

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE
ai sensi del Regolamento di contabilità D.I.129/2018 art. 45 c.2 lettera b)
Approvato dal Consiglio d'Istituto in data 20/12/2024 con delibera n. 4

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 per perseguire i fini istituzionali. La legittimazione degli enti pubblici a concludere accordi di sponsorizzazione si rinviene nella Legge 449/1997, 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.129/2018 sancisce che 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 – Oggetto e finalità

1. Il presente Regolamento disciplina le procedure relative alla stipula dei contratti di sponsorizzazione ai quali l'I.C. "De Amicis-D.Alighieri" può ricorrere, in attuazione delle disposizioni contenute in:

- art. 43 della L. 449/1997 secondo cui *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;*

- art. 43, c.1 D.I. 129/2018 secondo cui *le istituzioni scolastiche per il raggiungimento e nell'ambito dei propri fini istituzionali, hanno piena capacità ed autonomia negoziale, fatte salve le limitazioni specifiche previste dal presente regolamento e dalla normativa vigente;*

- art. 45, c.2 secondo cui *al Consiglio d'istituto spettano le deliberazioni relative alla determinazione, nei limiti stabiliti dalla normativa vigente in materia, dei criteri e dei limiti per lo svolgimento, da parte del dirigente scolastico, delle seguenti attività negoziali: [...] lettera 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.*

2. Il ricorso alle sponsorizzazioni con soggetti privati e/o associazioni costituisce un'opportunità di finanziamento delle attività ed è finalizzato ad incentivare e promuovere innovazione dell'organizzazione didattica, realizzando maggiori economie di spesa per migliorare la qualità e la quantità del servizio erogato.

3. Le disposizioni del presente Regolamento sono finalizzate a definire una disciplina organica delle iniziative di sponsorizzazione allo scopo di assicurare il rispetto della normativa vigente e i principi di efficienza, trasparenza, buon andamento e imparzialità che regolano l'attività della Pubblica Amministrazione

Art. 2 – Definizioni

- Il contratto di sponsorizzazione è un accordo tra l'Istituzione Scolastica e uno sponsor mediante il quale quest'ultimo versa un determinato corrispettivo e/o offre all'istituto beni o servizi in cambio di pubblicità, in appositi e determinati spazi, di nome, logo, marchio. L'I.C. "De Amicis-D.Alighieri" intende avvalersi dei contratti di sponsorizzazione al fine di incentivare e promuovere una più spiccata innovazione dell'organizzazione tecnica e amministrativa e di realizzare maggiori economie di spesa per migliorare la qualità e la quantità del servizio erogato.

- la sponsorizzazione è rappresentata da ogni corrispettivo in denaro, fornitura di beni, prestazione di servizi provenienti da terzi, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale, attività, prodotti, servizi e simili;

- lo sponsor è il soggetto privato, sia esso persona fisica che giuridica, o il soggetto pubblico che intende stipulare il contratto di sponsorizzazione;
- lo sponsee o sponsorizzato è il soggetto che assume, dietro corrispettivo, l'obbligo di associare alle proprie attività il nome o segno distintivo dello sponsor;
- lo spazio pubblicitario è lo spazio fisico o qualsiasi altro supporto atto alla veicolazione di informazioni, messo a disposizione dall'Istituzione Scolastica per la pubblicità dello sponsor;

Art. 3 Soggetti Sponsor

Possono assumere il ruolo di sponsor i seguenti soggetti:

- qualsiasi persona giuridica avente o meno scopo di lucro o finalità commerciali, comprese le società di persone, di capitali, le cooperative, mutue di assicurazioni e consorzi imprenditoriali;
- le associazioni senza fine di lucro.

Il soggetto interessato al contratto di sponsorizzazione deve dichiarare alla scuola:

- le finalità ed intenzioni di tipo educativo - formativo;
- l'esplicita intenzione e finalità coerenti con il ruolo e la funzione pubblica e formativa della scuola;
- la non sussistenza di natura e scopi che siano in conflitto in alcun modo con l'utenza della scuola;
- la non sussistenza di provvedimenti di natura giudiziaria di qualsiasi tipo, condanne passate in giudicato, atti processuali in corso.

Non possono costituire sponsor i partiti politici, i movimenti politici e tutte le associazioni o formazioni di qualsivoglia forma giuridica con finalità dirette o indirette a carattere politico.

Art. 4 Oggetto della sponsorizzazione

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, etc);
- interventi a favore di attività di animazione, laboratori, fornitura di materiale, attrezzature didattiche, tecnico-scientifiche, tecnico-specialistiche, 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, etc);
- organizzazione convegni e concorsi;
- ogni altra attività che la scuola ritenga, nella sua piena discrezionalità, debba essere oggetto di sponsorizzazione.

Art.5 Modalità di sponsorizzazione

La sponsorizzazione potrà essere reaiizzata in una delle seguenti forme:

- contributi economici da versare direttamente all'Istituto, che possono essere richiesti ad uno o più sponsor per la stessa iniziativa. I risparmi di spesa o i maggiori introiti accertati a seguito della stipula dei contratti di sponsorizzazione, nella misura percentuale decisa annualmente in sede di accordo, sono destinati ad economie di bilancio e/o a nuovi interventi regolati dal Dirigente Scolastico;
- cessione gratuita di beni e/o servizi; le società, le Associazioni ed i privati, possono in qualsiasi momento donare all'Istituto beni mobili, nonché servizi, indicando le eventuali forme di pubblicità che vengono richieste in contropartita. L' Istituto, valutata l'utilità del bene offerto, procede, ove lo ritenga nel proprio interesse, all'accettazione e dispone circa le forme di pubblicità individuate;
- compartecipazione economica diretta alle spese di realizzazione delle varie attività organizzate dall'Istituto. Lo sponsor può offrirsi di sostenere direttamente alcune spese relative ad attività già programmate dall'Istituto, richiedendo eventualmente in contropartita la forma di pubblicità prescelta fra quelle definite.

Art. 6 Obblighi a carico dell'Istituzione scolastica

- L'Istituto, 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, sito internet, ecc);
 - pubblicazione nel sito WEB della Scuola e su apposita bacheca posta nell'atrio del plesso, 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, etc.

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. 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.

Art.7 Finalità e 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 i rapporti con la Pubblica Amministrazione.

Nella individuazione degli sponsor hanno la priorità i soggetti pubblici o privati che abbiano dimostrato particolare attenzione e sensibilità nei confronti dei temi dell'adolescenza e, comunque, della scuola e della cultura.

Ogni contratto di sponsorizzazione non può prescindere dalla correttezza di rapporti, rispetto della dignità scolastica, e non deve prevedere vincoli o oneri legati all'acquisto di beni e/o servizi da parte degli alunni/e e della scuola.

Pertanto si dovranno escludere le seguenti tipologie merceologiche:

1. Beni voluttuari in genere.
2. Produzioni dove è più o meno evidente il rischio per l'essere umano o per la natura.
3. Saranno altresì escluse le aziende sulle quali grava la certezza e/o la presunzione di reato per comportamenti censurabili (sfruttamento del lavoro minorile, rapina delle risorse nei paesi del terzo mondo, inquinamento del territorio e/o reati contro l'ambiente, speculazione finanziaria, condanne passate in giudicato, atti processuali in corso, ecc.).
4. L'Istituto Scolastico, a suo insindacabile giudizio, dovrà riservarsi di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:
 - ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività scolastica/pubblica e quella privata;
 - ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
 - la reputi inaccettabile per motivi di opportunità generale.

Sono, in ogni caso, escluse le sponsorizzazioni riguardanti:

- propaganda di natura politica, sindacale, ideologica o religiosa;
- pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici;
- materiale pornografico o a sfondo sessuale;
- 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'individuazione dello sponsor può avvenire mediante una delle seguenti procedure:

- Ricependo proposte spontanee da parte di soggetti individuati.
- Contattando direttamente soggetti qualificati e ipoteticamente interessati a finanziare un'attività didattica.
- Pubblicità, da parte della Scuola, delle iniziative sottoposte a contratti di sponsorizzazione ed accettazione delle proposte di maggiore interesse.

Viene delegata al Dirigente Scolastico la valutazione, volta per volta, delle finalità e delle garanzie offerte dal soggetto che intende fare la sponsorizzazione, prima della stipula del relativo contratto.

Art.8 Vincoli di Sponsorizzazione

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

- 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;
- 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;
- propaganda di natura politica, sindacale, ideologica o religiosa.

La scuola si riserva, a suo insindacabile giudizio, la facoltà di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione, specie quando è ravvisata la possibilità che l'Istituto, 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.

Art. 9 Stipula e risoluzione del contratto.

La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:

- il diritto, per il soggetto privato o pubblico, alla sponsorizzazione "non esclusiva" delle manifestazioni;
- 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

L'Istituto si dota di uno schema di contratto-tipo, al fine di uniformare la documentazione.

È prevista la facoltà dell'Istituto 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 dell'Istituto, 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 ricerca e valutazione degli sponsor, oltre che alla sottoscrizione del contratto di sponsorizzazione è il Dirigente Scolastico, legale rappresentante dell'Istituto.

Il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione, se previsto in denaro, deve essere effettuato in una unica soluzione - salvo diverse intese fra le parti - alla sottoscrizione del contratto, con pagamento immediato tramite bonifico da effettuare sul conto indicato dalla Scuola.

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.

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

Art. 10 Monitoraggio

Il Dirigente Scolastico 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 del D.S., 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. 11 Gestione Operativa

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



Art. 12 Responsabilità

Nella stipula del contratto, il Dirigente Scolastico farà in modo che l'I.C. "De Amicis-D. Alighieri" venga sollevata da qualsiasi responsabilità civile e penale conseguente all'allestimento e allo svolgimento delle attività sponsorizzate da parte dello sponsor.

Art. 13 Sponsorizzazione e Privacy

I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste. La conclusione di un contratto di sponsorizzazione non comporta, di per sé, una comunicazione allo sponsor dei nominativi e degli indirizzi dei destinatari delle informazioni o comunicazioni istituzionali.

Art. 14 Trattamento dei Dati Personali

I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dal nuovo decreto sulla Privacy Regolamento UE n. 679/2016 (GDPR). 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 entrerà in vigore dall'a.s. 2024/25 dopo la sua approvazione da parte del Consiglio d'Istituto mediante l'affissione all'Albo online e pubblicazione sul sito istituzionale.



IL DIRIGENTE SCOLASTICO
Prof.ssa Margherita BISCOTTI

