

**REGOLAMENTO
CRITERI E LIMITI DEI CONTRATTI
DI SPONSORIZZAZIONE**

(Approvato dal Consiglio d'Istituto con delibera n. 39 del 13 novembre 2019)

Il Consiglio di Istituto formalizza il seguente Regolamento per disciplinare le attività di sponsorizzazione dell'Istituto comprensivo Tivoli I - Tivoli centro

Art. 1

Definizione

Il contratto 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. L'Istituto Comprensivo Tivoli I - Tivoli centro intende avvalersi dei contratti 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. Il contratto di sponsorizzazione è un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale l'Istituzione Scolastica (sponsee) offre ad un terzo (sponsor) la possibilità di pubblicizzare in appositi e determinati spazi o supporti di veicolazione delle informazioni, nome, logo, marchio a fronte dell'obbligo di versare un determinato corrispettivo.

Ai fini del presente regolamento si assumono le seguenti definizioni.

“Contratto di sponsorizzazione”: contratto a titolo oneroso mediante il quale l'istituzione scolastica (sponsee) 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 Tivoli i - Tivoli centro per la pubblicità dello Sponsor.

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 di uno 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.

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 e acquisti a favore di progetti didattici presenti nel Piano dell'offerta formativa dell'Istituto;
- 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 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 ecc.);
- ogni altra attività che la scuola ritenga, nella sua piena discrezionalità, debba essere oggetto di sponsorizzazione.

Art.3

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 Consiglio d'Istituto;
- **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.4

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 della Scuola 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 contatto 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.
- Le iniziative oggetto della sponsorizzazione devono essere dirette al perseguimento di interessi del servizio scolastico, devono escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività della scuola e quella privata e devono comportare risparmi di spesa rispetto agli stanziamenti disposti.
- 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. Ne consegue il dovere per le amministrazioni scolastiche di astenersi dal comunicare dati personali allo sponsor.

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 contratto.

Art. 4

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 a contratti di sponsorizzazione e d 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.

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

Le richieste di sponsor sono pubblicizzate mediante pubblicazione sul sito web dell'istituto e 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):

1. se persone fisiche:

- a) 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;
- b) l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
- c) l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese);
- d) la non appartenenza a cariche pubbliche di organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.

2. se persone giuridiche

- a) oltre alle autocertificazioni anzidette riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza 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. 5

Dichiarazioni sponsor

Il soggetto interessato al contratto di sponsorizzazione deve esplicitare alla scuola:

- la esplicita intenzione e finalità coerenti con il ruolo e la funzione pubblica e formativa della scuola;
- la non sussistenza di natura e scopi che confliggano in alcun modo con l'utenza della scuola.

Sono ammesse sponsorizzazioni anche plurime di una singola iniziativa o attività prevista nel Piano Triennale dell'Offerta Formativa (P.T.O.F.) della scuola.

Ogni contratto di sponsorizzazione non può avere durata superiore a un anno ma è eventualmente rinnovabile.

Art.6

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. 7

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.

L'Istituto Comprensivo Tivoli I - Tivoli centro accetta eventuali contributi o sponsorizzazioni da privati e/o terzi con la sola possibilità di citare nei propri volantini/opuscoli/documenti cartacei ed informatici la dizione: "Realizzato con il contributo di...".

L'Istituto Comprensivo TIVOLI I - TIVOLI CENTRO accetta eventuali contributi da privati e/o terzi con la sola possibilità di acquisire uno spazio (banner) sul sito web della scuola;

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 dalla Giunta Esecutiva e dal Consiglio d'Istituto.

ART. 8

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.9

Compartecipazione economica diretta alle spese di realizzazione delle varie attività 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.10

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 e per sostenere la progettazione del Piano Triennale dell'Offerta Formativa.

ART. 11

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, ecc....);
- pubblicazione nel 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. 12

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, esso non 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;
- in caso di violazione degli obblighi derivanti dal Decreto del Presidente 16 aprile 2012, n.62;
- 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
- 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.

Nei casi in cui la sponsorizzazione contempli 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.

Non si dà luogo alla richiesta di consenso nei casi in cui la donazione risulti priva di messaggi accompagnatori, al di fuori del marchio.

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. 13

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. 14

Stipula e risoluzione del contratto

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

- a. il diritto, per il soggetto privato o pubblico, alla sponsorizzazione “non esclusiva” delle manifestazioni;
- b. le forme di promozione, comunicazione, pubblicità;
- c. la durata del contratto di sponsorizzazione;
- d. il corrispettivo per la sponsorizzazione;
- e. le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze).

L’Istituto si impegna alla elaborazione di uno schema di contratto-tipo, al fine di uniformare la documentazione. È prevista la facoltà dell’Istituto 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 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 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. 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 del contratto 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 contratto di sponsorizzazione ha durata annuale, eventualmente rinnovabile.

Art. 15

Responsabilità

Nella stipula del contratto, il Dirigente Scolastico farà in modo che l’Istituto Comprensivo TIVOLI I - TIVOLI CENTRO soggetto sponsorizzato, venga sollevato da qualsiasi responsabilità civile e penale conseguente all’allestimento e allo svolgimento delle attività sponsorizzate da parte dello Sponsor.

ART. 16

Sponsorizzazione e privacy

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

La conclusione di un contratto di sponsorizzazione da parte dell’Istituto Comprensivo TIVOLI I- TIVOLI CENTRO non comporta, di per sé, una comunicazione allo sponsor dei nominativi e degli indirizzi dei destinatari delle informazioni o comunicazioni istituzionali.

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 a norma di legge.

Titolare del trattamento è l'istituzione scolastica in persona del suo Dirigente Scolastico, 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. 18

Norme di rinvio

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

Art. 19

Entrata in vigore

Il presente Regolamento entra in vigore il giorno successivo alla sua approvazione da parte del Consiglio d'Istituto mediante comunicazione e pubblicazione sul sito istituzionale.

CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

Con la presente scrittura privata da valere ad ogni effetto di legge, tra: _____, con sede in _____, in persona del legale rappresentante, cod. fisc. _____, di seguito denominata "Sponsor"; e l'Istituzione Scolastica I. C. Tivoli I- Tivoli centro, con sede in via dell'Acquaregna 112, 00019 Tivoli, in persona del legale rappresentante pro-tempore di seguito denominata sponsee; **PREMESSO**

- che l'Istituzione scolastica di cui sopra ha predisposto, nell'ambito del P.T.O.F., un progetto per [indicare tipo di attività] ; _____
- che lo Sponsor ha interesse a patrocinare l'attività di cui sopra al fine di pubblicizzare il proprio nome, marchio, immagine, prodotti, azienda, ecc.
- che all'Istituto sono note le finalità dell'attività svolta dallo sponsor e che esse non contrastano con le attività educative e culturali svolte dall'Istituto stesso

SI CONVIENE E SI STIPULA QUANTO SEGUE

Art.1 Obblighi dell'Istituzione Scolastica

L'Istituzione scolastica si obbliga:

- a realizzare nel periodo _____ la seguente iniziativa/attività _____ come previsto nel P.T. O.F. e nel programma annuale;
- ad inserire sulle brochure di pubblicizzazione del progetto, sui volantini ed a rendere comunque di pubblico dominio la circostanza che il progetto di cui sopra è attuato grazie al finanziamento dello sponsor, il nome dello sponsor e le seguenti diciture secondo modi e misure di cui all'allegata specifica tecnica.

Art.2 Obblighi dello sponsor

Lo Sponsor concederà per tali prestazioni all'Ente un corrispettivo/finanziamento globale di €. _____ nel modo seguente: _____

Art.3 Facoltà di recesso

A norma dell'art. 1373 cod.civ. l'Amministrazione scolastica ha diritto di recedere dal presente contratto per qualsiasi motivo.

Art. 4 Risoluzione del contratto

La scuola ha diritto di risolvere il contratto in qualsiasi momento, in caso di inadempimento delle prestazioni di cui all'art. 2, con preavviso scritto di gg. 10 a mezzo di raccomandata a.r., con conseguente rimozione del nome da tutto il materiale, a cura dell'Ente ed a spese dello Sponsor. In caso di risoluzione del contratto lo sponsor sarà tenuto al risarcimento del danno cagionato all'Amministrazione Scolastica.

Art.5 Opzione per il rinnovo

Lo Sponsor ha diritto, per una sola volta, all'opzione per il rinnovo del contratto per il periodo dal _____ al _____; l'opzione va comunicata all'Ente per iscritto con R.a.r. da spedirsi entro il _____.

È fatta comunque salva la facoltà della Scuola di valutare la convenienza di un eventuale rinnovo, anche in virtù del divieto di rinnovo tacito dei contratti previsto dalla normativa vigente. Le condizioni normative della proroga saranno identiche al presente contratto; quelle economiche saranno aumentate del _____%, salvi gli aumenti, per intero, di imposte e tasse.

Art. 6 Diritto d'uso dell'immagine

Lo Sponsor non avrà il diritto di utilizzazione per uso pubblicitario e commerciale dell'immagine della scuola, ancorché si tratti di immagine collettiva e non individuale dei soggetti della scuola stessa.

Art.7 Pubblicità

Lo Sponsor avrà il diritto nel territorio nazionale, per la durata del contratto, di svolgere ogni attività pubblicitaria e promozionale che ritenga opportuna relativamente alla propria sponsorizzazione

dell'evento e potrà pubblicizzare il fatto di essere impegnato nella sponsorizzazione; si impegna però a non divulgare in pubblicità l'importo degli oneri finanziari sostenuti per la sponsorizzazione.

Art.8 Limiti di responsabilità

La stipula del presente contratto è tassativamente limitata alla sponsorizzazione dell'evento/attività suindicato/a ed esclude in modo totale qualsiasi altro rapporto di società, associazione, cointeressenza, corresponsabilità, fra scuola e Sponsor, di modo che nessuno dei due soggetti potrà mai essere ritenuto responsabile delle obbligazioni dell'altro.

Art.9 Esclusiva

Lo Sponsor avrà il diritto esclusivo di sponsorizzare l'evento/attività e la Scuola non potrà né direttamente né indirettamente, neppure parzialmente, anche senza scopo di lucro, attribuire tale diritto ad altro soggetto. (Oppure: co-Sponsor. La Scuola potrà scegliere altri co-Sponsor purché essi non siano dello stesso settore in cui opera lo Sponsor e purché l'associazione fra i vari co-Sponsor non possa nuocere agli interessi e all'immagine dello Sponsor.

Art. 10 Foro competente

Per qualsiasi controversia che dovesse insorgere il foro competente è quello di cui al R.D. 30 Ottobre 1933, n. 1611

Art.11 Spese ed oneri fiscali

Tutte le spese e gli oneri fiscali sono a carico dello sponsor tutte le spese eventuali di stipulazioni del contratto, nonché tutti gli oneri fiscali da versare in ottemperanza alla normativa vigente.

Il contratto è soggetto a registrazione in caso d'uso.

Luogo e data _____

Firma sponsee _____

Firma sponsor _____