
SEDE LEGALE

Via dei Ponderanesi n. 2 – 13875 Ponderano (BI)
P.IVA 01810260024

DELIBERAZIONE DEL DIRETTORE GENERALE

Deliberazione n. 38 del 13/07/2021

Per approvazione

IL DIRETTORE GENERALE

Dr. Mario Sano'

All. A

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI.

Art. 1 – Oggetto e finalità

Il presente regolamento disciplina gli accordi di sponsorizzazione da parte di terzi in applicazione e previsti dall'art. 43 della L. n. 449/1997, dall'art. 28, comma 2 bis della L. n. 448/1998, dall'art. 30, comma 8 della L. 488/1999, dall'art.119 del D.Lgs. 267/2000, e dall'art. 19 del D. Lgs. n. 50/2016 (Codice dei contratti pubblici) e s.m.i., ed è finalizzato ad assicurare all'ASL di Biella, indicando gli atti e le condizioni necessarie, una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione nel rispetto delle norme vigenti nonché di criteri di efficienza, efficacia e trasparenza ed in osservanza del principio di esclusione di conflitto di interessi tra l'attività pubblica e quella privata.

Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali prestati.

L'attività di sponsorizzazione oggetto del presente regolamento è diretta a reperire risorse economiche e patrimoniali utilizzate principalmente per il miglioramento degli standard di qualità dei servizi erogati all'utenza, per campagne di comunicazione istituzionale e di informazione ed educazione alla salute ai cittadini ed utenti, per ridurre le spese rispetto agli stanziamenti previsti nel bilancio previsionale.

Art. 2 – Definizioni

Ai fini del presente regolamento si intende:

- per “contratto di sponsorizzazione” , a norma di quanto previsto dall'art. 43, comma 1, della L. n. 449/1997, un contratto a titolo oneroso, a prestazioni corrispettive, finalizzato al sostegno di interventi, servizi o iniziative aziendali inseriti nei programmi di spesa ordinari o di specifici progetti innovativi aziendali, concluso con soggetti privati o associazioni senza scopo di lucro, per realizzare o acquisire, a titolo gratuito, interventi, prestazioni, attività, beni e servizi previsti nei piani di spesa aziendali, mediante i quali l'ASLBI (sponsee) offre ad un terzo (sponsor), che si obbliga ad effettuare una determinata controprestazione (in denaro, beni o servizi), la possibilità di promuovere il nome, il logo, i prodotti, le offerte commerciali, le promozioni in appositi e predeterminate forme, luoghi e spazi nell'ambito delle strutture aziendali e di legare il proprio brand a progetti di interesse collettivo ad alto contenuto valoriale, ottenendo un ritorno di immagine;
- per “sponsorizzazione” ogni contributo in beni, servizi, prestazioni, denaro od ogni altra utilità provenienti all'ASLBI da parte di terzi nell'ambito applicativo dei “contratti di sponsorizzazione” di cui al punto precedente;
- per “sponsor” il soggetto terzo privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico che intenda stipulare un contratto di sponsorizzazione con l'ASLBI;
- per “sponsee” si intende l'ASLBI, titolare dei benefici economici apportati dalla stipula dei contratti di sponsorizzazione;
- per “spazio pubblicitario” si intende lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dall'ASLBI per la pubblicità dello sponsor.
- per “manifestazione d'interesse” la comunicazione all'ASLBI da parte di terzi della volontà e disponibilità ad attivare contratti di sponsorizzazione.

Art. 3 – Oggetto, contenuti e corrispettivi delle sponsorizzazioni.

Con il contratto di sponsorizzazione lo sponsor eroga all' ASL BI:

- somme di denaro;
- forniture di beni, attrezzature;
- servizi o lavori.

Nel caso di messa a disposizione di beni e servizi si assume quale controvalore monetario del contratto, il valore di mercato delle prestazioni o dei beni erogati dallo sponsor.

L' ASLBI si assume l'obbligo di dare visibilità allo sponsor nelle modalità definite nel contratto.

Art. 4 – Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione.

Nel corso dell'anno, la Direzione Strategica può formulare indirizzi specifici ai dirigenti per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione e/o per specifici progetti aziendali o dipartimentali.

Le iniziative di sponsorizzazione possono essere prioritariamente individuate nell'ambito degli strumenti di programmazione delle attività.

Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può, inoltre riguardare, previo parere del Comitato di Garanzia individuato nel presente regolamento, le iniziative di seguito elencate ma non in modo esaustivo:

- servizi aggiuntivi e/o integrativi dell'assistenza sanitaria promossi dall'ASLBI potendo ricorrere anche a progetti premianti per il personale dipendente;
- altri beni o servizi tesi al miglioramento del confort e della qualità dei servizi;
- indagini scientifiche;
- eventi aziendali;
- iniziative nell'ambito dello sviluppo del Sistema Qualità, dell'Educazione alla salute e della Customer Satisfaction;
- offerta di beni, servizi, prodotti, arredi ecc.;
- iniziative di sostegno a cause di utilità sociale;
- iniziative di welfare integrativo a vantaggio del personale;
- cessione all'ASLBI di prodotti promozionali da distribuire ai pazienti, dipendenti e/o soggetti che frequentano le strutture aziendali.

Art. 5 – Scelta dello sponsor.

La scelta dello sponsor è effettuata, ai sensi dell'art. 19 del D.Lgs. 50/2016, mediante la comunicazione della possibilità e dell'interesse di attivare contratti di sponsorizzazione con una pubblica selezione, preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso per la ricerca di uno o più sponsor, sul sito Aziendale e in altre forme ritenute di volta in volta più utili per una maggior conoscenza e partecipazione.

L'ASLBI può dare notizia dell'avviso a soggetti ritenuti eventualmente interessati.

L'avviso di cui al primo comma deve contenere:

- oggetto del contratto di sponsorizzazione e obblighi dello sponsor;
- clausole operative riferite alle prestazioni a carico dell'ASLBI per la veicolazione dei segni identificativi dello sponsor coerenti con l'organizzazione aziendale e proporzionale ai valori complessivi della sponsorizzazione;
- modalità e termini per la presentazione dell'offerta di sponsorizzazione;
- durata del contratto;
- importo minimo o controvalore monetario minimo, richiesto, in caso di messa a disposizione di beni e servizi.
- modalità e criteri di redazione della graduatoria nell'eventualità di risposta al bando eccedente il valore stimato inizialmente per l'iniziativa.

L'offerta di sponsorizzazione deve essere presentata in forma scritta e deve, di norma, contenere:

- bene, servizio, immagine, attività o prestazione che si intende sponsorizzare;
- corrispettivo della sponsorizzazione, con impegno ad erogare il contributo previsto nei termini e alle condizioni indicate;
- accettazione delle condizioni previste nell'avviso, delle disposizioni del presente regolamento e l'impegno a sottoscrivere il contratto di sponsorizzazione che sarà negoziato tra le parti nell'ambito delle condizioni previste nell'avviso;
- impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.

Nel caso di attività e iniziative per la realizzazione delle quali viene prevista una procedura di sponsorizzazione relativa all'acquisizione di un solo sponsor e per le quali pervengano più offerte riferite alla stessa iniziativa, verrà stilata una graduatoria in ragione dei criteri definiti di volta in volta nell'avviso, e verranno contrattualizzati i soggetti fino alla concorrenza del valore stimato inizialmente dell'iniziativa.

Art. 6 – Il contratto di sponsorizzazione.

Il contratto di sponsorizzazione:

- 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.);
- si sostanzia in un'obbligazione di mezzi e non di risultato, lo sponsor è tenuto a corrispondere il corrispettivo pattuito anche se non realizza il ritorno economico atteso;
- per le imprese private trattasi di "spese di pubblicità" (D.L.74/92) e come tale è interamente deducibile dal reddito di imponibile d'impresa;
- le spese inerenti e conseguenti il contratto di sponsorizzazione sono a carico dello sponsor;
- è sottoscritto dallo sponsor e dal Direttore Generale dell'ASLBI o suo delegato;
- deve contenere:
 - ✓ oggetto e finalità;
 - ✓ impegni dello sponsor, corrispettivo, obblighi, eventuali garanzie e responsabilità a suo carico;

- ✓ impegni dell'ASLBI;
- ✓ durata;
- ✓ clausole di tutela in caso di inadempienze,
- ✓ verifiche contrattuali,
- ✓ diritto dello sponsor all'utilizzo degli spazi e /o degli altri strumenti di veicolazione pubblicitaria;
- i contratti aventi per oggetto lavori devono altresì contenere:
 - ✓ modalità di verifica e controllo della rispondenza e conformità dei lavori al progetto e/o altri parametri ed indicatori di qualità che l'ASLBI ha inserito;
 - ✓ disciplina della facoltà di recesso e modalità di risoluzione;
 - ✓ garanzie e assicurazioni richieste nell'avviso.

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

Art. 7 – Casi di esclusione dalle sponsorizzazioni.

Luoghi:

non sono consentite le sponsorizzazioni di cui al presente regolamento all' "interno":

- ✓ dei reparti e servizi sanitari ospedalieri, escluse le sale d'aspetto;
- ✓ le camere mortuarie, presso la cappella ed i luoghi di culto;
- ✓ altre aree escluse su indicazione motivata della direzione sanitaria.

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

Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:

- ✓ servizi di onoranze funebri;
- ✓ prodotti farmaceutici;
- ✓ pubblicità diretta o collegata a servizi di badanza;
- ✓ prodotti e/o servizi o propaganda di natura politica, religiosa, sindacale;
- ✓ prodotti dannosi per la salute e lesivi della dignità umana ad esempio: pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di fumo di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
- ✓ messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia;
- ✓ nonché prodotti e/o servizi in reale o potenziale conflitto di interesse con l'attività e gli scopi istituzionali dell'ASL BI.

Art. 8 – Diritto di rifiuto dei progetti di sponsorizzazione.

L'ASLBI si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora manchino o vengano meno durante l'esecuzione del contratto, le limitazioni di cui alla Legge n. 449/97 art. 43 comma 3 e all'art. 80 D.Lgs. 50/2016.

Si riserva comunque unilateralmente la facoltà di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione, attraverso il Comitato Etico di Garanzia di cui all'articolo 9, qualora ravvisi potenziali danni all'immagine del servizio sanitario o semplicemente la ritenga, per ragioni di interesse pubblico, inopportuna, o ritenga che possa derivare un conflitto d'interesse tra l'attività pubblica e quella privata, o 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 – Comitato etico di garanzia.

Al fine di assicurare una puntuale applicazione di quanto previsto del 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 istituito in "Comitato Etico di Garanzia" interno all'Azienda.

Tale Comitato viene consultato per l'espressione di apposito parere circa l'oggetto delle sponsorizzazioni, con riferimento in particolare alle tipologie merceologiche delle medesime. L'eventuale parere negativo del "Comitato Etico 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 del Comitato vige su tutti i successivi contratti aventi per oggetto la stessa tipologia merceologica già oggetto del parere stesso.

Il Comitato di Garanzia è costituito dal:

- Direttore Sanitario con funzioni di Presidente;
- Direttore Amministrativo;
- Direttore dell'Area Ospedaliera, Territoriale o della Prevenzione per competenza;
- Responsabile trasparenza e anticorruzione.
- Responsabile Area Legale.

Il Comitato di Garanzia deve di norma essere integrato dal Responsabile di uno dei servizi ordinatori o di Strutture e Uffici comunque coinvolti o loro delegati qualora l'oggetto di sponsorizzazioni siano contratti aventi prestazioni corrispettive rientranti nelle loro aree di competenza.

Il Comitato Etico di Garanzia decide in seduta congiunta a maggioranza dei propri componenti.

Nell'ipotesi di conflitto d'interesse, anche solo potenziale, in merito al progetto, ogni componente è tenuto all'astensione.

Il Comitato è altresì competente ad effettuare, a propria discrezione e, se necessario, verifiche circa il rispetto degli accordi sottoscritti.

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. 10 – Modalità di organizzazione.

La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Azienda Sanitaria senza il ricorso ad alcuna agenzia esterna.

Responsabile della procedura sarà il Direttore della SC FDA che raccolti i progetti aziendali, in collaborazione con l'Ufficio comunicazione e URP, dai Direttori di Area e di Dipartimento, con il Comitato Etico di garanzia e di un gruppo di lavoro, che di volta in volta sarà composto dai

Responsabili delle strutture interessate o loro delegati, procederà ad attuare quanto previsto dal presente regolamento in particolare provvederà all'adozione degli atti amministrativi, alla pubblicazione del bando, alla stesura e stipula del contratto di sponsorizzazione e successivamente, porterà avanti tutti i passaggi per il completamento del progetto, per garantire i controlli e la rendicontazione alla Direzione Strategica.

Art. 11 – Affidamento diretto.

Potrà procedersi ad affidamento diretto della sponsorizzazione nei seguenti casi:

- in caso siano state esperite senza esito le procedure di cui al precedente art. 5;
- in casi eccezionali, adeguatamente motivati, legati alla particolare natura dell'evento i cui contenuti limitino la trattativa a soggetti determinati;
- nel caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore ad euro 40.000.

Art. 12 – Verifiche e controlli.

I contratti di sponsorizzazione sono soggetti a periodiche verifiche da parte della Struttura competente di cui all' al fine di accertare gli adempimenti convenuti, dei contenuti tecnici, dei risvolti quantitativi e qualitativi.

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 e comunque l'immediato intervento dello sponsor per il ripristino sui livelli ottimali della prestazione convenuta.

Art. 13 – Tutela dei marchi e responsabilità.

I contratti di sponsorizzazione stipulati dall'ASLBI prevedono necessariamente clausole inerenti le garanzie e le forme di tutele dei marchi, con riferimento all'utilizzo dei loghi e dei segni distintivi, nel rispetto della normativa vigente in materia.

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

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

Art. 14 – Trattamento dei dati sensibili.

I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dello stesso previste, ai sensi del D. Lgs.196/2003 adeguato dal D. Lgs 101/2018 alle disposizioni del Regolamento UE 2016/679.

Art. 15 – Aspetti fiscali.

L'ASLBI emetterà fattura allo sponsor intestatario del contratto per l'importo corrispondente all'impegno assunto, oltre IVA.

Art. 16 – Spese contrattuali.

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

Art. 17 – Norma Finale.

Il presente regolamento entra in vigore ad intervenuta esecutività della deliberazione di adozione da parte della ASL BI.

A decorrere dalla data di entrata in vigore del presente regolamento cesseranno di avere efficacia le disposizioni relative a materie disciplinate dallo stesso riconducibili a precedenti regolamenti aziendali.