



Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca
ISTITUTO DI ISTRUZIONE SUPERIORE "L. G. FARAVELLI"
Via De Amicis, 35 - 27049 Stradella (PV) Tel. 0385-48686/245758 - Fax 0385-48962
Cod. Mecc. PVIS007004 - C.F. 84000580187 – Codice Univoco Ufficio UFPO61
E-mail: pvis007004@istruzione.it PEC: pvis007004@pec.istruzione.it
Liceo Scientifico: Via Gramsci, 12 – 27043 Broni (PV) Tel. 0385-53105 Fax 0385-259126

Approvato dal Collegio docenti del 17 dicembre 2019
Adottato dal Consiglio di Istituto del 26 novembre 2019

**REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI,
DONAZIONI DI BENI E IN DENARO A FAVORE DELL'ISTITUTO**

1 RIFERIMENTI NORMATIVI	2
2 DEFINIZIONI	4
3 OGGETTO	4
4 DONAZIONI	4
5 SPONSORIZZAZIONI	5
Criteri per l'applicabilità dei contratti di sponsorizzazione	5
Forme di sponsorizzazione	6
Individuazione dello sponsor.....	7
Contratto di sponsorizzazione.....	7
Verifiche e controlli	7
6 NORME DI RINVIO.....	7

1 RIFERIMENTI NORMATIVI

Legge n. 449/97

art. 43 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;

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. Si considerano iniziative di cui al comma 1, nel rispetto dei requisiti di cui al primo periodo del presente comma, anche quelle finalizzate a favorire l'assorbimento delle emissioni di anidride carbonica (CO₂) dall'atmosfera tramite l'incremento e la valorizzazione del patrimonio arboreo delle aree urbane, nonché eventualmente anche quelle dei comuni finalizzate alla creazione e alla manutenzione di una rete di aree naturali ricadenti nel loro territorio, anche nel rispetto delle disposizioni del regolamento di cui al d.P.R. 8 settembre 1997, n. 357. Nei casi di cui al secondo periodo, il comune può inserire il nome, la ditta, il logo o il marchio dello sponsor all'interno dei documenti recanti comunicazioni istituzionali. La tipologia e le caratteristiche di tali documenti sono definite, entro sessanta giorni dalla data di entrata in vigore della presente disposizione, con decreto del Ministro dell'ambiente e della tutela del territorio e del mare, di concerto con il Ministro dell'interno, sentita la Conferenza unificata di cui all'articolo 8 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281, e successive modificazioni. Fermi restando quanto previsto dalla normativa generale in materia di sponsorizzazioni nonché i vincoli per la tutela dei parchi e giardini storici e le altre misure di tutela delle aree verdi urbane, lo sfruttamento di aree verdi pubbliche da parte dello sponsor ai fini pubblicitari o commerciali, anche se concesso in esclusiva, deve aver luogo con modalità tali da non compromettere, in ogni caso, la possibilità di ordinaria fruizione delle stesse da parte del pubblico. 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.

(comma così modificato dall'art. 5 della legge n. 10 del 2013)

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, si provvede ai sensi dell'articolo 17, comma 3, della legge 23 agosto 1988, n. 400, con regolamenti emanati dal Ministro competente, di concerto con il Ministro per la funzione pubblica di concerto con il Ministro del tesoro, del bilancio e della programmazione economica, sulla base di criteri generali deliberati dal Consiglio dei ministri; i regolamenti sono emanati entro novanta giorni da tale deliberazione. 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 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 "accordo 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 28 agosto 2018, n. 129- Regolamento recante istruzioni generali sulla gestione amministrativo-contabile delle istituzioni scolastiche:

Art. 43 Capacità ed autonomia negoziale, c.5

5) Le istituzioni scolastiche, nell'osservanza delle disposizioni vigenti in materia, 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 siano in contrasto con le finalità istituzionali. Qualora i predetti atti di liberalità implicino la partecipazione a società di persone e società di capitali non costituenti associazioni, fondazioni o consorzi, anche nella forma di società a responsabilità limitata o accordi di rete ai sensi del comma 2, le istituzioni scolastiche provvedono a dismettere le partecipazioni medesime, nel rispetto della normativa vigente in materia.

Art. 45 Competenze del Consiglio d'istituto nell'attività negoziale, c.2 lettera b)

b) contratti di sponsorizzazione, per i quali è accordata la preferenza a soggetti che, per finalità statutarie e/o attività svolte abbiano in concreto dimostrato particolare attenzione e sensibilità nei confronti dei problemi dell'infanzia e della adolescenza. 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;

DL n. 40/2007

art. 13 comma 3a - Disposizioni urgenti in materia di istruzione tecnico-professionale e di valorizzazione dell'autonomia scolastica, (che modifica il [DPR n.917 del 22 dicembre 1986](#)) 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;

2 DEFINIZIONI

L'Istituto può accettare donazioni da parte di terzi e stipulare accordi di sponsorizzazione, con soggetti pubblici o private, allo scopo di incentivare e promuovere l'innovazione organizzativa e didattica e migliorare la qualità del servizio.

A tale scopo si definisce quanto segue:

- **DONAZIONE LIBERALE:** somme o beni concessi da un donatore ad un ente senza richiedere alcuna contro-prestazione. Ai fini della loro detraibilità sono disciplinate dalla legge 40/2007 art. 13 comma 3.
- **DONAZIONE MODALE:** pur mantenendo lo spirito di liberalità, permettono al donatore di gravare la donazione con un onere (*modus*) (es. vincolo di utilizzo, eventuali forme di riconoscimento, etc.). Ai fini della loro detraibilità sono disciplinate dalla legge 40/2007 art. 13 comma 3.
- **SPONSORIZZAZIONE:** contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale l'Istituto (*sponsee, o sponsorizzato*) offre ad un terzo (*sponsor*) la possibilità di pubblicizzare in appositi e determinati spazi o supporti di veicolazione delle informazioni, nome, logo o marchio, a fronte dell'obbligo di versare un determinato corrispettivo.
- **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.
- **CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE:** È il contratto attraverso il quale un'impresa (sponsor), al fine di pubblicizzare il proprio nome o la propria immagine o determinati prodotti, finanzia l'Istituto ottenendone, quale corrispettivo, l'assunzione di un obbligo di reclamizzazione. Il fulcro dell'operazione è rappresentato, perciò, dallo sfruttamento dell'immagine altrui ai fini pubblicitari.
- **SPAZIO PUBBLICITARIO:** lo spazio fisico/temporale/geografico od il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dall'Istituto per la pubblicità dello sponsor.

3 OGGETTO

Rientrano nelle materie citate al punto 2 (definizioni) 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:
 - a. senza vincolo di destinazione o senza alcun obbligo richiesti alla scuola;
 - b. con destinazione di scopo. Rientrano in questa categoria le donazioni finalizzate:
 - i. all'acquisto di particolari strumenti didattici;
 - ii. sovvenzione di progetti;
 - iii. 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 intitolare a personalità o ad istituzioni indicate dall'ente donatore; le donazioni senza destinazione di scopo ma con richiesta di "comunicazione" riguardante l'ente donatore (targhe ricordo, intitolazioni, manifestazioni ecc.);
 - iv. gravate da un onere per l'Istituto (*modus*).
- 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 al fine di pubblicizzare il proprio nome o la propria immagine o determinati prodotti, che la scuola deve attuare per contratto.

4 DONAZIONI

Nel caso di donazione di cui al punto 3.1, 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 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 (donazione modale) e ne dichiara le compatibilità con le finalità della scuola.

La donazione deve essere sempre preceduta da comunicazione scritta (può essere fatta richiesta alla segreteria per l'utilizzo di [moduli precompilati](#)).

Nel caso di donazioni in denaro, di beni di facile consumo o di beni inventariabili di valore commerciale complessivamente minore o uguale a € 3.000 (come modulo, da controllare), l'atto di accettazione, l'acquisizione di informazioni inerenti il profilo del donatore e le eventuali richieste del donatore sono delegate al Dirigente Scolastico che destinerà il bene tenendo conto della volontà di destinazione e informerà il Consiglio d'Istituto sulle donazioni ricevute accettate o rifiutate nella prima convocazione utile.

Dovranno invece essere accettate tramite apposita delibera del Consiglio d'Istituto le donazioni in denaro o di beni di valore superiore a € 3.000.

La donazione è conclusa con lettera di accettazione a firma del Dirigente Scolastico inviata al donante che riporta altresì i doverosi sentiti ringraziamenti.

Sarà altresì inviata la documentazione necessaria per accedere alle agevolazioni fiscali disciplinate dalla L40/07 art. 13. Comma 3a.

La mancata accettazione per donazioni in denaro o beni di qualsiasi valore dovrà essere formalizzata tramite lettera apposita a firma del Dirigente Scolastico.

5 SPONSORIZZAZIONI

Per le sponsorizzazioni di cui al punto 3.2, l'Istituto può concludere contratti di sponsorizzazione con soggetti privati, anche organizzati in forma associativa, per favorire il miglioramento dell'offerta formativa o realizzare risparmi di spesa secondo i criteri previsti dal presente regolamento.

Nella individuazione degli sponsor 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.

La gestione delle sponsorizzazioni viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono indicati:

- a) l'oggetto della sponsorizzazione;
- b) la completa descrizione delle modalità di attuazione della sponsorizzazione;
- c) l'eventuale diritto di "esclusiva";
- d) la durata del contratto e l'eventuale sua rinnovabilità;
- e) il corrispettivo;
- f) le modalità procedurali e le eventuali garanzie richieste;
- g) le responsabilità e gli impegni reciproci;
- h) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze;
- i) l'indicazione del Foro competente per la risoluzione di controversie

Legittimato alla sottoscrizione del contratto di sponsorizzazione è il Dirigente scolastico, legale rappresentante dell'Istituto.

I criteri per l'individuazione degli sponsor e i limiti entro i quali il Dirigente scolastico può operare per arrivare agli accordi di sponsorizzazione sono dettagliati di seguito al punto "CRITERI PER L'APPLICABILITÀ DEI CONTRATTI 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.

Criteria per l'applicabilità dei contratti di sponsorizzazione

Di seguito vengono elencati i criteri per l'individuazione degli sponsor e i limiti entro i quali il Dirigente scolastico può operare per arrivare agli accordi di sponsorizzazione.

- 1) 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.

- 2) Non sono consentiti contratti di sponsorizzazione aventi ad oggetto attività di natura politica, sindacale, ideologica o religiosa o comunque volti a pubblicizzare, anche indirettamente, la produzione, la distribuzione o il consumo di tabacco, di prodotti alcolici o di altre sostanze psicotrope.
- 3) Non sono consentiti contratti di sponsorizzazione che prevedano, anche indirettamente, la diffusione o la promozione di immagini e/o messaggi offensivi o comunque idonei a fomentare fanatismo, razzismo, odio o minaccia nei confronti di alcuno. Sono altresì vietati, in qualunque forma, contratti di sponsorizzazione che prevedano, anche indirettamente, la diffusione di messaggi e/o di immagini a sfondo sessuale.
- 4) In nessun caso la prestazione a carico dell'Istituzione scolastica può consistere nella comunicazione di dati personali degli alunni o dipendenti allo sponsor.
- 5) L'oggetto del contratto di sponsorizzazione potrà riguardare:
 - a. attività di carattere culturale e artistico (sostegno a manifestazioni in qualsiasi forma prevista);
 - b. interventi a favore di attività di laboratori, fornitura di materiale, attrezzature didattiche, tecnico-scientifiche, etc;
 - c. iniziative a favore delle attività sportive (gare, manifestazioni, fornitura di attrezzature o impianti sportivi);
 - d. iniziative a sostegno dei servizi sociali (collaborazione per servizi a sostegno di alunni svantaggiati, disabili, etc.);
 - e. ogni altra attività che la scuola ritenga, nella sua piena discrezionalità, debba essere oggetto di sponsorizzazione.
- 6) Non sono consentiti contratti di sponsorizzazione attiva.
- 7) Il contributo può essere richiesto dalla Scuola a uno o più sponsor per la stessa iniziativa.
- 8) In sede di presentazione della propria offerta, lo sponsor dovrà attestare, mediante dichiarazione sostitutiva, l'insussistenza delle situazioni previste dall'art. 45, c.2 lettera b). Il possesso dei suddetti requisiti di ordine generale non attribuisce all'offerente titolo per la conclusione del contratto, restando facoltà del Dirigente Scolastico di chiedere ulteriori informazioni in relazione alla natura del contratto e/o della prestazione. È comunque facoltà del Dirigente Scolastico di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora, a suo insindacabile giudizio, possano ricorrere le fattispecie previste agli artt. 2, 3, 4, 5, 6 o altri elementi ostativi stabiliti dalla legge.
- 9) L' Istituto, tramite il suo rappresentante legale, nella persona del Dirigente Scolastico, si riserva di rifiutare sponsorizzazioni proposte qualora:
 - a. ritenga possa derivare un conflitto d'interesse fra l'attività pubblica e quella privata;
 - b. ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
 - c. venga ritenuta non conveniente per l'economia generale dell'Istituzione Scolastica;
 - d. la reputi inaccettabile per motivi di opportunità generale.
- 10) Qualora pervengano offerte di sponsorizzazione da terzi, il Dirigente, previa valutazione della loro validità ed interesse per l'Istituzione Scolastica, adoterà apposito atto e ne darà contestuale informazione, tramite pubblicazione, sul sito Internet della Scuola.
- 11) In ogni caso, la sottoscrizione del contratto è condizionata al previo accertamento del possesso, da parte dello sponsor, dei requisiti soggettivi previsti dalla legge e dal presente regolamento.
- 12) L'attività negoziale del Dirigente nell'ambito delle sponsorizzazioni sarà sottoposta al Consiglio di Istituto nella prima seduta utile.

Forme di sponsorizzazione

La sponsorizzazione potrà essere realizzata in una delle seguenti forme:

- contributi economici: lo sponsor può sostenere le diverse iniziative oggetto del contratto di sponsorizzazione mediante contributi economici da versare direttamente all'Istituto. Il contributo può essere richiesto dalla Scuola a uno o più sponsor per la stessa iniziativa.
- cessione gratuita di beni e/o servizi.
- compartecipazione economica diretta: lo sponsor può offrirsi di sostenere direttamente alcune spese relative ad attività già programmate dalla Scuola.

Sono ammesse sponsorizzazioni anche plurime di una singola iniziativa o attività prevista nel PTOF della scuola. Ogni contratto di sponsorizzazione non può avere durata superiore a un anno ma è, eventualmente, rinnovabile.

Individuazione dello sponsor

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

- 1) Recepimento di proposte spontanee da parte di soggetti pubblici o privati
- 2) Avviso pubblico, sul Sito Web della Scuola, delle iniziative da sponsorizzare ed accettazione delle proposte di maggiore interesse. In quest'ultimo caso, l'avviso deve contenere i seguenti dati:
 - a. l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor
 - b. l'esatta determinazione dell'offerta per la pubblicità
 - c. le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione

In ambedue i casi l'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve indicare, di regola:

- 1) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare
- 2) l'accettazione delle condizioni previste nell'avviso o esplicitate negli incontri con il Dirigente

Scolastico

L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

- a) per le persone fisiche:
 - a. l'inesistenza delle condizioni a contrattare con la pubblica amministrazione di cui agli artt. 120 e seguenti della Legge 24/11/81 n. 689 e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
 - b. l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia
 - c. l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese)
 - d. la non corrispondenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa
- b) per le persone giuridiche:
 - a. oltre alle autocertificazioni sopra elencate riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza, deve essere attestato il nominativo del legale (o dei legali) rappresentante

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.

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.

La durata del contratto è determinata di volta in volta per periodi ben definiti e comunque non superiori alla durata annuale. Il contratto non è tacitamente rinnovabile.

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 bancario o postale sull'istituto che sarà indicato sulla ricevuta stessa.

La scuola rende pubblici, anche sul suo sito web, i contratti di sponsorizzazione.

Verifiche e controlli

Le sponsorizzazioni possono essere soggette a 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.

6 NORME DI RINVIO

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