REGOLAMENTO
ATTIVITA' DI SPONSORIZZAZIONE

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 negoziale di vario genere al fine di perseguire i fini istituzionali.

La legittimazione delle pubbliche amministrazioni a stipulare contratti di sponsorizzazione si rinviene, innanzitutto, nella L. 27 dicembre 1997, n. 449 la quale, all'art. 43, dispone, in particolare, 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" e che le suddette iniziative "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".

Il D.I. 28 agosto 2018, n.129 (Regolamento recante istruzioni generali sulla gestione amministrativo-contabile delle istituzioni scolastiche), poi, all'art. 45 (*Competenze del Consiglio d'istituto nell'attività negoziale*) prevede che per la stipula dei contratti di sponsorizzazione si accordi "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 dell'adolescenza", stabilendo, altresì, il "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".

IL CONSIGLIO DI ISTITUTO

Visto l'art. 43 della legge 449/1997;
Visto il D.I. 129/20218

DELIBERA

il seguente Regolamento per la disciplina delle attività di sponsorizzazione all'interno di questa Istituzione scolastica.

ART. 1 – DEFINIZIONE

Il contratto di sponsorizzazione è un accordo tra la Scuola e uno sponsor mediante il quale lo sponsor offre alla Scuola beni o servizi in cambio di pubblicità.
La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:

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

La scuola si impegna alla elaborazione di uno schema di contratto-tipo, al fine di uniformare la documentazione; è prevista la facoltà della Scuola di recedere dal contratto stesso prima della scadenza, subordinata alla tempestiva e formale comunicazione allo sponsor; è inoltre, prevista la clausola risolutiva espressa nel caso in cui il soggetto privato rechi danno all'immagine della Scuola, fermo restando l'eventuale risarcimento del danno.
Il mancato 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.
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.

ART. 2 – OGGETTO

L'oggetto del contratto di sponsorizzazione potrà riguardare:
attività di carattere culturale e artistico (sostegno a manifestazioni in qualsiasi forma prevista.)

- 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 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;

ART. 3 – CONTRIBUTI ECONOMICI

Lo sponsor può sostenere le diverse iniziative oggetto del contratto di sponsorizzazione mediante contributi economici da versare direttamente alla Scuola.
Il contributo può essere richiesto dalla Scuola a uno o più sponsor per la stessa iniziativa.

ART. 4 – CESSIONE GRATUITA DI BENI E/O SERVIZI

Le Società, le Associazioni ed i privati in genere, possono in qualsiasi momento donare alla Scuola beni mobili, nonché servizi, indicando le eventuali forme di pubblicità che vengono richieste in contropartita.
La Scuola, valutata l'utilità del bene offerto, procede, ove lo ritenga nel proprio interesse, all'accettazione e dispone circa le forme di pubblicità individuate.

ART. 5 – COMPARTECIPAZIONE ECONOMICA DIRETTA ALLE SPESE DI REALIZZAZIONE DELLE VARIE ATTIVITA' ORGANIZZATE DALLA SCUOLA

Lo sponsor può offrirsi di sostenere direttamente alcune spese relative ad attività già programmate dalla Scuola, richiedendo eventualmente in contropartita la forma di pubblicità prescelta tra quelle definite.

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, 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. 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.

ART. 7 – VINCOLI DI SPONSORIZZAZIONE

Il Consiglio d'istituto si riserva, a suo insindacabile giudizio, la facoltà di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione, specie quando è ravvisata la possibilità che la scuola, nella figura del suo legale rappresentante, possa vedere lesa la propria immagine, trovarsi nella situazione di dover rispondere ad eventuali inadempienze dei soggetti proponenti nei confronti dei soggetti interessati, dover dirimere conflittualità insorgenti tra le parti coinvolte.
In particolare, esso non procederà alla stipula del contratto di sponsorizzazione quando ricorra uno dei seguenti casi:
- possibile conflitto di interesse tra l'attività pubblica della Scuola e quella privata dello sponsor: tutte le componenti scolastiche si asterranno dal proporre sponsorizzazioni se

direttamente interessate quali soggetti beneficiari di eventuali introiti.
- possibilità di pregiudizio per la Scuola derivante dalle qualità, anche di ordine morale ed etico, dello sponsor;
- 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. in qualsiasi altro caso ritenuto in contrasto con la Legge o con i Regolamenti scolastici oppure inaccettabile per motivi di opportunità generale;

L'apprezzamento circa la sussistenza di una delle cause sopraindicate è di esclusiva competenza del Consiglio d'istituto.

ART. 8 – SCELTA DELLO SPONSOR

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. 9 – STIPULA E RISOLUZIONE DEL CONTRATTO

La sponsorizzazione, in qualsiasi forma venga effettuata, dovrà essere regolata mediante apposito contratto.
Il contratto di sponsorizzazione potrà essere risolto da parte della Scuola, in qualsiasi momento in caso di mancata ottemperanza ad una qualsiasi delle obbligazioni poste a carico dello sponsor.
La risoluzione del contratto non comporta, in tal caso, alcun diritto da parte dello sponsor a pretese o danni di qualsiasi natura.
La risoluzione avviene, in tal caso, per fatti e colpa dello sponsor.

ART. 10 - NORME DI RINVIO

Per tutto quanto non previsto dal presente Regolamento, si fa rinvio alle Leggi, sia speciali che generali, regolanti la materia.