ISTITUTO COMPRENSIVO STATALE
DI CAMPOLONGO MAGGIORE E CAMPAGNA LUPIA
Via ROMA, 47 30010 Campolongo Maggiore (VE)
Tel: 0495848146 - Fax: 0499744126
Cod. Mecc.: VEIC80800A - C.F.: 82011520275 – CUF: UF5AM0
e-mail: veic80800a@istruzione.it - P.E.C.: veic80800a@pec.istruzione.it

REGOLAMENTO PER LA STIPULA DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE DELL'ISTITUZIONE SCOLASTICA

(ALLEGATO N 12)

Riferimenti normativi

La L. 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*" possono stipulare contratti di sponsorizzazione con soggetti privati o associazioni.

Il D.I. n. 44/2001 relativo al Regolamento concernente le istruzioni generali sulla amministrazione scolastica, sancisce:

- che 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 (Art. 33,c.2) ;
- che è 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 dell'adolescenza e che 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. 41) .

Art. 1

L'istituto Comprensivo "Aldo Moro" – via M. Montessori 7 – 30010 Campagna Lupia 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'Istituto 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

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 i rapporti con la Pubblica Amministrazione.

La sponsorizzazione avrà come oggetto le seguenti opzioni:

- 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 (eventuale manutenzione)
- Laboratorio di arte ed immagine,
- Laboratorio musicale,

- Laboratorio intercultura,
- Laboratorio diversamente abili
- Laboratorio di scienze naturali
- Laboratorio L2,L3 (eventuale manutenzione)
- Palestra
- Biblioteca
- Materiali per la pulizia degli ambienti, materiali per la gestione delle attività amministrativa (carta fotocopie, toner, fotocopiatrici, fax ecc);
- Materiale per gestione delle attività didattiche (computer, stampanti, cartucce, carta fotocopie, ecc)

A tal fine sarà individuato un capitolo di bilancio in entrata sul quale riservare le relative somme utilizzate esclusivamente ai fini prefissati nei contratti di sponsorizzazione.

Art.3

Nella individuazione degli sponsor hanno la priorità i soggetti pubblici o privati che hanno 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 contro l'infanzia.

Ogni contratto di sponsorizzazione non può prescindere dalla correttezza di rapporti, rispetto della dignità scolastica e non deve prevedere vincoli o oneri 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 comunicazione 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

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

- l' intenzione e le finalità coerenti con il ruolo e la funzione pubblica e formativa della scuola;
- la non sussistenza di natura e scopi che confliggano 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.

Possono assumere la veste di sponsor i seguenti soggetti:

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

- le associazioni senza fine di lucro.

Art. 5

Il Consiglio d'Istituto dà mandato al Dirigente Scolastico e alla Giunta Esecutiva di valutare le finalità e le garanzie offerte al soggetto sponsorizzatore, richiedendo eventualmente lo statuto della società e di stipulare il relativo contratto che sarà sottoposto al Consiglio d'Istituto per la relativa ratifica.

L'Istituzione scolastica, tramite il suo rappresentante legale, nella persona del Dirigente Scolastico, e i componenti della Giunta Esecutiva, a loro 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 alla sua immagine o alle proprie iniziative;
- 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, materiali disdicevole per la moralità pubblica;
- messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

L'Istituto Comprensivo Aldo Moro è manlevato da ogni richiesta di danni provenienti da terzi (siano essi controparti, azionisti, clienti, dipendenti dello sponsor) o rappresentanze degli stessi, in conseguenza delle attività svolte.

Lo sponsor dichiara di conoscere e comprendere 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.6

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 (vedi art.4);
- 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 indicata sulla ricevuta stessa; **eventuale ritardi rispetto alle scadenze di pagamento pattuite ci autorizzeranno ad applicare gli interessi legali al tasso maggiorato di 5 punti percentuali. 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.

Art. 7

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

Art.8

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 dalla Giunta Esecutiva.

Art. 9

I dati personali raccolti in applicazione del personale regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso prevista. 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 ei dati di carattere riservato riguardante l'istituto comprensivo Aldo Moro.

Art.10

Il contratto potrà essere stipulato mediante scrittura privata.

Art.11

Il presente Regolamento entra in vigore ad avvenuta esecutività della deliberazione che l'approva e dovrà essere approvata dal CdI ogni anno: se necessario potranno essere apportate modifiche sostanziali.

Campagna Lupia:
aggiornato in data 25 giugno 2015