



Servizio Sanitario Nazionale - Regione dell'Umbria
AZIENDA UNITA' SANITARIA LOCALE UMBRIA N. 2
Sede Legale Provvisoria: Viale Donato Bramante 37 – Terni
Codice Fiscale e Partita IVA 01499590550

Delibera del Direttore Generale n. 752 del 16/09/2014

Oggetto: Regolamento aziendale per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni.
Approvazione

IL DIRETTORE GENERALE

VISTA la proposta di delibera in oggetto di cui al num. Provv. 5618 del Servizio Proponente, COMUNICAZIONE E RELAZIONI ESTERNE

ACQUISITI i pareri del Direttore Sanitario e del Direttore Amministrativo come di seguito indicato:

Direttore Sanitario parere FAVOREVOLE
Direttore Amministrativo parere FAVOREVOLE

DELIBERA

Di recepire la menzionata proposta di delibera che allegata al presente atto ne costituisce parte integrante e sostanziale e di disporre quindi così come in essa indicato.

IL DIRETTORE SANITARIO (*)
(Dr. Imolo Fiaschini)

IL DIRETTORE AMMINISTRATIVO (*)
(Dott. Roberto Americioni)

IL DIRETTORE GENERALE (*)
(Dr. Sandro Fratini)



Servizio Sanitario Nazionale - Regione dell'Umbria
AZIENDA UNITA' SANITARIA LOCALE UMBRIA N. 2
Sede Legale Provvisoria: Viale Donato Bramante 37 – Terni
Codice Fiscale e Partita IVA 01499590550

DOCUMENTO ISTRUTTORIO

ALLEGATO ALLA DELIBERA DEL DIRETTORE GENERALE

N. DEL

Normativa di riferimento:

- Legge 27 dicembre 1997, n. 449 *“Misure per la stabilizzazione della finanza pubblica”*;
- Legge 23 dicembre 1998 n. 448 *“ Misure di finanza pubblica per la stabilizzazione e lo sviluppo”*;
- D.Lgs. n. 163 del 12 aprile 2006 *“Codice dei contratti pubblici”*;
- Legge 24 dicembre 2012 n. 228 *“Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato - Legge di stabilità 2013”*.

Motivazione:

L'art. 43 della Legge n. 449/1997 consente alle pubbliche amministrazioni di stipulare contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione con soggetti pubblici e privati, al fine di favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa e di realizzare maggiori economie, nonché di migliorare i servizi prestati. Le iniziative suddette debbono essere dirette al perseguimento di interessi pubblici, debbono escludere forme di conflitto di interesse fra l'attività pubblica e quella privata e debbono comportare risparmi di spesa rispetto agli stanziamenti disposti.

L'art. 28, comma 2 bis, della Legge 448/1998 individua, quale misura da adottare dagli enti per realizzare maggiori economie nella gestione “lo sviluppo di iniziative per la stipula di contratti di sponsorizzazione, accordi e convenzioni previsti dall'art. 43 della L. 27 dicembre 1997, n. 449”.

Il comma 108, lettera e), della Legge n. 228/2012, nell'indicare ulteriori interventi di razionalizzazione e riduzione della spesa degli enti nazionali di previdenza e assistenza sociale pubblici, ha individuato, fra le misure finalizzate a conseguire risparmi “ la stipula di contratti di sponsorizzazione tecnica o finanziaria, con appositi operatori selezionati nel rispetto dei vincoli stabiliti dal codice degli appalti pubblici relativi a lavori, servizi e forniture, di cui al decreto legislativo 12 aprile 2006, n. 163, o dalle norme in tema di contabilità pubblica. Le sponsorizzazioni di cui alla presente lettera possono aver luogo anche mediante la riserva di spazi pubblicitari nei siti internet istituzionali degli enti, la concessione in uso temporaneo dei segni distintivi, la concessione in uso di spazi o superfici interne ed esterne degli immobili, e attraverso ogni altro mezzo idoneo a reperire utilità economiche, previa verifica della compatibilità con le finalità istituzionali degli enti stessi.”.

Le disposizioni normative sopra riportate rappresentano una opportunità per l'UsiUmbria n. 2 di reperire risorse economiche e patrimoniali aggiuntive da destinare al miglioramento degli standard di qualità dei servizi, in coerenza con la mission aziendale.

Ciò posto, al fine di dare la più ampia trasparenza all'attività di cui trattasi e di garantire il sostanziale rispetto dei principi fondamentali di efficacia, efficienza e trasparenza dell'azione amministrativa, si ritiene opportuno disciplinare le attività di cui sopra attraverso l'adozione di un apposito Regolamento, tramite il quale individuare, tra l'altro, le attività, le iniziative ed i prodotti oggetto di possibile sponsorizzazione ed i casi di esclusione, le modalità di selezione degli sponsor, la composizione di un apposito Comitato di garanzia.

La Responsabile dell'Area Comunicazione e Relazioni Esterne del Servizio Formazione, Comunicazione e Relazioni Esterne ha conseguentemente predisposto il "Regolamento aziendale per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni", allegato al presente provvedimento quale parte integrante e sostanziale, di cui si propone l'adozione.

Esito dell'istruttoria:

Sulla base di quanto sopra esposto, si propone di adottare apposita delibera con la quale disporre:

1. Di adottare il "Regolamento aziendale per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni", allegato al presente provvedimento quale parte integrante e sostanziale;
2. Di demandare al Servizio Formazione, Comunicazione e Relazioni Esterne – Area Comunicazione e Relazioni Esterne gli adempimenti conseguenti all'adozione del presente regolamento;
3. Di dare atto che dal presente provvedimento non derivano oneri per l'Azienda;
4. Di trasmettere il presente provvedimento per gli adempimenti di competenza a:
 - Componenti Comitato di Garanzia;
 - Direttori dei Presidi e dei Distretti;
 - Dirigenti Servizi Amministrativi e di Staff della Direzione;
 - Responsabile Ufficio Coordinamento Aree Amministrative Distrettuali.
5. Di dare atto che la presente Delibera non è sottoposta a controllo regionale;
6. Di trasmettere il presente atto al Collegio Sindacale.

La Responsabile
Area Comunicazione e Relazioni Esterne

(Dott.ssa Sandra Santoni)

REGOLAMENTO AZIENDALE PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

ART. 1

OGGETTO E FINALITA'

Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione da parte di terzi in applicazione dell'art. 43 della Legge 449/97, dell'art. 28 comma 2 bis della Legge 448/98 e dell'art. 26 D.Lgs. 163/2006 (codice dei contratti pubblici relativi a lavori servizi e forniture in attuazione delle direttive 2004/17/CE) e si prefigge lo scopo di indicare gli atti e le condizioni necessarie per assicurare all'Azienda Unità Sanitaria Locale Umbria 2 una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione nel rispetto delle norme vigenti, nonché di criteri di efficienza, efficacia e trasparenza.

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

Le iniziative di cui al punto precedente devono essere dirette al perseguimento di pubblici interessi, escludendo forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata.

L'attività di sponsorizzazione è diretta a reperire risorse economiche e patrimoniali, che saranno convogliate ed utilizzate per il miglioramento degli standard di qualità dei servizi erogati all'utenza, per campagne di comunicazione istituzionale e di informazione ed educazione alla salute aventi come destinatari cittadini ed utenti, per attività connesse con la *customer satisfaction*, per interventi di restauro e valorizzazione del patrimonio artistico e culturale dell'Azienda, nonché per ridurre le spese rispetto agli stanziamenti disposti nel bilancio previsionale.

ART. 2

ESCLUSIONI

Sono escluse dalla disciplina del presente Regolamento in quanto disciplinate da specifiche regolamentazioni aziendali:

- Le donazioni, quali atti di mecenatismo privi di significativo ritorno di natura pubblicitaria, nelle quali prevalgono gli elementi del contratto a prestazioni economicamente unilaterali;
- L'erogazione di assegni di ricerca e/o borse di studio.

ART. 2

DEFINIZIONI

Ai fini del presente regolamento:

- per "*contratto di sponsorizzazione*" si intende un contratto a titolo oneroso e a prestazioni corrispettive mediante il quale un soggetto (*sponsor*) si obbliga ad erogare una somma di danaro o a fornire beni o servizi, a eseguire lavori in favore dell'Azienda Sanitaria Locale Umbria 2 (*sponsee*) la quale, a sua volta, si obbliga a rendere disponibili appositi e

determinati spazi per la pubblicità dello *sponsor*, ovvero a diffondere il nome di quest'ultimo tramite prestazioni di veicolazione del marchio / logo o di altri messaggi;

- per "*sponsorizzazione*" si intende ogni contributo in beni, servizi, denaro od ogni altra utilità proveniente all'Azienda Sanitaria Locale Umbria 2 da parte di terzi nell'ambito applicativo dei "contratti di sponsorizzazione", di cui al comma precedente;
- 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 Locale Umbria 2;
- per "*sponsee*" si intende l'Azienda Sanitaria Locale Umbria 2 titolare dei benefici apportati dalla stipula di contratti di sponsorizzazione;
- per "*manifestazione di interesse*" (o scheda sponsor) si intende la comunicazione all'Azienda da parte di terzi della volontà e disponibilità ad attivare contratti di sponsorizzazione;
- per "*spazio pubblicitario*" lo spazio fisico o il supporto di trasmissione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dall'Azienda Sanitaria Locale Umbria 2 per la pubblicità dello sponsor.

ART. 3

MODALITA' ORGANIZZATIVE

La struttura di riferimento, in ambito aziendale, per la gestione delle sponsorizzazioni è il Servizio Formazione, Comunicazione e Relazioni Esterne, Area Comunicazione e Relazioni Esterne. Responsabile del procedimento è il Dirigente dell'Area citata.

ART. 4

SCELTA DELLO SPONSOR

- a) La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura aperta, preceduta dalla pubblicazione di un apposito *avviso*, secondo le previsioni dell'art. 26 D.Lgs. 163/2006.
- b) All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione sul sito internet dell'Azienda Unità Sanitaria Locale Umbria 2 (www.uslumbria2.it). Della possibilità di attivare contratti di sponsorizzazione può essere altresì data ulteriore pubblicità sia attraverso comunicazioni dirette a specifiche categorie di soggetti terzi potenzialmente interessati, sia attraverso comunicazioni ai mass-media, nonché su pubblicazioni aziendali.
- c) L'avviso dovrà contenere, in particolare, i seguenti dati:
 - l'oggetto del contratto di sponsorizzazione ed i conseguenti obblighi dello sponsor;
 - l'indicazione dell'ambito/i pubblicitario/i utilizzabile/i e la durata del periodo del suo/loro utilizzo da parte dello sponsor;
 - le modalità ed i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.

- d) La manifestazione di interesse denominata "scheda sponsor", da presentarsi a cura dei soggetti terzi, dovrà essere esplicitata in forma scritta ed indicare:
- il riferimento all'iniziativa pubblicata;
 - l'esatta tipologia di opportunità commerciale prescelta (tipologia prodotto o servizio da pubblicizzare), nonché le quantità e i luoghi oggetto di interesse nell'ambito delle opportunità offerte dall'Azienda Unità Sanitaria Locale Umbria 2;
 - l'indicazione dei corrispettivi economici previsti per la tipologia della pubblicità richiesta;
 - l'accettazione delle condizioni previste nello specifico avviso nonché l'impegno a sottoscrivere apposito contratto di sponsorizzazione.
- e) Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal Servizio Formazione, Comunicazione e Relazioni Esterne, Area Comunicazione e Relazioni Esterne, acquisito il parere obbligatorio e vincolante del Comitato di Garanzia di cui al successivo art. 10.
- f) L'Azienda Unità Sanitaria Locale Umbria 2 accoglie la richiesta avanzata con la "scheda sponsor" mediante determina dirigenziale di approvazione del relativo schema di contratto, nel quale lo sponsor si impegna, tra l'altro, a rispettare quanto contenuto nel presente regolamento.

Nel contratto medesimo sono, in particolare, stabiliti:

- il diritto dello sponsor all'utilizzazione dell'ambito pubblicitario previsto;
- la durata del contratto di sponsorizzazione;
- gli obblighi assunti dallo sponsor;
- le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

ART. 5

PROPOSTE DI SPONSORIZZAZIONE

Ove pervenga all'Azienda, da parte di un soggetto sponsor, una proposta di sponsorizzazione finalizzata ad un determinato progetto o evento, l'Azienda stessa, valutatane l'opportunità e rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento, predispone apposito avviso che preveda, come importo minimo richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione, quello fissato dal soggetto proponente.

L'avviso manifesta l'intento dell'Azienda di procedere al reperimento di sponsorizzazioni finalizzate al finanziamento del progetto. Alla scadenza dei termini fissati nell'avviso l'Azienda procederà, tramite selezione delle proposte pervenute, all'individuazione dell'aggiudicatario, sulla base dei criteri che tengano conto di elementi qualitativi, oltre che del prezzo. L'originario soggetto promotore potrà adeguare la propria proposta a quella giudicata dall'Azienda più conveniente e, in tal caso, il promotore risulterà aggiudicatario.

ART.6

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. 3;
- 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 € 20.000.

ART.7

PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE TRAMITE AFFIDAMENTO INCARICO DI RICERCA SPONSOR

La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Azienda Unità Sanitaria Locale Umbria 2.

E' tuttavia facoltà dell'Azienda, 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, secondo le procedure per gli appalti di servizi previste dal D.Lgs n. 163/2006.

ART. 8

PRODOTTI ED INIZIATIVE OGGETTO DI POSSIBILE SPONSORIZZAZIONE

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

Nel corso dell'anno, il Direttore Generale, anche su proposta dei Direttori dei Presidi, dei Distretti e dei Dipartimenti, può formulare indirizzi specifici al dirigente dell'Area Comunicazione e Relazioni Esterne per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione e/o per specifici progetti aziendali o dipartimentali.

I prodotti e le iniziative oggetto di possibile sponsorizzazione presso l'Azienda Unità Sanitaria Locale Umbria 2 possono riguardare, in via esemplificativa e non esaustiva:

- spazi esterni (aree verdi, viali di accesso, parcheggi) delle strutture di proprietà dell'Azienda;
- 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 nelle bacheche aziendali;
- spazi sulle comunicazioni istituzionali;
- spazi sugli organi di informazione e pubblicazioni aziendali;

- spazi nell'ambito della cartellonistica di segnalazione al pubblico;
- rotors luminosi informativi;
- offerte commerciali, finanziarie e bancarie destinate ai dipendenti dell'Azienda;
- chioschi multimediali e cartacei pubblicitari;
- spazi negli ascensori;
- spazi presso i rilevatori di presenza dei dipendenti o presso punti strategici della comunicazione al pubblico;
- programma di eventi aziendali: carta dei servizi, conferenza annuale dei servizi, corsi e convegni scientifici e spazi sui relativi depliant;
- iniziative nell'ambito dell'educazione alla salute;
- cessione all'Azienda di prodotti promozionali da distribuire a pazienti e/o dipendenti e/o soggetti frequentatori delle strutture aziendali;
- fornitura e donazione di prodotti, materiali ludici per pediatria;
- arredi ed abbellimenti per accoglienza e per le sale d'aspetto;
- iniziative di sostegno di cause di utilità sociale ("Cause Related Marketing");
- distribuzione di prodotti di prova/assaggio (*sampling*);
- sondaggi ed iniziative di "*customer satisfaction*";

ART. 9

CASI DI ESCLUSIONE DALLE SPONSORIZZAZIONI

Non possono essere oggetto di contratti di sponsorizzazione:

- servizi di onoranze funebri;
- propaganda di natura politica, religiosa, sindacale;
- prodotti farmaceutici e dispositivi medici;
- pubblicità diretta o collegata a servizi di badanza;
- pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di fumo di tabacco, di prodotti alcolici, di prodotti stupefacenti, di materiale pornografico o a sfondo sessuale;
- pubblicità di attività di cartomanzia e similari;
- pubblicità di giochi con vincita in denaro che inducono comportamenti compulsivi;
- messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, sessismo, odio o minaccia, nonché prodotti e/o servizi in reale o potenziale conflitto di interesse con l'attività e gli scopi istituzionali dell'Azienda Unità Sanitaria Locale Umbria 2;

L'Azienda Unità Sanitaria Locale Umbria 2 si riserva comunque la facoltà di rifiutare qualsiasi richiesta di sponsorizzazione attraverso la Comitato di Garanzia di cui all'articolo successivo, qualora ravvisi potenziali danni all'immagine del servizio sanitario o semplicemente la ritenga, per ragioni di interesse pubblico, inopportuna.

Non sono consentite le sponsorizzazioni di cui al presente Regolamento all'interno dei reparti di degenza ospedaliera, presso i locali del servizio d'emergenza dei Pronto Soccorso, le camere mortuarie, le cappelle ed i luoghi di culto.

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

ART. 10

COMITATO 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 costituito un Comitato di Garanzia interno all'Azienda.

Tale Comitato esaminerà le offerte pervenute in seguito alla pubblicazione degli avvisi, esprimendo un parere obbligatorio e vincolante in merito all'assegnazione, sulla base dei parametri di valutazione esplicitati nell'avviso. Vincolante ed obbligatorio dovrà essere il parere anche in merito alle proposte spontanee di sponsorizzazione di cui all'art. 5 ed ai casi di affidamento diretto di cui all'art. 6.

Del Comitato di Garanzia fanno parte i Dirigenti (o loro delegati) dei seguenti Servizi:

- Affari Generali e Legali
- Acquisizione Beni e Servizi
- Formazione, Comunicazione e Relazioni Esterne - Area Comunicazione e Relazioni Esterne
- il/i Direttore della Direzione Medica di Presidio e/o il/i Direttore del Distretto interessati
- il Responsabile della Prevenzione della Corruzione e per la Trasparenza (o suo delegato).

Qualora oggetto di sponsorizzazione siano iniziative, eventi o progetti per la cui valutazione è richiesta una specifica e particolare competenza tecnico-scientifica, la Commissione di Garanzia è integrata da un professionista dell'Azienda esperto nella materia oggetto del contratto.

Le funzioni operative, di supporto e di segreteria sono svolte dal personale dell'Ufficio Comunicazione e Relazioni Esterne.

Il Comitato di Garanzia decide in seduta congiunta a maggioranza dei propri componenti; in caso di impossibilità a partecipare al Comitato il componente può delegare la partecipazione al Comitato medesimo ad altro dirigente o funzionario della propria struttura.

ART. 11

IL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

- 1) Il contratto di sponsorizzazione fra l'Azienda Sanitaria Locale Umbria 2 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.);
- 2) Per le imprese private trattasi di "spese di pubblicità" (D.L. 74/92) e come tale è interamente deducibile dal reddito imponibile d'impresa;
- 3) L'introito per l'Azienda Sanitaria Locale Umbria 2 avviene mediante emissione di fattura più 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.

ART. 12

TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

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

ART. 13

ASPETTI FISCALI

L'Azienda Unità Sanitaria Locale Umbria 2 emetterà fattura allo sponsor intestatario del contratto per l'importo corrispondente all'impegno assunto, oltre l'IVA dovuta.

Quando il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione è determinato in prestazioni di servizi o forniture di beni a carico dello sponsor (operazioni permutative di cui all'art. 11 del DPR 633/1972) è fatto obbligo di doppia fatturazione ovvero:

- Fatturazione dello sponsor all'Azienda Sanitaria Locale Umbria 2 del valore del servizio o del bene, soggetto ad IVA;
- Fatturazione dell'Azienda Sanitaria Locale Umbria 2 allo sponsor di un pari importo, sempre soggetto ad IVA, per l'attività di veicolazione svolta a favore dei segni distintivi dello sponsor.

ART. 14

SPESE CONTRATTUALI

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

ART. 15

SPONSORIZZAZIONE EVENTI FORMATIVI

L'attività diretta a reperire e gestire risorse economiche da destinare alla realizzazione di progetti ed eventi formativi è disciplinata dalle specifiche norme vigenti in materia, nei limiti e con le procedure previsti dalle leggi nazionali e regionali e secondo quanto previsto dalla Delibera del Direttore Generale n. 890 del 4 ottobre 2013 "Piano formativo aziendale. Sponsorizzazioni".

ART. 16

CLAUSOLA GENERALE DI RINVIO

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