



REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI, DELLE DONAZIONI DI BENI E DEI CONTRIBUTI LIBERALI A FAVORE DELL'ISTITUTO

*Redatto ai sensi dell'art. 125, comma 10 del D.Lgs 12 aprile 2006, n. 163
"Codice dei contratti pubblici relativi a lavori, servizi e forniture" e ai sensi dell'art. 34 del D.I.
44/2001*

Approvato con delibera del Consiglio d'Istituto del 29.10.2021

Il presente regolamento viene allegato al Regolamento d'Istituto e ne diventa parte integrante



IL CONSIGLIO DI ISTITUTO

- VISTO l' art. 43 della Legge n. 449/97 nel quale è 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;
- VISTO il D.l. n. 44/2001 relativo al Regolamento concernente le istruzioni generali sulla amministrazione scolastica, che sancisce:
- art.33, comma 2 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. 41 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. 55 Donazioni, eredità, legati;
- VISTO l’art. 13 comma 3a della Legge n. 40 del 2007 - Disposizioni urgenti in materia di istruzione tecnico-professionale e di valorizzazione dell'autonomia scolastica, che disciplina le modalità e la causale di versamento delle erogazioni liberali ai fini della detraibilità e sancisce le erogazioni liberali a favore degli istituti scolastici di ogni ordine e grado, statali e paritari senza scopo di lucro appartenenti al sistema nazionale di istruzione di cui alla legge 10 marzo 2000, n. 62, e successive modificazioni, finalizzate all'innovazione tecnologica, all'edilizia scolastica e all'ampliamento dell'offerta formativa;
- VISTO il D.l. n. 129 del 28 agosto 2018, all’art.43, comma 4, secondo cui al programma annuale *le istituzioni scolastiche possono accedere a sistemi di raccolta fondi, anche mediante la formazione o l’adesione a piattaforme di finanziamento collettivo per sostenere azioni progettuali senza finalità di lucro*”;
- VISTO il DI n. 129 del 28 agosto 2018 all’art. 5, comma 7 del regolamento nella relazione illustrativa allegata al programma annuale, si dovranno precisare le finalità e le voci di spesa cui vengono destinate le entrate derivanti “dai finanziamenti reperiti mediante sistemi di raccolta fondi o di adesione a piattaforme di finanziamento collettivo”.

ADOPTA



IL REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI, DELLE DONAZIONI DI BENI E DEI CONTRIBUTI LIBERALI A FAVORE DELL'ISTITUTO

ART. 1 - DEFINIZIONE

L'Istituzione scolastica può accettare donazioni da terzi e stipulare accordi di sponsorizzazione, con soggetti pubblici o privati, allo scopo di incentivare e promuovere l'innovazione organizzativa e didattica e migliorare la qualità del servizio. Ai fini del presente regolamento si assumono le seguenti definizioni.

1. Le istituzioni scolastiche possono accettare donazioni, legati ed eredità anche assoggettate a disposizioni modali, a condizione che le finalità indicate dal donante, dal legatario o dal de cuius non contrastino con le finalità istituzionali.
2. "Sponsorizzazione": ogni contributo in beni o servizi, danaro od ogni altra utilità proveniente da terzi allo scopo di promuovere il loro nome, marchio, attività prodotti, messaggi, finalizzati a conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio d'immagine.
3. "Sponsor": ai sensi dell'art.119 del T.U. approvato con D.Lgs 18.8.2000, n.267, il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con l'istituzione scolastica.
4. Contratto di sponsorizzazione: contratto a titolo oneroso mediante il quale l'istituzione scolastica (sponsee) offre, nell'ambito di proprie iniziative, ad un terzo (sponsor) che si obbliga a corrispondere un determinato corrispettivo, la possibilità di veicolare messaggi che promuovono il nome, il logo, il marchio, i prodotti, o altri contenuti concordati.
5. Spazio pubblicitario: lo spazio fisico/temporale/geografico od il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dall'I.I.S.S. "A. RIGHI" di TARANTO per la pubblicità dello sponsor.
6. Il crowdfunding ovvero finanziamento collettivo, un processo collaborativo di un gruppo di persone che utilizza il proprio denaro in comune per sostenere gli sforzi della scuola, la quale può accedere a sistemi di raccolta fondi anche mediante la formazione o l'adesione a piattaforme di finanziamento collettivo realizzato tramite portali on-line, per sostenere le proprie azioni progettuali.

ART. 2 - OGGETTO

Rientrano nelle materie citate all'art.1 i sotto citati criteri:

1. le donazioni liberali di privati cittadini, o di associazioni o di enti, privati e pubblici, di Aziende che spontaneamente intendono offrire alla scuola sostegno in denaro o attraverso forniture di beni o servizi di qualsiasi genere, purché non in contrasto con la funzione educativa e culturale della scuola. Tali donazioni possono essere:
 - 1.1 senza vincolo di destinazione o senza alcun obbligo richiesti alla scuola;
 - 2.1 con destinazione di scopo. Rientrano in questa categoria le donazioni finalizzate:
 - all'acquisto di particolari strumenti didattici;
 - alla sovvenzione di progetti;
 - all'erogazione di borse di studio destinate a tutti o a particolari gruppi di alunni/studenti, purché non limitate a singole classi, con la possibilità di



intitolazione, previa approvazione del Consiglio di Istituto, a personalità o ad istituzioni indicate dall'ente donatore;

- 3.1 le donazioni senza destinazione di scopo ma con richiesta di "comunicazione" riguardante l'ente donatore (targhe ricordo, intitolazioni, manifestazioni ecc.);
2. le sponsorizzazioni vere e proprie, ovvero la fornitura di beni, servizi, o contributi in denaro, provenienti da soggetti aventi finalità statutarie prevalentemente economiche, che li concedono a fronte di manifestazioni di "ritorno" per lo sponsor, che la scuola deve porre in essere per contratto.
3. il crowdfunding, innovativo *finanziamento collettivo attuato attraverso piattaforme o portali on line*.

A tal fine sarà individuata un'Area di progetto dedicata esclusivamente ai fini prefissati ai punti 1. e 2.

ART. 3 - DONAZIONI

Nel caso di donazione di cui all'art. 2 punto 1), il Consiglio acquisisce ed esamina informazioni inerenti il profilo del donatore, al fine di accertare che tale profilo non sia in contrasto con le finalità della scuola e che le sue eventuali caratteristiche peculiari (nel caso di personalità pubbliche, artisti, sportivi e benemeriti in generale) non siano in contrasto con i principi istituzionali di imparzialità e di rispetto dei diversi orientamenti culturali, religiosi o politici tutelati dall'ordinamento. Il Consiglio esamina altresì, con gli stessi criteri, le eventuali richieste del donatore, sia in ordine alla destinazione di scopo, sia in ordine ad altre particolari forme di riconoscimento e ne dichiara le compatibilità con le finalità della scuola. Le erogazioni liberali ai fini della detraibilità sono disciplinate dalla L 40/07 art. 13.

ART. 4 - SPONSORIZZAZIONI

Nella individuazione degli sponsor, di cui all'art. 2 punto 2), hanno priorità i soggetti pubblici o privati che abbiano dimostrato particolare attenzione e sensibilità nei confronti dei temi dell'infanzia, dell'adolescenza e, comunque, della scuola e della cultura. Le iniziative oggetto della sponsorizzazione devono essere finalizzate al perseguimento di interessi del servizio scolastico, devono escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività della scuola e quella privata.

L'oggetto del contratto di sponsorizzazione potrà riguardare:

- sostegno al piano di attuazione Scuola digitale
- attività di carattere culturale e artistico (sostegno a manifestazioni in qualsiasi forma prevista);
- interventi a favore di attività di laboratori, fornitura di materiale, attrezzature didattiche, tecnico-scientifiche, 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, disabili, etc.);
- 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.

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

ART. 5 – CROWDFUNDING

Per lo svolgimento di azioni progettuali finalizzate all'ampliamento dell'offerta formativa, tramite il crowdfunding, la scuola può accedere a piattaforme online dedicate presentando i propri progetti nel rispetto dell'art. 43 comma 4 del DI 129/2018. Al programma annuale si dovrà allegare una relazione illustrativa, precisando le finalità e le voci di spesa cui vengono destinate le entrate derivanti dai finanziamenti reperiti con questa modalità.

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 indicanti il marchio-logo o generalità dello sponsor sui beni durevoli oggetto della sponsorizzazione;
- distribuzione in loco di materiale pubblicitario.

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

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

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 di Legge.

La scuola si impegna alla elaborazione di uno schema di contratto-tipo, al fine di uniformare la documentazione. 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.

Sono ammesse sponsorizzazioni anche plurime di una singola iniziativa o attività prevista nel Piano dell'Offerta Formativa.

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 le società di persone, di capitali, le cooperative, assicurazioni e consorzi imprenditoriali;
- le associazioni senza fine di lucro.



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, delle iniziative sottoposte a contratti di sponsorizzazione ed accettazione delle proposte di maggiore interesse;
- licitazione privata-gara pubblica, da parte della Scuola, di più operatori su singole iniziative di sponsorizzazione ed accettazione delle proposte più convenienti.

ART. 7 – SCELTA DELLO SPONSOR

Il Consiglio d'Istituto valuta le finalità e le garanzie offerte al soggetto sponsorizzatore, richiedendo eventualmente lo statuto della società, e di stipulare il relativo contratto.

L'Istituzione scolastica, tramite il suo rappresentante legale, nella persona del Dirigente Scolastico, e i componenti del Consiglio di Istituto, 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;
- venga ritenuta non conveniente per l'economia generale dell'Istituzione Scolastica;
- 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 prodotti nocivi e materiale disdicevole per la moralità pubblica;
- messaggi offensivi.

ART. 8 – CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

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 o dei progetti;
- 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.

ART. 9 – VERIFICHE E CONTROLLI

Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del Consiglio di Istituto, 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.

I risparmi di spesa o i maggiori introiti accertati a seguito della stipula dei contratti di sponsorizzazione sono destinati ad economie di bilancio e/o a nuovi interventi regolati dal Consiglio di Istituto.



ART. 10 - NORME DI RINVIO

Per tutto quanto non previsto dal presente Regolamento, si fa rinvio alle Leggi e Regolamenti in materia.

Letto ed approvato nella seduta del Consiglio d'Istituto del 29.10.2021.

La Dirigente Scolastica

Dott.ssa Iole DE MARCO