



ISTITUTO COMPENSIVO

"Piazza Minucciano"
Piazza Minucciano n. 33 – 00139 ROMA



MINISTERO ISTRUZIONE UNIVERSITÀ E RICERCA
UFFICIO SCOLASTICO REGIONALE PER IL LAZIO
UFFICIO SCOLASTICO PROVINCIALE DI ROMA

☎ / 📠 06.8124398 - ☎ 06.88386350 - Distretto XII° - 4° Municipio – Cod. Mecc. RMIC8ED008
C.F. 97713070585 - ✉ rmic8ed008@istruzione.it – mic8ed008@pec.istruzione.it – U.R.L. www.scuolamajorana.it

REGOLAMENTO PER LA STIPULA DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONI dell'Istituzione scolastica

(Deliberato dal Consiglio d'Istituto in data 30 Settembre 2014)

Premessa

L'avvento dell'autonomia e la conseguente acquisizione della personalità giuridica da parte delle istituzioni scolastiche, comporta la possibilità per le scuole di intraprendere attività negoziale di vario genere al fine di perseguire i fini istituzionali. La legittimazione degli enti pubblici a concludere accordi di sponsorizzazione si rinviene nella L. 27 dicembre 1997 n°449, la quale all'art. 43 dispone che "al fine di favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa e di realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi prestati, le pubbliche amministrazioni possono stipulare contratti di sponsorizzazione.... Con soggetti privati ed associazioni". Il Regolamento amministrativo contabile (D.L. n°44/2001) sancisce inoltre, il divieto di concludere accordi di sponsorizzazione con soggetti le cui finalità istituzionali siano in contrasto con la funzione educativa e culturale della Scuola.

Vista la L. n.449/1997 art. 43

Visto il D.Lgs. n.267/2000 art. 119

Visto il D.I. n.44/2001 artt. 33,41

(allegati in calce al presente Regolamento)

Il consiglio d'Istituto formalizza il seguente Regolamento per disciplinare le attività di sponsorizzazione all'interno di questo Istituto.

ART. 1 – DEFINIZIONE

Il contratto di sponsorizzazione è un accordo tra la Scuola ed uno sponsor mediante il quale lo sponsor offre alla Scuola beni e/o servizi in cambio di pubblicità.

La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono in particolare stabiliti:

- a) il diritto dello sponsor all'utilizzazione dello spazio pubblicitario;
- b) la durata del contratto di sponsorizzazione;
- c) gli obblighi assunti dallo sponsor;
- d) le clausole di tutela, rispetto alle eventuali inadempienze.

La Scuola si impegna all'elaborazione di uno schema di contratto-tipo, al fine di uniformare la documentazione: è prevista la facoltà della Scuola di recedere dal contratto stesso prima della scadenza, subordinata alla tempestiva e formale comunicazione allo sponsor; è inoltre prevista la clausola risolutiva espressa nel caso in cui il soggetto privato rechi danno all'immagine della Scuola, fermo restando l'eventuale risarcimento del danno.

Il mancato o solo parziale pagamento del corrispettivo previsto o la mancata o parziale esecuzione delle prestazioni 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 la individuazione degli sponsor e la conclusione dei contratti, nonché i limiti entro i quali il Dirigente scolastico può operare per arrivare agli accordi di sponsorizzazione, sono ratificati dal Consiglio d'Istituto e/o dalla Commissione per le sponsorizzazioni.

A tal fine il Consiglio d'Istituto dà mandato al Dirigente scolastico e alla Commissione per le sponsorizzazioni 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 sottoposto al Consiglio d'Istituto per la relativa ratifica.

ART. 2 - OGGETTO

L'oggetto del contratto di sponsorizzazione potrà riguardare:

- attività di carattere culturale ed artistico (sostegno a manifestazioni in qualsiasi forma prevista)

- interventi a favore del servizio bibliotecario (fornitura di attrezzature, libri, volumi etc.)
- interventi a favore di attività di animazione, laboratori, fornitura di materiali, attrezzature didattiche, tecnoscientifiche, tecnologiche etc.
- iniziative a favore delle attività sportive (gare, manifestazioni, fornitura di attrezzature o impianti sportivi)
- iniziative a sostegno dei servizi sociali (collaborazione per servizi a sostegno di alunni svantaggiati, diversamente abili etc.)
- ogni altra attività che la Scuola ritenga, nella sua piena discrezionalità, possa essere oggetto di sponsorizzazione

La sponsorizzazione potrà essere realizzata nelle seguenti forme:

- contributi economici;
- cessione gratuita di beni e/o servizi;
- compartecipazione economica diretta alle spese di realizzazione delle varie attività organizzate dalla Scuola.

ART. 3 – CONTRIBUTI ECONOMICI

Lo sponsor può sostenere le diverse iniziative oggetto del contratto di sponsorizzazione mediante contributi economici da versare direttamente alla Scuola, mediante bonifico.

Il contributo può essere richiesto dalla Scuola a uno o più sponsor per la stessa iniziativa.

Relativamente alla destinazione delle somme di denaro ricevute, sarà dalla Scuola individuato un capitolo di Bilancio, sul quale riversare le somme utilizzate esclusivamente ai fini prefissati nei contratti di sponsorizzazione e nel quale lasciare stazionare le eventuali eccedenze.

I risparmi di spesa o i maggiori introiti accertati a seguito della stipula dei contratti di sponsorizzazione, verranno destinati ad economie di bilancio e/o a nuovi interventi regolati dal Dirigente scolastico e ratificati dal Consiglio d'Istituto.

ART. 4 – CESSIONE GRATUITA DI BENI E/O SERVIZI

Le Società, 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. 5 – COMPARTICIPAZIONE ECONOMICA DIRETTA ALLE SPESE DI REALIZZAZIONE DELLE VARIE ATTIVITA' ORGANIZZATE DALLA SCUOLA

Lo sponsor può offrirsi di sostenere direttamente alcune spese relative ad attività già programmate dalla Scuola, richiedendo eventualmente in contropartita la forma di pubblicità prescelta tra quelle definite.

ART. 6 – OBBLIGHI A CARICO DELLA SCUOLA

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 etc.)
- pubblicazione nel sito Web della Scuola, nello spazio informativo dell'attività, degli estremi dello sponsor e dell'oggetto del contratto di sponsorizzazione;
- posizionamento di targhe o cartelli indicanti il marchio-logo o generalità dello sponsor sui beni durevoli oggetto della sponsorizzazione;
- distribuzione in loco di materiale pubblicitario, previa verifica dei contenuti da parte della Commissione per le sponsorizzazioni e successiva ratifica da parte del C.d'I. ex art.46 Regolamento d'Istituto.

Le forme di pubblicità sono rapportate all'entità del bene o del servizio fornito dallo sponsor. Esse possono riguardare tutte o solo alcune delle modalità previste nel presente articolo.

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. 7 – VINCOLI DI SPONSORIZZAZIONE

Non si procederà alla stipula del contratto di sponsorizzazione quando ricorra uno dei seguenti casi:

- probabile conflitto di interessi tra l'attività pubblica della Scuola e quella privata dello sponsor;
- 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
- Pubblicità diretta o anche collegata alla produzione o distribuzione di alcolici, tabacco, materiale pornografico, armi, etc.;
- Messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, omofobia, odio e minaccia;
- In qualsiasi altro caso ritenuto in contrasto con la Legge o con i Regolamenti scolastici, oppure inaccettabile per motivi di opportunità generale.

L'apprezzamento circa la sussistenza di una delle cause sopraindicate è di esclusiva competenza della Commissione per le sponsorizzazioni e/o del Consiglio d'Istituto.

ART. 8 – SCELTA DELLO SPONSOR

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

- Recepimento di proposte spontanee da parte di soggetti individuati;
- Pubblicità da parte della Scuola stessa, delle iniziative sottoposte a contratti di sponsorizzazione ed accettazione delle proposte di maggiore interesse;
- Licitazione privata o gara pubblica, da parte della Scuola, di più operatori su singole iniziative di sponsorizzazione ed accettazione delle proposte più convenienti.

ART. 9 – STIPULA E RISOLUZIONE DEL CONTRATTO

La sponsorizzazione dovrà essere regolata mediante apposito contratto. Il contratto potrà essere stipulato mediante scrittura

privata.

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.

La risoluzione avviene, in tal caso, per fatti e colpa dello sponsor.

ART. 10 – APPROVAZIONE DEL REGOLAMENTO

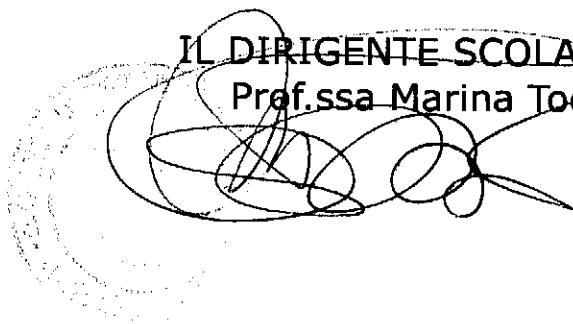
Il presente regolamento entra in vigore ad avvenuta esecutività della deliberazione che l'approva: se necessario, potranno essere apportate modifiche sostanziali dal Consiglio d'Istituto.

ART. 11 – NORME DI RINVIO

Per tutto quanto non previsto dal presente Regolamento, si fa rinvio alle Leggi, sia speciali che generali, regolanti la materia.

Roma, 30 Settembre 2014

IL DIRIGENTE SCOLASTICO
Prof.ssa Marina Todini



Legge 27 dicembre 1997, n. 449

"Misure per la stabilizzazione della finanza pubblica"

Art. 43.

(Contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione, convenzioni con soggetti pubblici o privati, contributi dell'utenza per i servizi pubblici non essenziali e misure di incentivazione della produttività)

1. Al fine di favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa e di realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi prestati, le pubbliche amministrazioni possono stipulare contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione con soggetti privati ed associazioni, senza fini di lucro, costituite con atto notarile.

2. Le iniziative di cui al comma 1 devono essere dirette al perseguimento di interessi pubblici, devono escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata e devono comportare risparmi di spesa rispetto agli stanziamenti disposti. Per le sole amministrazioni dello Stato una quota dei risparmi così ottenuti, pari al 5 per cento, è destinata ad incrementare gli stanziamenti diretti alla retribuzione di risultato dei dirigenti appartenenti al centro di responsabilità che ha operato il risparmio; una quota pari al 65 per cento resta nelle disponibilità di bilancio della amministrazione. Tali quote sono versate all'entrata del bilancio dello Stato per essere riassegnate, per le predette finalità, con decreti del Ministro del tesoro, del bilancio e della programmazione economica. La rimanente somma costituisce economia di bilancio. La presente disposizione non si applica nei casi in cui le sponsorizzazioni e gli accordi di collaborazione sono diretti a finanziare interventi, servizi o attività non inseriti nei programmi di spesa ordinari. Continuano, inoltre, ad applicarsi le particolari disposizioni in tema di sponsorizzazioni ed accordi con i privati relative alle amministrazioni dei beni culturali ed ambientali e dello spettacolo, nonché ogni altra disposizione speciale in materia.

3. Ai fini di cui al comma 1 le amministrazioni pubbliche possono stipulare convenzioni con soggetti pubblici o privati dirette a fornire, a titolo oneroso, consulenze o servizi aggiuntivi rispetto a quelli ordinari. Il 50 per cento dei ricavi netti, dedotti tutti i costi, ivi comprese le spese di personale, costituisce

economia di bilancio. Le disposizioni attuative del presente comma, che non si applica alle amministrazioni dei beni culturali ed ambientali e dello spettacolo, sono definite ai sensi dell'articolo 17, comma 1, della legge 23 agosto 1988, n. 400.

4. Con uno o più regolamenti, da emanare entro novanta giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge, le pubbliche amministrazioni individuano le prestazioni, non rientranti tra i servizi pubblici essenziali o non espletate a garanzia di diritti fondamentali, per le quali richiedere un contributo da parte dell'utente, e l'ammontare del contributo richiesto. Per le amministrazioni dello Stato, anche ad ordinamento autonomo, il regolamento è emanato ai sensi dell'articolo 17, comma 1, della legge 23 agosto 1988, n. 400, su proposta del Ministro per la funzione pubblica di concerto con il Ministro del tesoro, del bilancio e della programmazione economica. Per tali amministrazioni gli introiti sono versati all'entrata del bilancio dello Stato per essere riassegnati, in misura non superiore al 30 per cento, alla corrispondente unità previsionale di base del bilancio per incrementare le risorse relative all'incentivazione della produttività del personale e della retribuzione di risultato dei dirigenti assegnati ai centri di responsabilità che hanno effettuato la prestazione.

5. A decorrere dall'esercizio finanziario 1998, i titolari dei centri di responsabilità amministrativa definiscono obiettivi di risparmi di gestione da conseguire in ciascun esercizio ed accantonano, nel corso della gestione, una quota delle previsioni iniziali delle spese di parte corrente, sia in termini di competenza che di cassa, aventi natura non obbligatoria, non inferiore al 2 per cento. La metà degli importi costituisce economia di bilancio; le rimanenti somme sono destinate, nell'ambito della medesima unità previsionale di base di bilancio, ad incrementare le risorse relative all'incentivazione della produttività del personale e della retribuzione di risultato dei dirigenti, come disciplinate dalla contrattazione di comparto. Per l'amministrazione dei beni culturali e ambientali l'importo che costituisce economia di bilancio è pari allo 0,50 per cento della quota accantonata ai sensi del presente comma; l'importo residuo è destinato ad incrementare le risorse relative all'incentivazione della produttività del personale tecnico e le retribuzioni di risultato del personale dirigente della medesima amministrazione.

6. Per il Ministero della difesa, le disposizioni di cui al comma 5 non si applicano alle spese di cui alle unità previsionali di base "ammodernamento e rinnovamento" (funzionamento), nonché alle spese, specificamente afferenti alle infrastrutture multinazionali NATO, di cui alla unità previsionale di base

"accordi ed organismi internazionali" (interventi), di pertinenza del centro di responsabilità "Bilancio e affari finanziari".

7. Per le Amministrazioni di cui all'articolo 2, commi 4 e 5, del decreto legislativo 3 febbraio 1993, n. 29, le risorse di cui ai commi 2, 4 e 5 destinate all'incentivazione della produttività ed alla retribuzione di risultato sono altresì destinate, nelle misure e con le modalità determinate con decreto del Presidente del Consiglio dei ministri, su proposta dei Ministri interessati, in analogia alle ripartizioni operate per il personale del "comparto Ministeri", ad incrementare le somme accantonate per dare attuazione alle procedure di cui al decreto legislativo 12 maggio 1995, n. 195, ed all'articolo 2 della legge 2 ottobre 1997, n. 334.

Decreto Legislativo 18 agosto 2000, n. 267

"Testo unico delle leggi sull'ordinamento degli enti locali"

Articolo 119

Contratti di sponsorizzazione, accordi di collaborazione e convenzioni

1. In applicazione dell'articolo 43 della legge 27 dicembre 1997, n. 449, al fine di favorire una migliore qualità dei servizi prestati, i comuni, le province e gli altri enti locali indicati nel presente testo unico, possono stipulare contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione, nonché convenzioni con soggetti pubblici o privati diretti a fornire consulenze o servizi aggiuntivi.

Decreto Interministeriale 1 febbraio 2001, n. 44

(in SO n. 49 alla GU 9 marzo 2001, n. 57)

Regolamento concernente le "Istruzioni generali sulla gestione amministrativo-contabile delle istituzioni scolastiche"

Art. 33

(Interventi del Consiglio di istituto nell'attività negoziale)

1. Il Consiglio di istituto delibera in ordine:

- a) alla accettazione e alla rinuncia di legati, eredità e donazioni;
- b) alla costituzione o compartecipazione a fondazioni; all'istituzione o compartecipazione a borse di studio;
- c) all'accensione di mutui e in genere ai contratti di durata pluriennale;
- d) ai contratti di alienazione, trasferimento, costituzione, modificazione di diritti reali su beni immobili appartenenti alla istituzione scolastica, previa verifica, in caso di alienazione di beni pervenuti per effetto di successioni a causa di morte e donazioni, della mancanza di condizioni ostative o disposizioni modali che ostino alla dismissione del bene;
- e) all'adesione a reti di scuole e consorzi;
- f) all'utilizzazione economica delle opere dell'ingegno;
- g) alla partecipazione della scuola ad iniziative che comportino il coinvolgimento di agenzie, enti, università, soggetti pubblici o privati;
- h) all'eventuale individuazione del superiore limite di spesa di cui all'articolo 34, comma 1;
- i) all'acquisto di immobili.

2. Al Consiglio di istituto spettano le deliberazioni relative alla determinazione dei criteri e dei limiti per lo svolgimento, da parte del dirigente, delle seguenti attività negoziali:

- a) contratti di sponsorizzazione;
- b) contratti di locazione di immobili;
- c) utilizzazione di locali, beni o siti informatici, appartenenti alla istituzione scolastica, da parte di soggetti terzi;
- d) convenzioni relative a prestazioni del personale della scuola e degli alunni per conto terzi;
- e) alienazione di beni e servizi prodotti nell'esercizio di attività didattiche o programmate a favore di terzi;
- f) acquisto ed alienazione di titoli di Stato;
- g) contratti di prestazione d'opera con esperti per particolari attività ed insegnamenti;
- h) partecipazione a progetti internazionali.

3. Nei casi specificamente individuati dal comma 1, l'attività negoziale è subordinata alla previa deliberazione del Consiglio di istituto. In tali casi, il dirigente non può inoltre recedere, rinunciare o transigere se non previamente

autorizzato dal Consiglio di istituto. In tutti gli altri casi, il dirigente ha il potere di recedere, rinunciare e transigere, qualora lo richieda l'interesse dell'istituzione scolastica.

Art. 41
(Contratti di sponsorizzazione)

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.