



REGOLAMENTO PER STIPULA DI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE

approvato con delibera del Consiglio di Istituto n. del 2017

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

La legittimazione degli enti pubblici a concludere accordi di sponsorizzazione si rinviene nella L. 27 dicembre 1997 n. 449, la quale, all'art. 43 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 con soggetti privati ed associazioni"*.

Il D.I. n. 44/2001, relativo al Regolamento concernente le istruzioni generali sulla amministrazione scolastica, sancisce:

- all'art.33, c.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;

- all'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.

Il Consiglio D'Istituto

Visto la L. 241/1990, art.12;

Vista la L. 449/1997, art. 43;

Visto il DPR 275/1999, art.14;

Visto il D.lgs. 267/2000, art. 119;

Visto il D.I. 44/2001, artt. 33 e 41;

formalizza il seguente regolamento per disciplinare le attività di sponsorizzazione all'interno dell'Istituto Comprensivo "G. Zavalloni" di Riccione:

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.

L'Istituto Comprensivo "G. Zavalloni" di Riccione intende avvalersi dei contratti di sponsorizzazione al fine di incentivare e promuovere l'innovazione della propria organizzazione e amministrativa e di realizzare maggiori economie di spesa per migliorare la qualità e la quantità del servizio erogato.

Il contratto di sponsorizzazione è un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale l'Istituzione Scolastica (sponsee) offre ad un terzo (sponsor) la possibilità di pubblicizzare in appositi e determinati spazi o su supporti di veicolazione delle informazioni nome, logo, marchio dello sponsor a fronte dell'obbligo di versare un determinato corrispettivo.

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.

È prevista la facoltà dell'Istituto Comprensivo "G. Zavalloni" di Riccione 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 – ATTIVITÀ OGGETTO DI SPONSORIZZAZIONE

Le attività oggetto di sponsorizzazione potranno essere:

- attività di carattere culturale e artistico (sostegno a manifestazioni in qualsiasi forma prevista);
- interventi a favore di attività di animazione, laboratori, fornitura di materiale, attrezzature didattiche, tecnico-scientifiche, tecnico-specialistiche, etc...;
- interventi a favore del servizio bibliotecario (fornitura di attrezzature, libri, volumi, etc);
- interventi a favore dell'arricchimento e del rinnovo delle dotazioni didattiche, con particolare riferimento a quelle tecnologiche e multimediali;
- iniziative a favore di attività sportive (gare, manifestazioni, fornitura di attrezzature..);
- iniziative a sostegno dei servizi sociali (collaborazione per servizi a sostegno di alunni svantaggiati, diversamente abili, etc);
- ogni altra attività che la scuola ritenga, nella sua piena discrezionalità, debba essere oggetto di sponsorizzazione, al fine del miglioramento dell'offerta formativa.

Sono ammesse sponsorizzazioni anche plurime di una singola attività-iniziativa.

La sponsorizzazione potrà essere realizzata in una delle seguenti forme:

- a) contributi economici da versare direttamente alla Scuola; possono contribuire anche più sponsor per la stessa iniziativa/attività;
- b) cessione gratuita di beni e/o servizi;
- c) compartecipazione economica diretta alle spese di realizzazione di attività organizzate dalla Scuola.

Art.3 - FINALITÀ E CRITERI INDIVIDUAZIONE SPONSOR

I fini istituzionali e/o le attività delle aziende esterne non devono essere in contrasto con le finalità educative e istituzionali della scuola e devono rispettare quanto previsto dalla normativa per rapporti con la Pubblica Amministrazione

Possono assumere la veste di sponsor i seguenti soggetti:

- qualsiasi persona fisica, purché in possesso dei requisiti di legge per contrattare ordinariamente con la Pubblica Amministrazione;
- qualsiasi persona giuridica, avente o meno scopo o finalità commerciali, quali le società di persone e di capitali, le imprese individuali, quelle cooperative, le mutue di assicurazioni e i consorzi imprenditoriali, purché in possesso dei requisiti di legge per contrattare ordinariamente con la pubblica Amministrazione;
- le Associazioni senza fini di lucro, generalmente costituite con atto notarile e purché in possesso dei requisiti di legge per contrattare ordinariamente con la pubblica Amministrazione, le cui finalità statutarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali della scuola.

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.

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.

Le iniziative oggetto della sponsorizzazione devono essere dirette al perseguimento di interessi del servizio scolastico, devono escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività della scuola e quella privata e devono comportare risparmi di spesa rispetto agli stanziamenti disposti.

Pertanto il soggetto interessato al contratto di sponsorizzazione deve esplicitare alla scuola:

- intenzione e finalità coerenti con il ruolo e la funzione pubblica e formativa della scuola;
- la non sussistenza di natura e scopi che confliggano in alcun modo con l'utenza della scuola.

La conclusione di un contratto di sponsorizzazione non comporta la comunicazione allo sponsor dei nominativi e degli indirizzi dei destinatari delle informazioni o comunicazioni istituzionali, da considerarsi quindi non conforme al quadro normativo. Ne consegue il dovere per le amministrazioni scolastiche di astenersi dal comunicare dati personali allo sponsor.

ART. 4 – FORME DI EROGAZIONE DEL CONTRIBUTO

La sponsorizzazione potrà essere realizzata in una delle seguenti forme:

- contributi economici da versare direttamente alla scuola;
- compartecipazione economica diretta alle spese di realizzazione delle varie attività organizzate dalla scuola. A tal fine sarà individuato un capitolo di bilancio in entrata sul quale riversare le relative somme utilizzate esclusivamente ai fini prefissati nei contratti di sponsorizzazione;
- cessione gratuita di beni e/o servizi: nel caso di cessione di beni, si procederà ad acquisizione ad inventario secondo la normativa in vigore.

Sono ammesse sponsorizzazioni anche plurime di una singola iniziativa o attività prevista nel POFT della scuola.

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

ART. 5 – OBBLIGHI A CARICO DELLA SCUOLA

La Scuola, quale controprestazione ai contributi forniti dallo sponsor, potrà attuare le forme pubblicitarie indicate di seguito:

- riproduzione del marchio-logo o generalità dello sponsor su tutto il materiale pubblicitario della/e iniziativa/e oggetto della sponsorizzazione (manifesti, volantini, sito internet, ecc);
- pubblicazione nel sito WEB della Scuola e su apposita bacheca apposta nell'atrio dei plessi, 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, brochure, volantini promozionali, gadget, etc.
- attuazione di altre forme di visibilità dello sponsor, da concordare preventivamente.

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. Non sono ammessi messaggi pubblicitari sui beni permanenti e strutturali dell'edificio scolastico.

Le imposte sulla pubblicità, ove dovute, dovranno essere corrisposte dallo sponsor direttamente al concessionario, nella misura prevista dalla legislazione vigente al momento di esecutività del contratto stesso.

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

ART. 6 – VINCOLI DI SPONSORIZZAZIONE

Il Consiglio d'Istituto e il Dirigente Scolastico si riservano, a loro 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.

I fini istituzionali e/o le attività dello sponsor non devono essere in contrasto con le finalità educative e istituzionali della Scuola, e devono rispettare quanto previsto dalla normativa per i rapporti con la Pubblica Amministrazione.

In particolare, non procederà alla stipula del contratto di sponsorizzazione quando ricorra uno dei seguenti casi:

- probabile conflitto di interesse tra l'attività pubblica della Scuola e quella privata dello sponsor, dove 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 dalla 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, etc;

- messaggi offensivi, incluse le espressioni di politica, religione, 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.

L'apprezzamento definitivo ed esaustivo, delle proposte di sponsorizzazione, con eventuali note del Dirigente sarà operato a cura del Consiglio o dal dirigente Scolastico delegato dallo stesso consiglio.

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

ART. 7 – 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.

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:

- a) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
- b) 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:

- 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;
- l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
- l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese);
- la non corrispondenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.

b) per le persone giuridiche:

- 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.

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

ART. 8 – STIPULA E RISOLUZIONE DEL CONTRATTO

La sponsorizzazione, in qualsiasi forma venga effettuata, dovrà essere regolata mediante apposito contratto che dovrà precisare i seguenti punti:

- modalità di diffusione della pubblicità da parte della scuola a favore dello sponsor;
- modalità di contributo finanziario o di beni (abbigliamento, attrezzature, altri servizi, ...) da parte dello sponsor;
- durata del contratto stesso;
- il diritto per lo sponsor alla pubblicità "esclusiva" oppure "non esclusiva" nel corso delle iniziative per le quali è prevista eventuale clausola esclusiva, nel senso che per tutta la durata del contratto è impedita qualsiasi azione promozionale per imprese concorrenti;
- 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 bonifico sul conto corrente bancario intestato all'Istituto Comprensivo "G. Zavalloni" di Riccione.

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

Lo sponsor deve il corrispettivo pattuito anche se non realizza il ritorno pubblicitario sperato.

Il contratto 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, poiché avviene, in tal caso, per fatti e colpa dello Sponsor.

ART. 9 - MONITORAGGIO

Il D.S.G.A. acquisirà le necessarie informazioni finalizzate a promuovere azioni di monitoraggio e controllo degli atti connessi con l'applicazione del presente regolamento per poter relazionare in sede di adunanza degli Organi Collegiali preposti.

Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte della Giunta Esecutiva, 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.

ART. 10 - GESTIONE OPERATIVA

La gestione operativa, contrattuale e legale delle sponsorizzazioni è affidata al Dirigente Scolastico, che la esercita nei modi precisati dal presente regolamento, informando periodicamente il Consiglio d'Istituto.

Art. 11 - RESPONSABILITÀ

Nella stipula del contratto, il Dirigente Scolastico farà in modo che l'Istituto Comprensivo "G. Zavalloni", soggetto sponsorizzato, venga sollevato da qualsiasi responsabilità civile e penale conseguente all'allestimento e allo svolgimento delle attività sponsorizzate da parte dello sponsor.

ART. 12 - SPONSORIZZAZIONE E PRIVACY

I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste.

Resta convenuto che durante e dopo la cessazione del rapporto lo sponsor si impegnerà a mantenere il più rigoroso segreto professionale sulle informazioni, le notizie e i dati riguardanti l'Istituto Comprensivo "G. Zavalloni" di Riccione.

La conclusione di un contratto di sponsorizzazione da parte dell'Istituto Comprensivo "G. Zavalloni" di Riccione non comporta, di per sé, una comunicazione allo sponsor dei nominativi e degli indirizzi dei destinatari delle informazioni o comunicazioni istituzionali.

Tale comunicazione non può ritenersi né prevista da una norma di legge o di regolamento (art. 19, comma 3, del Codice Privacy), né rispondente allo svolgimento di funzioni istituzionali (art. 18, comma 2 Codice privacy), ed è da considerarsi quindi non conforme al quadro normativo.

Ne consegue il dovere anche per l'amministrazione dell'Istituto Comprensivo "G. Zavalloni" di Riccione di astenersi dal comunicare dati personali allo sponsor.

ART. 13 - TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste.

Titolare del trattamento è l'istituzione scolastica in persona del suo Dirigente Scolastico pro-tempore, che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge sopra citata.

I dati saranno trattati in conformità alle norme vigenti, sia dagli operatori della scuola, sia dagli addetti incaricati dallo sponsor.

ART. 14 – NORME DI RINVIO

Per tutto quanto non previsto dal presente regolamento, si fa rinvio alle Leggi, sia speciali che generali, regolanti la materia in combinato disposto con tutta la legislazione scolastica di riferimento.

ART. 15 - ENTRATA IN VIGORE

Il presente regolamento entra in vigore il giorno successivo alla sua approvazione da parte del Consiglio d'Istituto mediante l'affissione all'Albo ed alla pubblicazione sul sito istituzionale www.ic2riccione.it.