



Deliberazione n. 0000471 del 03/03/2021 - Atti U.O. S.C. Affari Generali

**Oggetto: APPROVAZIONE DEL REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI DELL'ASST SANTI PAOLO E CARLO.****IL DIRETTORE S.C. AFFARI GENERALI**

**Premesso** che, con DGR n. X/4473 del 10.12.2015, è stata costituita l' "Azienda Socio – Sanitaria Territoriale (ASST) Santi Paolo e Carlo" e che, pertanto, quest'ultima, ai sensi dell'art. 2, comma 8, lettera c), della Legge Regionale n. 23 dell'11.8.2015, a decorrere dall'1.1.2016, è subentrata nei rapporti giuridici attivi e passivi facenti capo alle A.O. San Paolo e A.O. San Carlo.

**Vista** la propria Deliberazione n. 1 dell'1.1.2016, esecutiva ai sensi di legge, avente ad oggetto "Preso d'atto della DGR n. X/4473 del 10.12.2015 "Attuazione L.R. 23/2015: Costituzione Azienda Socio – Sanitaria Territoriale (ASST) Santi Paolo e Carlo";

**Preso atto** che la Giunta Regionale della Lombardia, con D.G.R. n. XI/1065 del 17/12/2018, ha nominato il Dott. Matteo Stocco, quale Direttore Generale dell'Azienda Socio Sanitaria Territoriale (ASST) Santi Paolo e Carlo con decorrenza dal 01.01.2019 al 31.12.2023;

**Visti:**

- Legge 449/1997 "Misure per la stabilizzazione della finanza pubblica " con particolare riferimento all'art. 43 rubricato "Contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione, convenzioni con soggetti pubblici o privati, contributi dell'utenza per i servizi pubblici non essenziali e misure di incentivazione della produttività";
- D.Lgs. n. 50/2016 "Codice dei Contratti Pubblici", con specifico riferimento all'art. 19 rubricato "Contratti di Sponsorizzazione", all'art. 80 rubricato "Motivi di esclusione", nonché all'art. 42 rubricato "Conflitto di interessi";
- Art. 30 della legge n. 488/1999 "Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato (legge finanziaria 2000)", che integra l'art. 28 c. 2 della legge 448/1998 "Misure di finanza pubblica per la stabilizzazione e lo sviluppo", prevedendo tra le specifiche misure da adottare per la riduzione del disavanzo pubblico lo sviluppo di iniziative per la stipula di contratti di sponsorizzazione, accordi e convenzioni previsti dall' art. 43 della legge n. 449/1997, allo scopo di realizzare maggiori economie nella gestione;
- D.Lgs. n. 165/2001 del 30.03.2001 "Norme generali sull'ordinamento del lavoro alle dipendenze delle amministrazioni pubbliche", con particolare riferimento all'art. 53 rubricato "Incompatibilità cumulo di impieghi e incarichi";
- D.G.R. n. VII/18575 del 05.08.2004 e ss.mm.ii. "Linee guida per l'attivazione di collaborazioni tra Aziende Sanitarie pubbliche e soggetti privati";
- D.P.R. n. 62/2013 recante il nuovo Codice di Condotta del pubblico dipendente

**Considerata**, alla luce della sopra richiamata normativa, l'opportunità di disciplinare le procedure e le attività da seguire per una corretta gestione delle sponsorizzazioni da parte di soggetti terzi a favore di progetti ed iniziative promosse dall'Asst Santi Paolo e Carlo, prevedendo idonei strumenti e modalità operative in conformità ai principi di efficienza, efficacia, imparzialità, trasparenza e buon andamento della Pubblica Amministrazione, attraverso l'adozione di specifico regolamento;

**Rilevata** la necessità di approvare al fine di unificare ed armonizzare le procedure in essere nei due Presidi Ospedalieri il regolamento in oggetto, allegato al presente atto quale parte integrante e sostanziale (all.1);



**Dato atto** che il presente provvedimento, in quanto tale, non comporta oneri a carico del Bilancio Aziendale;

Tutto ciò premesso, propone l'adozione della seguente deliberazione

### **IL DIRETTORE GENERALE**

**Acquisiti** i pareri favorevoli del Direttore Amministrativo, del Direttore Sanitario e del Direttore Socio-Sanitario;

### **DELIBERA**

Per i motivi di cui in premessa che qui si intendono integralmente trascritti:

1. di approvare il “Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni dell’Asst Santi Paolo e Carlo” allegato al presente atto quale parte integrante e sostanziale (all.1);
2. di dare atto che dall'adozione del presente provvedimento non derivano oneri aggiuntivi a carico di questa ASST;
3. di dare atto che il presente provvedimento deliberativo è immediatamente esecutivo, in quanto non soggetto a controllo di Giunta Regionale, verrà pubblicato sul sito internet Aziendale, ai sensi dell’art. 17 comma 6 L. R. n. 33/2009 e ss.mm.ii.;



Documento firmato digitalmente da: Direttore Amministrativo Daniela Bianchi, Direttore Sanitario Nicola Vincenzo Orfeo, Direttore Socio Sanitario Giorgio Luciano Cattaneo, Direttore Generale Matteo Stocco ai sensi delle norme vigenti D.P.R. n.513 del 10/11/1997, D.C.P.M. del 08/02/1999, D.P.R. n. 445 del 08/12/2000, D.L.G. Del 23/01/2002

Pratica trattata da: PERALDO DONATELLA

Responsabile dell'istruttoria: PERALDO DONATELLA

Dirigente/Responsabile proponente: PERALDO DONATELLA

Il presente atto si compone di n. 14 pagine, di cui n. 11 pagine di allegati che costituiscono parte integrante e sostanziale.

Sistema Socio Sanitario



Regione  
Lombardia

ASST Santi Paolo e Carlo

## **REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI DELL'ASST SANTI PAOLO E CARLO**

## INDICE

<b>ART.1 - OGGETTO .....</b>	<b>3</b>
<b>ART.2 - FINALITÀ E PRINCIPI.....</b>	<b>3</b>
<b>ART.3 - RIFERIMENTI NORMATIVI.....</b>	<b>3</b>
<b>ART.4 - DEFINIZIONI .....</b>	<b>4</b>
<b>ART.5 - IL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE .....</b>	<b>4</b>
<b>ART.6 - SOGGETTI COINVOLTI NELLA GESTIONE DELLE PROCEDURE .....</b>	<b>5</b>
<b>ART.7 - RENDICONTAZIONE .....</b>	<b>5</b>
<b>ART.8 - ACQUISIZIONE DI SPONSORIZZAZIONI DI VALORE INFERIORE O PARI AD EURO 40.000,00 (IVA ESCLUSA).....</b>	<b>5</b>
<b>ART.9 - ACQUISIZIONE DI SPONSORIZZAZIONE DI VALORE SUPERIORE 40.000,00 EURO (IVA ESCLUSA).....</b>	<b>6</b>
<b>ART.10 - ACQUISIZIONE DI SPONSORIZZAZIONI MEDIANTE RICERCA CON AVVISO PUBBLICO.....</b>	<b>7</b>
<b>ART.11 - CONFLITTO DI INTERESSE.....</b>	<b>8</b>
<b>ART.12 - STRUTTURA E CONTENUTI PRINCIPALI DEL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE.....</b>	<b>8</b>
<b>ART.13 - TUTELA DEI MARCHI.....</b>	<b>9</b>
<b>ART.14 - CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE AVENTI COME PRESTAZIONI CORRISPETTIVE LA REALIZZAZIONE DI OPERE PUBBLICHE.....</b>	<b>9</b>
<b>ART.15 - FORMAZIONE ECM, CAMPAGNE INFORMATIVE, PROGETTI DI RICERCA E STUDIO.....</b>	<b>9</b>
<b>ART.16 - DIRITTO DI RIFIUTO DELLE SPONSORIZZAZIONI.....</b>	<b>9</b>
<b>ART.17 - UTILIZZO DEI PROVENTI E ASPETTI FISCALI.....</b>	<b>10</b>
<b>ART.18 - VERIFICHE E CONTROLLI.....</b>	<b>10</b>
<b>ART.19 - INADEMPIENZE.....</b>	<b>10</b>
<b>ART.20 - RISERVA ORGANIZZATIVA.....</b>	<b>10</b>
<b>ART.21 - RESPONSABILITÀ.....</b>	<b>10</b>
<b>ART.22 - TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI.....</b>	<b>11</b>
<b>ART.23 - DECORRENZA E CLAUSOLE GENERALI DI RINVIO.....</b>	<b>11</b>

## 1. OGGETTO

Il presente regolamento disciplina le procedure e le attività di sponsorizzazione da parte di terzi previsti dall'art. 43 della L. 449/1997, dall'art. 28 comma 2 bis della L. 448/1998 e dall'art. 19 D.Lgs. 50/2016 ( Codice dei contratti pubblici ) e si prefigge 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 e dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza ed in osservanza dei principi di conflitto di interessi tra l'attività pubblica e quella privata.

## 2. FINALITÀ E PRINCIPI

Le attività di sponsorizzazione e, più in generale, di finanziamento poste in essere in ossequio al presente Regolamento nel pieno rispetto dei vigenti principi in tema di prevenzione della corruzione, trasparenza, incompatibilità ed inconfiribilità degli incarichi, conflitto di interessi, codici etici e comportamentali dei dipendenti della pubblica amministrazione, nonché dei criteri di efficienza, efficacia ed economicità cui deve necessariamente ispirarsi l'operato della Pubblica Amministrazione, devono principalmente perseguire i seguenti scopi:

- sviluppo ed innovazione dell'organizzazione amministrativa e delle risorse tecnologiche;
- realizzazione di maggiori economie;
- miglioramento della qualità dei servizi prestati all'utenza;
- perseguimento degli interessi pubblici;
- risparmi di spesa.

Sempre nel predetto ambito istituzionale e legislativo, le risorse economiche e patrimoniali reperite dall' ASST Santi Paolo e Carlo per il tramite dei mezzi e degli strumenti di cui ai successivi articoli, potranno essere utilizzate anche per:

- campagne di comunicazione istituzionale;
- di informazione ed educazione alla salute;
- attività connesse alla customer satisfaction;
- attività di formazione.
- l'erogazione di assegni di ricerca e/o borse di studio.

Sono escluse dalla disciplina dettata dal presente Regolamento in quanto oggetto di specifiche regolamentazioni e/o norme di Legge o del Codice Civile:

- le donazioni e tutte le altre liberalità che, in quanto tali, sono atti di mecenatismo privi di ritorno di natura pubblicitaria e di ogni eventuale caratteristica di corrispettività;

## 3. RIFERIMENTI NORMATIVI

- Legge 449/1997 "Misure per la stabilizzazione della finanza pubblica " con particolare riferimento all'art. 43 rubricato "Contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione, convenzioni con soggetti pubblici o privati, contributi dell'utenza per i servizi pubblici non essenziali e misure di incentivazione della produttività" ;
- D.Lgs. n. 50/2016 "Codice dei Contratti Pubblici", con specifico riferimento all'art. 19 rubricato "Contratti di Sponsorizzazione", all'art. 80 rubricato "Motivi di esclusione", nonché all'art. 42 rubricato "Conflitto di interessi";
- Art. 30 della legge n. 488/1999 "Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato (legge finanziaria 2000)", che integra l'art. 28 c. 2 della legge 448/1998 "Misure di finanza pubblica per la stabilizzazione e lo sviluppo", prevedendo tra le specifiche misure da adottare per la riduzione del disavanzo pubblico lo sviluppo di iniziative per la stipula di contratti di sponsorizzazione, accordi e convenzioni previsti dall' art. 43 della legge n. 449/1997, allo scopo di realizzare maggiori economie nella gestione;

- D.Lgs. n. 165/2001 del 30.03.2001 “Norme generali sull’ordinamento del lavoro alle dipendenze delle amministrazioni pubbliche”, con particolare riferimento all’art. 53 rubricato “Incompatibilità cumulo di impieghi e incarichi”;
- D.G.R. n. VII/18575 del 05.08.2004 e s.m.i. “Linee guida per l’attivazione di collaborazioni tra Aziende Sanitarie pubbliche e soggetti privati”;
- D.P.R. n. 62/2013 recante il nuovo Codice di Condotta del pubblico dipendente;
- Piano triennale Aziendale per la Prevenzione della Corruzione e per la Trasparenza, al momento vigente;

#### 4. DEFINIZIONI

Ai fini del presente Regolamento si intende:

- per “**contratto di sponsorizzazione**” : il contratto a prestazioni corrispettive , a titolo oneroso, mediante il quale l’ASST Santi Paolo e Carlo, (soggetto sponsorizzato o sponsee)- di seguito denominata Azienda – si impegna ad offrire spazi per la pubblicità del nome (denominazione sociale e commerciale, logo e marchio) e di eventuali messaggi scritti o audiovisivi (ma privi di riferimento a specifici prodotti sanitari) in forme diverse entro appositi predefiniti spazi pubblicitari, nei confronti di un altro soggetto (sponsor), che si obbliga, a fronte di un corrispettivo in denaro, beni o servizi;
- per “**sponsorizzazione**” : ogni contributo in beni e servizi, denaro od ogni altra utilità proveniente all’Azienda da terzi nell’ambito applicativo “*contratti di sponsorizzazione*” di cui al comma precedente;
- per “**sponsor**” : soggetto privato (persona fisica o giuridica) o soggetto pubblico che, al fine di incrementare la notorietà dei proprio segni distintivi e divulgare la propria immagine, corrisponde finanziamenti o altre utilità al soggetto che si impegna ad associare tale segno all’iniziativa oggetto di sponsorizzazione;
- per “**sponsee**” : l’Azienda titolare dei benefici economici apportati dalla stipula di contratti di sponsorizzazione;
- per “**spazio pubblicitario**” : lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dall’Azienda per la pubblicità dello sponsor;
- per “**manifestazione di interesse**” : la comunicazione all’Azienda, da parte di terzi, della volontà e disponibilità ad attivare contratti di sponsorizzazione;
- per “**sponsorizzazione pura**” : l’impegno dello sponsor nei confronti dell’Azienda di riconoscere esclusivamente un contributo economico (in cambio del diritto di sfruttare spazi per fini pubblicitari);
- per “**sponsorizzazione tecnica**” : l’oggetto del contratto è rappresentato dall’acquisizione o dalla realizzazione di lavori, servizi, forniture, direttamente a cura dello sponsor;

#### 5. IL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

La gestione delle sponsorizzazioni viene regolata mediante la sottoscrizione di un apposito contratto – atipico, di natura onerosa ed a prestazioni corrispettive – i cui aspetti generali sono disciplinati dalle norme del Codice Civile in materia di contratti.

Ogni contratto deve contenere:

- l’oggetto della sponsorizzazione;
- il diritto dello sponsor alla utilizzazione di uno spazio pubblicitario;
- la durata della sponsorizzazione;
- il corrispettivo, gli obblighi, le eventuali garanzie e responsabilità a carico dello sponsor;
- le clausole di tutela rispetto eventuali inadempienze.

Gli eventuali contratti aventi ad oggetto lavori e/o opere pubbliche devono altresì contenere:

- le modalità di verifica e controllo;
- la rispondenza e la conformità dei lavori al progetto e/o altri parametri ed indicatori di qualità che l’ASST intenda inserire;
- la disciplina della facoltà di recesso e le modalità di risoluzione;
- le garanzie ed assicurazioni richieste nell’Avviso.

Per quanto qui non espressamente indicato si rimanda ai singoli contratti.

Il contratto di sponsorizzazione quale contratto a titolo oneroso il cui corrispettivo può essere rappresentato da una dazione di denaro o dalla fornitura di beni, servizi, prestazioni/attività o dalla realizzazione di lavori, ai sensi e nel rispetto dell'art. 19 del D.Lgs. n. 50/2016 "Attuazione delle direttive 2014/23/UE, 2014/24/UE e 2014/25/UE sull'aggiudicazione dei contratti di concessione, sugli appalti pubblici e sulle procedure d'appalto degli enti erogatori nei settori dell'acqua, dell'energia, dei trasporti e dei servizi postali, nonché per il riordino della disciplina vigente in materia di contratti pubblici relativi ai lavori, servizi e forniture"; si sostanzia in una obbligazione di mezzi e non di risultato, lo sponsor quindi si obbliga a corrispondere il corrispettivo pattuito anche qualora non realizzi il ritorno economico atteso.

Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto per lo sponsee dal Direttore Generale dall'Azienda, o suo delegato, e per lo sponsor dal legale rappresentante dello sponsor o da un suo delegato.

## **6. SOGGETTI COINVOLTI NELLA GESTIONE DELLE PROCEDURE**

La procedura relativa alla stipulazione di contratti di sponsorizzazione, con valore sia inferiore alla soglia di € 40.000,00 (IVA esclusa), che superiore a tale soglia è condotta dal Servizio/UOC all'uopo preposto che assume anche il ruolo di RUP nei termini disciplinati dal Codice dei Contratti (D.Lgs. 50/2016). Il Servizio/UOC all'uopo preposto si avvarrà , per i dettagli operativi e tecnici, del Dipartimento/Servizio/ U.O. dell'Amministrazione Responsabili del progetto di sponsorizzazione.

Il contratto verrà sottoscritto dal Direttore del Servizio/UOC di riferimento.

## **7. RENDICONTAZIONE**

Il Dipartimento/Servizio/U.O. dell'Amministrazione Responsabili del progetto provvedono alla rendicontazione, con periodicità da definire in ragione della durata del progetto, ma comunque almeno semestrale, dell'andamento del progetto, tanto con riferimento alle prestazioni eventualmente stabilite dal progetto, tanto con riferimento allo stato di corresponsione degli introiti/realizzazione di forniture, servizi.

## **8. ACQUISIZIONE DI SPONSORIZZAZIONI DI VALORE INFERIORE O PARI AD EURO 40.000,00 (IVA ESCLUSA)**

L'Azienda raccoglie le necessità di sponsorizzazione e provvede all'indizione della procedura mediante Decreto del Direttore Generale, che approva: a) avviso di avvio della procedura, con i contenuti di cui all'art.10; b) bozza di contratto; c) documentazione descrittiva del progetto di sponsorizzazione. La scelta dello sponsor avviene mediante procedura selettiva secondo i criteri individuati nell'Avviso se l'ASST intende individuare un solo sponsor, ovvero accettando le proposte di più soggetti, qualora sia interessata ad una pluralità di sponsor.

L'Azienda acquisisce sponsorizzazioni di valore unitario inferiore o pari a 40.000,00 euro (IVA esclusa):

- recependo proposte spontanee dei potenziali sponsor, sostenute da adeguata descrizione della sponsorizzazione e dell'impegno relativo dell'Amministrazione;
- sollecitando i potenziali sponsor a rappresentare il loro interesse, mediante avvisi pubblici o forme di comunicazione mirata o comunque con modalità semplificate, anche in relazione al tipo di attività o di iniziativa che l'Amministrazione intende far sponsorizzare.

Il valore complessivo delle sponsorizzazioni di cui al precedente comma 2 è comprensivo di tutte le possibili opzioni, intendendosi come tali eventuali proroghe o rinnovi espressamente indicati nel contratto.

Qualora l'Azienda recepisca una proposta spontanea di un potenziale sponsor, analizza i contenuti della stessa, al fine di verificare la rilevanza dei propri obblighi come soggetto sponsorizzato e la congruità del valore rispetto alle prestazioni specifiche.

Qualora la proposta spontanea di sponsorizzazione comporti obblighi eccessivamente onerosi per l'Azienda o sproporzionati rispetto al valore offerto, la stessa richiede al potenziale sponsor una modifica delle condizioni in termini ad essa più favorevole e, in caso di rifiuto da parte del soggetto proponente, la rigetta.

Qualora pervengano all'Azienda più proposte spontanee di sponsorizzazione concorrenti tra loro, la stessa si confronta con i potenziali sponsor al fine di pervenire alla combinazione delle sponsorizzazioni, salvo che

non risulti evidente la necessità di assicurare un'esclusiva generale o commerciale. In tal caso l'Amministrazione seleziona la proposta di maggior valore.

L'Azienda non può acquisire sponsorizzazioni dello stesso sponsor mediante proposte spontanee o in risposta a sollecitazioni proprie in forma semplificata qualora le stesse nell'arco del medesimo esercizio finanziario superino il valore di 40.000 euro.

L'Azienda può acquisire sponsorizzazioni di valore unitario complessivo inferiore o pari a 40.000 euro sollecitando i soggetti potenzialmente interessati ad operare come sponsor rispetto a sue attività o iniziative mediante:

- specifico avviso, adeguatamente pubblicizzato in rapporto al valore potenziale della sponsorizzazione;
- comunicazione mirata nei confronti di particolari categorie di potenziali sponsor;
- comunicazione semplificata nei confronti di soggetti con potenziali capacità di sponsorizzazione e che abbiano manifestato interesse per le attività o per iniziative specifiche dell'Azienda.

Qualora l'Azienda acquisisca sponsorizzazioni sulla base delle procedure di cui al precedente comma 7, la selezione dei potenziali sponsor è effettuata tenendo conto:

- della possibilità di acquisire anche più sponsorizzazioni per lo stesso evento, al fine di ottimizzare la gestione delle risorse disponibili, modulando le forme di veicolazione dell'immagine, del logo o del rischio dello sponsor in modo differenziato;
- della necessità di massimizzare le proposte in termini di valore, anche sollecitando confronto sulla base di criteri imparziali e non discriminatori, quando le peculiarità dell'iniziativa o dell'attività richiedano l'utilizzo dell'esclusiva generale.

Quando l'Azienda acquisisce sponsorizzazioni sulla base delle procedure di cui al precedente comma 7, sottopone ai potenziali sponsor uno schema nel quale rende noti:

- l'attività o l'iniziativa per la quale intende acquisire la sponsorizzazione;
- il valore della sponsorizzazione;
- le prestazioni rese dall'Amministrazione come soggetto sponsorizzato-sponsee;
- le eventuali condizioni, come in particolare, l'esclusiva generale o commerciale;
- gli eventuali obblighi dello sponsor in riferimento all'eventuale relazione con l'immagine dell'Azienda.

I soggetti potenziali sponsor individuati mediante le procedure disciplinate dal presente articolo devono essere in grado di contrarre con l'Azienda e a tal fine prima della stipulazione del contratto, l'Azienda acquisisce specifica dichiarazione sostitutiva sull'assenza dei motivi di esclusione previsti dall'art. 80 del d.lgs 18 aprile 2016 n. 50, sottoponendola a verifica.

La stipulazione dei contratti di sponsorizzazione di valore inferiore o pari ad €40.000,00, acquisiti sulla base delle procedure disciplinate dal presente regolamento, è effettuata mediante scrittura privata con modalità elettroniche, secondo le regole stabilite dall'Amministrazione per i contratti di appalto in base all'art.32, comma 14 del d.lgs. 18 aprile 2016 n.50 ed è soggetta all'imposta di bollo.

Se richiesto dall'Azienda, lo sponsor deve prestare apposita garanzia fideiussoria per il pagamento del corrispettivo e per la garanzia del mantenimento delle condizioni stabilite dal contratto per tutta la durata dello stesso, sostituita mediante fideiussione bancaria o polizza assicurativa, contenete le clausole previste dal contratto.

## **9. ACQUISIZIONE DI SPONSORIZZAZIONE DI VALORE SUPERIORE 40.000,00 EURO (IVA ESCLUSA)**

L'Azienda raccoglie le necessità di sponsorizzazione e provvede all'indizione della procedura mediante Decreto del Direttore Generale che approva:

- Avviso di avvio della procedura, con i contenuti di cui all'art. 10;
- bozza di contratto;
- documentazione descrittiva del progetto di sponsorizzazione.

L'affidamento della procedura di scelta di sponsorizzazione di lavori, servizi o forniture per importi superiori a 40.000 euro (Iva esclusa), mediante donazione di denaro o accollo del debito, o altre modalità di assunzione

del pagamento dei corrispettivi dovuti, è soggetto esclusivamente alla previa pubblicazione sul sito internet dell'Amministrazione, per almeno trenta giorni, di apposito avviso, con il quale si rende nota la ricerca di sponsor per specifici interventi, ovvero si comunica l'avvenuto ricevimento di una proposta di sponsorizzazione, indicando sinteticamente il contenuto del contratto proposto.

Trascorso il periodo di pubblicazione dell'avviso di cui al precedente comma 1, il contratto può essere liberamente negoziato, purché nel rispetto dei principi di imparzialità e di parità di trattamento fra gli operatori che abbiano manifestato interesse, fermo restando il rispetto dell'art.80 del d.lgs. 18 aprile 2016 n.50.

Nel caso in cui lo sponsor intenda realizzare i lavori, prestare i servizi o le forniture direttamente a sua cura e spese, resta ferma la necessità di verificare il possesso dei requisiti degli esecutori e non trovano applicazione le disposizioni nazionali e regionali in materia di contratti pubblici di lavori, servizi e forniture, ad eccezione di quelle sulla qualificazione dei progettisti e degli esecutori. La stazione appaltante impartisce opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere o forniture e alla direzione dei lavori e collaudo degli stessi.

La stipulazione dei contratti di sponsorizzazione di valore superiore a 40.000,00 euro acquisiti sulla base delle procedure disciplinate dal presente regolamento è effettuata mediante scrittura privata con modalità elettroniche, secondo le regole stabilite dall'Amministrazione per i contratti di appalto in base all'art.32, comma 14 del d.lgs. 18 aprile 2016 n.50 ed è soggetta all'imposta di bollo.

Se richiesto dall'Azienda, lo sponsor deve prestare apposita garanzia fideiussoria per il pagamento del corrispettivo e per la garanzia del mantenimento delle condizioni stabilite dal contratto per tutta la durata dello stesso, sostituita mediante fideiussione bancaria o polizza assicurativa, contenete le clausole previste dal contratto.

## **10. ACQUISIZIONE DI SPONSORIZZAZIONI MEDIANTE RICERCA CON AVVISO PUBBLICO**

L'Azienda sollecita le manifestazioni di interesse alla sponsorizzazione di propri progetti, iniziative o interventi mediante un avviso pubblicato sul proprio sito internet.

L'Azienda può pubblicizzare gli avvisi nei quali esplicita la propria volontà di stipulare contratti di sponsorizzazione facendo ricorso anche:

- a pubblicazioni integrali o per estratto degli stessi su quotidiani a larga diffusione;
- a comunicazioni specifiche ad associazioni di categoria od imprenditoriali;
- a pubblicazioni integrali degli stessi su siti internet;
- a comunicazioni specifiche inoltrate a soggetti già in relazione con l'Azienda per contratti di pubblicità o che abbiano in precedenza manifestato l'interesse ad assumere il ruolo di sponsor.

L'avviso per sollecitare le manifestazioni d'interesse alle sponsorizzazioni è predisposto dal Servizio/UOC di riferimento con il supporto dei Dipartimenti dei Servizi e delle U.O. aziendali con riferimento ai seguenti elementi essenziali:

- descrizione dell'attività sponsorizzata;
- valore della sponsorizzazione;
- vantaggi potenziali per lo sponsor;
- obblighi generali dello sponsor;
- prestazioni principali per la veicolazione dei segni distintivi dello sponsor da parte del soggetto sponsorizzato – sponsee;
- procedura per la valutazione delle proposte;
- procedura per la formalizzazione del contratto.

La manifestazione di interesse, da presentarsi a cura dei soggetti terzi, deve essere in forma scritta, accompagnata dalle specifiche certificazioni richieste dall'avviso, redatta – se indicato – sull'apposita "scheda sponsor" pubblicata sul sito aziendale e deve indicare :

- il bene, il servizio, l'attività o il corrispettivo oggetto di sponsorizzazione;
- l'accettazione delle condizioni previste dall'avviso e l'impegno a sottoscrivere il contratto di sponsorizzazione;
- il corrispettivo della sponsorizzazione con specifica disponibilità all'erogazione del contributo previsto nei termini e le modalità previste nel bando.

## 11. CONFLITTO DI INTERESSE

Per “conflitto di interessi” si intende ogni situazione nella quale un interesse privato interferisce o potrebbe interferire, anche solo potenzialmente, con l’interesse primario rappresentato dall’obiettività, imparzialità, indipendenza della formazione professionale del settore salute.

L’Azienda non può stipulare contratti di sponsorizzazione con sponsor con i quali sussistano conflitti di interesse determinanti contrasto tra la propria attività istituzionale e le attività dello sponsor stesso.

Gli elementi che possono causare conflitti di interesse rappresentano causa di esclusione delle proposte di sponsorizzazione da confronti concorrenziali o di mancata valutazione delle stesse in relazione a manifestazioni di interesse spontanee.

In ogni caso l’Agenzia non procede alla formalizzazione di contratti di sponsorizzazione qualora sussista uno dei seguenti elementi comportanti potenziali conflitti di interesse:

- qualora lo sponsor abbia in corso un contenzioso con l’Agenzia;
- qualora lo sponsor sia un fornitore di beni, un prestatore di servizio un esecutore di lavori selezionato dall’Agenzia con le procedure previste dal d.lgs. 18 aprile 2016 n. 50 e s.m.i., a meno che la sponsorizzazione non sia stata compresa nelle condizioni in base alle quali è avvenuto l’affidamento della fornitura, del servizio o del lavoro;
- qualora l’oggetto della veicolazione pubblicitaria sia un marchio, un logo o un messaggio con contenuti violenti, politici, sessuali o di promozione dell’uso di sostanze proibite;
- qualora l’oggetto della veicolazione pubblicitaria sia un marchio, un logo o un messaggio con contenuti non conformi a quanto previsto dalle normali regole e dagli usi consolidati in materia di disciplina pubblicitaria.

L’eventuale insorgenza di conflitti di interesse nel corso del contratto di sponsorizzazione è causa di risoluzione.

## 12. STRUTTURA E CONTENUTI PRINCIPALI DEL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

L’Azienda accoglie le manifestazioni di interesse alla sponsorizzazione mediante l’adozione di Decreto del Direttore Generale.

Il Contratto di sponsorizzazione deve contenere i seguenti elementi:

- finalizzazioni generali della sponsorizzazione;
- iniziativa oggetto di sponsorizzazione;
- definizione dettagliata degli obblighi dello sponsor e del soggetto sponsorizzato –sponsee;
- definizione degli aspetti economici della sponsorizzazioni, con particolare riguardo alla forma del corrispettivo, realizzabile con finanziamento, messa a disposizione di beni o servizi, esecuzione di lavori;
- indicazione di clausole specifiche inerenti il particolare rapporto contrattuale;
- definizione dettagliata della disciplina dell’uso dei loghi, marchi o segni distintivi dello sponsor;
- definizione dettagliata delle forme di veicolazione dei segni distintivi dello sponsor;
- specificazione delle modalità e degli strumenti per l’eventuale valutazione dell’efficacia della sponsorizzata;
- la durata del contratto di sponsorizzazione;
- le clausole inerenti la risoluzione del contratto e delle controversie.

Quando l’Azienda ha individuato come corrispettivo della sponsorizzazione l’esecuzione di lavori, i contratti a tal fine stipulati contengono anche l’esatta individuazione dei lavori da effettuare e le modalità di svolgimento degli stessi, nonché i profili utili alla loro correlazione con le attività di veicolazione dei segni distintivi dello sponsor.

I soggetti che eseguono i lavori nell’ambito dei contratti di cui al precedente comma 2, siano essi gli sponsor o soggetti individuati, devono comunque possedere la qualificazione per la realizzazione delle opere, ai sensi della normativa vigente.

Il contratto di sponsorizzazione viene sottoscritto dallo sponsor e dal Direttore del Servizio/UO di riferimento.

### **13. TUTELA DEI MARCHI**

I contratti di sponsorizzazione stipulati dall'Azienda prevedono necessariamente clausole inerenti le garanzie e le forme di tutela dei marchi, con specificazione dell'utilizzo dei loghi e dei segni distintivi dello sponsor, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.

### **14. CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE AVENTI COME PRESTAZIONI CORRISPETTIVE LA REALIZZAZIONE DI OPERE PUBBLICHE**

Ai sensi dell'art. 19 del D.Lgs. n. 50/2016, l'ASST può individuare come corrispettivo delle prestazioni da essa rese in qualità di sponsee la eventuale realizzazione, totale o parziale, di uno degli interventi previsti nel piano pluriennale delle opere pubbliche, ivi compresa la progettazione l'esecuzione, la direzione lavori, il collaudo le certificazioni di lavori per la realizzazione o la manutenzione di opere a destinazione pubblica.

La scelta dello sponsor avviene, ai sensi del D.Lgs. n. 50/2016, e s.m.i., nonché secondo le disposizioni in materia di requisiti di qualificazione dei progettisti e degli esecutori del contratto.

Gli sponsor che effettuano direttamente i lavori definiti quali corrispettivo delle sponsorizzazioni devono possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività, nel pieno rispetto di quanto previsto normativa vigente in materia.

Analogamente i soggetti eventualmente individuati dagli sponsor quali esecutori dei lavori definiti a corrispettivo delle sponsorizzazioni devono possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività nel rispetto di quanto previsto normativa vigente in materia.

Restano comunque sempre a carico dell'ASST:

- la validazione e l'approvazione del progetto nelle sue varie fasi
- l'approvazione delle varianti se e qualora si rendessero necessarie
- le prescrizioni in ordine alla progettazione, alla direzione ed all'esecuzione dei lavori l'approvazione del collaudo
- la nomina dei collaudatori.

L'Azienda resta estranea a tutti i rapporti eventualmente intrattenuti dallo Sponsor con i suoi esecutori, siano essi progettisti, tecnici, imprese esecutrici, fornitori, subappaltatori o terzi in genere.

L'UOC Gestione tecnico-patrimoniale effettuerà le verifiche e controlli periodici, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti sia per i contenuti tecnici sia per gli aspetti quantitativi, qualitativi e finanziari o secondo le modalità definite nel contratto.

Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor.

La notifica e l'eventuale contestazione producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

### **15. FORMAZIONE ECM, CAMPAGNE INFORMATIVE, PROGETTI DI RICERCA E STUDIO**

Tenuto conto di specifiche finalità strategiche aziendali, è consentito all'ASST acquisire sponsorizzazioni per l'organizzazione di eventi formativi rientranti nei fini istituzionali, in particolare ma non solo, per il miglioramento dell'assistenza sanitaria e della qualità delle prestazioni, nel rispetto del vigente Decreto Legislativo n. 219/2006 art. 124, nonché secondo principi di chiarezza e trasparenza, con esclusione dei casi di eventuale conflitto di interessi.

In merito all'istituto delle sponsorizzazioni nei seguenti settori:

- la formazione ECM
- la partecipazione, sia a titolo oneroso che gratuito – in qualità di docente, moderatore o relatore – ad attività di tipo scientifico e convegnistico.

Si rinvia al documento regionale "Linee Guida in materia di sponsorizzazioni" del 24/01/2019 n. G1.2019.0002949 elaborato dalla Direzione Generale Welfare, alle vigenti normative in materia e ad altre fonti regolamentari interne.

### **16. DIRITTO DI RIFIUTO DELLE SPONSORIZZAZIONI**

L'Azienda, 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 un possibile pregiudizio o un danno alla sua immagine e/o alle sue iniziative od una lesione della propria dignità;
- 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 e dispositivi medici in senso stretto;
- 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 ASST.

## **17. UTILIZZO DEI PROVENTI E ASPETTI FISCALI**

Le somme incassate dall'Azienda mediante i contratti di sponsorizzazione sono utilizzate per le finalità specificate nell'avviso, così come meglio definite nei singoli contratti.

I suddetti proventi debbono sempre e comunque essere finalizzati al perseguimento di interessi pubblici, al miglioramento della qualità dei servizi prestati, alla riduzione delle spese, il tutto come meglio indicato all'art. 2 del presente Regolamento. Pertanto, le somme eventualmente non utilizzate al termine della realizzazione di quanto previsto nello specifico contratto di sponsorizzazione saranno destinate al finanziamento di altre iniziative nei citati ambiti, secondo gli accordi interni cui si fa rinvio e di cui sarà data apposita rendicontazione.

Il valore della fatturazione per la sponsorizzazione corrisponde all'importo della somma determinata nel contratto per il sostegno della sponsorizzazione medesima.

L'ASST provvederà ad emettere regolare fattura di importo corrispondente al contributo determinato nel contratto, oltre IVA a norma di legge.

## **18. VERIFICHE E CONTROLLI**

I contratti di sponsorizzazione sono soggetti a periodiche verifiche da parte del Responsabile del progetto al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti.

Eventuali difformità devono essere tempestivamente e formalmente contestate allo sponsor producendo gli effetti relativi al contratto di sponsorizzazione.

La valutazione del conflitto di interesse dovrà essere fatta caso per caso, prima dell'avvio della sponsorizzazione.

## **19. INADEMPIENZE**

Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo da parte dello sponsor sarà causa di risoluzione del contratto, fatto salvo il risarcimento di ogni maggiore danno.

## **20. RISERVA ORGANIZZATIVA**

E' tuttavia facoltà dell'ASST, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale e/o per particolari tipologie commerciali, affidare in convenzione e collaborazione l'incarico per il reperimento di possibili sponsor ad agenzie di pubblicità.

## **21. RESPONSABILITÀ**

Il soggetto sponsorizzato è sollevato da qualsiasi responsabilità civile e penale conseguente all'allestimento e allo svolgimento delle attività sponsorizzate da parte dello sponsor.

## **22. 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.12 e seguenti del Regolamento dell'UE n. 2016/679.

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.

## **23. DECORRENZA E CLAUSOLE GENERALI DI RINVIO**

Il presente Regolamento entra in vigore dalla data di adozione della Deliberazione di approvazione.

Per quanto non espressamente indicato nel presente Regolamento e nel contratto si fa rinvio alle disposizioni del Codice Civile ed alla normativa vigente in materia.