



Delibera del Consiglio di Istituto n. 123 del 01/12/2021 - VERBALE n° 3



Ministero dell'Istruzione - Ufficio Scolastico Regionale per il Lazio

I.P.S.S.E.O.A. "M. BUONARROTI" FIUGGI

Sede centrale ISTITUTO PROFESSIONALE DI STATO
PER I SERVIZI PER L'ENOGASTRONOMIA E L'OSPITALITA' ALBERGHIERA
Via G. Garibaldi - 03014 Fiuggi (Fr) - C.F. 92070770604 Cod. Mecc. FRRH030008
0775- 533614 - frrh030008@istruzione.it ; frrh030008@pec.istruzione.it
I.P.S.S.E.O.A. SEZ. CARCERARIA FROSINONE FRRH030019
E.O.A. SEZIONE PALIANO Cod. Mecc. Cod. Mecc: FRRH03002A

REGOLAMENTO SPONSORIZZAZIONI

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 negoziali 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.I. n. 129/2018) prevede, inoltre, che si accordi la preferenza a quei soggetti che abbiano concretamente dimostrato particolare attenzione ai problemi dei giovani, e sancisce, opportunamente, 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. 4/2001 artt. 33 e 41;

il Consiglio d'istituto formalizza il seguente regolamento per disciplinare le attività di sponsorizzazione all'interno di questo istituto.

Art. 1 (Finalità)

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione, da parte di terzi, in attuazione delle disposizioni vigenti.
2. Le attività di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione e a realizzare maggiori economie nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali o la realizzazione di progetti di ampliamento dell'offerta formativa non realizzabili con risorse economiche interne.

Art. 2 (Definizioni)

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
 - a) per **"contratto di sponsorizzazione"**, un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale l'Istituzione Scolastica, denominata sponsee, offre, nell'ambito di proprie iniziative culturali, sociali, ricreative e altro, ad un terzo, denominato sponsor la possibilità di pubblicizzare, in apposite e predeterminate modalità, il nome, il logo, il marchio della propria azienda, nei modi previsti dal Contratto e lo sponsor si obbliga in cambio a pagare un determinato corrispettivo in denaro o a fornire, a titolo gratuito, una determinata prestazione o un bene mobile, anche di propria produzione;
 - b) per **"sponsorizzazione"** ogni corrispettivo in denaro, ovvero ogni prestazione diretta o indiretta, proveniente da terzi allo scopo di promuovere il proprio nome, marchio, attività, o i propri prodotti, servizi e simili ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio d'immagine;

- c) per “**sponsor**”, il soggetto privato o il soggetto pubblico che intenda stipulare un contratto di sponsorizzazione con l’Istituzione Scolastica;
 - d) per “**sponsee**” il soggetto sponsorizzato, cioè l’Istituzione Scolastica (di seguito denominata “scuola”);
 - e) per “**spazio pubblicitario**” lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dalla scuola per la pubblicità dello sponsor.
2. Dal contratto di sponsorizzazione deve conseguire un corrispettivo in denaro ovvero un risparmio di spesa nella realizzazione di un’iniziativa o nell’acquisizione di un bene.

Art. 3 (Funzione della sponsorizzazione)

1. Le sponsorizzazioni rappresentano strumenti tramite i quali la scuola acquisisce da soggetti terzi risorse finanziarie e/o strumentali finalizzati a:

- attività di carattere culturale e 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 materiale, attrezzature didattiche, tecnico-scientifiche, tecnico-specialistiche, 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);
- fornitura di derrate alimentari per laboratori di cucina, bar, sala in funzione degli indirizzi professionalizzanti;
- ogni altra attività che la scuola ritenga, nella sua piena discrezionalità, debba essere oggetto di sponsorizzazione.

La sponsorizzazione potrà essere realizzata in una delle seguenti forme:

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

Art. 4 (Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione)

1. Il Consiglio d'Istituto formula indirizzi specifici per l’attivazione di eventuali iniziative di sponsorizzazione ad avviso pubblico in base alla presente regolamentazione.
2. Sono ammesse sponsorizzazioni che consistano nella realizzazione di una o più opere pubbliche previa autorizzazione dell’Ente proprietario .
3. Sono ammesse sponsorizzazioni plurime di una singola iniziativa.
4. La pubblicità (sponsorizzazione) può realizzarsi, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, attraverso le seguenti iniziative:
 - a) utilizzo di spazi su documentazione della scuola (materiale divulgativo, pubblicazioni, PTOF, varie, ecc.) ovvero sul sito istituzionale;
 - b) apposizione del logo, marchio (o altro su richiesta) su beni mobili.
5. Può essere previsto l’ utilizzo di spazi all’interno o all’esterno delle sedi scolastiche, previo accordo con l’Ente Locale;
6. Le iniziative di sponsorizzazione possono comportare per il bilancio della scuola sia **riduzione di spesa**, sia **incrementi di entrata**.

Art. 5 (Procedure di ammissione dello sponsor)

1. L’individuazione dello sponsor avviene nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità.
2. La scelta dello sponsor può essere effettuata

- a) a **valutazione di domanda individuale da parte dello sponsor**;
- b) **mediante procedura negoziata preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso** (se a domanda dello sponsee). All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo on line dell'Istituto, nel sito istituzionale, ed in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per la maggiore conoscenza e partecipazione.
3. L'avviso manifesta l'intento dell'Amministrazione di procedere al reperimento di sponsorizzazioni finalizzate al finanziamento dell'evento o all'acquisto del bene indicato nell'avviso.
4. **L'offerta da parte dello sponsor** deve essere presentata in forma scritta e deve indicare, almeno:
- il bene, l'attività, il progetto o l'iniziativa che si intende sponsorizzare;
 - il bene, l'attività, il progetto o l'iniziativa che si intende pubblicizzare ed in quale forma; c) il corrispettivo della sponsorizzazione;
 - l'accettazione delle condizioni previste nel presente Regolamento.
5. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti **autocertificazioni** sottoscritte da soggetto munito dei relativi poteri di rappresentanza, attestanti: a) per le persone fisiche:
- l'inesistenza della condizione a contrattare con la pubblica amministrazione di cui agli artt.120 e seguenti della L.24/11/1981 n.689 e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
 - l'inesistenza di impedimenti a contrattare derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia; l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese); - la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa. 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 rappresentati per procedere agli accertamenti di cui al D.L.VO 50/2016 e ss.mm.ii.;
6. L'offerta deve, inoltre, contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.

Art. 6 (Affidamento diretto)

- Di norma si procede all'affidamento diretto, da parte del Dirigente Scolastico, della sponsorizzazione, nel caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore a Euro 15.000,00.
- In caso di sponsorizzazioni di valore superiore occorre specifica delibera del Consiglio d'Istituto.

Art. 7 (Esclusione e rifiuto di sponsorizzazioni inaccettabili)

- Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione**, oggetto del presente regolamento, quei soggetti privati, ditte, imprese, associazioni o altri organismi che siano stati oggetto (o che abbiano procedura in corso) di rescissione di contratti o concessioni da parte di qualsiasi Amministrazione Pubblica a causa di gravi inadempienze, negligenza, malafede.
- Il Dirigente Scolastico, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi offerta di sponsorizzazione qualora: ritenga sussista 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 sue iniziative o attività o finalità; la reputi inaccettabile per motivi di opportunità generale.
- Il Dirigente Scolastico può altresì sospendere la decisione in merito a qualsiasi offerta di sponsorizzazione, qualora ritenga opportuno effettuare ulteriori verifiche.
- Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:**
 - propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, pornografici ecc.;
 - messaggi offensivi incluse le espressioni di fanatismo, razzismo odio o minaccia.
 - attività che siano a qualunque titolo coinvolte nella produzione, commercializzazione, finanziamento e intermediazione di armi di qualunque tipo (compresi i sistemi elettronici e le sostanze chimiche, biologiche e nucleari) o che risultino comprese nell'elenco degli istituti coinvolti nel finanziamento all'export di armi.

Art. 8 (Contratto di sponsorizzazione)

- La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione tra le parti di un apposito contratto.

In ogni caso (contratto o scrittura privata) devono essere definiti in particolare:

- oggetto e finalità della sponsorizzazione;
- impegni dello sponsor;

- c) impegni dello sponsee (scuola);
- d) diritto dello sponsor alla utilizzazione degli strumenti di veicolazione concessi dallo sponsee;
- e) determinazione del corrispettivo della sponsorizzazione;
- h) durata del contratto di sponsorizzazione;
- j) clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze;
- g) eventuale clausola di esclusiva richiesta dallo sponsor.

Art. 9 - (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, sito internet, ecc);
- 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, brochure, volantini promozionali, gadget, etc.

Le forme di pubblicità sono rapportate all'entità del bene o servizio fornito dallo sponsor. Esse possono riguardare tutte o solo alcune delle modalità previste dal 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 prevista dalla legislazione vigente al momento di esecutività del contratto stesso.

Art. 10 (Atti di mecenatismo) *

Con il termine **mecenatismo** (dal nome di Gaio Cilnio Mecenate, 68 a.C. - 8 d.C.) si indica in generale il sostegno e il patrocinio disinteressato nei confronti di attività artistiche e culturali e, più nello specifico, nei confronti degli stessi artisti coinvolti in tali attività. Oggigiorno, estendendo il termine ad altre categorie, si parla di mecenatismo anche riferendosi al sostegno ad attività come il restauro di monumenti o attività sportive. Si usa inoltre il termine mecenate d'impresa per indicare un finanziatore di iniziative imprenditoriali con caratteristiche innovative e di rischio dalle quali non si aspetta un ritorno finanziario diretto.

Le sponsorizzazioni offerte o proposte da privati o da enti, specie ove il ritorno di natura pubblicitaria appaia del tutto tenue e prevalga l'aspetto di un sostanziale contratto a prestazioni economicamente unilaterali, con la prevalenza di profili c.d. di "mecenatismo" da parte dello sponsor, sono formalizzate come procedure di negoziazione diretta, qualunque sia il valore della prestazione resa.

Art. 11 (Aspetti fiscali)

1. Le iniziative derivanti da contratto di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale vigente e, per quanto applicabili, sulle imposte indirette e sui tributi locali, per la cui applicazione il presente regolamento fa rinvio.

Art. 12 (Trattamento dei dati personali)

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste.
2. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti in base al Regolamento UE 2016/679 c.d. **Regolamento generale per la protezione dei dati personali - General Data Protection Regulation o GDPR** in quanto direttamente applicabile, nonché secondo quanto disposto dal **D.Lgs 10/08/2018 n.101**, che ha modificato le disposizioni di cui al D. Lgs.30/06/2003 n.196, c.d *Codice della Privacy*.
3. Non sono ammesse sponsorizzazioni che prevedano forme individuali di pubblicità dei prodotti dello sponsor attraverso utilizzo di dati individuali di alcun tipo (n. telefono, indirizzi o indirizzi e-mail ...).

Art. 13 (Normativa di riferimento)

Per ogni aspetto afferente la materia e l'oggetto contrattuali che non trovi comunque esplicita disciplina nel presente regolamento, si fa rinvio: per i profili di disciplina contrattuale, al Codice dei Contratti, alle disposizioni del Codice Civile ed alla normativa speciale in materia; per l'utilizzo dei marchi e dei segni distintivi al D.Lgs. 30/2005 e ss.mm.ii. nonché ad altra normativa specifica in materia;

per le sponsorizzazioni a favore delle Istituzioni Scolastiche alla normativa in materia sia scolastica sia delle Pubbliche Amministrazioni in generale (L. 442/97 art. 42; D.M. 44/01 Regolamento Contabile Istituzioni Scolastiche; DPR 275/98 Regolamento Autonomia delle Istituzioni Scolastiche) .

Art. 14 (Foro competente)

Per qualsiasi controversia il foro competente è quello di Frosinone.

Parere del Collegio dei docenti nella seduta del 16/11/2021

Approvato dal Consiglio di Istituto in data 01/12/2021 delibera n. 123

Il Dirigente Scolastico

Dott. Ing. Cozzolino Francesco