

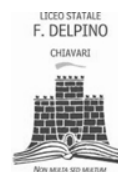
# LICEO SCIENTIFICO CLASSICO SCIENZE UMANE MARCONI – DELPINO



Piazza Caduti di Nassiriya 14 – 16043 CHIAVARI (GE)  
Tel. 0185 363057/0185 308385 – Fax 0185 325187  
C.F. 90066960106 – email: [geps17000a@istruzione.it](mailto:geps17000a@istruzione.it)

Liceo Classico: Sal Gianelli, 6 – 16043 CHIAVARI (GE)  
Tel./Fax 0185 309864-65

Liceo delle Scienze Umane: Via S. Chiara 20 – 16043 CHIAVARI (GE)  
Tel./Fax 0185 322346



## Oggetto: Criteri per l'individuazione degli sponsor

### ESTRATTO DEL VERBALE DEL CONSIGLIO D'ISTITUTO DEL 28/01/2016

...omissis...

Il Dirigente rende noto di aver predisposto un Regolamento assai dettagliato attraverso il quale il Liceo sceglierà eventuali Sponsor che, con il loro contributo, vorranno contribuire alle iniziative della scuola. Tale documento, che consta di 16 Articoli, tratta gli oggetti dell'accordo, le modalità, gli obblighi a carico dello sponsor, i vincoli di sponsorizzazione. Il D.S. si riserva a suo insindacabile giudizio la facoltà di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione.

Dopo la puntuale lettura dei vari articoli da parte del Dirigente, il Presidente suggerisce che si sottolinei il rapporto esclusivo tra lo sponsor e la Scuola, al fine di non coinvolgere terzi soggetti.

Il Dirigente cerca e trova il punto in cui inserire tale clausola ( nei "Vincoli di sponsorizzazione"), aggiungendo : Proposte pervenute sa soggetti intermediari.

Si mette in approvazione il documento per i criteri per l'individuazione degli sponsor

Il Consiglio, all'unanimità, con **delibera n.65**

VISTA la Legge 449/97 art. 43

VISTO il D.l. 44/2001 artt. 33 e 41

RECEPITA la richiesta da parte di docenti e alunni di poter utilizzare sponsorizzazioni per sostenere progetti relativi all'offerta formativa

**DELIBERA**

**i seguenti criteri per l'individuazione degli sponsor**

### **Art. 1 – Definizione**

L'accordo di sponsorizzazione è un accordo tra l'Istituzione Scolastica e uno sponsor mediante il quale lo sponsor offre all'istituto beni o servizi in cambio di pubblicità.

*Il Liceo Statale "Marconi – Delpino"* intende avvalersi degli accordi di sponsorizzazione al fine di incentivare e promuovere una più spiccata innovazione dell'organizzazione tecnica e amministrativa e di realizzare maggiori economie di spesa per migliorare la qualità e la quantità del servizio erogato.

### **Art. 2 Soggetti Sponsor**

Possono assumere la veste di sponsor i seguenti soggetti:

- qualsiasi persona giuridica avente o meno scopo di lucro o finalità commerciali, comprese le società di persone, di capitali, le cooperative, mutue di assicurazioni e consorzi imprenditoriali;
- le associazioni senza fine di lucro.

### **Art. 3 Oggetto**

L'oggetto dell'accordo di sponsorizzazione potrà riguardare:

- attività di carattere culturale e artistico (sostegno a manifestazioni in qualsiasi forma prevista);
- interventi a favore di attività di animazione, laboratori, fornitura di materiale, attrezzature didattiche, tecnico-scientifiche, tecnico-specialistiche, etc;
- 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, etc);
- ogni altra attività che la scuola ritenga, nella sua piena discrezionalità, debba essere oggetto di sponsorizzazione.

### **Art.4 Modalità di Sponsorizzazione**

La sponsorizzazione potrà essere realizzata in una delle seguenti forme:

- **contributi economici** da versare direttamente all'Istituto, che può essere richiesto ad uno o più sponsor per la stessa iniziativa. I risparmi di spesa o i maggiori introiti accertati a seguito della stipula dei contratti di sponsorizzazione, nella misura percentuale decisa annualmente in sede di accordo, sono destinati ad economie di bilancio e/o a nuovi interventi regolati dal Dirigente Scolastico e dalla Giunta Esecutiva;
- **cessione gratuita di beni e/o servizi;** le società, le Associazioni ed i privati, possono in qualsiasi momento donare alla Scuola beni mobili, nonché servizi, indicando le eventuali forme di pubblicità che vengono richieste in contropartita. L'Istituto, valutata l'utilità del bene offerto, procede, ove lo ritenga nel proprio interesse, all'accettazione e dispone circa le forme di pubblicità individuate;
- **compartecipazione economica** diretta alle spese di realizzazione delle varie attività organizzate dallo Istituto. Lo sponsor può offrirsi di sostenere direttamente alcune spese relative ad attività già programmate dall'Istituto, richiedendo eventualmente in contropartita la forma di pubblicità prescelta fra quelle definite.

### **Art. 5 Obblighi a carico dell'Istituzione scolastica**

L'Istituto, 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, sito internet, ecc);
- 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, brochure, volantini promozionali, gadget, etc.

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 dell'accordo. Le imposte sulla pubblicità, ove dovute, dovranno essere corrisposte dallo sponsor direttamente al concessionario, nella misura prevista dalla legislazione vigente al momento di esecutività del contratto stesso

### **Art.6 Finalità e Individuazione Sponsor**

I fini istituzionali e/o le attività delle aziende esterne non devono essere in contrasto con le

finalità educative e istituzionali dell' Istituto e devono rispettare quanto previsto dalla normativa per rapporti con la Pubblica Amministrazione.

Nella individuazione degli sponsor hanno la priorità i soggetti pubblici o privati che abbiano dimostrato particolare attenzione e sensibilità nei confronti dei temi dell'infanzia, dell'adolescenza e, comunque, della scuola e della cultura.

Ogni accordo di sponsorizzazione non può prescindere dalla correttezza di rapporti, rispetto della dignità scolastica e non deve prevedere vincoli o oneri derivanti dall'acquisto di beni e/o servizi da parte degli alunni/e e della scuola.

Pertanto si dovranno escludere le seguenti tipologie merceologiche:

1. Beni voluttuari in genere.
2. 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.).

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.

**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 d'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 accordo.

#### **Art.7 Vincoli di Sponsorizzazione**

Il Dirigente scolastico si riserva, a suo insindacabile giudizio, la facoltà di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione, specie quando è ravvisata la possibilità che l'Istituto, 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 procederà alla stipula dell'accordo di sponsorizzazione quando ricorra uno dei seguenti casi:

- possibilità di pregiudizio per la Scuola derivante dalla qualità, anche di ordine morale ed etico, dello sponsor;
- messaggio pubblicitario pregiudiziale o dannoso all'immagine della Scuola o alle proprie iniziative;
- pubblicità diretta o anche collegata alla produzione o distribuzione di alcolici, tabacco, materiale pornografico, armi, etc;
- messaggi offensivi, incluse le espressioni di politica, religione, fanatismo, razzismo, odio o minaccia;
- qualsiasi altro caso ritenuto in contrasto con la Legge o con i Regolamenti scolastici oppure inaccettabile per motivi di opportunità generale.
- Proposte pervenute da soggetti intermediari.

#### **Art. 8 Scelta dello Sponsor**

L'individuazione dello sponsor può avvenire mediante una delle seguenti procedure:

- recepimento di proposte spontanee da parte di singoli soggetti individuati;
- pubblicità, da parte della Scuola, delle iniziative sottoposte ad accordi di sponsorizzazione e di accettazione delle proposte di maggiore interesse;
- 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 dell'accordo.**

La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito accordo nel quale sono, in particolare, stabiliti:

- il diritto, per il soggetto privato o pubblico, alla sponsorizzazione “non esclusiva” delle manifestazioni;
- le forme di promozione, comunicazione, pubblicità;
- la durata dell'accordo di sponsorizzazione ;
- il corrispettivo per la sponsorizzazione;
- le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

L'Istituto si impegna alla elaborazione di uno schema di accordo-tipo, al fine di uniformare la documentazione.

E' prevista la facoltà dell'Istituto di recedere dall'accordo 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 dell'Istituto, fermo restando l'eventuale risarcimento del danno. Il mancato o solo parziale pagamento del corrispettivo previsto, o la mancata o parziale esecuzione delle prestazione o dei servizi offerti, sarà causa di risoluzione dell'accordo fermo restando l'eventuale risarcimento del danno. Legittimato alla sottoscrizione dell'accordo di sponsorizzazione è il Dirigente Scolastico, legale rappresentante dell'Istituto. I criteri per l'individuazione degli sponsor e la conclusione degli accordi, 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.

Il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione, se previsto in denaro, deve essere effettuato in una unica soluzione – salvo diverse intese fra le parti – attraverso una ricevuta da emettersi alla sottoscrizione dell'accordo con pagamento immediato tramite bonifico sulla Banca che sarà indicato sulla ricevuta stessa. Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza, ipso iure, dell'affidamento. Lo sponsor deve il corrispettivo pattuito anche se non realizza il ritorno pubblicitario sperato.

Ogni accordo di sponsorizzazione ha durata annuale, eventualmente rinnovabile.

### **Art. 10 Monitoraggio**

Il D.S.G.A. acquisirà le necessarie informazioni finalizzate a promuovere azioni di monitoraggio e controllo degli atti connessi con l'applicazione del presente regolamento per poter relazionare in sede di adunanza degli Organi Collegiali preposti. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte della Giunta Esecutiva, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti per i contenuti tecnici, qualitativi e quantitativi. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor; la notifica e l'eventuale diffida producono gli effetti previsti nell'accordo di sponsorizzazione.

### **Art. 11 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 d'Istituto.

### **Art. 12 Responsabilita'**

Nella stipula dell'accordo, il Dirigente Scolastico farà in modo che il Liceo "Marconi -Delpino, soggetto sponsorizzato, venga sollevato da qualsiasi responsabilità civile e penale conseguente all'allestimento e allo svolgimento delle attività sponsorizzate da parte dello sponsor.

### **Art. 13 Sponsorizzazione e Privacy**

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

### **Art. 14 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 sopra citata. I dati saranno trattati in conformità alle norme vigenti, sia dagli operatori della scuola, sia dagli addetti incaricati dallo sponsor.

### **Art. 15 – Norme di Rinvio**

Per tutto quanto non previsto dal presente regolamento, si fa rinvio alle Leggi, sia speciali che generali, regolanti la materia in combinato disposto con tutta la legislazione scolastica di riferimento.

### **Art. 16 - Entrata in Vigore**

Il presente regolamento entra in vigore il giorno successivo alla sua approvazione da parte del Consiglio d'Istituto mediante l'affissione all'Albo e pubblicazione sul sito istituzionale

...Omissis...

F.to IL SEGRETARIO DEL C.D.I.  
Laura FRANCESCHINI

F.to IL PRESIDENTE DEL C.D.I.  
Dott. Lorenzo CHIARELLA

Per estratto del verbale n.11 del 28/01/2016

Chiavari, 16/05/2016

IL DSGA  
(Sig.ra Emanuela Francato)

Firma autografa sostituita a mezzo stampa ai sensi dell'art.3, comma 2 del decreto legislativo n.39/1993