Istituto Professionale di Stato Graziella Fumagalli
Via della Misericordia, 4 – 23880 Casatenovo (LC)
Sito Web: www.istitutograziellafumagalli.edu.it
PEO: LCRC02000L@istruzione.it **PEC:** LCRC02000L@pec.istruzione.it
C.F. 94024420138 **TEL.** 039 9205385 **C.M.** LCRC02000L

REGOLAMENTO DI ISTITUTO PER LE SPONSORIZZAZIONI

Deliberato in Consiglio d'Istituto
DELIBERA n.107 del 28/01/2026

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 attività negoziale di vario genere per perseguire i fini istituzionali.
La legittimazione degli enti pubblici a concludere accordi di sponsorizzazione si rinviene nella L. 27 dicembre 1997 n. 449, 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 privati ed associazioni".
Il D.I. n. 129/2018 relativo al Regolamento concernente le istruzioni generali sulla amministrazione scolastica sancisce:
che al Consiglio d'Istituto spettano le deliberazioni relative alla determinazione dei criteri e dei limiti per lo svolgimento, da parte del Dirigente, delle attività negoziali; inoltre, è accordata la preferenza a soggetti che, per finalità statutarie, per le attività svolte ovvero per altre circostanze abbiano in concreto dimostrato particolare attenzione e sensibilità nei confronti dei problemi dell'infanzia e dell'adolescenza e che è fatto divieto di concludere accordi di sponsorizzazione con soggetti le cui finalità ed attività siano in contrasto, anche di fatto, con la funzione educativa e culturale della scuola.

Il Consiglio di Istituto

Vista la L. n. 449/1997, art.43;
Visto il D. Lgs. N.267/2000, art. 119;
Visto il D.I. n. 129/2018, art. 43 e 45;
formalizza il seguente regolamento per disciplinare le attività di sponsorizzazione all'interno di questo Istituto.

Istituto Professionale di Stato Graziella Fumagalli
Via della Misericordia, 4 – 23880 Casatenovo (LC)
Sito Web: www.istitutograziellafumagalli.edu.it
PEO: LCRC02000L@istruzione.it **PEC:** LCRC02000L@pec.istruzione.it
C.F. 94024420138 **TEL.** 039 9205385 **C.M.** LCRC02000L

ART. 1 – DEFINIZIONE

Il contratto di sponsorizzazione è un accordo tra la Scuola e uno sponsor mediante il quale lo sponsor offre alla Scuola beni, servizi o contributi economici in cambio di pubblicità e/o servizi.

L'Istituto Scolastico intende avvalersi dei contratti di sponsorizzazione al fine di incentivare e promuovere 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.

Per sponsorizzazione si intende ogni contributo in beni o servizi, danaro od ogni altra utilità proveniente da terzi allo scopo di promuoverne nome, marchio, attività, prodotti, messaggi, finalizzati a conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio d'immagine. Sponsor è, ai sensi dell'art.119 del T.U. approvato con D.Lgs. n.267/2000, il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con l'istituto.

Spazio pubblicitario è, infine, lo spazio fisico/temporale/geografico od il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dall'istituto per la pubblicità dello sponsor.

ART. 2 – OGGETTO

La sponsorizzazione potrà essere realizzata in una delle seguenti forme:

- contributi economici;
- cessione gratuita di beni e/o servizi;
- compartecipazione economica diretta alle spese di realizzazione delle varie attività organizzate dalla Scuola.

In particolare l'oggetto del contratto di sponsorizzazione potrà riguardare:

- attività di carattere culturale e artistico (sostegno a manifestazioni in qualsiasi forma prevista);
- interventi a favore del servizio bibliotecario (fornitura di attrezzature, libri, volumi, etc);
- interventi a favore di attività dei 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) limitatamente a servizi strumentali o beni materiali;
- contributi per la realizzazione di migliorie all' edificio scolastico e agli impianti sia per ordinaria

che straordinaria manutenzione;

- contributi per l'acquisto di materiali utili all'ampliamento dell'offerta formativa;
- ogni altra attività che la Scuola ritenga, nella sua piena discrezionalità, possa essere oggetto di sponsorizzazione;

Art. 3 - FINALITA'

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 i 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, della cultura e delle esperienze formative in genere.
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.
Ogni contatto di sponsorizzazione non può prescindere dalla correttezza dei 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 della scuola.

Art. 4 - SOGGETTI SPONSOR

Possono assumere la veste di sponsor i seguenti soggetti:

- qualsiasi persona giuridica, avente o meno scopo o finalità commerciali, quali le società di persone e di capitali, le imprese individuali, quelle cooperative, le mutue di assicurazioni e i consorzi imprenditoriali, purché in possesso dei requisiti di legge per contrattare ordinariamente con la pubblica amministrazione;
- le Associazioni senza fini di lucro, generalmente costituite con atto notarile e purché in possesso dei requisiti di legge per contrattare ordinariamente con la pubblica amministrazione, le cui finalità statuarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali della scuola.

ART. 5 - CONTRIBUTI ECONOMICI

Lo sponsor può sostenere le diverse iniziative oggetto del contratto di sponsorizzazione mediante contributi economici da versare direttamente all'Istituto.
I contributi economici possono essere versati alla stipula dell'intesa a seguito del servizio erogato secondo gli accordi previsti da ciascun contratto. 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.

ART. 6 - CESSIONE GRATUITA DI BENI E/O SERVIZI

Le società, le imprese, i professionisti, 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 e la rispondenza alla normativa sulla sicurezza, procede, ove lo ritenga nel proprio interesse, all'accettazione e dispone circa le forme di sponsorizzazioni individuate.

ART. 7 - 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. 8 – 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, sito internet, ecc);
- pubblicazione nel sito WEB della Scuola, nello spazio informativo dell'attività, degli estremi dello sponsor e dell'oggetto del contratto di sponsorizzazione;
- eventuale 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, etc.
- organizzazione di eventi informativi con i docenti, le famiglie e gli studenti.

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

ART. 9 - 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 dell'Istituzione Scolastica 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 l'Istituzione Scolastica derivante dalle qualità, anche di ordine morale ed etico, dello sponsor;
- messaggio pubblicitario pregiudiziale o dannoso all'immagine dell'Istituzione Scolastica 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, discriminazione, 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'accertamento della sussistenza di una delle cause sopraindicate è di esclusiva competenza del Consiglio d'istituto.
Sono ammesse sponsorizzazioni anche plurime di una singola iniziativa o attività prevista nel Ptof della scuola.

Art. 10 - DICHIARAZIONI SPONSOR

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

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

ART. 11 - 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 dell'Istituzione Scolastica, delle iniziative sottoposte a contratti di sponsorizzazione ed accettazione delle proposte di maggiore interesse;
- gara pubblica o trattativa privata, da parte dell'Istituzione Scolastica, di più operatori su singole iniziative di sponsorizzazione ed accettazione delle proposte più convenienti.

ART. 12 - 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 dello sponsor all'utilizzazione dello spazio pubblicitario;
b) le forme di promozione, comunicazione, pubblicità;
c) la durata del contratto di sponsorizzazione;

d) gli obblighi assunti dallo sponsor e dall'Istituzione scolastica;
e) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

La scuola si impegna all'elaborazione di uno schema di contratto-tipo, al fine di uniformare la documentazione.
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 limite di autonomia operativa entro cui il Dirigente scolastico può agire autonomamente è stabilito dal CDI fino ad un importo massimo di 10.000 euro.
Il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione, se previsto in denaro, deve essere effettuato in un'unica soluzione - salvo diverse intese fra le parti - attraverso bonifico bancario.
Ogni contratto di sponsorizzazione non può avere durata superiore a un triennio.

ART. 13 – DIRITTO DI RECESSO

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. Lo sponsor deve il corrispettivo pattuito anche se non realizza il ritorno pubblicitario sperato.
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 non comporta, in tal caso, alcun diritto da parte dello sponsor a pretese o danni di qualsiasi natura.

Art. 14 - 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 non comporta, di per sé, una comunicazione allo sponsor dei nominativi e degli indirizzi dei destinatari delle informazioni o comunicazioni istituzionali.
Tale comunicazione non può ritenersi né prevista da una norma di legge o di regolamento (art. 19, comma 3, del Codice Privacy), né rispondente allo svolgimento di funzioni istituzionali (art. 18, comma 2 Codice privacy), ed è da considerarsi quindi non conforme al quadro normativo.
Ne consegue il dovere per l'amministrazione dell'Istituto di astenersi dal comunicare dati personali allo sponsor, a meno che non sia stato dato esplicito consenso da parte delle famiglie ai sensi

della vigente normativa sulla privacy.

Art. 15 – 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 dalla normativa vigente. Titolare del trattamento è l'istituzione scolastica in persona del 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. 16 - 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 del Consiglio d'Istituto, 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 nel contratto di sponsorizzazione.

ART. 17 - 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. 18 – 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. 19 – 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 e rimane in vigore fino ad eventuale modifica da parte degli organi competenti.