

**ISTITUTO COMPRENSIVO DI PIANORO**  
**Consiglio d'Istituto**

**LINEE GUIDA GENERALI PER GESTIRE LE SPONSORIZZAZIONI DI PRIVATI  
ALL'INTERNO DEI LOCALI SCOLASTICI E NELLA PALESTRA.**

**1) PREMESSA**

Nella scuola statale lo Stato ha il compito di garantire un insegnamento aggiornato e motivante in ambienti attrezzati provvisti da adeguati strumenti e sussidi; nello stesso tempo gli edifici e le pertinenze, di competenza comunale, devono essere accoglienti, sicuri, igienici, e quindi il Comune di Pianoro deve ritenersi su ciò impegnato ad attivarsi costantemente.

Le presenti Linee Guida sono pertanto da intendersi quali principi da tenere in considerazione solo qualora sia necessario, esperita ogni istanza e richiamo a competenze pubbliche, posto che il Consiglio di Istituto ritiene che le scuole non debbano per principio esser luogo di pubblicità di privati.

**2) EDIFICI SCOLASTICI**

Qualora per migliorie e manutenzioni negli edifici scolastici il Comune di Pianoro attinga a forme di sponsorizzazione che prevedano esibizione del marchio o del nome dello sponsor, si ritiene necessario che il Comune stesso faccia sempre un bando di gara, come quello fatto in passato “adotta una scuola”, e che sia apposta esclusivamente una la targhetta esterna “scuola adottata da..”. Nessuna pubblicità o cartellonistica o striscioni di privati sono ammessi all'interno delle scuole.

**2) PALESTRA SCOLASTICA**

a- Anche nel caso della palestra scolastica, è importante rendere pubblica la possibilità di poter intervenire per apportare migliorie, pertanto si ritiene necessario che il Comune operi in analogia con quanto indicato circa gli edifici scolastici, nella forma “adotta la palestra”. Anche per la sponsorizzazione della palestra il Consiglio ritiene corretto che si apponga all'esterno una targhetta con i nomi di chi ha contribuito alle migliorie.

b- Pubblicità all'interno della palestra:

trattandosi di un luogo sportivo con afflusso di pubblico serale o nei giorni festivi, è possibile derogare su quanto esposto sopra e aggiungere alla targhetta esterna, anche l'affissione di logo e/o di cartellonistica all'interno che pubblicizzi la o le società sportive che ha/hanno apportato le migliorie. Ciò tuttavia previa richiesta specifica e autorizzazione del Consiglio di Istituto che valuterà in base al numero di striscioni/cartelli proposti, le dimensioni degli stessi, il posizionamento e i contenuti del messaggio.

c) Durata dell'affissione pubblicitaria:

la durata della pubblicità/affissione all'interno della palestra è legata alla durata del contratto di sponsorizzazione “adotta la palestra”, ma va rivista di anno in anno per controllo del rispetto della delibera di cui al punto precedente. mentre la targhetta esterna rimane per un periodo di tempo maggiore ma in ogni caso determinato e da concordarsi. Questo perché altrimenti ogni anno, se si aggiungono nuovi sponsor, si aggiungerebbero ulteriori striscioni all'interno.

e) è esclusa a qualsiasi sponsor, indipendentemente dall'investimento effettuato, la possibilità di "intestarsi la palestra" nelle iniziative pubblicitarie, essendo la palestra un locale scolastico, ed è escluso che venga utilizzato il logo dell'Istituto Comprensivo nostro per pubblicizzare attività commerciali private svolte all'interno della palestra.

### 3) SUSSIDI E MATERIALI DIDATTICI NELLE SCUOLE

Qualora l'Istituto per migliorare l'offerta formativa (per esempio acquisizione di LIM) acceda a fondi e donazioni di privati, società, fondazioni, a richiesta dell'offerente è possibile richiamarne nome o logo nella forma di targhetta, con esclusione di altra pubblicità. Lo stesso vale per miglorie (ad esempio ritinteggiature).

Nel caso in cui l'Istituto intenda procedere ad un contratto di sponsorizzazione, deve darne pubblicità con bando, questo per evitare lamentele dal parte della nostra utenza composta da molti genitori artigiani/titolari di aziende che avrebbero potuto prestare il loro contributo in cambio di visibilità, se ne fossero stati prima informati.

IL contratto di sponsorizzazione deve comunque escludere, nelle scuole, pubblicità maggiore rispetto a ciò che si può definire targa o targhetta, posto che si intende per "pubblicità" un veicolo che porta messaggi finalizzati ad apprezzare, promuovere, sollecitare rapporti economici o di affiliazione o altro, mentre per "targa o targhetta" si intende il porre in evidenza discreta la mera indicazione della fonte che ha consentito l'acquisizione del bene o del servizio.