

CRITERI E LIMITI PER I CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE
(ai sensi dell'art 45 c.2 lett. b del D.l 28/08/2018 n. 129)

REGOLAMENTO

1. Il contratto di sponsorizzazione è un accordo 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.
2. L'istituto può concludere contratti di sponsorizzazione per ampliare l'offerta formativa o realizzare risparmi di spesa.
3. I contratti di sponsorizzazione devono essere diretti al conseguimento di interessi pubblici coerenti con la funzione educativa e culturale della scuola.
4. E' 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.
5. E' 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.
6. Ogni iniziativa di sponsorizzazione deve escludere conflitti d'interesse tra l'attività dell'amministrazione e quella privata.
7. 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. Non sono altresì consentiti contratti volti a pubblicizzare giochi d'azzardo, scommesse e giochi on line. 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.
8. In nessun caso la prestazione a carico dell'istituzione scolastica può consistere nella comunicazione di dati personali degli alunni o dipendenti allo sponsor.
9. Possono assumere la veste di sponsor i soggetti privati (persona fisica o giuridica), i soggetti pubblici e le associazioni senza scopo di lucro che intendano stipulare un contratto di sponsorizzazione con l'istituzione scolastica.
10. La scelta dello sponsor può essere effettuata a mezzo di trattativa privata o recepimento di proposte spontanee.
Ove ritenuto opportuno, è ammesso procedere all'individuazione dello sponsor attraverso il ricorso ad un avviso pubblico. In questo caso, l'avviso sarà pubblicato sul sito web dell'istituzione scolastica o in qualsiasi altra forma.
In caso di avviso, esso deve contenere i seguenti dati:
 - l'iniziativa per la quale si richiede lo sponsor;
 - l'esatta indicazione della comunicazione utilizzabile per la pubblicità;
 - le modalità ed i termini di presentazione dell'offerta.

11. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica:

- il bene, il servizio, l'immagine, il messaggio che si intende pubblicizzare;
- il corrispettivo della sponsorizzazione;
- l'assunzione di tutte le responsabilità inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni;
- la non sussistenza di finalità e scopi in conflitto con l'attività scolastica.

L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

a) PER I SOGGETTI PRIVATI- PERSONE FISICHE

- l'insussistenza della condizione di incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione, di cui agli art. 120 e seguenti della legge 24/11/1981 n. 689 e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
- l'insussistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
- l'insussistenza di procedure concorsuali (solo imprese);
- la non appartenenza a cariche pubbliche di organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.

b) PER I SOGGETTI PRIVATI- PERSONE GIURIDICHE

- Oltre alle autocertificazioni anzidette riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza, dovrà essere attestato il nominativo del legale rappresentante e/o dei legali rappresentanti corredato di documento di identità in corso di validità.

12. Il contratto di sponsorizzazione potrà avere ad oggetto:

- attività culturali o artistiche;
- attività di animazione, laboratori, ecc;
- fornitura di libri, materiale didattico, attrezzature tecnico-scientifiche, tecnico-specialistiche, hardware, software, ecc;
- attività di carattere sportivo (gare, manifestazioni, fornitura di attrezzature, ecc.);
- iniziative finalizzate all'inclusione scolastica di alunni con BES;
- ogni altra iniziativa ritenuta utile dal Collegio dei Docenti e deliberata dal Consiglio d'Istituto.

13. Nell'apposito contratto di sponsorizzazione sono definiti:

- l'analitica indicazione delle obbligazioni assunte dallo sponsor;
- l'analitica indicazione delle obbligazioni che l'istituzione scolastica assume nei confronti dello sponsor;
- le forme di promozione, comunicazione, pubblicità;
- il diritto per lo sponsor ad una pubblicità "esclusiva" oppure "non esclusiva" in relazione alla/e iniziativa/e per la/e quale/i è prevista;
- la durata del contratto di sponsorizzazione;
- il corrispettivo della sponsorizzazione;
- il divieto di cessione del contratto;
- le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze;
- l'indicazione di cause di recesso;
- l'indicazione del foro competente per le controversie che dovessero insorgere in materia di interpretazione o di esecuzione del contratto.

14. In ogni caso, la sottoscrizione del contratto è condizionata all'accertamento del possesso, da parte dello sponsor, dei requisiti soggettivi previsti dalla legge.

15. La sponsorizzazione può essere realizzata in una delle seguenti modalità:

- contributo economico da versare direttamente all'Istituto;
- cessione gratuita di beni e/o servizi;
- compartecipazione economica diretta alle spese di realizzazione delle attività organizzate dall'Istituto.

16. L'Istituto, quale controprestazione ai contributi forniti dallo sponsor, attuerà una delle forme pubblicitarie di seguito indicate:
- riproduzione del marchio dello sponsor su tutto il materiale pubblicitario delle iniziative oggetto della sponsorizzazione (manifesti, volantini, sito internet, ecc.);
 - pubblicazione sul sito web della Scuola dello sponsor e dell'oggetto del contratto di sponsorizzazione;
 - posizionamento di etichette indicanti il marchio dello sponsor sui beni durevoli oggetto della sponsorizzazione;
 - distribuzione in loco di materiale pubblicitario, brochure, volantini promozionali, gadget, ecc.
17. Le forme di pubblicità devono essere rapportate all'entità del bene o servizio fornito dallo sponsor. Esse possono riguardare tutte o solo alcune delle modalità previste dal precedente articolo. Le stesse sono determinate in sede di stipulazione del contratto. Le imposte sulla pubblicità, ove dovute, dovranno essere corrisposte dallo sponsor nella misura prevista dalla legislazione vigente.
18. Il Dirigente scolastico e il Consiglio d'Istituto si riservano 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, dover dirimere conflittualità insorgenti tra le parti coinvolte o ove dovessero ricorrere elementi confliggenti con gli articoli 5,6 e 7 del presente Regolamento.
19. Per tutto quanto non previsto dal presente Regolamento, si fa rinvio alle leggi, sia speciali che generali, regolanti la materia.
20. Il presente Regolamento entra in vigore il giorno successivo alla sua approvazione da parte del Consiglio d'Istituto.

Approvato dal Consiglio d'Istituto nella seduta del 15/02/2023