



MINISTERO DELLA PUBBLICA ISTRUZIONE
UFFICIO SCOLASTICO REGIONALE PER IL LAZIO
RMIC8E800G – ISTITUTO COMPRENSIVO FRANCESCA MORVILLO
GIÀ I.C. VIA SAN BIAGIO PLATANI

Via San Biagio Platani, 260 - Cap. 00133 Roma

☎ - 062008260 - Fax - 0620686406

Mail: rmic8e800g@istruzione.it Pec: rmic8e800g@pec.istruzione.it

Sito web: www.icviasanbiagioplatani.edu.it

Codice Fiscale 97713350581 - DIS. XVI



FONDI
STRUTTURALI
EUROPEI

pon
2014-2020



PER LA SCUOLA - COMPETENZE E AMBIENTI PER L'APPRENDIMENTO (FSE-FESR)

REGOLAMENO PER LA STIPULA DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE

PREMESSA

La legge n. 449/97 all'art. 43 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." Il Decreto n.129/2018 relativo al Regolamento concernente le istruzioni generali sulla amministrazione scolastica, sancisce:

- **Art.45, c.2, lett. b** che al Consiglio d'istituto spettano le deliberazioni relative alla determinazione dei criteri e limiti per lo svolgimento, da parte del Dirigente, delle attività negoziali relative ai contratti di sponsorizzazione per i quali è accordata la preferenza a soggetti che, per finalità statutarie e/o attività svolte abbiano in concreto dimostrato particolare attenzione e sensibilità nei confronti dei problemi dell'infanzia e della adolescenza. È 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;

ART. 1 – DEFINIZIONE

L'Istituto Comprensivo "Francesca Morvillo" già I.C. "Via San Biagio Platani", sito in via San Biagio Platani, 260 - 00133 ROMA – intende avvalersi dei 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 unicamente dal personale della scuola, possono essere cofinanziati da enti o aziende esterne con contratti di sponsorizzazione. Il contratto di sponsorizzazione è un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale l'Istituzione scolastica (sponsee) offre ad un terzo (sponsor) la possibilità di pubblicizzare in appositi e determinati spazi o supporti di veicolazione delle informazioni, nome, logo, marchio a fronte dell'obbligo di versare un determinato corrispettivo.

ART. 2 – OGGETTO

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

- fornitura di un contributo in denaro;
- realizzazione, allestimento, arredo e/o manutenzione di spazi per le attività didattiche, con annessa fornitura di materiale specifico;
- laboratorio di informatica anche “mobile” (eventuale manutenzione e/o acquisto di materiale hardware e software, ecc;
- laboratorio di arte e immagine;
- laboratorio musicale;
- palestra;
- biblioteca;
- materiale per la pulizia degli ambienti, materiale didattico per le classi per la gestione delle attività amministrative(carta, toner, fotocopiatrici...);
- svolgimento di progetti di particolare rilevanza culturale per gli alunni;
- gadget di diverso genere in caso di partecipazione ad eventi/gare/concorsi nei quali si rende necessaria la visibilità dell'appartenenza alla comunità scolastica

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.

ART. 3 – FINALITA' E INDIVIDUAZIONE SPONSOR

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

- 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 e dell'adolescenza e, comunque, della scuola e della cultura;
- 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 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.
- La conclusione di un contratto di sponsorizzazione non comporta la comunicazione allo sponsor dei nominativi e degli indirizzi dei destinatari delle informazioni o comunicazioni istituzionali, da considerarsi quindi non conforme al quadro normativo. Ne consegue il dovere per le amministrazioni scolastiche di astenersi dal comunicare dati personali allo sponsor.

ART. 4 – SOGGETTI SPONSOR

Possono assumere la veste di sponsor i seguenti soggetti:

- Qualsiasi persona fisica e giuridica avente o meno lo scopo di lucro o finalità commerciali, comprese le società di persone, le cooperative, consorzi imprenditoriali;
- Le associazioni senza fini di lucro

ART. 5 – CONTRIBUTI ECONOMICI

Lo sponsor può sostenere le diverse iniziative oggetto del contratto di sponsorizzazione mediante contributi economici da versare direttamente alla scuola. Il contributo può essere richiesto dalla scuola a uno o più sponsor per la stessa iniziativa. I risparmi di spesa o i maggiori introiti accertati a seguito della stipula di contratto sono destinati ad economie di bilancio e/o a nuovi interventi regolati dal Dirigente Scolastico e dalla Giunta Esecutiva e successivamente deliberati dal Consiglio d'Istituto.

ART. 6 – CESSIONE GRATUITA DI BENI E/O SERVIZI

Le società, le imprese, i professionisti, le associazioni ed i privati in genere, possono in qualsiasi momento donare alla scuola, beni mobili, nonché servizi, indicando le eventuali forme di pubblicità che vengono richieste in contropartita. La scuola, valutata l'utilità del bene offerto, procede, ove lo ritenga nel proprio interesse, all'accettazione e dispone circa le forme di pubblicità individuate.

ART. 7 – OBBLIGHI A CARICO DELLA SCUOLA

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

- riproduzione del marchio – logo o generalità dello sponsor su tutto il materiale pubblicitario delle iniziative oggetto della sponsorizzazione;
- pubblicazione nel sito Web della scuola e su apposita bacheca nell'atrio dei plessi, degli estremi dello sponsor e dell'oggetto della sponsorizzazione;
- posizionamento di targhe o cartelli indicanti il marchio-logo o generalità dello sponsor sui beni durevoli oggetto della sponsorizzazione;
- distribuzione in loco di volantini, gadgets, brochure...
- individuazione di spazi interni ed esterni dei tre plessi di scuola le imposte sulla pubblicità, ove dovute, dovranno essere corrisposte dallo sponsor direttamente al concessionario, nella misura prevista dalla legislazione vigente al momento di esecutività del contratto stesso.

ART. 8 – VINCOLI DELLA SPONSORIZZAZIONE

Il Consiglio d'Istituto, si riserva, a suo insindacabile giudizio, la facoltà di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione, specie quando è ravvisata la possibilità che la scuola, nella figura del suo rappresentante legale, possa vedere lesa la sua 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, non procederà alla stipula di contratto di sponsorizzazione quando ricorra uno dei seguenti casi:

- probabile conflitto di interesse tra l'attività pubblica della scuola e quella privata dello sponsor, dove tutte le componenti scolastiche si asterranno dal proporre sponsorizzazioni se direttamente interessate quali soggetti beneficiari di eventuali introiti;
- possibilità di pregiudizio per la scuola derivante dalla qualità, anche di ordine morale ed etico, dello sponsor;
- messaggio pubblicitario pregiudiziale o dannoso all'immagine della scuola o alle proprie iniziative;
- messaggi offensivi, incluse le espressioni di politica, religione, razzismo, fanatismo, odio o minaccia;

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

ART. 9 – SCELTA DELLO SPONSOR

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

- recepimento di proposte spontanee da parte di singoli soggetti individuati;
- pubblicità, da parte della scuola, delle iniziative sottoposte a contratti di sponsorizzazione ed accettazione delle proposte di maggiore interesse;
- gara pubblica, da parte della scuola, di più operatori su singole iniziative di sponsorizzazione ed accettazione di quelle più convenienti.

ART. 10 – STIPULA E RISOLUZIONE DEL CONTRATTO

La sponsorizzazione deve essere formalizzata con apposito atto di natura contrattuale nel quale verranno stabiliti:

- 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 ;
- il corrispettivo per la 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 una ricevuta da emettersi alla sottoscrizione del contratto con pagamento immediato tramite bonifico sulla Banca che sarà indicato sulla ricevuta stessa; Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza, ipso iure, dell'affidamento. Lo sponsor deve il corrispettivo pattuito anche se non realizza il ritorno pubblicitario sperato. Il contratto di sponsorizzazione potrà essere risolto da parte della Scuola, in qualsiasi momento in caso di mancata ottemperanza ad una qualsiasi delle obbligazioni poste a carico dello sponsor. La risoluzione del contratto non comporta, in tal caso, alcun diritto da parte dello sponsor a pretese o danni di qualsiasi natura.

ART. 11 – MONITORAGGIO

Il D.S.G.A. dell'istituto acquisirà le necessarie informazioni finalizzate a promuovere azioni di monitoraggio e controllo degli atti connessi con l'applicazione del presente regolamento per poter relazionare in sede di adunanza degli Organi Collegiali preposti. 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. 12 - GESTIONE OPERATIVA

La gestione operativa, contrattuale e legale delle sponsorizzazioni è affidata al Dirigente Scolastico, che la esercita nei modi precisati dal presente regolamento, informando periodicamente il Consiglio d'Istituto.

ART. 13 – RESPONSABILITA'

Nella stipula del contratto, il Dirigente Scolastico farà in modo che l'Istituto Comprensivo "Francesca Morvillo" di Roma, soggetto sponsorizzato, venga sollevato da qualsiasi responsabilità civile e penale conseguente all'allestimento e allo svolgimento delle attività sponsorizzate da parte dello sponsor.

ART. 14 – SPONSORIZZAZIONE E PRIVACY

I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste. La conclusione di un contratto di sponsorizzazione da parte dell'Istituto Comprensivo "Francesca Morvillo" di Roma non comporta, di per sé, una comunicazione allo sponsor dei nominativi e degli indirizzi dei destinatari delle informazioni o comunicazioni istituzionali.

ART. 15 - ENTRATA IN VIGORE

Il presente regolamento entra in vigore il giorno successivo alla sua approvazione da parte del Consiglio d'Istituto mediante l'affissione all'Albo e pubblicazione sul sito istituzionale www.icviasanbiagioplatani.edu.it

Approvato dal Consiglio di istituto del 19/02/2019 con delibera n. 12