



MINISTERO DELL'ISTRUZIONE
UFFICIO SCOLASTICO REGIONALE PER IL LAZIO
Istituto Comprensivo CLAUDIO ABBADO
Via Monte Zebio, 35 - 00195 Roma
Tel. 06/3725859 - fax 06/3741217
e-mail RMIC8GW005@istruzione.it pec RMIC8GW005@pec.istruzione.it
Codice Fiscale: 97712900584 Cod.Mecc: RMIC8GW005

REGOLAMENTO DI ISTITUTO PER SPONSORIZZAZIONI

Approvato dal Consiglio d'Istituto con delibera n. 103 del 26 giugno 2023

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 gli obiettivi istituzionali e di miglioramento.

La legittimazione degli enti pubblici a concludere accordi di sponsorizzazione si rinviene nella Legge 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.l. n. 129/2018 relativo al Regolamento concernente le istruzioni generali sulla amministrazione scolastica sancisce:

- art. 33, c.2 che 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;
- art. 41 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.

Il Consiglio d'Istituto

- Vista la L. n. 449/1997, art.43;
- Visto il D. Lgs. n. 267/2000, art. 119;
- Visto il D.l. n. 129/2018, art. 43 e 45;

formalizza il seguente regolamento per disciplinare le attività di sponsorizzazione all'interno di questo Istituto.

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, servizi o contributi economici in cambio di pubblicità e/o servizi.

L'Istituto Scolastico intende avvalersi dei contratti di sponsorizzazione al fine di incentivare e promuovere innovazione dell'organizzazione tecnica 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 supporti di veicolazione delle informazioni, nome, logo, marchio a fronte dell'obbligo di versare un determinato corrispettivo.

Nell'ambito della promozione da parte della Scuola di progetti didattici in orario extra scolastico e a pagamento da parte delle famiglie, l'Istituzione Scolastica può altresì stringere accordi che prevedono il pagamento da parte dello sponsor di una provvigione da stabilire in sede di contratto.

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 dallo sponsor e dall'Istituzione scolastica;
- d) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

La scuola si impegna ad elaborare un contratto-tipo, al fine di uniformare la documentazione.

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

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, 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);
- interventi a favore dell'ampliamento dell'offerta formativa mediante la sponsorizzazione di progetti didattico-educativi o l'acquisto di materiali utili alla realizzazione degli stessi;
- iniziative a sostegno dei servizi sociali (collaborazione per servizi a sostegno di alunni svantaggiati, diversamente abili, etc.) limitatamente a servizi strumentali o beni materiali;
- contributi per la realizzazione di migliorie all'edificio scolastico e agli impianti sia per ordinaria che straordinaria manutenzione;
- ogni altra attività che il Consiglio di Istituto ritenga, nella sua piena discrezionalità, possa essere oggetto di sponsorizzazione;

ART. 3 – 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'infanzia, dell'adolescenza e, comunque, della scuola, della cultura e delle esperienze formative in genere.

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.

Ogni contratto 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.

Si richiama il dovere per le amministrazioni scolastiche di astenersi dal comunicare dati personali allo sponsor, a meno che non sia stato dato esplicito consenso da parte delle famiglie ai sensi della vigente normativa sulla privacy.

ART. 4 – DICHIARAZIONI SPONSOR

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

- le intenzioni e finalità coerenti con il ruolo, 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 disponibilità a sponsorizzazioni anche plurime di una singola iniziativa o attività prevista nel P.T.O.F. della scuola.

Art. 5 – SOGGETTI SPONSOR

Possono assumere la veste di sponsor i seguenti soggetti:

- persone giuridiche aventi 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.

Art. 6 - MODALITÀ DI SPONSORIZZAZIONE

La sponsorizzazione potrà essere realizzata in una delle seguenti forme:

6.1 - contributi economici da versare direttamente all'istituto alla stipula dell'intesa o secondo modalità provvisoria a seguito del servizio erogato secondo gli accordi previsti da ciascun contratto. 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 e dalla Giunta Esecutiva.

6.2 - cessione gratuita di beni e/o servizi; le società, i professionisti, le Associazioni ed i privati, possono in qualsiasi momento donare alla Scuola 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.

6.3 - 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. 7 – IMPEGNO 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, sito internet, 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, brochure, volantini promozionali, etc.
- organizzazione di eventi informativi con i docenti, le famiglie e gli studenti

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 dell'esecutività del contratto stesso.

ART. 8 – 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.

L'apprezzamento, definitivo ed esaustivo, delle proposte di sponsorizzazione, con eventuali note del Dirigente, sarà operato a cura del Consiglio.

ART. 9 – SCELTA DELLO SPONSOR

L'individuazione dello sponsor può realizzarsi mediante una delle seguenti procedure, con modalità che verranno indicate sul sito istituzionale:

- recepimento di proposte spontanee da parte di singoli soggetti;
- pubblicità, da parte della Scuola, delle iniziative sottoposte a contratti di sponsorizzazione e accettazione delle proposte di maggiore interesse.

ART. 10 – STIPULA E RISOLUZIONE DEL CONTRATTO

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 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.

È prevista la facoltà dell'Istituto di recedere dal contratto stesso prima della scadenza, subordinata alla tempestiva e formale comunicazione allo sponsor.

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.

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 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.

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 bancario o postale. 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.

Ogni contratto di sponsorizzazione ha durata non superiore all'anno ed è rinnovabile solo per volontà espressa delle parti. Non è consentito il rinnovo tacito del contratto.

ART. 11 – MONITORAGGIO

Il D.S.G.A. acquisirà le necessarie informazioni finalizzate a promuovere azioni di monitoraggio e controllo degli atti connessi all'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. 12 – GESTIONE OPERATIVA E NORMATIVA APPLICABILE

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.

Per tutto quanto non previsto dal presente Regolamento, si rinvia alla normativa vigente di settore.

Art. 13 – ENTRATA IN VIGORE

Il presente regolamento entra in vigore dalla data di pubblicazione sul sito istituzionale.