



ISTITUTO D'IDTRUZIONE SUPERIORE "M.BARTOLO"

PACHINO (SR)

LICEO Classico -LICEO Scientifico

LICEO delle Scienze Applicate - Liceo delle Scienze Umane

I.T.I.S. (Elettronica e Elettrotecnica - Meccanica, Meccatronica e Energia - Trasporti e Logistica)

I.T.I.S. SERALE (Elettronica e Elettrotecnica - Meccanica, Meccatronica e Energia)

Sede centrale: Viale A. Moro - Segreteria 0931593596 - 0931593596 Fax 0931597915

Sede staccata: Via Fiume - Tel. e Fax 0931846359

Codice Fiscale: 83002910897 - Email: sris01400g@istruzione.it – sris01400g@pec.it

www.istitutobartolo.it - www.sris01400g.scuolanet.info

REGOLAMENTO RECANTE LA DISCIPLINA DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE DA PARTE DELL'ISTITUZIONE SCOLASTICA

Premessa

Quadro legislativo:

VISTO

l'art. 10 del D.Lgs. 16/04/1994 n. 297;

VISTO

l'art. 21 della Legge 15 marzo 1997 n. 59;

VISTA

la L. n. 449/97 ed in specie **l'art. 43**, *il quale prevede 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" possono stipulare contratti di sponsorizzazione con soggetti privati o associazioni.*

VISTO

l'art.33 c.2, del D.l. 44/2001 relativo al Regolamento concernente le istruzioni generali sulla Amministrazione scolastica, ai sensi del quale *al Consiglio d'Istituto spettano 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, nonché l'art.41 del medesimo provvedimento che prevede che:*

1. Le istituzioni scolastiche possono concludere accordi di sponsorizzazione con soggetti pubblici o privati.

2. E' accordata la 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 della adolescenza.

3. E' fatto 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.

VISTA

La Legge n 107 del 13 luglio 2015 (c.d. legge sulla Buona Scuola) che al comma 29 prevede che *"Il dirigente scolastico, di concerto con gli organi collegiali, può individuare percorsi formativi e iniziative diretti all'orientamento e a garantire un maggiore coinvolgimento degli studenti nonché la*

valorizzazione del merito scolastico e dei talenti. A tale fine, nel rispetto dell'autonomia delle scuole e di quanto previsto dal regolamento di cui al decreto del Ministro della pubblica istruzione 1° febbraio 2001, n. 44, possono essere utilizzati anche finanziamenti esterni.”

Rilevato che

Il ricorso ai contratti di sponsorizzazione si innesta nell'attuale contesto socio-economico che ha provocato uno sfondo di forte criticità che investe anche la scuola che, pur essendo chiamata a migliorare la qualità dei propri servizi, si ritrova con minori disponibilità finanziarie

IL CONSIGLIO DI ISTITUTO

Delibera il seguente Regolamento per la disciplina della stipula dei contratti e delle attività di sponsorizzazione all'interno di questo Istituto scolastico nella seduta del 13/03/2017.

Art. 1- Definizione

Il contratto di sponsorizzazione è un accordo tra l'Istituzione scolastica e uno sponsor mediante il quale lo sponsor offre all'Istituto beni o servizi associando il proprio nome, logo o marchio di riconoscimento alle iniziative scolastiche per ricavarne pubblicità.

L'Istituto "Michelangelo Bartolo" di Pachino (SR) intende avvalersi dei contratti di sponsorizzazione al fine di garantire l'arricchimento dell'offerta formativa, il supporto a progetti e attività di innovazione attraverso la realizzazione di specifici programmi di ricerca, di formazione e di sperimentazione, rispettando i principi di efficacia, efficienza ed economicità.

Art. 2 - Criteri di selezione dello sponsor:

Nella individuazione degli sponsor hanno la priorità i soggetti pubblici o privati che abbiano dimostrato particolare attenzione nei confronti dei temi della scuola, dell'adolescenza e della cultura.

Possono assumere la veste di sponsor istituzionale i seguenti soggetti:

- qualsiasi persona fisica, purché in possesso dei requisiti di legge per contrattare ordinariamente con la Pubblica Amministrazione;
- qualsiasi persona giuridica, avente o meno scopo o finalità commerciali, quali le società di persone e di capitali, le imprese individuali, quelle cooperative, le mutue di assicurazioni e i consorzi imprenditoriali, enti di promozione turistica, banche, società di telecomunicazioni, periodici locali, purché in possesso dei requisiti di legge per contrattare ordinariamente con la pubblica Amministrazione.
- le Associazioni senza fini di lucro, generalmente costituite con atto notarile e purché in possesso dei requisiti di legge per contrattare ordinariamente con la pubblica Amministrazione, le cui finalità statuarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali della scuola.
- dovranno essere esclusi rapporti di sponsorizzazione con persone fisiche o giuridiche che, a qualsiasi titolo, siano coinvolte nella vendita o nel commercio delle seguenti tipologie merceologiche:
 - 1) produzioni dove è più o meno evidente il rischio per l'essere umano o per la natura (industrie chimiche o farmaceutiche, industrie belliche);
 - 2) Aziende sulle quali grava la certezza di comportamenti censurabili (sfruttamento del lavoro minorile, rapina delle risorse nei paesi in via di sviluppo, atti processuali in corso, ecc...)

Lo sponsor dovrà allegare all'offerta, inoltre, l'autocertificazione completa dei seguenti dati:

a) per le persone fisiche:

- l'inesistenza delle condizioni a contrattare con la Pubblica Amministrazione, di cui agli articoli 120 e seguenti della legge 24.11.1981, n. 689, e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
- l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
- l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari.

b) per le persone giuridiche:

- oltre alle autocertificazioni sopra elencate riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza, deve essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.

Art. 3 Oggetto

L'oggetto del contratto di sponsorizzazione potrà riguardare:

- fornitura di materiali per il potenziamento dei laboratori (attrezzature didattico-scientifiche, tecnico-specialistiche ecc.);
- iniziative a sostegno dei processi di inclusione dei soggetti svantaggiati e disabili;
- varie iniziative di carattere culturale ed artistico;
- ampliamento della dotazione libraria e documentaria della biblioteca (fornitura di attrezzature , libri, volumi, stampati, dotazione multimediale);
- interventi a favore di attività per la creazione di laboratori teatrali;
- iniziative per il potenziamento delle attività sportive (varie manifestazioni, fornitura di attrezzature, realizzazione di impianti sportivi);
- ogni altra attività che l'istituzione scolastica ritenga debba essere oggetto di sponsorizzazione prevista nel PTOF dell'Istituto.

Art. 4 Modalità di sponsorizzazione

La sponsorizzazione potrà essere realizzata mediante:

- **contributi in denaro** da versare direttamente all'istituto, che possono essere erogati da uno o più sponsor anche per un'unica iniziativa.
- **cessione gratuita di beni e/o servizi** : le persone fisiche, giuridiche, associazioni, possono donare alla scuola beni mobili o servizi indicando le eventuali forme di pubblicità che verranno richieste quale controprestazione. L'Istituto, valutata l'utilità del bene/servizio offerto, procede alla accettazione e dispone circa le forme di pubblicità individuate ,
- **compartecipazione economica** diretta alle spese di realizzazione delle varie attività organizzate dall'istituto: Lo sponsor può offrirsi di sostenere direttamente alcune spese relative ad attività già programmate dall'istituto, richiedendo eventualmente quale controprestazione la forma di pubblicità prescelta tra quelle definite.

Art. 5 Deducibilità delle spese di sponsorizzazione

Gli sponsor, che sottoscrivono un contratto di sponsorizzazione con l'istituzione scolastica, godono, ai fini fiscali, della deducibilità delle spese sostenute secondo le vigenti normative in materia.

Art. 6 Obblighi dell'Istituzione scolastica

L'istituto, quale controprestazione ai contributi forniti dallo sponsor attua le seguenti forme pubblicitarie:

- riproduzione del marchio/logo o generalità dello sponsor su tutto il materiale pubblicitario delle iniziative oggetto della sponsorizzazione(manifesti , sito internet, tabelloni esterni o interni ecc), o su libri e/stampati/ promozioni per attività orientamento;
- pubblicazione del logo o nominativo dello sponsor nel sito web della Scuola e /o su apposita bacheca o tabellone, apposti in uno o più edifici dell'istituto;
- posizionamento di targhe indicanti il marchio/logo o generalità dello sponsor sui beni durevoli o attrezzature oggetto della sponsorizzazione;
- distribuzione in loco di materiale pubblicitario, brochure , volantini promozionali , gadget ecc:

Le forme di pubblicità sono rapportate all'entità del contributo, bene o servizio fornito dallo sponsor.

Esse possono riguardare tutte o solo alcune delle modalità previste dal presente articolo e sono determinate in sede di stipulazione del contratto.

Le forme di pubblicità sullo stesso bene inoltre possono essere effettuate a favore di una o più persone fisiche , giuridiche, o associazioni, in rapporto all'ammontare dell'elargizione.

Le eventuali imposte di pubblicità, laddove dovute, saranno a carico dello sponsor che le verserà

direttamente al concessionario.

Art. 7 Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

I fini istituzionali e/o le attività delle aziende sponsor non devono essere in contrasto con le finalità educative e istituzionali dell'istituto e devono rispettare quanto previsto dalla normativa per i rapporti con la Pubblica amministrazione.

Il Consiglio di istituto si riserva, a suo insindacabile giudizio, la facoltà di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione, specie quando è ravvisata la possibilità che l'istituto, possa vedere lesa la propria immagine, trovarsi nella situazione di dover rispondere ad eventuali inadempienze dei soggetti proponenti nei confronti dei soggetti interessati, dover dirimere conflittualità insorgenti tra le parti coinvolte.

In particolare, l'amministrazione non procederà alla stipula del contratto di sponsorizzazione qualora ricorra uno dei seguenti casi:

- a) ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività scolastica/pubblica e quella privata;
- b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
- c) la reputi inaccettabile per motivi di inopportunità generale.
- d) ritenga che sia presente propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- e) ritenga che la pubblicità sia diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
- f) ritenga che contenga messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.
- g) ogni altro caso ritenuto in contrasto con i fini istituzionali dell'Istituto.

Art. 8 Individuazione dello sponsor

L'individuazione dello sponsor può avvenire mediante una delle seguenti procedure:

- accettazione di proposte spontanee da parte di singoli soggetti individuati;
- pubblicità da parte dell'istituto scolastico delle iniziative sottoposte a contratti di sponsorizzazione ed accettazione delle proposte di maggiore interesse;
- gara pubblica tra più operatori su singole iniziative di sponsorizzazione ed accettazione delle proposte più convenienti
- individuazione diretta di soggetti qualificati e ipoteticamente interessati a finanziare una iniziativa dell'istituto.

Art 9 Stipula e risoluzione del contratto

La sponsorizzazione è regolata tramite la stipula di apposito contratto nel quale sono stabiliti:

- il diritto, per il soggetto privato o pubblico, alla sponsorizzazione "non esclusiva" della manifestazione;
- la durata del contratto;
- le forme di promozione, pubblicità, comunicazione;
- Il corrispettivo per la sponsorizzazione in contributo economico o bene o servizio;
- le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

E' prevista la facoltà dell'Istituto di recedere dal contratto stesso prima della scadenza, subordinata alla tempestiva e formale comunicazione allo sponsor.

E' inoltre prevista la clausola risolutiva espressa nel caso in cui il soggetto privato rechi danno all'immagine dell'Istituto, fermo restando l'eventuale risarcimento del danno. Il mancato o solo parziale pagamento del corrispettivo previsto, o la mancata o parziale esecuzione della prestazione o dei servizi offerti, sarà causa di risoluzione del contratto fermo restando l'eventuale risarcimento del danno. Legittimato alla sottoscrizione del contratto di sponsorizzazione è il Dirigente Scolastico, legale rappresentante dell'Istituto. I criteri per l'individuazione degli sponsor e la conclusione dei contratti, nonché i limiti entro i quali il Dirigente Scolastico o i suoi delegati possono operare per arrivare agli accordi di sponsorizzazione, sono deliberati dal Consiglio d'Istituto.

Il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione, se previsto in denaro, deve essere effettuato in una unica soluzione – salvo diverse intese fra le parti – attraverso una ricevuta da emettersi alla

sottoscrizione del contratto con pagamento immediato tramite bonifico alla Banca che esegue il servizio di cassa dell'Istituto. Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza dell'affidamento. Lo sponsor deve il corrispettivo pattuito anche se non realizza il ritorno pubblicitario atteso.

Ogni contratto di sponsorizzazione ha durata annuale, eventualmente rinnovabile.

Art. 19 Monitoraggio e gestione operativa

Le sponsorizzazioni sono sottoposte 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 gestione operativa, contrattuale e legale delle sponsorizzazioni è prerogativa del Dirigente Scolastico che la esercita nei modi previsti dal presente regolamento, informando periodicamente il Consiglio di Istituto.

L'attività istruttoria propedeutica alla conclusione del contratto è di competenza del DSGA, al quale il Dirigente scolastico può delegare la restante attività negoziale in parte o interamente.

Art. 11 Sponsorizzazione e Privacy

I dati raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste, ai sensi del D.L. n. 196/2003. La conclusione di un contratto di sponsorizzazione da parte dell'Istituto non comporta, di per sé, una comunicazione allo sponsor di dati personali, identificativi e sensibili dei destinatari delle informazioni o comunicazioni istituzionali. Titolare del trattamento dei dati è il Dirigente Scolastico pro-tempore, che può nominare uno o più responsabili del trattamento dei dati in conformità alla legge. I dati saranno trattati in conformità alle norme vigenti, sia dagli operatori della scuola, sia dagli addetti incaricati dallo sponsor.

Art. 12 Norme di rinvio

Per tutto quanto non previsto dal presente regolamento si fa rinvio alle leggi regolanti la materia in combinato disposto con la legislazione scolastica di riferimento.

Art. 13 Entrata in vigore

Il presente regolamento entra in vigore il giorno successivo alla sua approvazione da parte del Consiglio di Istituto mediante l'affissione all'albo e la pubblicazione sul sito web istituzionale.

Il Presidente del Consiglio d'Istituto

Il Dirigente Scolastico

Rosario Tué

Antonio Boschetti