

REGOLAMENTO PER LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

approvato nella seduta del Consiglio d'Istituto del 16/06/2015

ART.1

OGGETTO E FINALITA'

Il presente regolamento, formulato nel rispetto del regolamento finanziario amministrativo del D.I. n.44 del 1 febbraio 2001 e dell'Istituto, disciplina le attività di sponsorizzazione da parte di terzi in occasione di iniziative promosse, organizzate o gestite dall'istituzione scolastica.

Esso persegue lo scopo di realizzare le condizioni e gli strumenti normativi necessari per una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione nel rispetto dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza.

ART.2

DEFINIZIONI

Ai fini del presente regolamento si assumono le seguenti definizioni.

“Contratto di sponsorizzazione”: contratto a titolo oneroso mediante il quale l'istituzione scolastica offre, nell'ambito di proprie iniziative, ad un terzo (sponsor) che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo, la possibilità di veicolare messaggi che promuovono il nome, il logo, il marchio, i prodotti, o altri contenuti concordati.

“Sponsorizzazione”: ogni contributo in beni o servizi, danaro od ogni altra utilità proveniente da terzi allo scopo di promuovere il loro nome, marchio, attività prodotti, messaggi, finalizzati a conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio d'immagine.

“Sponsor”: ai sensi dell'art.119 del T.U. approvato con D.Lgs 18.8.2000, n.267, il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con l'istituzione scolastica.

“Spazio pubblicitario”: lo spazio fisico/temporale/geografico od il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dall'Istituto Comprensivo di Livigno per la pubblicità dello sponsor.

ART.3

PROCEDURE

La scelta dello sponsor è effettuata a mezzo di trattativa privata.

Le richieste di sponsor sono pubblicizzate mediante pubblicazione all'albo e/o con altre forme ritenute di volta più convenienti per una maggior conoscenza e partecipazione oppure attraverso comunicazioni a soggetti che si ritiene possono essere eventualmente interessati.

L'avviso, di cui ai precedenti commi, contiene in particolare i seguenti dati:

- l'iniziativa in occasione della quale è riservato lo spazio pubblicitario;
- l'esatta determinazione della comunicazione utilizzabile per la pubblicità;
- modalità ed i termini di presentazione dell'offerta.

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'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

-per i soggetti privati (persone fisiche e giuridiche)

se persone fisiche:

1. l'inesistenza 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;

1. l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
2. l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese);
3. la non appartenenza a cariche pubbliche di organizzazioni di natura politica, sindacale,

filosofica o religiosa.

se persone giuridiche

1. oltre alle autocertificazioni anzidette riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza
2. dovrà essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti;

L'offerta dovrà, inoltre, contenere l'assunzione di tutte le responsabilità inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni.

L'offerta di sponsorizzazione, previa istruttoria dell'ufficio, è approvata dal dirigente scolastico.

ART.4

INDIVIDUAZIONE E GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Tutte le iniziative possono essere soggetto di sponsorizzazione da parte di terzi.

Il Dirigente scolastico accoglie eventuali proposte anche da uno o più docenti, genitori, operatori ATA. Il ricorso al finanziamento attraverso le sponsorizzazioni può interessare tutte le iniziative, i progetti, le attività dell'amministrazione, non esclusi gli eventi a rilevanza artistico culturale o da un suo concessionario od affidatario.

La gestione delle sponsorizzazioni sarà regolata da apposito contratto nel quale verranno stabiliti in

particolare:

il diritto per lo sponsor alla pubblicità “esclusiva” oppure “non esclusiva” nel corso delle iniziative per le quali è prevista;

1. le forme di promozione, comunicazione e pubblicità;
2. la durata del contratto di sponsorizzazione;
3. il corrispettivo per la sponsorizzazione.

Il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione deve essere effettuato alla firma del contratto.

Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza, ipso iure, dell'affidamento.

ART.5

UTILIZZO DEI PROVENTI DELLE SPONSORIZZAZIONI

I proventi delle sponsorizzazioni sono finalizzati a migliorare la qualità dei servizi prestati e ad attivare forme di autofinanziamento, con cui provvedere all'acquisto di beni o di servizi preventivamente definiti.

L'utilizzo di tali proventi è subordinato alla presentazione di un apposito progetto finanziario, proposto dal coordinatore dell'iniziativa.

ART.6

VINCOLI

1. Lo spazio pubblicitario complessivo che lo sponsor chiede di occupare non deve superare il 10% dell'insieme della comunicazione relativa alla iniziativa, pertanto in una comunicazione composta da dieci righe, o da dieci minuti o da dieci fotografie, o da dieci pagine web, il messaggio pubblicitario sarà costituito, rispettivamente, da non più di una riga, un minuto, una fotografia, una pagina web.
2. Nei casi in cui lo sponsor chieda la compilazione di dati personali, o l'assunzione di comportamenti di qualsiasi genere, anche non esplicitamente di tipo commerciale, si procederà esclusivamente con le persone che, previa idonea informazione, avranno concesso la propria libera adesione. I costi dell'informazione rimangono a esclusivo carico dello sponsor.
3. Nei casi in cui la sponsorizzazione contempra la donazione di strumenti che espongano etichette con l'indicazione dello sponsor, le etichette verranno rimosse con decorrenza di 1 anno alla data della donazione.
4. Non si dà luogo alla richiesta di consenso nei casi in cui la donazione risulti priva di messaggi accompagnatori, al di fuori del marchio.

ART.7

DIRITTO DI RIFIUTO DI SPONSORIZZAZIONI INACCETTABILI

Il Dirigente Scolastico, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:

1. ravvisi nel messaggio pubblicitario contenuti contrastanti con le finalità della scuola o con quanto enunciato nel Piano dell'offerta Formativa;
2. ritenga possa derivare un conflitto d'interesse fra l'attività pubblica e quella privata;
3. ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
4. la reputi inaccettabile per motivi di opportunità generale.

Sono in ogni caso escluse sponsorizzazioni riguardanti:

1. propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
2. pubblicità diretta o collegata alla produzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale a sfondo sessuale;
3. messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

ART.8

TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste.

I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dall'art.13 della legge 31.12.1996, n.675 e successive modificazioni.

Titolare del trattamento è l'istituzione scolastica in persona del suo Dirigente Scolastico pro tempore, che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge sopracitata.

I dati saranno trattati in conformità alle norme vigenti, sia dagli operatori della scuola, sia dagli addetti incaricati dallo sponsor.

ART.9

GESTIONE OPERATIVA

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

di Istituto.

E', tuttavia, facoltà del Dirigente Scolastico, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare in convenzione l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario.

Nei casi in cui il presente regolamento non consentisse di assumere coerenti decisioni, queste vengono assunte dal dirigente scolastico, con l'approvazione della commissione, la quale viene impegnata ad apportare le conseguenti modifiche al presente regolamento.

ART.11

ENTRATA IN VIGORE

Il presente regolamento entra in vigore il giorno successivo alla sua approvazione da parte del Consiglio di Istituto.

Approvato dal Consiglio di Istituto il 16/06