



I.I.S. Liceo Classico e Scientifico "Vincenzo Julia"

<http://www.liceojulia.edu.it> - e-mail: csis01800g@istruzione.it - posta certificata: csis01800g@pec.istruzione.it

Liceo Scientifico Tel.: 0984 1861923 - 0984 954126 - Liceo Classico Tel.: 0984 953088 -

C.F.: 85000190786 - Codice Univoco: UFA0XT

via A. De Gasperi s.n.c. (Liceo Scientifico) via Don Luigi Sturzo, 16 (Liceo Classico) - 87041 Acri (CS)

REGOLAMENTO PER STIPULA CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE ai sensi del Nuovo Regolamento di Contabilita' Decreto n. 129 del 28/08/2018 art. 45 c.2 lett.b

Approvato dal Consiglio di Istituto con delibera n. 2 del 19.11.2019

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 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 Regolamento amministrativo-contabile (D.I. n.44/2001) prevede inoltre che si accordi la preferenza a quei soggetti che abbiano concretamente dimostrato particolare attenzione ai problemi dell'infanzia e dell'adolescenza, e sancisce, opportunamente, il divieto di concludere accordi di sponsorizzazione con soggetti le cui finalità istituzionali siano in contrasto con la funzione educativa e culturale della Scuola.

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

Visto il D. Lgs n.267/2000 art. 119

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

Visto l'art. 769 del Codice Civile

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

ART. 1 – DEFINIZIONE e CRITERI DI SELEZIONE DELLO SPONSOR

1. Il contratto di sponsorizzazione è un accordo tra l'Istituzione Scolastica (sponsee) 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 alla elaborazione di uno schema di contratto-tipo, al fine di uniformare la documentazione; 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. 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.

2. Possono assumere la veste di sponsor istituzionale i seguenti soggetti:

a) qualsiasi persona fisica, purché in possesso dei requisiti di legge per contrattare ordinariamente con la Pubblica Amministrazione;

b) 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;

c) 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 in concreto dimostrato particolare attenzione e sensibilità nei confronti dei problemi dell'infanzia, dell'adolescenza e, comunque, della scuola e della cultura. 3. 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. 4. La conclusione di un contratto di sponsorizzazione non comporta la comunicazione allo sponsor dei nominativi e degli indirizzi dei destinatari delle informazioni (genitori, alunni, personale scolastico, ecc.) 5. Ogni contratto di sponsorizzazione ha durata massima annuale.

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, ecc.);
- interventi a favore di attività di animazione, laboratori, fornitura di materiale, attrezzature didattiche, tecnico-scientifiche;
- 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);
- 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;
- cessione gratuita di beni e/o servizi;
- compartecipazione economica diretta alle spese di realizzazione delle varie attività organizzate dalla Scuola;

ART. 3 - CONTRIBUTI ECONOMICI

Lo sponsor può sostenere le diverse iniziative oggetto del contratto di sponsorizzazione mediante contributi economici da versare direttamente alla Scuola.

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

ART. 4 - CESSIONE GRATUITA DI BENI E/O SERVIZI

Le Società, le Associazioni ed i privati in genere, possono in qualsiasi momento donare alla Scuola beni mobili, nonché servizi, indicando le eventuali forme di pubblicità che vengono richieste in contropartita.

La Scuola, valutata l'utilità del bene offerto, procede, ove lo ritenga nel proprio interesse, all'accettazione e dispone circa le forme di pubblicità individuate.

ART. 5 - COMPARTICIPAZIONE ECONOMICA DIRETTA ALLE SPESE DI REALIZZAZIONE DELLE VARIE ATTIVITA' ORGANIZZATE DALLA SCUOLA

Lo sponsor può offrirsi di sostenere direttamente alcune spese relative ad attività già programmate dalla Scuola, richiedendo eventualmente in contropartita la forma di pubblicità prescelta tra quelle definite.

ART. 6 - OBBLIGHI A CARICO 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...);
- pubblicazione sul 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.

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.

L'imposta sulla pubblicità, ove dovuta, dovrà essere corrisposta dallo sponsor direttamente al concessionario, nella misura di Legge.

ART. 7 - 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.

In particolare, non si 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: 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 dalle qualità, anche di ordine morale ed etico, dello sponsor; messaggio pubblicitario pregiudiziale o dannoso all'immagine della Scuola o alle proprie iniziative
- ▶ propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- ▶ pubblicità diretta o anche collegata alla produzione o distribuzione di alcolici, tabacco, materiale pornografico, armi, ecc.;
- ▶ 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'apprezzamento circa la sussistenza di una delle cause sopraindicate è di esclusiva competenza del Consiglio d'istituto.

ART. 8 - 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.

ART. 9 – STIPULA E RISOLUZIONE DEL CONTRATTO

La sponsorizzazione, in qualsiasi forma venga effettuata, dovrà essere regolata mediante apposito contratto.

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.

La risoluzione avviene, in tal caso, per fatti e colpa dello sponsor.

ART. 10 - NORME DI RINVIO

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