



ISTITUTO DI ISTRUZIONE SUPERIORE
"GIUSEPPE FERRO"
VIA J. F. KENNEDY, 48 – 91011 ALCAMO
TEL. 0924/23473 - FAX 0924/505221
COD. FISC. 80005060811 - COD. MIN. TPIS00900X
e mail: TPIS00900X@ISTRUZIONE.IT
pec: TPIS00900X@PEC.ISTRUZIONE.IT
www.istitutoperioreferro.gov.it

DELIBERA CONSIGLIO DI ISTITUTO N. 30 DEL 29.11.13

REGOLAMENTO CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE

ART 1. -Premessa: quadro legislativo

- L'art. 43 della legge n. 449/1997 ha esplicitamente previsto che le pubbliche amministrazioni, "al fine di favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa e di realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi prestati" possano stipulare contratti di sponsorizzazione con soggetti privati o associazioni.
- Il DM 44 dell' 1/2/200, recepito dalla Regione Sicilia con il D.A. n°895/01, relativo al Regolamento concernente le istruzioni generali sulla amministrazione scolastica, sancisce:

Art. 33, comma 2: al Consiglio di 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.

Art. 41 (contratti di sponsorizzazione):

1. 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.
2. 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.

ART. 2 - Criteri generali per la scelta:

- I fini istituzionali e/o le attività delle aziende esterne non devono essere in contrasto con le finalità (educative) istituzionali della scuola. Pertanto si dovranno escludere le seguenti tipologie merceologiche:
 - Beni voluttuari in genere
 - Produzioni dove è più o meno evidente il rischio per l'essere umano o per la natura.
- 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.).

REGOLAMENTO CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONI

- 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.
- Nella individuazione degli sponsor hanno la priorità i soggetti pubblici o privati che abbiano in concreto dimostrato particolare attenzione e sensibilità nei confronti dei problemi dell'infanzia, dell'adolescenza e, comunque, della scuola e della cultura.
- Ogni contratto di sponsorizzazione non deve prevedere vincoli o oneri derivanti dall'acquisto di beni e/o servizi da parte degli alunni/e 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.
- L'individuazione dello sponsor può avvenire mediante una delle seguenti procedure:
 - recependo 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.

Il Consiglio di Istituto dà mandato al Dirigente Scolastico di valutare le finalità e le garanzie offerte dal soggetto che intende fare la sponsorizzazione e di stipulare il relativo contratto che sarà poi sottoposto al Consiglio per la relativa ratifica.

ART. 3- Contatto di sponsorizzazione:

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 all'elaborazione di uno schema di contratto-tipo; 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.

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,

REGOLAMENTO CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONI

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)
- 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 da versare direttamente alla Scuola, che può essere richiesto a uno o più sponsor per la stessa iniziativa;
- cessione gratuita di beni e/o servizi;
- compartecipazione economica diretta alle spese di realizzazione delle varie attività organizzate dalla 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, filmati, ecc...)
- posizionamento di targhe o cartelli indicanti le generalità dello sponsor sui beni 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 sopra descritte. 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.