

## **REGIONE PIEMONTE ASL AL**

### **REGOLAMENTO PER I CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE**

#### **ART. 1 OGGETTO E FINALITA'**

1) Questo regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione da parte di terzi in applicazione dell'art. 43 della Legge 449/97, e dell'art. 28 comma 2 bis della Legge 448/98 e ha lo scopo di indicare gli atti e le condizioni necessarie per assicurare all'Azienda una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione nel rispetto delle norme vigenti nonché dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza.

2) Le iniziative di sponsorizzazione/pubblicità devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione e realizzare un risparmio di spesa migliorando nel contempo i servizi istituzionali di comunicazione ed informazione ai cittadini, in un contesto generale di perseguimento di pubblici interessi.

#### **ART. 2 DEFINIZIONI**

1) Ai fini del presente regolamento:

- a) per "contratto di sponsorizzazione" si intende un contratto a titolo oneroso mediante il quale l'ASL AL (sponsee) offre ad un terzo (sponsor), che si obbliga ad erogare per un corrispettivo prefissato (in denaro o in servizi), la possibilità di promuovere, in appositi e predeterminati luoghi e spazi nell'ambito delle strutture dell'ASL AL, il nome, il logo, i prodotti, le offerte commerciali, le promozioni ecc.;
- b) per "sponsorizzazione" si intende ogni contributo in beni o servizi, denaro od ogni altra utilità proveniente all'Azienda Sanitaria da parte di terzi nell'ambito applicativo dei "contratti di sponsorizzazione" di cui al comma precedente;
- c) per "sponsor" si intende il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con l'Azienda Sanitaria;
- d) per "sponsee" si intende l'Azienda Sanitaria la quale è titolare dei benefici economici apportati dalla stipula di contratti di sponsorizzazione;
- e) per "manifestazione di interesse" si intende la comunicazione all'Azienda da parte di terzi della volontà e disponibilità ad attivare contratti di sponsorizzazione.
- f) per "spazio pubblicitario": lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dello sponsor da parte dell'ASL AL.

#### **ART. 3 SCELTA DELLO SPONSOR**

1) La scelta dello sponsor è effettuata di norma mediante una pubblica selezione preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso contenente l'oggetto e/o le iniziative da sponsorizzare, le modalità e termini entro i quali i terzi possono manifestare all'Azienda l'interesse ad attivare contratti di sponsorizzazione.

All'avviso di sponsorizzazione è data visibilità mediante pubblicazione sul sito internet aziendale e/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti ed opportune per una maggiore conoscenza

e partecipazione. In ogni caso dell'avviso può essere data notizia a soggetti che si ritiene possano essere eventualmente interessati (es. fornitori, associazioni di categoria)

2) L'avviso di cui al precedente comma, contiene in particolare i seguenti dati:

- a) l'iniziativa oggetto del contratto di sponsorizzazione, eventuale valorizzazione economica, obblighi dello sponsor;
- b) la determinazione degli spazi e dei luoghi a tal fine utilizzabili;
- c) l'indicazione dei costi dei prodotti medesimi e la durata prevista per i relativi contratti;
- d) le modalità e gli eventuali termini di presentazione delle manifestazioni di interesse nonché i criteri applicati dall'ASL AL per l'accettazione delle manifestazioni stesse e la stipula dei relativi contratti.

3) La manifestazione di interesse da presentarsi a cura dei soggetti terzi deve essere in forma scritta, possibilmente redatta sull'apposita "scheda sponsor" pubblicata sul sito internet aziendale e deve indicare:

il bene, il servizio, il lavoro, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare nonché gli spazi pubblicitari di interesse nell'ambito delle opportunità offerte;

l'accettazione delle condizioni previste dallo specifico avviso e delle disposizioni del presente regolamento nonché l'impegno a sottoscrivere conforme contratto di sponsorizzazione;

il corrispettivo della sponsorizzazione con specifica dichiarazione di disponibilità ad erogare il contributo previsto nei termini e secondo le modalità indicate

L'offerta deve essere accompagnata dalle specifiche dichiarazioni, certificazioni e documentazioni richieste nell'avviso.

4) L'A.S.L. AL accoglie la richiesta avanzata con la "scheda sponsor" mediante determinazione approvativa del relativo contratto, nel quale viene indicato il corrispettivo economico da versare all'azienda sanitaria ed i relativi tempi di erogazione. Nel caso di prodotti pubblicitari non espressamente già tariffati fa fede quanto indicato nel relativo contratto di sponsorizzazione;

5) Ove pervengano più offerte, riferite alla stessa iniziativa, da sponsor incompatibili tra loro (es. in regime di concorrenza), la scelta sarà effettuata in ragione della maggiore utilità economica per l'ASL AL.

6) Nel caso in cui l'oggetto della sponsorizzazione consista in beni e/o servizi di modesto valore, non superiore a €. 5.000,00, oppure per lo stesso oggetto sia già stato in passato individuato utilmente uno sponsor, l'Azienda può rivolgersi direttamente allo sponsor disponibile, derogando a quanto previsto dal comma 1.

7) L'Azienda può stipulare contratti di sponsorizzazione anche con soggetti pubblici o privati i quali, intendendo assumere la veste di sponsor di progetti o iniziative dell'Ente, manifestino spontaneamente la loro volontà.

Qualora un soggetto faccia pervenire una proposta di sponsorizzazione finalizzata alla realizzazione di interventi, lavori, servizi o fornitura di beni, l'Azienda Sanitaria, valutatane l'opportunità e la rispondenza ai propri obiettivi nonché alle prescrizioni del presente regolamento, è tenuta a garantire adeguate forme di pubblicità e di concorrenza al fine di comparare l'offerta pervenuta con possibili ulteriori offerte migliorative, assicurando altresì il rispetto dei principi di parità di trattamento, trasparenza e non discriminazione.

ART. 4  
MODALITA' ORGANIZZATIVE

La gestione delle sponsorizzazioni può essere effettuata direttamente dall'Azienda Sanitaria attraverso la Struttura Comunicazione, Qualità e Atto Aziendale, che è anche investita di poteri ispettivi sulla regolarità della prestazione.

Qualora oggetto di sponsorizzazione siano iniziative, eventi o progetti per la cui valutazione è richiesta una specifica e particolare competenza tecnico-scientifica finalizzata ad individuare l'esistenza di possibili conflitti di interesse, la Struttura può avvalersi del parere di professionisti dell'Azienda esperti della materia oggetto della proposta di sponsorizzazione. Di tale parere viene fatta esplicita menzione nella determinazione approvativa del relativo contratto

ART.5  
AFFIDAMENTO INCARICO DI RICERCA SPONSOR

L'ASL AL può decidere di affidare l'incarico per la ricerca degli sponsor ad agenzie specializzate nel campo della pubblicità, secondo le procedure per gli appalti di servizi previste dal D.lgs 163/06. La procedura per la ricerca degli sponsor viene avviata dall'Azienda mediante definizione di specifico avviso contenente le caratteristiche dell'incarico e la richiesta di presentazione di apposito progetto – offerta.

L'Azienda si riserva la facoltà di articolare il punteggio da assegnare agli elementi progettuali piuttosto che a quelli economici, questi ultimi rappresentati dal compenso richiesto da esprimersi in termini percentuali sul fatturato delle sponsorizzazioni procacciate, in base alle tipologie delle iniziative oggetto del contratto di agenzia.

ART. 6  
SPAZI ED INIZIATIVE OGGETTO DI POSSIBILE SPONSORIZZAZIONE

Gli spazi oggetto di possibile sponsorizzazione presso l'Azienda sono i seguenti:

- spazi murali nelle aree di ingresso, corridoi aperti al pubblico e sale di attesa presso tutte le strutture dell'Azienda
- atri, porte e interno degli ascensori
- spazi nell'ambito della cartellonistica di segnalazione al pubblico
- apposite bacheche aziendali
- punti strategici della comunicazione al pubblico (bancomat, totem informativi, casse automatiche, telefoni, punti di ristorazione, distributori automatici di prodotti, spogliatoi dipendenti ecc.)
- spazi sugli organi di informazione e pubblicazioni aziendali
- spazi sulla carta dei servizi, depliant, locandine, manifesti relative a corsi, convegni o attività di comunicazione istituzionale inerenti.
- banner sul Sito WEB
- banner sul Sito INTRANET
- banner su auto aziendali
- monitors e rotors luminosi informativi
- modulistica e materiale a stampa utilizzato dall'Azienda
- totem o schermi multimediali pubblicitari
- trasmissioni televisive, filmati, servizi fotografici

Le iniziative oggetto di possibile sponsorizzazione presso l'ASL AL sono le seguenti:

- materiale informativo di eventi Aziendali, Conferenza dei Servizi, Corsi e Convegni scientifici e spazi sui relativi depliant
- offerte commerciali, finanziarie, bancarie, destinate ai dipendenti dell'Azienda
- arredi, abbellimenti, opere d'arte, piante per zone d'accoglienza e sale d'aspetto
- cessione all'Azienda di prodotti promozionali da distribuire a pazienti e/o dipendenti e/o soggetti frequentatori delle strutture aziendali
- distribuzione di prodotti di prova

- giochi e arredi per l'infanzia

esecuzione, manutenzione e restauro di opere pubbliche in disponibilità dell'azienda, compresa l'attività di progettazione, direzione lavori, esecuzione e collaudo, ai sensi e nel rispetto dell'art. 26 D.lgs. 12 aprile 2006 n. 163)

indagini scientifiche

eventi formativi

cessione all'Azienda di prodotti promozionali da distribuire a pazienti e/o dipendenti e/o soggetti frequentatori delle strutture Aziendali

L'Azienda si riserva l'eventuale utilizzo gratuito di una quota percentuale da definire degli spazi disponibili, da destinare a proprie campagne di pubblicità istituzionale.

## ART. 7

### CASI DI ESCLUSIONE DALLE SPONSORIZZAZIONI

1. Luoghi esclusi. Non sono consentite le sponsorizzazioni di cui al presente regolamento nei seguenti luoghi:

- Interno dei reparti e servizi sanitari ospedalieri, escluse le sale di attesa
- Camere mortuarie e locali di servizio direttamente collegati e aperti al pubblico
- Cappella e luoghi di culto
- Auto di rappresentanza o destinate a compiti istituzionali di polizia giudiziaria, di verifica e controllo ispettivo.
- Aree particolari escluse su richiesta motivata delle Direzioni di Presidio o Distretto

2. L'Azienda Sanitaria, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:

ritenga che i prodotti e/o servizi siano in reale o potenziale conflitto di interesse con l'attività e gli scopi istituzionali dell'ente;

ravvisi potenziali danni all'immagine sua e/o del servizio sanitario o semplicemente la ritenga, per ragioni di interesse pubblico, inopportuna;

la reputi inaccettabile per ragioni di pubblico interesse o, semplicemente, per motivi di opportunità generale

Sono in ogni caso escluse sponsorizzazioni aventi ad oggetto:

prodotti farmaceutici

prodotti dannosi per la salute e lesivi della dignità umana

servizi di onoranze funebri

propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa

pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, di prodotti alcolici, di materiale pornografico e a sfondo sessuale

messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia

Sono altresì inammissibili le offerte presentate da parte di rappresentanti di organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.

Sono infine esclusi dai contratti di sponsorizzazione i soggetti che abbiano in atto controversie e conflitti di natura giuridica con l'ASL AL.

E' inoltre fatto divieto di promuovere prodotti o servizi negli spazi di competenza dell'ASL AL, senza preventiva autorizzazione.

ART. 8  
UTILIZZO DEI PROVENTI DELLE SPONSORIZZAZIONI

I proventi delle sponsorizzazioni introitati dalla Struttura Comunicazione, Qualità e Atto Aziendale, sono finalizzati al finanziamento delle attività di comunicazione/ informazione a favore dell'utenza, con l'intento di migliorare la qualità dei servizi prestati nonché a ridurre le spese rispetto agli stanziamenti disposti nel Bilancio Previsionale, alla stampa di locandine, dépliant e altro materiale inerente convegni o altre iniziative aziendali, spese di catering, di noleggio apparecchiature o sale, al conferimento di Borse di Studio o incarichi professionali semestrali o annuali, alle iniziative di comunicazione gestite direttamente dalla struttura stessa. Salvo casi particolari, da individuare con apposito provvedimento, i fondi sono gestiti dalla Struttura Comunicazione, Qualità e Atto Aziendale.

ART. 9  
IL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

1) La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un contratto nel quale sono tra l'altro stabiliti:

- Il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario;
- La durata del contratto di sponsorizzazione;
- Gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
- Le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

Il contratto di sponsorizzazione, sottoscritto dallo Sponsor e dal Direttore Generale dell'ASL AL o suo delegato; autorizza l'utilizzo degli spazi pubblicitari espressamente indicati nel progetto di sponsorizzazione.

2) Il contratto di sponsorizzazione fra l'Azienda Sanitaria e lo sponsor è un contratto atipico; rientra nei contratti di pubblicità bilaterale a prestazioni corrispettive con regime giuridico riconducibile alle norme generali sui contratti (Art. 1323 C.C.).

3) L'introito per l'ASL AL avviene mediante emissione di fattura con IVA, con pagamenti nei termini previsti dai contratti e rientra nei redditi diversi, ai sensi dell'art. 81 TUIR – D.P.R. n° 917/86.

4) Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di risoluzione del contratto, fatto salvo il risarcimento di ogni maggiore danno

ART.10  
TUTELA DEI MARCHI

I contratti di sponsorizzazioni stipulati dall'ASL AL possono prevedere clausole inerenti le garanzie e le forme di tutela dei marchi, con riferimento all'utilizzo dei loghi e dei segni distintivi, nel rispetto della normativa vigente in materia.

L'ASL AL può definire in relazione ai contratti di sponsorizzazione specifiche clausole relative alla tutela del proprio logo e dei propri segni distintivi.

ART. 11  
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.7 del D.Lgs. 196/2003 e s.m.i..

Titolare del trattamento dei dati è l'Azienda Sanitaria Locale AL con sede in Casale Monferrato, nella persona del Direttore Generale domiciliato per la carica in viale Giolitti 2 – 15033 Casale Monferrato (AL).

Responsabile del trattamento è il Dirigente Responsabile dell'Ufficio Comunicazione, Qualità e Atto Aziendale, o suo delegato. I dati sono trattati, in conformità alle norme vigenti, dal personale degli uffici tenuti all'applicazione del regolamento.

I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e/o privati in relazione alle finalità del regolamento.

ART. 12  
NORME TRANSITORIE

Sono fatti salvi gli eventuali accordi già stipulati, il cui oggetto sia assimilabile a quanto disciplinato dal presente regolamento.

ART. 13  
DECORRENZA

Il presente regolamento entra in vigore dal giorno di esecutività della deliberazione di adozione.

ART. 14  
CLAUSOLA GENERALE DI RINVIO

Per quanto non espressamente indicato nel contratto si fa riferimento alle disposizioni del Codice Civile e alla normativa speciale in materia.