

***Ministero dell’Istruzione***

***UFFICIO SCOLASTICO REGIONALE PER IL LAZIO***

**ISTITUTO COMPRENSIVO “EGNAZIO DANTI”**

***Via Danimarca, 1 – 03011 Alatri***

**🕿Ufficio *0775/408632 🖂*** ***fric80800q@istruzione.it*** ***-*** 🖂 ***fric80800q@pec.istruzione.it***

 **Codice Univoco Ufficio UFB3TJ**  [***www.icedanti.edu.it***](http://www.icedanti.edu.it) – **C. F. 80010430603**

**REGOLAMENTO 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 D.I. n. 129/2018 relativo al Regolamento concernente le istruzioni generali sulla amministrazione scolastica, sancisce:

* All’art.45, comma 2 che il consiglio d’Istituto delibera in ordine ai contratti di sponsorizzazione per i quali 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.1 Definizioni e finalità del contratto di sponsorizzazione

* **1.1.“**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 pagare un determinato corrispettivo, la possibilità di veicolare messaggi che promuovono il nome, il logo, il marchio, i prodotti, o altri contenuti concordati.
* “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.
* “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.
* “Spazio pubblicitario”: lo spazio fisico/temporale/geografico od il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dall’Istituto Comprensivo per la pubblicità dello sponsor.
* **1.2** L’Istituto Comprensivo “E. Danti” intende avvalersi dei contratti di sponsorizzazione al fine di incentivare e promuovere una più spiccata innovazione dell’organizzazione didattica- tecnica- amministrativa.

# Art.2 Oggetto del contratto di sponsorizzazione

* **2.1** I fini istituzionali e/o le attività delle aziende esterne non devono essere in contrasto con le finalità educative e istituzionali della scuola.
* **2.2** Il contratto di sponsorizzazione può avere come oggetto le seguenti opzioni:
1. contributo in denaro;
2. realizzazione, allestimento, arredo e/o manutenzione di spazi per le attività didattiche, con annessa fornitura di materiale specifico;
3. interventi a favore dei laboratori di informatica (eventuale manutenzione), laboratori musicali;
4. materiali per la pulizia degli ambienti; materiale per la gestione delle attività amministrative (carta fotocopie, toner, fotocopiatrici);
5. materiale per la gestione delle attività didattiche (pc, notebook, tablet, stampanti, cartucce, ecc);
6. iniziative a favore delle attività sportive (gare, manifestazioni, fornitura di attrezzature);
7. sussidi didattici;
8. ogni altra attività che la scuola ritenga, nella sua piena discrezionalità, possa essere oggetto di sponsorizzazione.
* **2.3** L'Istituto Comprensivo “E. Danti” accetta sponsorizzazioni finalizzate alla concessione di borse di studio e all’erogazione di contributi, di servizi e risorse professionali per finalità di istruzione e formazione.

L’accettazione di tali sponsorizzazioni è vincolata all’assenso del Collegio dei Docenti e del Consiglio d’Istituto: il Collegio dei Docenti definisce i profili didattici e il Consiglio d’Istituto i criteri preventivi.

# Art.3 Modalità di individuazione degli sponsor

* **3.1** 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, dell’adolescenza e, comunque, della scuola e della cultura.
* **3.2** Possono assumere la veste di sponsor i seguenti soggetti:
1. qualsiasi persona giuridica avente o meno scopo di lucro o finalità commerciali, quali le società di persone, di capitali, le cooperative, mutue di assicurazioni e consorzi imprenditoriali;
2. le associazioni senza fine di lucro.
* **3.3** Ogni contatto 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.

# Art.4 Stipula del contratto di sponsorizzazione

* **4.1** Il Consiglio d’Istituto dà mandato al Dirigente Scolastico di valutare le finalità e le garanzie offerte dal soggetto sponsorizzatore e di stipulare il relativo contratto che sarà poi sottoposto al Consiglio d’Istituto per la relativa ratifica.
* **4.2** Il soggetto interessato al contratto di sponsorizzazione deve esplicitare alla scuola:
1. l’ intenzione e la finalità coerenti con il ruolo e la funzione pubblica e formativa della scuola;
2. la non sussistenza di natura e scopi che confliggano in alcun modo con l’utenza della scuola.
* L’ Istituzione scolastica, tramite il suo rappresentante legale, nella persona del Dirigente Scolastico si riserva di rifiutare sponsorizzazioni proposte qualora:
1. ritenga possa derivare un conflitto d’interesse fra l’attività pubblica e quella privata;
2. ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla immagine o alle iniziative della scuola;
3. la reputi inaccettabile per motivi di opportunità generale.

# Sono in ogni caso escluse sponsorizzazioni riguardanti :

1. propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.
2. pubblicità diretta o collegata alla produzione e/o distribuzione di tabacco, prodotti
3. alcolici, materiale disdicevole per la moralità pubblica;
4. messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.
* **4.4** La sponsorizzazione deve essere formalizzata tra il Dirigente Scolastico e il rappresentante dell’ente o il privato con apposito atto di natura contrattuale, nel quale verranno stabiliti:
1. le forme di promozione, comunicazione, pubblicità;
2. la durata del contratto di sponsorizzazione;
3. il corrispettivo per la sponsorizzazione.

Lo Sponsor dichiara di conoscere i requisiti normativi che regolano le sponsorizzazioni dell’Istituzione scolastica.

I dati relativi alla persona fisica o giuridica che effettua l’erogazione sono dati personali protetti agli effetti del codice in materia di protezione dei dati personali (dlgs 196/2003).

Il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione deve essere effettuato alla firma del contratto.

Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza, ipso iure, dell’affidamento.

Il contratto potrà essere stipulato mediante scrittura privata.

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

* **4.5** Il Dirigente Scolastico annualmente redige apposita relazione al Consiglio d’Istituto sulle sponsorizzazioni accettate e/o non accettate dall’Istituto Comprensivo “E.Danti” nel corso dell’anno scolastico.

|  |
| --- |
| IL DIRIGENTE SCOLASTICO |
| (Dott.ssa Raffaella Carrubba) |
| **Documento Firmato digitalmente ai sensi del Codice Amministrazione Digitale e norme ad esso connesse.** |