



ISTITUTO COMPRENSIVO STATALE “DANTE ALIGHIERI”

VIA GIOVANNI XXIII°, n. 14 20090 OPERA (MI)

MIIC87700C TEL. 02/57600719 TEL.FAX. 02/57600765

CF: 80149170153

E-mail: icopera@tiscali.it Pec: miic87700c@pec.istruzione.it
www.icopera.it

REGOLAMENTO PER LA STIPULA DI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE

VISTO l’art. 43 della L. n. 449/97 “Misure di stabilizzazione della finanza pubblica”, che ha previsto che le pubbliche amministrazioni, “al fine di favorire l’innovazione dell’organizzazione amministrativa e di realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi prestati” possano stipulare contratti di sponsorizzazione con soggetti privati o associazioni senza fini di lucro costituite con atto notarile.

CONSIDERATO che La Corte costituzionale, con ordinanza 13-18 novembre 2000, n. 507, ha dichiarato la legittimità costituzionale della suddetta disposizione;

VISTO il D.P.R. 275/99:

- art. 14.3 (attribuzione di funzioni alle istituzioni Scolastiche in materia di gestione finanziaria)

-art. 14.7 (attribuzione di funzioni alle Istituzioni Scolastiche – definitività dei provvedimenti) ;

VISTO il D.I. n. 44/2001 “Nuovo Regolamento di contabilità delle istituzioni Scolastiche”:

-art. 31 che definisce la capacità negoziale delle istituzioni Scolastiche;

-art. 33 c.2 che attribuisce al Consiglio d’Istituto le deliberazioni relative alla determinazione dei criteri e dei limiti per lo svolgimento, da parte del Dirigente, delle attività negoziali relative ai contratti di sponsorizzazione;

- art.41 che conferisce alle istituzioni Scolastiche potere di concludere accordi di sponsorizzazione con soggetti pubblici o privati ; che stabilisce di accordare preferenza a soggetti che, per finalità statutarie, per le attività svolte ovvero per altre circostanze abbiano in concreto dimostrato particolare attenzione e sensibilità nei confronti dei problemi dell’infanzia e dell’adolescenza; che pone divieto di concludere accordi di sponsorizzazione con soggetti le cui finalità ed attività siano in contrasto, anche di fatto, con la funzione educativa e culturale della scuola;

VISTO l’art. 12 della L. 241/1990 (Nuove norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi) “Provvedimenti attributivi di vantaggi economici”, in base al quale la concessione di sovvenzioni, contributi, sussidi ed ausili finanziari e l’attribuzione di vantaggi economici di qualunque genere a persone ed enti pubblici e privati sono subordinate alla predeterminazione da parte delle amministrazioni procedenti, nelle forme previste dai rispettivi ordinamenti, dei criteri e delle modalità cui le amministrazioni stesse devono attenersi.

VISTO il c.d. *decreto semplificazioni*, approvato in Consiglio dei Ministri il 27 gennaio 2012, che ha introdotto la distinzione tra la c.d. sponsorizzazione tecnica e quella di puro finanziamento (è il caso delle sponsorizzazioni di interesse delle istituzioni Scolastiche) , da cui discende che la sponsorizzazione di puro finanziamento viene sottratta alla disciplina del D.Lgs. 163/2006 (obbligo di pubblicità e trasparenza per le procedure di individuazione dello sponsor);

PRESO ATTO che:

- il contratto di sponsorizzazione è un contratto atipico, costruito sulla prassi e sugli usi del commercio, avente una potenziale funzione pubblicitaria;

- il contratto di sponsorizzazione è un contratto consensuale (si perfeziona con l'accordo), a titolo oneroso (l'erogazione non è per spirito di liberalità né è gratuita) e a prestazioni corrispettive con contenuto patrimoniale;
- l'obbligazione assunta dallo sponsorizzato ha natura patrimoniale, ai sensi dell'art. 1174 cod. civ., e corrisponde all'affermarsi, nel costume sociale, della commercializzazione del nome e dell'immagine personale;

**IL CONSIGLIO DI ISTITUTO
CON DELIBERA n° _____ DEL _____
APPROVA IL SEGUENTE REGOLAMENTO**

Art.1 - FINALITA'

L'Istituto Comprensivo "Dante Alighieri" – via Giovanni XXIII, 14 – OPERA intende avvalersi di contratti di sponsorizzazione al fine di incentivare e promuovere una più spiccata innovazione dell'organizzazione tecnica e amministrativa e di realizzare maggiori economie di spesa per migliorare la qualità e la quantità del servizio erogato.

Particolari progetti e attività, gestiti dal personale della scuola, o affidati ad esperti esterni, possono essere finanziati da privati, da enti o aziende esterne con contratti di sponsorizzazione.

Art.2 – ATTIVITA' OGGETTO DI SPONSORIZZAZIONE

La sponsorizzazione avrà come oggetto le seguenti opzioni:

- attività di carattere culturale e artistico (sostegno a manifestazioni in qualsiasi forma prevista);
- interventi a favore dell'arricchimento delle dotazioni didattiche, con particolare riferimento a quelle multimediali;
- interventi a favore di attività di animazione, laboratori, fornitura di materiale, attrezzature didattiche tecnico- scientifiche, ...);
- iniziative a favore delle attività sportive (gare, manifestazioni, forniture di attrezzature o impianti sportivi);
- **iniziative di formazione a sostegno della professionalità docente e alla genitorialità;**
- ogni altra attività che la scuola ritenga nella sua piena discrezionalità, debba essere oggetto di sponsorizzazione, **al fine del miglioramento dell'offerta formativa.**

La destinazione delle risorse derivanti da contratti di sponsorizzazione sarà finalizzata in tutto o in parte ad iniziative deliberate dal Collegio Docenti e inserite nel Pof.

ART. 3 – FORME DI EROGAZIONE DEL CONTRIBUTO E CORRISPETTIVO DA PARTE DELLA SCUOLA

La sponsorizzazione potrà essere realizzata in una delle seguenti forme:

- contributi economici da versare direttamente alla scuola, che possono essere richiesti a uno o più sponsor per la stessa iniziativa;
- compartecipazione economica diretta alle spese di realizzazione delle varie attività organizzate dalla scuola.

A tal fine sarà individuato un capitolo di bilancio in entrata sul quale riversare le relative somme

utilizzate esclusivamente ai fini prefissati nei contratti di sponsorizzazione.

-cessione gratuita di beni e/o servizi.

Nel caso di cessione di beni, si procederà ad acquisizione ad inventario secondo la normativa in vigore.

La scuola, quale controprestazione ai contributi forniti dallo sponsor, attuerà le forme pubblicitarie indicate di seguito:

- riproduzione del marchio/ logo o generalità dello sponsor su tutto il materiale pubblicitario delle iniziative oggetto della sponsorizzazione (manifesti, volantini, filmati, ...)

-posizionamento di targhe o cartelli indicanti le generalità dello sponsor sui beni oggetto della sponsorizzazione;

- distribuzione in loco di materiale pubblicitario, preventivamente e di volta in volta concordato.

Le forme di pubblicità sono rapportate all'entità del bene o servizio fornito dallo sponsor. In caso di richiesta di pubblicizzazione di marchi/loghi e simili, in occasioni di iniziative sponsorizzate o su dotazioni acquistate a seguito di sponsorizzazioni, il materiale pubblicitario dovrà essere fornito dallo sponsor medesimo. Esse possono riguardare tutte o solo alcune delle modalità sopra descritte. Le stesse sono determinate in sede di stipulazione del contratto.

L'imposta sulla pubblicità ove dovuta, dovrà essere corrisposta dallo sponsor direttamente al concessionario, nella misura di Legge.

Art. 4 CRITERI DI INDIVIDUAZIONE DEGLI SPONSOR

I fini istituzionali e/o le attività dei soggetti e/o delle aziende esterne non devono essere in contrasto con le finalità educative e istituzionali della scuola e devono rispettare quanto previsto dalla normativa per i rapporti con la Pubblica Amministrazione.

Possono assumere la veste di sponsor i seguenti soggetti:

- qualsiasi persona giuridica avente o meno scopo di lucro o finalità commerciali, quali le società di persone, di capitali, le cooperative, mutue di assicurazioni e consorzi imprenditoriali;

- le associazioni senza fine di lucro.

Nella individuazione degli sponsor hanno la priorità i soggetti pubblici o privati che abbiano dimostrato particolare attenzione e sensibilità nei confronti dei temi dell'infanzia, dell'adolescenza e, comunque, della scuola e della cultura. Sono escluse le aziende che, anche in un passato remoto, si siano rese responsabili di atti non coerenti con la funzione pubblica e formativa della scuola;

Ogni contratto di sponsorizzazione non può prescindere dalla correttezza di rapporti, rispetto della dignità scolastica e non deve prevedere vincoli o oneri derivanti dall'acquisto di beni e/o servizi da parte degli alunni/e e della scuola.

Le iniziative oggetto della sponsorizzazione devono essere dirette al perseguimento di interessi del servizio scolastico, devono escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività della scuola e quella privata e devono comportare risparmi di spesa rispetto agli stanziamenti disposti.

Art. 5 CLAUSOLA DI GARANZIA , NON ESCLUSIVITA', DURATA

Il soggetto interessato al contratto di sponsorizzazione deve dichiarare alla scuola:

- esplicita intenzione e finalità coerenti con il ruolo e la funzione pubblica e formativa della

scuola;

- non sussistenza di natura e scopi che confliggano in alcun modo con l'utenza della scuola.

Sono ammesse sponsorizzazioni anche plurime di una singola iniziativa o attività prevista nel Pof della scuola.

Ogni contratto di sponsorizzazione non può avere durata superiore a un anno ma è eventualmente rinnovabile.

Art.6 – MISURE DI CAUTELA

Il Consiglio d'Istituto dà mandato al Dirigente Scolastico di valutare le finalità e le garanzie offerte dal soggetto sponsorizzatore, richiedendo eventualmente lo statuto della società, e di stipulare il relativo contratto che sarà poi oggetto della relazione periodica al Consiglio di Istituto sull'attività negoziale effettuata dal Dirigente Scolastico.

L' Istituzione scolastica, tramite il suo rappresentante legale, nella persona del Dirigente Scolastico, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare sponsorizzazioni proposte qualora:

- ritenga possa derivare un conflitto d'interesse fra l'attività pubblica e quella privata;
- ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno all' immagine o alle iniziative della scuola e/o del personale e utenza ;
- la reputi inaccettabile per motivi di opportunità generale.

Sono in ogni caso escluse sponsorizzazioni riguardanti :

- propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- pubblicità diretta o collegata alla produzione e/o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale disdicevole per la moralità pubblica;
- messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

La conclusione di un contratto di sponsorizzazione non comporta la comunicazione allo sponsor dei nominativi e degli indirizzi dei destinatari delle informazioni o di comunicazioni istituzionali. Ne consegue il dovere per l' amministrazione scolastica di astenersi dal comunicare dati personali allo sponsor.

Lo Sponsor dichiara di conoscere e comprendere i requisiti normativi che regolano le sponsorizzazioni dell'Istituzione scolastica ed è a conoscenza di ciò che è permesso e di ciò che non è permesso.

Nell'ambito delle sue attività - relativamente al rispetto delle leggi vigenti e degli eventuali requisiti normativi richiesti – lo sponsor è consapevole di sottostare, nello svolgimento della sua attività nella scuola, all'approvazione del Dirigente Scolastico

Art.7 - FORMALIZZAZIONE DELL'ACCORDO

La sponsorizzazione deve essere formalizzata con apposito atto di natura contrattuale, **stipulato tra il Dirigente Scolastico e lo sponsor**, nel quale verranno stabiliti:

- la forma e/o il corrispettivo della sponsorizzazione, **nonché la sua destinazione**;
- il diritto, per il soggetto privato o pubblico, alla sponsorizzazione “non esclusiva” delle manifestazioni;
- le forme di promozione, comunicazione, pubblicità;
- la durata del contratto di sponsorizzazione;
- le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

Il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione, se previsto in denaro, deve essere effettuato in una unica soluzione – salvo diverse intese fra le parti – attraverso bonifico sulla Banca che sarà indicato dalla scuola.

Il contratto potrà essere utilizzato dallo sponsor ai fini fiscali, per la deduzione da reddito d'impresa. La Scuola svolge tale iniziativa non in regime d'impresa, per cui non può emettere fattura.

Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di recesso immediato dal contratto da parte della scuola.

Lo sponsor deve il corrispettivo pattuito anche se non realizza il ritorno pubblicitario sperato.

Art.8 - MONITORAGGIO E VERIFICA

Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte della Giunta Esecutiva, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti per i contenuti tecnici, qualitativi e quantitativi.

Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor; la notifica e l'eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

Art. 9 – MAGGIORI INTROITI O ECONOMIE

I risparmi di spesa o i maggiori introiti accertati a seguito della stipula dei contratti di sponsorizzazione, nella misura percentuale decisa annualmente in sede di accordo, sono destinati ad economie di bilancio e/o a nuovi interventi regolati dal Dirigente Scolastico e dal Consiglio d'Istituto.

Art.10 - PRIVACY

I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati dalle parti contraenti nel rispetto della normativa vigente esclusivamente per le finalità dallo stesso previste. I dati possono essere oggetto di comunicazione / diffusione a soggetti pubblici o privati in relazione alle finalità del regolamento.

Resta convenuto che durante e dopo la cessazione del rapporto lo sponsor si impegnerà a mantenere il più rigoroso segreto professionale sulle informazioni, le notizie e i dati di carattere riservato riguardanti l'Istituto Comprensivo D. Alighieri.

Art.11 – VALIDITA'

Il presente regolamento entra in vigore ad avvenuta esecutività della deliberazione di Consiglio di Istituto che l'approva ed ha validità permanente, fatte salve eventuali modifiche in presenza di innovazioni normative di settore.