

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

ART. 1 – Finalità

Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997 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 nonché di criteri di efficienza, efficacia e trasparenza.

Le iniziative di sponsorizzazione sono dirette a favorire l'innovazione della organizzazione nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali e devono essere dirette al perseguimento di pubblici interessi escludendo forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata.

ART. 2 - Definizioni

Ai fini del presente regolamento:

- a. per “*contratto di sponsorizzazione* “ si intende un contratto a titolo oneroso mediante il quale la ASL Rieti (sponsee) offre ad un terzo (sponsor), che si obbliga ad erogare un corrispettivo prefissato (in denaro o in servizi), la possibilità di promuovere, in appositi e predeterminati luoghi e spazi nell'ambito delle strutture Aziendali, 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 a seguito di avviso e bando predisposto e pubblicato sul sito aziendale;
- f. per “*spazio pubblicitario*” si intende lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione della ASL Rieti per la pubblicità dello sponsor.



ART. 3 – Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi, con soggetti pubblici, privati e associazioni senza fini di lucro, per realizzare o acquisire a titolo gratuito interventi, servizi, prestazioni, beni o attività inseriti nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio dell'Azienda; il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di una economia di bilancio totale o parziale, rispetto alla previsione di spesa, in relazione alla totale o parziale acquisizione, senza oneri per l'Azienda, del previsto risultato da parte dello sponsor.

ART. 4 – Proposta di Sponsorizzazione

La sponsorizzazione può avere origine per:

- a. iniziative spontanee di terzi attraverso una proposta di sponsorizzazione;

L'Azienda può stipulare contratti di sponsorizzazione con soggetti pubblici o privati i quali, intendendo assumere la veste di sponsor di progetti o iniziative della ASL Rieti, manifestino spontaneamente la loro volontà.

- b. iniziativa dell'Azienda attraverso un Progetto di sponsorizzazione finalizzato all'acquisizione di risorse a sostegno delle attività di sviluppo delle proprie finalità istituzionali.

L'Azienda sollecita i soggetti potenzialmente interessati ad operare come sponsor rispetto alle proprie attività o iniziative mediante specifico avviso.

All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione sul sito Internet www.asl.rieti.it ed eventualmente con le altre forme ritenute di volta in volta più convenienti in relazione all'entità della sponsorizzazione e per una maggiore conoscenza e partecipazione, quali ad esempio su mezzi di stampa locali o nazionali, comunicazioni dirette a specifiche categorie di soggetti terzi potenzialmente interessati ad assumere la veste di sponsor (associazioni di categoria o imprenditoriali, soggetti che abbiano in precedenza manifestato l'interesse ad assumere il ruolo di sponsor).

ART. 5 – Procedure per la scelta dello sponsor

- **Manifestazione di interesse da parte di terzi**

La manifestazione di interesse dovrà essere esplicitata in forma scritta e contenere l'esatta tipologia di opportunità commerciale prescelta (tipologia prodotto o servizio da pubblicizzare) nonché le quantità ed i luoghi oggetto di interesse nell'ambito delle opportunità offerte dalla ASL Rieti.

Nel caso pervengano all'Azienda proposte di sponsorizzazione concorrenti, potrebbe rendersi necessario procedere alla selezione delle migliori offerte, eventualmente previa pubblicazione di un ulteriore avviso pubblico diretto a stimolare eventuali ulteriori proposte migliorative.



La ASL Rieti accoglie la richiesta mediante provvedimento approvativo del relativo schema di contratto, nel quale lo sponsor si impegna, fra l'altro, a rispettare quanto contenuto nel presente regolamento. Nel contratto medesimo in corrispondenza dell'indicazione degli specifici prodotti oggetto di pubblicità, 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.

- **Acquisizione di Sponsorizzazioni**

La scelta dello sponsor è effettuata previo avviso da pubblicare sul sito web della ASL Rieti.

L'avviso dovrà contenere, in particolare i seguenti dati:

- l'oggetto della sponsorizzazione e le caratteristiche del Progetto dell'iniziativa sponsorizzata;
- obiettivi della proposta di sponsorizzazione;
- tipologia di sponsorizzazione ricercata (mono o pluri sponsor);
- vantaggi per lo sponsor;
- obblighi dello sponsor, secondo i contenuti del progetto;
- impegni dello sponsor per la veicolazione del marchio/nome/logo dello sponsor;
- procedura di valutazione delle proposte presentate;
- modalità e termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione;
- aspetti fiscali del contratto di sponsorizzazione.

A seconda dell'importo della sponsorizzazione, si distinguono due diverse modalità procedurali ed operative nella scelta:

1. **affidamento tramite procedura ad evidenza pubblica, per sponsorizzazioni di importo superiore ad € 20.000,00;**
2. **affidamento mediante procedura semplificata, per sponsorizzazioni di importo uguale o inferiore a € 20.000,00.** In tale caso specifico, l'Azienda, per garantire maggiore tempestività e snellezza alle procedure, sceglie o accetta lo sponsor con modalità semplificate sulla base di una valutazione da parte della Commissione di Garanzia di cui al successivo art. 10.

ART. 6 – Modalità delle offerte:

Sia nel caso di manifestazione di interesse da parte di terzi che nel caso di sollecitazione da parte dell'Azienda mediante avviso, l'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

- a. per le persone fisiche
 - l'inesistenza di divieti a contrattare con la PA e di ogni altra situazione considerata dalla normativa come pregiudizievole o limitante la capacità contrattuale;
 - l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
 - l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se titolari di imprese).
- b. per le persone giuridiche
 - oltre alle autocertificazioni sopra elencate riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza, deve essere attestato il nominativo del legale rappresentante.
- c. per i soggetti pubblici
 - il nominativo del legale rappresentante.

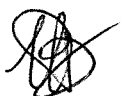
Oltre alle suddette autocertificazioni dovranno essere presentate quelle espressamente richieste dalla normativa vigente in relazione all'oggetto della sponsorizzazione.

L'offerta inoltre deve contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.

ART. 7 – Spazi ed Iniziative oggetto di possibile sponsorizzazione

Gli spazi (bacheche, inserzioni) oggetto di possibile sponsorizzazione presso la ASL Rieti sono le seguenti:

- spazi in aule didattiche
- spazi murali nelle aree di ingresso, nei corridoi di percorrenza del pubblico e nelle sale di attesa presso tutte le strutture dell'Azienda per la collocazione di manifesti ed avvisi pubblicitari
- spazi nell'ambito della cartellonistica di segnalazione al pubblico
- spazi nelle bacheche aziendali
- spazi presso punti strategici della comunicazione al pubblico (totem, ristorazione, mense, ecc.)
- spazi esterni, aree verdi
- spazi sugli organi di informazione e pubblicazioni aziendali
- spazi sulle locandine relative a corsi e convegni
- monitor e rotors luminosi informativi
- chioschi multimediali pubblicitari



Le iniziative oggetto di possibile sponsorizzazione presso la ASL Rieti sono le seguenti:

- progetti di ricerca sanitaria finalizzata
- programma di eventi Aziendali: Conferenze dei Servizi, Corsi e Convegni scientifici e spazi sui relativi depliant
- arredi ed abbellimenti per accoglienza e sale d'aspetto
- fornitura e donazione di prodotti
- giochi per pediatria
- acquisto attrezzature

ART. 8 – Casi di esclusione dalle sponsorizzazioni

Sono escluse le sponsorizzazioni riguardanti:

- Prodotti farmaceutici;
- Propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- Pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, onoranze funebri, armi, cartochiromanzia, magia ed occultismo, editoria e proiezioni pornografiche o a sfondo sessuale e ogni materiale vietato ai minori;
- Messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

Non sono inoltre consentite le sponsorizzazioni, di cui al presente regolamento, all'interno dei reparti e servizi di degenza ospedaliera, presso i locali del servizio d'emergenza del Pronto Soccorso/Rianimazione, le camere mortuarie, presso la cappella ed i luoghi di culto.

Non è prevista la collocazione di banner pubblicitari sul parco autovetture dell'Azienda considerati i compiti istituzionali di polizia giudiziaria, di verifica e controllo ispettivo per i quali possono venire utilizzate le auto in questione.

La ASL Rieti, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:

- ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
- ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
- la reputi inaccettabile per motivi di inopportunità generale.

ART. 9 – Modalità di organizzazione

La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dalla ASL Rieti attraverso la UOSD Comunicazione e Marketing, struttura di riferimento in ambito aziendale.

È facoltà dell'Azienda, qualora lo ritenga conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale e/o per particolari tipologie commerciali, consentire alle Agenzie di pubblicità

specializzate di collaborare, senza alcun diritto di esclusiva, con l'Azienda Sanitaria nel reperimento di possibili sponsor previo riconoscimento di una quota degli introiti all'Agenzia medesima pari al 20% del valore complessivo (IVA compresa) previsto nei contratti e nel tariffario. È facoltà dell'agenzia pubblicitaria medesima farsi riconoscere dal singolo sponsor una quota aggiuntiva per l'acquisizione dei prodotti pubblicitari rispetto alle tariffe dell'Azienda, quota corrispondente al valore del servizio di agenzia fornito (espletamento incombenze amministrativo contabili, verifica collocazione spazi, eventuale creazione grafica e stampa manifesti, servizio di affissione chiavi in mano; ecc.).

Al fine di assicurare la necessaria trasparenza le agenzie sono tenute a comunicare allo sponsor il dettaglio dei costi di pubblicità nei quali siano chiaramente evidenziate le tariffe base aziendali nonché l'importo aggiuntivo praticato in quanto corrispondente al servizio di agenzia.

Il non rispetto delle clausole di cui al presente articolo comporta la decadenza della possibilità di attivare ulteriori contratti con l'agenzia pubblicitaria.

ART. 10 – Commissione di Garanzia

Al fine di assicurare una puntuale applicazione di quanto previsto dal presente regolamento, in particolare per quanto riguarda l'analisi di aspetti tecnico-sanitari e la conseguente individuazione di eventuali conflitti di interesse relativamente ai prodotti oggetto di possibile sponsorizzazione, è istituita una "Commissione di Garanzia" formata dal:

- Responsabile UOSD Affari Generali e Legali o suo delegato
- Responsabile UOSD Comunicazione e Marketing o suo delegato
- Responsabile UOSD Servizio Prevenzione e Protezione o suo delegato
- Responsabile della UOC Tecnico Patrimoniale o suo delegato

La Commissione sarà chiamata ad esprimere un parere sulle iniziative contenute nel bando, sulla valutazione delle offerte e sulla scelta degli sponsor, avvalendosi del supporto di altri membri qualora, in fase di valutazione, fosse richiesta una specifica competenza tecnico-scientifica.

L'eventuale parere negativo della Commissione di Garanzia circa l'oggetto di una sponsorizzazione è vincolante e pregiudica la possibilità di attivare il/i contratto/i di sponsorizzazione di che trattasi.

L'espressione del parere favorevole/sfavorevole della Commissione vige su tutti i successivi contratti aventi per oggetto la stessa tipologia merceologica già oggetto del parere stesso.

La Commissione decide in seduta congiunta a maggioranza dei propri componenti; in caso di impossibilità a partecipare, il componente può delegare la partecipazione ad altro dirigente o funzionario della propria UOC/UOSD.



ART. 11 – Il Contratto di Sponsorizzazione

La UOSD Affari Generali e Legali provvederà quindi alla stesura e stipula del contratto di sponsorizzazione fra l'Azienda Sanitaria e lo sponsor; rientra nei contratti di pubblicità bilaterale, a prestazioni corrispettive con regime giuridico riconducibile alle norme generali sui contratti (Art. 1323 C.C.).

Trattasi di "spese di pubblicità" (ai sensi del D.Lgs. n.74/92 e s.m.i.) e come tale è interamente deducibile dal reddito di imponibile d'impresa.

L'introito per la ASL Rieti avviene mediante emissione di fattura con IVA con pagamenti nei termini previsti dai contratti e rientra nei "redditi diversi" ai sensi dell'art. 81 T.U.I.R D.P.R. n. 917/86.

ART. 12 – Trattamento dei dati sensibili

I dati sensibili raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dello stesso previste, ai sensi del D. Lgs. 196/2003.

ART. 13 – Spese contrattuali

Ogni spesa contrattuale inerente e conseguente la stipulazione del contratto di sponsorizzazione è a carico dello sponsor.

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.

