



Istituto di Istruzione Superiore di Stato "Andrea Mantegna"

Sede legale Via Fura, 96 C.F. 98092990179 - 25125 Brescia

Tel. 030.3533151 – 030.3534893 Fax 030.3546123

BSIS031005@istruzione.it www.ipssarmantegna.it



IL CONSIGLIO D'ISTITUTO DELL'I.I.S.S. MANTEGNA DI BRESCIA

VISTO E PREMESSO

A - L'ART. 43 L. 449 DEL 27/12/1997: il quale 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 ed accordi di collaborazione con soggetti privati ed associazioni, senza fini di lucro, costituite con atto notarile. 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. 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;

B - IL D.M. 44 DEL 1/2/2001 ART. 33 ai sensi del quale al Consiglio di Istituto spettano le deliberazioni relative alla determinazione dei criteri e dei limiti per lo svolgimento, da parte del dirigente, delle relative attività negoziali, conferendo al dirigente il potere di recedere, rinunciare e transigere quando lo richieda l'interesse dell'istituzione scolastica; **ed ART. 41** che stabilisce si possano concludere accordi di sponsorizzazione con soggetti pubblici o privati, accordando 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, facendo 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.

C - L'ART. 3 COMMA 12 E L'ART. 30 D.LGS. 163/2006, che prevedono la possibilità di stipulare contratti di concessione di servizi dietro corrispettivo, stabilendo che la scelta del concessionario deve avvenire nel rispetto dei principi relativi ai contratti pubblici tra cui quelli di trasparenza, adeguata pubblicità, non discriminazione, parità di trattamento, mutuo riconoscimento, proporzionalità, previa gara informale a cui sono invitati almeno cinque concorrenti, se sussistono in tale numero soggetti qualificati in relazione all'oggetto della concessione, e con predeterminazione dei criteri selettivi.

D - LA NOTA USR LOMBARDIA PROT. MIURAOODRLO RU 21370, che ricorda alle scuole ai sensi delle citate normative che: a) attraverso la stipula di un contratto di concessione l'istituzione scolastica può incrementare il proprio bilancio regolando attività ritenute necessarie e/o utili per il proprio funzionamento e per il perseguimento dei propri obiettivi affidandone ad un soggetto terzo l'esercizio o la realizzazione in cambio di un corrispettivo (ad esempio tramite gare per l'affidamento in concessione dietro pagamento di un canone di servizi di ristoro - bar interno e/o distributori automatici); b) analoghi obiettivi può perseguire attraverso contratti legati alle eventuali attività di promozione dell'immagine e dell'identità dell'istituzione scolastica mediante la produzione e vendita in via esclusiva di oggetti ad essa riconducibili (cosiddetto merchandising scolastico, ad esempio, annuari, magliette, foto di classe, ecc.). In questo caso il concessionario, in cambio del versamento di un canone, può vedersi riconosciuto il diritto a produrre e vendere per un periodo determinato di tempo alcune tipologie o categorie di prodotti che l'istituzione scolastica avrà previamente individuato al momento di avviare la procedura negoziale; c) un'ulteriore opportunità per la raccolta di fondi da parte delle istituzioni scolastiche è data dalla stipula di contratti di sponsorizzazione, regolati in via generale dall'articolo 26 del decreto legislativo 12 aprile 2006, n. 163 e dall'articolo 41 del decreto interministeriale 1 febbraio 2001, n. 44, "Regolamento concernente le istruzioni generali sulla gestione amministrativo - contabile delle istituzioni scolastiche", precisando che la sponsorizzazione si realizza mediante l'effettuazione da parte dello sponsor di prestazioni di finanziamento in natura e/o in denaro in favore dell'istituzione scolastica. In cambio quest'ultima ha l'obbligo di accettare che la propria immagine o il proprio nome siano utilizzati dallo sponsor per il tempo e/o per il progetto sponsorizzati.

CONSIDERATO

Che il Consiglio d'Istituto anche nell'esercizio dei suoi compiti di indirizzo dell'attività dell'Istituzione ritiene di voler incoraggiare l'innovazione dell'organizzazione amministrativa e la qualità dei servizi acquisendo risorse ulteriori rispetto a quelle derivanti dai finanziamenti istituzionalmente disposti a favore delle amministrazioni, al fine di destinarle ad economia di bilancio incrementando le disponibilità per l'acquisto di beni, l'erogazione di servizi, l'incremento delle attività progettuali e formative destinate agli allievi ed alla formazione del personale, ivi comprese le dotazioni per il compenso accessorio del personale coinvolto.

TUTTO CIO' PREMESSO E CONSIDERATO

Il Consiglio formalizza il seguente

REGOLAMENTO PER LA STIPULA DI CONTRATTI FINALIZZATI ALLA RACCOLTA DI FONDI

ART. 1 – TIPOLOGIE DI CONTRATTO

Il Dirigente scolastico è autorizzato a promuovere le attività di raccolta fondi per le finalità sopra considerate e premesse avvalendosi dei seguenti strumenti contrattuali:

- a) Convenzioni con soggetti pubblici o privati dirette a fornire, a titolo oneroso, consulenze o servizi aggiuntivi rispetto a quelli ordinari;**
- b) Accordi di sponsorizzazione e/o pubblicità con soggetti pubblici o privati;**
- c) Contratti di affidamento in concessione dei servizi di bar e ristoro;**
- d) Contratti legati all'attività di promozione dell'immagine e dell'identità dell'istituzione scolastica mediante merchandising;**
- e) Accordi relativi alle attività finalizzate alla raccolta di premi in denaro o fornitura di beni e servizi messi gratuitamente a disposizione da soggetti pubblici o privati a favore delle istituzioni scolastiche.**

ART. 2 – ATTIVITA' NEGOZIALE, RINUNCIA, REVOCA

All'attività istruttoria e negoziale ed alla stipula dei relativi contratti, accordi e/o convenzioni comunque denominati procede il Dirigente scolastico, avvalendosi ove lo ritenga opportuno di commissione tecnica formata da personale professionalmente competente e sentito il parere non vincolante della Giunta esecutiva per le determinazioni conclusive. E' conferito al dirigente il potere di recedere, rinunciare e transigere quando lo richieda l'interesse dell'istituzione scolastica.

ART. 3 - DURATA DEGLI ACCORDI

La durata massima degli accordi comunque denominati è di un anno, prorogabile salvo disdetta al massimo per un anno successivo. Detto periodo è da intendersi a scelta del Dirigente e secondo opportunità quale anno scolastico ovvero quale anno solare.

Art. 4 – CONTENUTO DEGLI ACCORDI

Gli accordi non possono in alcun caso prevedere vincoli all'erogazione del curriculum scolastico od all'indirizzo delle attività dell'Istituzione, e devono essere diretti al perseguimento di interessi pubblici, escludendo il conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata.

Gli stessi accordi dovranno comportare un beneficio per l'Istituto in termini di economia di bilancio, introitando risorse in beni, servizi o denaro il cui valore sia superiore a quello delle spese necessarie per l'esecuzione degli obblighi a carico della scuola.

Il contenuto dovrà essere formalizzato mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:

- a) Le finalità di interesse pubblico perseguite.
- b) L'inesistenza di ragioni ostative a contrarre con la Pubblica amministrazione;
- c) Diritti e obblighi delle parti.
- d) Durata del contratto;
- e) Contenuto di testo ed immagini del messaggio pubblicitario se previsto.
- f) Corrispettivo in denaro, ovvero in beni o servizi di cui si identifica il valore;
- g) Spese e compensi accessori a carico dell'Istituzione scolastica;
- h) Penali e clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze;
- i) Il rispetto dei vincoli di cui al punto 8 e l'obbligo di risoluzione in caso di richiesta del Consiglio d'Istituto;
- j) La salvaguardia del mercato e della libertà di concorrenza e il divieto reciproco di esclusiva, essendo facoltà della scuola di ricorrere a più contribuzioni per le medesime finalità.
- k) La responsabilità esclusiva della controparte per le autorizzazioni amministrative eventualmente necessarie, per il rispetto delle normative di sicurezza e di lavoro, per le spese i danni e gli oneri di ogni natura anche fiscale inerenti l'esecuzione degli obblighi e l'attività svolta dalla stessa.

Si dovrà prevedere, fermo l'eventuale diritto al risarcimento del danno, la facoltà della Scuola di recedere dal contratto stesso prima della scadenza in caso di sopravvenuta anti-economicità, nonché nel caso di ragioni

che rechino danni all'immagine della scuola, o di dei suoi alunni o del suo personale, o del rischio anche solo potenziale o sopravvenuto di finalità ed attività che siano in contrasto, anche di fatto, con la funzione educativa e culturale della scuola, prevedendo l'obbligo di soggetti contraenti di comunicare tali situazioni preesistenti o sopravvenute.

Il mancato, ritardato 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.

Art. 5 – ONERI A CARICO DELLA CONTROPARTE

La finalità di miglioramento del bilancio e delle economie di spesa sugli stanziamenti istituzionali potrà essere conseguita prevedendo a favore dell'istituzione scolastica ed a carico della controparte, anche in eventuale combinazione tra di loro, il versamento di canoni, di percentuali di prezzo sulle vendite del merchandising, di denaro in una o più soluzioni, la cessione di beni e/o servizi, la compartecipazione alle spese della scuola.

ART. 6 – FINALITA' DEGLI INTERVENTI

La finalità degli accordi potrà riguardare interventi relativi a:

- attività di carattere culturale e artistico (sostegno a manifestazioni in qualsiasi forma prevista.);
- attività di formazione e di integrazione del curriculum e progettualità deliberate dagli organi collegiali;
- interventi a favore del servizio bibliotecario (fornitura di attrezzature, libri, volumi, ecc.);
- interventi a favore di attività di animazione, 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, diversamente abili ecc.);
- ogni altra attività inerente le funzioni istituzionali della scuola

ART. 7 - OBBLIGHI A CARICO DELLA SCUOLA NELLE PUBBLICITA' E SPONSORIZZAZIONI

La Scuola, quale controprestazione ai contributi forniti dallo sponsor, attuerà in forma congiunta o distinta, una o più tra 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, 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.

Le forme di pubblicità sono rapportate all'entità del bene o servizio fornito dallo sponsor e sono determinate in sede di stipulazione del contratto.

L'imposta sulla pubblicità, ove dovuta, dovrà essere corrisposta dallo sponsor nelle forme e nella misura di legge.

ART. 8 - VINCOLI

In qualunque momento l'attività negoziale sarà interrotta, ovvero l'accordo sarà risolto o revocato quando si ravvisi la possibilità che la scuola e i membri della comunità scolastica siano esposti al rischio di vedere lesa la propria immagine, di dover rispondere ad eventuali inadempienze dei soggetti proponenti nei confronti dei soggetti interessati, dover dirimere conflittualità insorgenti tra le parti coinvolte, in particolare quando ricorra uno dei seguenti casi:

- inequivoca finalità di sostegno unilaterale a partiti, sindacati, chiese, movimenti di opinione;
- conflitto di interesse;
- possibilità di pregiudizio per la Scuola derivante dalle qualità, anche di ordine morale ed etico della controparte;
- 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, ecc.;
- messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.
- qualsiasi altro caso ritenuto in contrasto con la Legge o con i Regolamenti scolastici oppure inaccettabile per motivi di opportunità generale;

Qualora i membri del Consiglio d'Istituto ravvisino la sussistenza di taluna delle situazioni sopra evidenziate, potranno farne segnalazione al Consiglio d'Istituto che, esaminata la questione, potrà invitare il Dirigente a sospendere l'attività negoziale ovvero a risolvere il contratto.

ART. 8 - SCELTA DEL CONTRAENTE

L'individuazione del contraente sarà effettuata nel rispetto delle norme inerenti l'attività di contrattazione della pubblica amministrazione mediante:

- Recepimento di proposte spontanee;
- Sollecitazione di offerte da parte della scuola o di membri della comunità scolastica;
- 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 ed accettazione delle proposte più convenienti.

ART. 9 – CRITERI DI PREFERENZA

Nella scelta del contraente o negli inviti a contrarre si accorderà 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

ART. 10 - NORME DI RINVIO

Per tutto quanto non previsto dal presente Regolamento, si fa rinvio alle norme regolanti la materia.