I.C. VALERIO FLACCO V. FLACCO
C.F. 80015350590 C.M. LTIC80200C
A2CE69C - Ufficio Protocollo
Prot. 0014942/E del 29/12/2025 12:00 I.1 - Normativ

Ministero dell'Istruzione e del Merito
Ufficio Scolastico Regionale per il Lazio
ISTITUTO COMPRENSIVO "Valerio Flacco"
Codice Fiscale: n. 80015350590 Tel. 0773/877355 Tel.Fax.0773/876131
Via Bari snc 04018 SEZZE SCALO
ltic80200c@istruzione.it - ltic80200c@pec.istruzione.it – www.icvalerioflacco.edu.it

OGGETTO: Regolamento per la stipula dei contratti di sponsorizzazione dell' Istituzione Scolastica ai sensi c. 2 art. 45 del D.I. 129/2018

Il contratto di sponsorizzazione è un accordo tra l'Istituzione Scolastica e uno sponsor tramite il quale lo sponsor offre all'istituto beni o servizi in cambio di pubblicità.
L'avvento dell'autonomia e la conseguente acquisizione della personalità giuridica da parte delle Istituzioni Scolastiche la possibilità per le Scuole di intraprendere negoziale di vario genere al fine di attività i fini comporta istituzionali.
La legittimazione degli enti pubblici a 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 qualità possono stipulare contratti di sponsorizzazione con soggetti privati ed associazioni".
*Inoltre, il DI n. 129/2018 Regolamento recante istruzioni generali sulla gestione amministrativa contabile delle istituzioni scolastiche, art. 45 c. 2 sancisce: "*Al Consiglio d'Istituto spettano le deliberazioni relative alla determinazione dei criteri e dei limiti per lo svolgimento, da del Dirigente Scolastico, delle attività negoziali relative ai contratti di sponsorizzazione, per i quali è accordata la parte rispetto a soggetti che, per finalità statutarie e /o attività svolte hanno in concreto dimostrato particolare attenzione e sensibilità nei confronti dei problemi dell'infanzia e della adolescenza. È fatto di divieto di accordo con finalità di sponsorizzazione con soggetti le cui finalità ed attività in contrasto, anche di fatto educativa e con la finalità educativa della *Scuola*".

1. Riferimenti normativi

- Legge 449/1997, art. 43;
- D.Lgs. 267/2000, art. 119;
- D.I. 129/2018, art. 45, comma 2, lett. *b*.
- DPR 275/99.

2. Premessa

Il termine *sponsorizzazione* ha un significato del tutto diverso da quello di *pubblicità*. Quest'ultima, infatti, ha come obiettivo l'incremento dell'acquisto di un prodotto attraverso la diffusione delle sue caratteristiche e della sua immagine, mentre nel primo caso si tratta di promuovere – previa corresponsione finanziaria o di altra natura – uno specifico messaggio dello sponsor attraverso un'attività realizzata, nella fattispecie, da una pubblica Istituzione.

L'accostamento con l'iniziativa promossa, nel caso specifico, nell'ambito della Scuola, consente allo sponsor suddetto di essere associato a tematiche di interesse generale: il vantaggio è un maggiore riconoscimento del marchio che si accompagna ad un incremento del valore percepito del prodotto.

Con riferimento alle Pubbliche Amministrazioni, la possibilità del ricorso alle sponsorizzazioni è stata disciplinata già nel 1997 dall'art. 43, comma 1 della Legge 449, che sottolineava l'utilità dei contratti in esame «*Al fine di favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa e di realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi prestati*».

Le attività oggetto di sponsorizzazione devono quindi perseguire l'obiettivo del risparmio di spesa in considerazione e in rapporto agli stanziamenti disposti dallo Stato.

Tale regola sembra doversi riferire anche alla concessione a terzi di utilizzo temporaneo dei locali dell'edificio scolastico che, può prevedere – previo preliminare protocollo d'intesa con l'Ente proprietario – contributi alle spese di gestione connesse all'uso oltre le consuete attività didattiche e istituzionali, oppure l'acquisto/rinnovo di attrezzature da impiegare per lo svolgimento delle attività stesse, o ancora l'erogazione di un contributo volontario.

Le sponsorizzazioni, possono essere di **natura finanziaria** (in termini di contributo economico), ovvero **tecnica** (nella quale il corrispettivo, da parte dello sponsor, è costituito dalla fornitura d beni e/o servizi).

Le sponsorizzazioni rappresentano una preziosa opportunità essendo annoverabili tra le fonti di risorse che le scuole sono portate a considerare con sempre maggiore attenzione per il reperimento di risorse finanziarie e strumentali per le scuole, anche in considerazione della riduzione progressiva dei finanziamenti pubblici che le costringe spesso a cercare alternative necessarie per garantire un buon funzionamento.

La Legge 449/1997, all'art. 43 comma 2, precisa che le iniziative intraprese in questo campo, oltre a comportare risparmi di spesa rispetto agli stanziamenti disposti, «*devono essere dirette al perseguimento di interessi pubblici*» e «*devono escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata*».

In linea generale, dal contratto di sponsorizzazione nasce, tra le parti, un **rapporto di carattere fiduciario** in ordine al quale assumono particolare importanza i doveri di correttezza e buona fede descritti negli artt. 1175 e 1375 del codice civile.

3. Il nuovo Regolamento di contabilità

Per chiarire ulteriormente le caratteristiche da individuare nello sponsor va a questo punto esaminato l'art. 45, comma 2, lett. *b* del D.I. 129/2018.

In questo stralcio normativo si rintracciano i criteri e i limiti che il Consiglio d'Istituto deve deliberare per lo svolgimento delle attività negoziali, in tema di contratti di sponsorizzazione: la preferenza deve essere riservata «*a soggetti che, per finalità statutarie e/o attività svolte abbiano in concreto dimostrato particolare attenzione e sensibilità nei confronti dei problemi dell'infanzia e della adolescenza*».

Viene, inoltre, esplicitato il «*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*».

La scelta dello sponsor, quindi, deve avere come parametro di riferimento la **compatibilità con finalità educative e formative**, che possono riguardare aspetti ricreativi, culturali, artistici, sportivi.

Ministero dell'Istruzione e del Merito
Ufficio Scolastico Regionale per il Lazio
ISTITUTO COMPRENSIVO "Valerio Flacco"
Codice Fiscale: n. 80015350590 Tel. 0773/877355 Tel.Fax.0773/876131
Via Bari snc 04018 SEZZE SCALO
ltic80200c@istruzione.it - ltic80200c@pec.istruzione.it – www.icvalerioflacco.edu.it

4. La procedura

Sul piano delle procedure, va rilevato *in primis* che la sponsorizzazione deve concretizzarsi nella sottoscrizione di un contratto che, nel caso specifico, può definirsi "a prestazioni corrispettive" e "oneroso", in quanto le parti assumono obblighi reciproci: lo sponsor si obbliga a fornire finanziamenti, (oppure, anche direttamente, beni materiali) in cambio della divulgazione del suo nome (o marchio) da parte dell'Istituto scolastico.

Il contratto stesso si configura, dal punto di vista normativo, come "atipico", cioè non espressamente disciplinato dal diritto civile ma rappresentato da una scrittura privata da valere ad ogni effetto di legge, creato *ad hoc* dalle parti in base alle specifiche esigenze.

Ciascuna Istituzione Scolastica deve **impegnarsi nell'elaborazione di un modello di contratto**, da applicare uniformandolo alle varie situazioni.

5. Contenuti del Regolamento

Nel contratto, oltre ai riferimenti normativi, vanno indicati i criteri (o il Regolamento) che il Consiglio d'Istituto ha fissato per procedere ad accordi di sponsorizzazione.

Il Regolamento, deliberato dal Consiglio d'Istituto, deve individuare, sulla base dei riferimenti normativi specifici:

- Legge 449/1997, art. 43;
- D.Lgs. 267/2000, art. 119;
- D.I. 129/2018, art. 45, comma 2, lett. *b*.

2. Definizione

a. dell'ambito di applicazione: regolamentazione delle sponsorizzazioni;
b. delle finalità (come s'è detto, migliorare la qualità e la quantità del servizio, promuovere l'innovazione e realizzare economie di spesa);
c. del soggetto legittimato alla sottoscrizione del contratto (il Dirigente Scolastico, legale rappresentante dell'Istituto);
d. dei termini del contratto (prestazioni corrispettive: l'Istituzione Scolastica offre la possibilità di pubblicizzare in appositi e determinati spazi o attraverso i canali di comunicazione il nome, oltre al marchio dello sponsor il quale assume l'obbligo di fornire un corrispettivo);
e. del fatto che il contratto di sponsorizzazione non deve prevedere vincoli o oneri derivanti dall'acquisto di beni e/o servizi da parte degli alunni/e e della Scuola;
f. della necessità di escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività della Scuola e quella privata.

3. Attività che possono essere oggetto del contratto di sponsorizzazione

Ad esempio:

- sostegno a manifestazioni di carattere culturale e artistico;

Ministero dell'Istruzione e del Merito
Ufficio Scolastico Regionale per il Lazio
ISTITUTO COMPRENSIVO "Valerio Flacco"
Codice Fiscale: n. 80015350590 Tel. 0773/877355 Tel.Fax.0773/876131
Via Bari snc 04018 SEZZE SCALO
ltic80200c@istruzione.it - ltic80200c@pec.istruzione.it – www.icvalerioflacco.edu.it

- fornitura di attrezzature didattiche, tecnico-scientifiche, tecnico-specialistiche, di libri, volumi ecc.;
- interventi a favore di attività di animazione, laboratori ecc.;
- iniziative a favore di attività sportive (gare, manifestazioni, fornitura di attrezzature o impianti sportivi).

Possono essere contemplate anche iniziative che prevedano un supporto in favore di alunni svantaggiati, diversamente abili ecc., ovvero altre attività che la Scuola ritenga, nella sua piena discrezionalità, debbano essere oggetto di sponsorizzazione.

4. Forme di sponsorizzazione

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

Per quanto riguarda i **contributi economici** (da versare direttamente alla Scuola) va precisato che gli stessi possono essere richiesti anche a più sponsor per la medesima iniziativa. Il Consiglio d'Istituto deve disporre la destinazione di eventuali maggiori introiti rispetto a quelli previsti o utilizzati (es. economie di bilancio e/o nuovi interventi).

Nel caso di **cessione gratuita di beni**, la stessa non costituisce **donazione**.

Infatti, anche se, in sostanza, le due azioni sopra citate producono gli stessi effetti (cioè le società, le imprese, i professionisti, le Associazioni e i privati in genere offrono alla Scuola materiali anche **inventariabili**) si rilevano, nei due casi, differenti caratteristiche:

- nella **cessione** (che rappresenta propriamente la fattispecie della sponsorizzazione) l'atto non è compiuto per spirito di liberalità, ma richiede una controprestazione, anche se non significativa sotto il profilo patrimoniale, economico o finanziario;
- la **donazione**, invece, può dirsi tale soltanto se compiuta – come descritta dall'art. 769 c.c. – in termini di "contratto basato su uno spirito di liberalità", che prevede che una parte "arricchisca" l'altra senza che si preveda un'obbligazione.

Entrambe le forme sopra descritte debbono essere correttamente identificate da parte del Dirigente scolastico, attraverso operazioni di **fundraising**, ovvero un'attività di ricerca dei fondi necessari al funzionamento di enti *non profit*, con individuazione della tipologia di fonte di reperimento.

Ad ogni modo, in linea generale, per i beni di significativo valore commerciale, qualsiasi operazione, per non incorrere nel vizio di nullità, deve essere registrata con un documento in linea con le formalità richieste dalla normativa.

Le cosiddette *"donazioni di modico valore"* risultano, invece, valide anche in assenza di atto pubblico, ai sensi dell'art. 783 c.c.

Ministero dell'Istruzione e del Merito
Ufficio Scolastico Regionale per il Lazio
ISTITUTO COMPRENSIVO "Valerio Flacco"
Codice Fiscale: n. 80015350590 Tel. 0773/877355 Tel.Fax.0773/876131
Via Bari snc 04018 SEZZE SCALO
ltic80200c@istruzione.it - ltic80200c@pec.istruzione.it – www.icvalerioflacco.edu.it

Spesso i Consigli delle Istituzioni Scolastiche determinano il limite del valore commerciale dei beni inventariabili entro il quale l'atto di accettazione delle donazioni è direttamente delegato al Dirigente Scolastico, subordinando l'accettazione di quelle di valore superiore ad un'apposita delibera del Consiglio d'Istituto, atto formale nel quale deve essere indicata anche la destinazione del bene.

Va, inoltre, precisato che l'accettazione di un bene nuovo offre maggiori garanzie rispetto a quella di un usato e ciò spiega perché, nel Regolamento di molti Istituti Scolastici, si trova la frase «*La Scuola è autorizzata ad accettare donazioni di beni di facile consumo o inventariabili solo nel caso di beni nuovi, appositamente acquistati*».

È necessario, in ogni caso, che l'Istituzione Scolastica richieda di entrare in possesso di copia della **fattura** (o analogo documento) rilasciato al momento dell'acquisto, nonché il **manuale di uso e manutenzione** e il **certificato di conformità** alle norme vigenti.

Nel caso di accettazione di un bene usato, essa è condizionata dall'acquisizione di tutte le suddette certificazioni previste per un bene nuovo. Sarebbe inoltre raccomandabile una dichiarazione del donatore che ne attesti la corretta manutenzione e il suo funzionamento.

Alcune Istituzioni scolastiche preferiscono accettare beni usati ritenuti utili sotto forma di **comodato d'uso**, fattispecie regolata anch'essa da specifiche disposizioni di diritto civile.

Resta sottinteso, in ogni caso, che l'Istituzione Scolastica deve valutare nel proprio interesse l'accettazione del bene offerto in base alla sua reale utilità.

Anche l'accettazione di un **servizio gratuito** è soggetto a regole: ad esempio, l'esecuzione dello stesso può essere coperta da assicurazione a condizione che tale prestazione sia inserita in un progetto all'interno del PTOF e sia stata deliberata dal Consiglio di Istituto.

Vanno infine valutati gli effettivi vantaggi ottenibili attraverso la formula del **sostegno a spese relative ad iniziative programmate** dalla Scuola. Lo sponsor può offrirsi, infatti, di sostenere direttamente alcune attività già programmate dalla Scuola in termini di compartecipazione alle spese, richiedendo una contropartita che potrà consistere anche nella sola possibilità di stipulare una convenzione a condizioni particolarmente favorevoli che comporti, come ricaduta, benefici concreti e diretti per gli alunni e le loro famiglie.

5. Obblighi a carico della Scuola

Vanno specificati in sede di stipulazione del contratto, e consistono nelle forme di pubblicizzazione:

- 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 e in altre sedi individuate 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 di materiale pubblicitario, brochure, volantini promozionali ecc.

6. Modalità di ricognizione degli sponsor

A questo proposito è necessario un approfondimento. La scelta dello sponsor può essere effettuata o attraverso contatti diretti (questa è la modalità più frequente e diffusa), ovvero attraverso un avviso di sponsorizzazione pubblicato all'Albo e nel sito web dell'Istituzione scolastica.

In quest'ultimo caso, l'avviso deve indicare l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, oltre alle modalità e ai termini di presentazione (in forma scritta) dell'offerta di sponsorizzazione.

Le offerte (che devono essere valutate e approvate dal Consiglio di Istituto) devono indicare:

a. il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
b. l'accettazione delle condizioni previste nell'avviso;
c. l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti conseguenti al messaggio promozionale.

Il proponente dovrà inoltre mettere a disposizione le seguenti autocertificazioni:

a. l'inesistenza delle condizioni ostative a contrattare con la pubblica amministrazione di cui agli artt. 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. *(nel caso di imprese)* l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari;
d. l'esclusione di appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
e. *(per le persone giuridiche)* nominativo del legale rappresentante.

7. Criteri di individuazione degli sponsor

La priorità generale va attribuita ai 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.

In caso di concorrenza di più sponsor devono essere inoltre indicate nell'ordine le preferenze. Un esempio:

- Istituzioni pubbliche;
- Associazioni e/o Gruppi con finalità educative e/o sociali senza fini di lucro;
- Privati le cui attività non siano in contrasto con i fini della Scuola o con i valori dalla stessa propugnati e largamente condivisi.

8. Diritto di rifiuto di sponsorizzazioni

Elenco dei casi in cui l'Istituzione scolastica può, a suo insindacabile giudizio, rifiutare una sponsorizzazione:

1. presupposizione del possibile conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;

Ministero dell'Istruzione e del Merito
Ufficio Scolastico Regionale per il Lazio
ISTITUTO COMPRENSIVO "Valerio Flacco"
Codice Fiscale: n. 80015350590 Tel. 0773/877355 Tel.Fax.0773/876131
Via Bari snc 04018 SEZZE SCALO
ltic80200c@istruzione.it - ltic80200c@pec.istruzione.it – www.icvalerioflacco.edu.it

2. soggetti privati o pubblici, che abbiano in atto controversie di natura giuridica con l'Istituzione scolastica;
3. riscontro di un possibile pregiudizio o danno all'immagine della Scuola nel messaggio pubblicitario;
4. esclusione a priori di sponsorizzazioni riguardanti:
   - ⇒ propaganda di natura politica, sindacale, filosofica 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.

9. Gestione della privacy

Disposizioni riguardanti **lo sponsor nei confronti della Scuola**:

- I dati personali raccolti in applicazione del regolamento vanno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste.
- La conclusione di un contratto di sponsorizzazione 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 del *Codice Privacy*), ed è da considerarsi quindi non conforme al quadro normativo. Ne consegue il dovere per l'amministrazione scolastica di astenersi dal comunicare dati personali allo sponsor.
- Durante e dopo la cessazione del rapporto lo sponsor si impegnerà a mantenere il più rigoroso segreto professionale sulle informazioni, le notizie e i dati di carattere riservato eventualmente recepite e riguardanti l'Istituzione Scolastica.

Disposizioni riguardanti **la Scuola nei confronti dello sponsor**:

- I dati personali raccolti dall'Istituzione scolastica 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, 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.

Elementi essenziali del contratto

Esauriti i punti relativi al Regolamento, elenchiamo gli elementi che debbono necessariamente essere contenuti nel contratto di gestione delle sponsorizzazioni all'interno di ogni singolo progetto:

a. l'oggetto della sponsorizzazione;
b. i diritti dello sponsor e la completa descrizione delle modalità di attuazione della sponsorizzazione, ivi compresa la descrizione dettagliata del logo/segno che dovrà essere diffuso;
c. gli obblighi assunti dallo sponsor;

Ministero dell'Istruzione e del Merito
Ufficio Scolastico Regionale per il Lazio
ISTITUTO COMPRENSIVO "Valerio Flacco"
Codice Fiscale: n. 80015350590 Tel. 0773/877355 Tel.Fax.0773/876131
Via Bari snc 04018 SEZZE SCALO
ltic80200c@istruzione.it - ltic80200c@pec.istruzione.it – www.icvalerioflacco.edu.it

d. l'eventuale diritto di "esclusiva", tenendo presente che la sponsorizzazione può anche non essere esclusiva;
e. la durata del contratto e l'eventuale sua rinnovabilità;
f. le modalità procedurali e le eventuali garanzie richieste;
g. le responsabilità e gli impegni reciproci;
h. le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze;
i. l'indicazione del Foro competente per la risoluzione di controversie.

In merito al punto *h*, deve essere prevista la facoltà di recedere dal contratto stesso prima della scadenza, subordinata alla tempestiva comunicazione e devono essere comunicate le modalità con cui tale comunicazione deve avvenire. Può, infatti, essere contemplata la risoluzione del contratto (e persino un risarcimento del danno) sia nell'ipotesi di mancato rispetto degli obblighi in termini di prestazioni, forniture o servizi, sia nell'eventualità in cui il soggetto esterno rechi danno all'immagine dell'Istituzione scolastica.

Deve essere parimenti resa esplicita la possibile clausola risolutiva nel caso in cui il soggetto privato non persegua i fini sociali e di pubblica utilità cui l'Istituzione scolastica deve attenersi.

L'Istituzione Scolastica deve infine tutelarsi esplicitando chiaramente la sua estraneità in merito ad eventuali responsabilità civili e penali conseguenti all'allestimento e allo svolgimento delle attività e/o nei casi di comportamenti illeciti o personalmente rilevanti da parte dello sponsor.

Fonti:

- https://www.sinergiediScuola.it/rivista/sommari/approfondimenti/i-contratti-di-onsorizzazione-nelle-istituzioni-scolastiche.html

Ministero dell'Istruzione e del Merito
Ufficio Scolastico Regionale per il Lazio
ISTITUTO COMPRENSIVO "Valerio Flacco"
Codice Fiscale: n. 80015350590 Tel. 0773/877355 Tel.Fax.0773/876131
Via Bari snc 04018 SEZZE SCALO
ltic80200c@istruzione.it - ltic80200c@pec.istruzione.it – www.icvalerioflacco.edu.it

Allegato: Regolamento per la stipula dei contratti di sponsorizzazione dell'istituzione scolastica ai sensi c. 2 art. 45 del D.I. 129/2018

Il Consiglio d'Istituto

con delibera n. 123 della seduta n. 11 del 17/12/2025

ha approvato il seguente

REGOLAMENTO PER LA STIPULA DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE DELL'ISTITUZIONE SCOLASTICA AI SENSI C. 2 ART. 45 DEL D.I. 129/2018

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 al fine di 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:
art. 33, c.2 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;
art. 41 che 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.

ART. 1 – DEFINIZIONE

Il contratto di sponsorizzazione è un accordo tra la Scuola e uno sponsor mediante il quale lo sponsor

Ministero dell'Istruzione e del Merito
Ufficio Scolastico Regionale per il Lazio
ISTITUTO COMPRENSIVO "Valerio Flacco"
Codice Fiscale: n. 80015350590 Tel. 0773/877355 Tel.Fax.0773/876131
Via Bari snc 04018 SEZZE SCALO
ltic80200c@istruzione.it - ltic80200c@pec.istruzione.it – www.icvalerioflacco.edu.it

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 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) 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

Ministero dell'Istruzione e del Merito
Ufficio Scolastico Regionale per il Lazio
ISTITUTO COMPRENSIVO "Valerio Flacco"
Codice Fiscale: n. 80015350590 Tel. 0773/877355 Tel.Fax.0773/876131
Via Bari snc 04018 SEZZE SCALO
ltic80200c@istruzione.it - ltic80200c@pec.istruzione.it – www.icvalerioflacco.edu.it

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 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 della Scuola.

Art. 4 - SOGGETTI SPONSOR

Possono assumere la veste di sponsor i seguenti soggetti:

a) 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;

b) 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 o secondo modalità provigionali 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;
- 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:

- le esplicite 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
f) La Scuola si impegna alla elaborazione di uno schema di contratto-tipo, al fine di uniformare la documentazione
g) Legittimato alla sottoscrizione del contratto di sponsorizzazione è il Dirigente Scolastico, legale rappresentante dell'Istituto
h) 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
i) 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 o postale
j) Ogni contratto di sponsorizzazione non può avere durata superiore a un triennio

Ministero dell'Istruzione e del Merito
Ufficio Scolastico Regionale per il Lazio
ISTITUTO COMPRENSIVO "Valerio Flacco"
Codice Fiscale: n. 80015350590 Tel. 0773/877355 Tel.Fax.0773/876131
Via Bari snc 04018 SEZZE SCALO
ltic80200c@istruzione.it - ltic80200c@pec.istruzione.it – www.icvalerioflacco.edu.it

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. 13 - 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. 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 - 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. 16 - 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. 17 – 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. 18 – 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.

Approvato dal Consiglio d'Istituto il 17/12/2025