



## ISTITUTO DI ISTRUZIONE SUPERIORE "FERMI – PITAGORA – CALVOSA"

SEDE ITIS – VIA PIERO DELLA FRANCESCA, SNC - 87012 - CASTROVILLARI (CS) - TEL. 0981/480171  
SEDE ITCG – CORSO CALABRIA, 115 - 87012 - CASTROVILLARI (CS) - TEL. 0981/21889  
COD. MIN.: CSIS087002 – COD. FISCALE: 94040930789 – COD. UNICO DI FATTURAZ.: (CUF): R8N7JA  
SITO WEB: <https://itiscastrovillari.edu.it> – Peo: [CSIS087002@ISTRUZIONE.IT](mailto:CSIS087002@ISTRUZIONE.IT) – Pec: [CSIS087002@PEC.ISTRUZIONE.IT](mailto:CSIS087002@PEC.ISTRUZIONE.IT)

### REGOLAMENTO DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE

ai sensi del Nuovo Regolamento di Contabilità D.I. n. 129 del 28/08/2018 art. 45 c.2 lett.b

Approvato dal Consiglio d'Istituto con **delibera n. 95 del 19 dicembre 2025**

#### PREMESSA

IL DECRETO DEL PRESIDENTE DELLA REPUBBLICA 8 marzo 1999, n. 275 "Regolamento recante norme in materia di autonomia delle istituzioni scolastiche, ai sensi dell'art. 21 della legge 15 marzo 1997, n. 59" ha comportato l'acquisizione della personalità giuridica da parte delle Istituzioni Scolastiche e, con essa, la possibilità 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, all'art.45, c.2 lettera b, 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."

#### Art.1 - Definizione

Il contratto di sponsorizzazione è un accordo tra la Scuola e uno sponsor e deve avere i requisiti previsti dall'art.43 della legge n.449 del 1997 e dall'art.45, comma 2, del D.I. n.129 del 2018. In tal senso è necessario che la sponsorizzazione sia:

- sempre finalizzata al perseguimento dell'interesse pubblico;
- produttiva di un risparmio di spesa;
- immune da conflitti di interesse tra l'attività istituzionale della scuola e quella privata.

La sponsorizzazione non può essere conclusa con soggetti le cui finalità ed attività siano in contrasto, anche di fatto, con la funzione educativa della scuola medesima (l'art.45, co.2, del D.I. n.129 del 2018 aggiunge inoltre che dovrebbe accordarsi la preferenza a soggetti che, per finalità statutarie, abbiano in

concreto dimostrato particolare attenzione e sensibilità nei confronti dei problemi dell'infanzia e dell'adolescenza).

In questa cornice, la sponsorizzazione integra una sorta di partenariato pubblico – privato, il che presuppone, pur nella distinzione dei ruoli e dei rispettivi interessi, la finalizzazione del contributo erogato dalla parte privata (che può essere solo finanziario o anche tecnico) alla realizzazione di un progetto specifico dell'istituzione scolastica. In sostanza, lo sponsor rende possibile o facilita la realizzazione di un'attività coerente con il PTOF.

L'Istituto Scolastico IIS Fermi-Pitagora-Calvosa intende avvalersi dei contratti di sponsorizzazione al fine di incentivare e promuovere una più ricca programmazione e realizzazione del PTOF, una spiccata innovazione dell'organizzazione tecnica e amministrativa, nonché 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. La stipula dei contratti di sponsorizzazione può essere disposta dal Dirigente Scolastico nel rispetto delle finalità istituzionali e condizioni, con successiva informativa e ratifica da parte del consiglio di istituto, che ne verifica la coerenza con i principi sopra esposti.

## **Art. 2 – Soggetti Sponsor**

Possono assumere la veste di sponsor i seguenti soggetti:

- persone giuridiche aventi 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.

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

- le finalità ed intenzioni di tipo educativo - formativo;
- l'esplicita intenzione e finalità coerenti con il ruolo e la funzione pubblica e formativa della scuola;
- la non sussistenza di natura e scopi che siano in conflitto in alcun modo con l'utenza della scuola;
- la non sussistenza di provvedimenti di natura giudiziaria di qualsiasi tipo, condanne passate in giudicato, atti processuali in corso.

**Non possono assumere la veste di sponsor i partiti politici, i movimenti politici e tutte le associazioni o formazioni di qualsivoglia forma giuridica con finalità dirette o indirette a carattere politico o religioso.**

## **Art. 3 - Oggetto**

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 favore delle esperienze per il perfezionamento delle lingue all'estero;

- iniziative inerenti la formazione scuola lavoro (ex Percorsi per le Competenze Trasversali e l'Orientamento (PCTO)) in Italia e all'estero;
- iniziative a favore dell'anno scolastico all'estero;
- iniziative a sostegno dei servizi sociali (collaborazione per servizi a sostegno di alunni svantaggiati, diversamente svantaggiati) limitatamente a servizi strumentali o beni materiali;
- contributi per l'acquisto di materiali utili all'ampliamento dell'offerta formativa;
- ogni altra attività che l'Istituto ritenga, nella sua piena discrezionalità, possa 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 possono essere richiesti 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;
- **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 dall'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.

Ogni contratto non può avere una durata superiore ad un anno.

#### Art. 5 - Obblighi a carico dell'Istituzione Scolastica

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.

La riproduzione del marchio-logo dello sponsor non potrà prevalere per caratteristiche e dimensioni sul logo dell'Istituto.

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.

L'Istituzione Scolastica si impegna a mantenere efficiente il marchio-logo dello sponsor sui relativi beni durevoli per una durata massima di 3 anni dalla sponsorizzazione del bene stesso; trascorso tale periodo, l'Istituzione Scolastica potrà conservare gli stessi a suo insindacabile giudizio e dietro la corresponsione di una nuova attività di sponsorizzazione.

Le spese per eventuale manutenzione del marchio – logo sono a totale carico dello sponsor.

#### **Art. 6 - Vincoli di sponsorizzazione**

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 contratto 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.

Il Consiglio d'Istituto dà mandato al Dirigente Scolastico di valutare le finalità e le garanzie offerte al soggetto sponsorizzatore, richiedendo eventualmente lo statuto della società, e di sottoporre il relativo contratto al Consiglio d'Istituto, che si riserva di rifiutare sponsorizzazioni proposte qualora:

- ritenga possa derivarne un conflitto d'interesse fra l'attività pubblica e quella privata;
- ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno all'immagine della scuola o alle sue finalità e iniziative;
- la reputi inaccettabile per motivi di opportunità generale;
- ravvisi propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- vi sia pubblicità diretta o collegata alla produzione e/o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale disdicevole per la moralità pubblica;
- messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

#### **Art. 7 - Scelta dello sponsor**

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

- recepimento di proposte spontanee da parte di singoli soggetti;
- contattando direttamente soggetti qualificati ed ipoteticamente interessati all'attività da sponsorizzare;
- pubblicità, da parte della Scuola, delle iniziative sottoposte a contratti di sponsorizzazione e di accettazione delle proposte di maggiore interesse.

#### **Art. 8 - Stipula e risoluzione del contratto**

La sponsorizzazione deve essere formalizzata con apposito atto di natura contrattuale nel quale verranno stabiliti:

- il diritto, per il soggetto privato o pubblico, alla sponsorizzazione delle manifestazioni;
- le forme di promozione, comunicazione, pubblicità;
- la durata del contratto di sponsorizzazione;
- il corrispettivo per la sponsorizzazione;
- le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

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 tramite il servizio PAGOPA.

Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza dell'affidamento. 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.

L'Istituto si dota di uno schema di contratto-tipo, al fine di uniformare la documentazione.

\*\*\*\*\*