

# LICEO LINGUISTICO STATALE "ILARIA ALPI"

CENTRALE: P.ZZA ALDO MORO, 76 - 47521 CESENA (FC) Tel. 0547.21256

SEDE DISTACCATA: P.ZZA SANGUINETTI, 44 - 47521 CESENA (FC) Tel. 0547.29306

[fopm05000n@istruzione.it](mailto:fopm05000n@istruzione.it) [fopm05000n@pec.istruzione.it](mailto:fopm05000n@pec.istruzione.it)

Cod. Mecc. FOPM05000N - C.F. 90067890401

[WWW.LICEOALPI.EDU.IT](http://WWW.LICEOALPI.EDU.IT)

## **REGOLAMENTO di STIPULA dei CONTRATTI di SPONSORIZZAZIONE**

(Delibera n. 12 del Consiglio di Istituto del 10/11/23)

### **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 varie tipologie di attività negoziali. La legittimazione degli enti pubblici a concludere accordi di sponsorizzazione si rinviene nella Legge n° 449 del 27 dicembre 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 pubblici e privati". 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.*

### **Pertanto:**

**Vista la Legge n. 449/1997, art. 43;**

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

**Visto il D.I. N.1239/18artt. 45, lettera b)**

**Visto il Dlgs 36/23, che modifica il Dlgs 50/16, cosiddetto CODICE APPALTI**

L'istituto scolastico Liceo Alpi di Cesena intende favorire i contratti di sponsorizzazione con soggetti pubblici e privati (anche organizzati in forma associativa), per favorire il miglioramento dell'offerta formativa e/o realizzare risparmi di spesa secondo i criteri previsti dal presente regolamento deliberato dal Consiglio di Istituto.

### **ART. 1 – DEFINIZIONE**

**Il contratto (atipico) di sponsorizzazione si sostanzia attraverso un accordo tra la Scuola e uno sponsor mediante il quale lo sponsor offre alla Scuola beni/servizi o versa somme di denaro e/o compartecipa direttamente alle spese in cambio di pubblicità.** La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto-tipo (elaborato dall'Istituto) nel quale sono, in particolare, stabiliti:

- a) le indicazioni delle obbligazioni assunte dallo sponsor;
- b) le indicazioni delle obbligazioni che l'istituzione scolastica assume nei confronti dello sponsor;
- c) la durata del contratto di sponsorizzazione;
- d) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

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

## ART. 2 - OGGETTO

In base alle due tipologie previste dal contratto di sponsorizzazione (tecnica e finanziaria), l'oggetto

del contratto potrà riguardare:

A) SPONSORIZZAZIONE TECNICA: è riferita a 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. Esempi:

- attività di carattere culturale, formativa, artistica e di promozione dell'Istituzione scolastica (organizzazione di eventi, sostegno a manifestazioni in qualsiasi forma prevista, attività di orientamento, acquisto di gadget, tute e/o magliette con il logo dello sponsor);
- interventi a favore del servizio bibliotecario (fornitura di attrezzature, acquisto di libri, volumi etc.);
- interventi a favore di attività di animazione, attrezzature didattiche, strumentazione di laboratorio e sussidi tecnico-scientifici (anche in forma di sussidi multimediali, acquisto di software, cessione di beni, etc.);
- acquisto di sussidi medico-sanitari e strumenti di carattere compensativo per il supporto delle attività didattiche per allievi con problematiche handicap e DSA/BES;
- iniziative a sostegno dei servizi sociali e/o cessione di servizi;
- iniziative a favore delle attività sportive (gare, manifestazioni, fornitura di attrezzature o impianti sportivi);
- ogni altra attività che l'Istituto ritenga, nella sua piena discrezionalità ed in base ai vincoli precisati all'art. 7 del presente regolamento (vincoli di sponsorizzazione), possa essere oggetto di sponsorizzazione.

B) SPONSORIZZAZIONE FINANZIARIA: è riferita alla contribuzione economica

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. Lo sponsor può inoltre 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. Esempi:

- sponsorizzazione economica di manifestazioni e/o eventi organizzati dalla Scuola;
- contratti di sponsorizzazione del sito WEB dell'Istituto (**D.I. N.1239/18artt. 45, lettera b**), subordinatamente al rispetto delle condizioni previste);
- compartecipazione economica diretta alle spese di realizzazione delle varie attività organizzate dalla Scuola;
- raccolta di contributi economici finalizzati a particolari iniziative educative, didattiche e culturali dell'Istituzione scolastica.
- Compartecipazione economica diretta alle spese di realizzazione delle varie attività organizzate dalla scuola

## ART. 3 - OBBLIGHI A CARICO DELLA SCUOLA

indicati di seguito:

- riproduzione del **logo**, **marchio** o generalità dello sponsor su tutto il materiale pubblicitario delle iniziative oggetto della sponsorizzazione (manifesti, volantini, magliette, gadget)
- pubblicazione nel sito WEB della Scuola, nello spazio informativo dell'attività, degli estremi dello sponsor (o del logo) ed eventualmente 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.

**In nessun caso la prestazione a carico dell'Istituzione scolastica può consistere nella comunicazione di dati personali degli alunni e/o di dipendenti allo sponsor.**

#### **ART. 4 - 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. I contratti di sponsorizzazione potranno essere stipulati esclusivamente con soggetti che, per finalità statutarie, attività svolte o per altre circostanze non siano in contrasto con la funzione educativa e culturale della scuola. In particolare, NON si procederà alla stipula del contratto di sponsorizzazione quando ricorra anche uno solo 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;
- Non sono consentiti contratti di sponsorizzazione aventi ad oggetto attività di natura politica, sindacale, ideologica, 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 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;
- 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 Dirigente Scolastico.

#### **ART. 5 - 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;
- Contatto diretto con soggetti qualificati e/o ipoteticamente interessati al finanziamento.

Nel caso di sponsorizzazione di natura tecnica (beni e/o servizi) l'individuazione dello sponsor avviene in forma diretta. Nel caso di sponsorizzazione finanziaria, l'Istituto si riserva di interpellare più sponsor attraverso la procedura negoziale a contatto diretto, licitazione privata o gara aperta.

#### **ART. 6 – 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 per inadempienze agli obblighi per fatti imputabili allo sponsor, non comporta alcun diritto da parte di quest'ultimo a pretese, danni e/o contenziosi di qualsiasi natura. Nella stipulazione di eventuali contratti di sponsorizzazione del sito WEB, deve essere sempre riservata al dirigente la facoltà di disattivare il collegamento quando le attività siano in contrasto, anche di fatto, con la funzione educativa e culturale della scuola.

## **ART. 7 – REQUISITI DELLO SPONSOR**

In sede di presentazione della propria offerta, lo sponsor dovrà attestare, mediante dichiarazione sostitutiva, l'insussistenza delle situazioni previste dall'art. 45 comma 2 lettera b) del DM 129/18i. Il possesso dei suddetti requisiti di ordine generale non attribuisce all'offerente titolo per la conclusione del contratto, restando facoltà dell'amministrazione di chiedere ulteriori informazioni in relazione alla natura del contratto e/o della prestazione. È comunque facoltà dell'amministrazione di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora, a suo insindacabile giudizio, possano ricorrere le fattispecie previste agli artt. 2, 3, 4, 5 o altri elementi ostativi stabiliti dalla legge.

## **ART. 8 – SPONSORIZZAZIONE e PRIVACY (delibera del garante n° 1349342 del 20/09/06)**

Per quanto attiene la compatibilità delle iniziative di sponsorizzazione delle Pubbliche Amministrazioni con la normativa in materia di protezione dei dati personali, si precisa quanto segue (ai sensi della delibera di cui sopra):

- È consentito inserire un nome, ditta, logo o marchio dello sponsor in banner pubblicitari nei siti internet istituzionali;
- E' consentito inserire un nome, ditta, logo o marchio dello sponsor all'interno di documenti recanti comunicazioni istituzionali.

Le Pubbliche Amministrazioni non possono:

- Comunicare allo sponsor dati personali dei destinatari delle informazioni o comunicazioni istituzionali dell'ente;
- Inserire messaggi pubblicitari all'interno di documenti recanti comunicazioni istituzionali e, in particolare, utilizzare dati personali per differenziare i messaggi pubblicitari in relazione a caratteristiche dei destinatari delle comunicazioni istituzionali.

## **ART. 9 - NORME DI RINVIO**

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

*(Regolamento approvato all'unanimità nella seduta del Consiglio di Istituto del 6/12/2017)*