 2025-2027 al, Capitolo 07011.03.02991033035.*

*Di prendere atto che le spese relative allo sviluppo di strumenti e strategie di comunicazione necessarie per il City Branding, nonché delle conseguenti azioni di visibilità e divulgazione per il biennio 2026-2027, è stata stimata una somma pari a € 140.000,00 attraverso un accordo quadro. La spesa sarà finanziata successivamente mediante appositi accordi normativi che verranno presi di volta in volta.*



8. *Di incaricare l'Ufficio Turismo a porre in essere tutti gli adempimenti gestionali conseguenti all'adozione del presente provvedimento.*
9. *Di dare atto che il presente provvedimento comporta oneri diretti a carico del bilancio dell'Ente.*
10. *Di dare atto che la Responsabile del Procedimento è il dott. Sergio Sparapani E.Q. dell'Ufficio Turismo mentre la Dirigente del Servizio Cultura e Turismo- Ufficio Europa è l'Arch. Viviana Caravaggi Vivian.*
11. *Di dare atto che il presente provvedimento è rilevante ai fini della pubblicazione sul sito Internet comunale ai sensi del D.Lgs. n. 33 del 14.3.2013.*

Ritenuto di condividere il documento per le motivazioni riportate e pertanto di poter far propria la proposta presentata.

Visti i pareri di regolarità tecnica e contabile espressi dai Dirigenti Responsabili interessati ai sensi dell'art. 49 comma 1 D. Lgs. 267/2000, il visto di conformità apposto dal Segretario Generale ai sensi dell'art. 97 comma 2 D. lgs. 267/2000, nonché la dichiarazione in merito all'assenza di conflitto di interessi e di cause di incompatibilità, allegati al presente atto.

Acquisite le allegate dichiarazioni in ordine alla pubblicazione su "Amministrazione trasparente" e Albo pretorio on-line.

Con voti unanimi;

#### DELIBERA

1. di approvare le premesse del presente provvedimento, che si intendono integralmente richiamate e costituenti parte integrante e sostanziale dello stesso.
2. Di stabilire che è necessario costruire una strategia di comunicazione attraverso la realizzazione di una identità volta a promuovere la città di Ancona e i suoi servizi attraverso la costruzione di un Citybranding che tenga conto in dei seguenti valori e visione strategica:
  - Costruire una nuova identità urbana**, attraverso la progettazione e adozione di una nuova identità visiva (logo, payoff, materiali grafici) che rappresenti la città nella sua unicità, definendo una narrazione identitaria coerente, fondata sul concetto di Ancona, capace di unire tradizione e innovazione;
  - Valorizzare le eccellenze e i servizi** attraverso la mappatura e la promozione delle eccellenze paesaggistiche, imprenditoriali, culturali, artigianali, enogastronomiche e commerciali del territorio (Made in Ancona)



prediligendo la promozione dell'offerta turistica, sanitaria, universitaria, ambientale e di mobilità sostenibile, avendo cura di rilanciare il ruolo del porto, non solo come punto di passaggio e snodo economico e culturale strategico per il bacino del Mediterraneo, ma anche come luogo attrattore e punto di partenza per appassionarsi della città di Ancona e del suo territorio; **Posizionare strategicamente la città** a livello nazionale e internazionale come città accogliente, dinamica, creativa e sostenibile, rafforzando le relazioni istituzionali e le partnership con altre città di porto italiane, enti pubblici e privati, reti culturali e turistiche, avendo cura di valorizzare gli eventi che si svolgono in città anche attraverso circuiti promozionali nazionali e internazionali.

**Comunicare attraverso una divulgazione integrata e partecipata**, elaborando un piano di comunicazione condiviso con stakeholder e cittadini, che utilizzi strumenti digitali attraverso eventi pubblici e campagne tematiche, con un piano di comunicazione anche dai contenuti multimediali (video, storytelling, portale web interattivo, podcast) per raccontare Ancona in maniera innovativa e coinvolgente, attraverso la raccolta e analisi delle percezioni degli abitanti e indagini.

**Coinvolgere le attive del territorio**, attraverso tavoli di lavoro con associazioni di categoria e culturali, imprese, università, scuole e comitati di quartiere e soprattutto attraverso la collaborazione con i Comuni limitrofi della cerchia metropolitana e gli enti territoriali per un racconto integrato della regione, sviluppando iniziative volte a favorire l'integrazione e la partecipazione attiva dei nuovi abitanti e delle comunità migranti.

**Sostenibilità e accessibilità**, integrare con principi di sostenibilità ambientale e sociale la comunicazione e i contenuti promozionali valorizzando l'accessibilità fisica e digitale dei luoghi e dei servizi, promozione di una mobilità dolce e connessa alle esperienze turistiche, culturali e naturali del territorio.

Di approvare per quanto sopra il “**Manifesto valoriale della Città di Ancona**” allegato quale parte integrante e sostanziale del presente atto, al fine di realizzare una strategia di citybranding davvero efficace e rappresentativa, per avviare, attraverso un concorso di progettazione di servizi in due fasi, una raccolta di proposte creative per la costruzione del brand Ancona, coinvolgendo professionisti della comunicazione, studi professionali, designer, artisti, agenzie e stakeholder locali, con l'obiettivo non di acquisire un logo o un simbolo grafico, ma di dare vita a un sistema narrativo e comunicativo coerente, integrato e riconoscibile, che traduca in immagine e parola i valori, le storie, le visioni e le ricchezze del territorio, che dovrà:

- intercettare l'identità della città;
- dialogare con i linguaggi contemporanei della comunicazione visiva e digitale;
- raccogliere racconti, espressioni e suggestioni locali;



rappresentare l'anima storica, culturale, ambientale, economica e sociale della città;

produrre un'immagine coordinata e collettiva, in grado di evolversi e connettersi in modo permanente con gli ambienti tematici del territorio, come la cultura, il turismo, il porto, l'università, l'impresa, la sostenibilità.

Di approvare, per quanto nelle premesse, il questionario allegato al presente atto, quale strumento di indagine partecipativa a supporto del percorso di City Branding della città di Ancona.

Di dare mandato agli uffici competenti di avviare la pubblicazione e diffusione del questionario attraverso i canali digitali istituzionali, la rete civica e altri strumenti idonei.

Di stabilire che per della gestione della procedura di concorso di progettazione di servizi, per l'affidamento del servizio ad un operatore economico del settore, che sviluppi insieme alla Città il nuovo City Branding e sia di supporto nella definizione delle linee strategiche per la sua promozione, è stata stimata una spesa pari ad un massimo di Euro 40.000,00 che trova capienza nel Bilancio 2025-2027 al, Capitolo 07011.03.02991033035.

Di prendere atto che le spese relative allo sviluppo di strumenti e strategie di comunicazione necessarie per il City Branding, nonché delle conseguenti azioni di visibilità e divulgazione per il biennio 2026-2027, è stata stimata una somma pari a € 140.000,00 attraverso un accordo quadro. La spesa sarà finanziata successivamente mediante appositi accordi normativi che verranno presi di volta in volta.

8. Di incaricare l'Ufficio Turismo a porre in essere tutti gli adempimenti gestionali conseguenti all'adozione del presente provvedimento.
9. Di dare atto che il presente provvedimento comporta oneri diretti a carico del bilancio dell'Ente.
10. Di dare atto che la Responsabile del Procedimento è il dott. Sergio Sparapani E.Q. dell'Ufficio Turismo mentre la Dirigente del Servizio Cultura e Turismo- Ufficio Europa è l'Arch. Viviana Caravaggi Vivian.
11. Di dare atto che il presente provvedimento è rilevante ai fini della pubblicazione sul sito Internet comunale ai sensi del D.Lgs. n. 33 del 14.3.2013.

---

Il presente atto è dichiarato immediatamente eseguibile ad unanimità di voti, ai sensi dell'art. 134, comma 4, D. Lgs. n. 267 del 18.8.2000 e successive modifiche ed integrazioni



\* \* \* \* \*

**ALLEGATI**

- Allegato - “*Manifesto valoriale della Città di Ancona*”
  - Allegato – “*Questionario*”
  - Pareri art. 49 – D. Lgs. n. 267/2000;
  - Visto di conformità dell’azione amministrativa art. 97 – D. Lgs. n. 267/2000;
  - Dichiarazione in merito all'assenza di conflitto di interessi e cause di incompatibilità;
  - Dichiarazioni Pubblicazione on line su “Amministrazione Trasparente” e “Albo Pretorio”.
- (tutti i file sono firmati in pdf.p7m)



Il presente atto viene letto, approvato e sottoscritto.

**IL VICE SINDACO**

ZINNI GIOVANNI

**IL SEGRETARIO GENERALE**

MONTACCINI GIOVANNI