



URP e Comunicazione

REGOLAMENTO PER I CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE

AZIENDA UNITA' SANITARIA LOCALE ROMA G

INDICE

Art. 1 Oggetto

Art. 2 Finalità

Art. 3 Definizioni

Art. 4 Scelta dello sponsor e contratto

Art. 5 Donazioni Liberali

Art. 6 Prodotti ed iniziative di possibile sponsorizzazione

Art. 7 Casi di esclusione dalle sponsorizzazioni

Art. 8 Comitato Etico di Garanzia

Art. 9 Modalità di organizzazione

Art. 10 Il Contratto di sponsorizzazione

Art. 11 Trattamento dei dati sensibili

Art. 12 Aspetti fiscali

Art. 13 Spese contrattuali

Art. 14 Clausola generale di rinvio

Art.1

OGGETTO

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione da parte di terzi in applicazione dell'art. 43 della L. 449/97 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 dei criteri di efficienza di efficacia e trasparenza.

Art. 2

FINALITA'

1. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali.
2. L'attività di sponsorizzazione è diretta a reperire risorse economiche e patrimoniali, che saranno principalmente 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, nonché per ridurre le spese rispetto agli stanziamenti disposti nel bilancio previsionale.

Art.3

DEFINIZIONI

Ai fini del presente regolamento:

- per **contratto di sponsorizzazione** si intende un contratto a titolo oneroso mediante il quale la ASL Roma G (sponsee) offre ad un soggetto terzo (sponsor), che si obbliga ad erogare un corrispettivo prefissato, la possibilità di promuovere, in appositi e predeterminati luoghi e spazi nell'ambito delle strutture aziendali nonché su tutta la documentazione (depliant, brochure

aziendali e sul portale internet Aziendale), il nome, il logo, i prodotti e le offerte commerciali ecc. ;

- per **sponsorizzazione** si intende ogni contributo in beni o servizi, danaro od altra utilità proveniente all'Azienda Sanitaria da terzi nell'ambito applicativo dei "contratti di sponsorizzazione" di cui al comma precedente. In tali contributi si intendono ricompresi anche le donazioni liberali di modico valore così come definite dall'art.783 del c.c. e così come indicati nella L.R. n.45 del 1996;
- 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 ;
- per **sponsee** si intende l'Azienda Sanitaria la quale è titolare dei benefici economici apportati dalla stipula di un contratto di sponsorizzazione;
- 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 ;
- per **spazio pubblicitario** si intende lo spazio fisico o il supporto di trasmissione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dalla ASL per la pubblicità dello sponsor.

Art.4

SCELTA DELLO SPONSOR E CONTRATTO

1. La scelta dello sponsor è effettuata previa adeguata pubblicizzazione del presente regolamento, dei prodotti oggetto di possibile acquisizione e delle relative tariffe sull'albo pretorio dell'Azienda e sul sito web della A.S.L. ROMA G.

Della possibilità di attivare contratti di sponsorizzazione verrà data comunicazione sul sito Aziendale attraverso un avviso /bando per la ricerca di uno o più sponsor che deve contenere i seguenti dati :

- La denominazione dell'attività/progetto da sponsorizzare, con indicazione degli obiettivi e delle varie fasi di organizzazione;

- Indicazione del costo totale stimato per la realizzazione del progetto;
- Le modalità e i termini di presentazione dell'offerta per la sponsorizzazione del progetto.

2. L'ASL Roma G accoglie la richiesta avanzata con la "scheda sponsor" 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.

Art.5

DONAZIONI LIBERALI

Come già illustrato con tale definizione si intendono quei contributi liberali che vengono elargiti alla azienda a sostegno di specifiche progettualità di attività assistenziali e la cui accettazione e utilizzazione viene disciplinata dalla seguente procedura:

1. Il responsabile della struttura interessata alla attivazione di un progetto, finanziato attraverso un contributo liberale, volto alla attivazione-mantenimento-sviluppo di una specifica attività assistenziale deve formulare una proposta che contenga:
 - ✓ Le linee di attività interessate, la denominazione del progetto, il responsabile del progetto;
 - ✓ La portata finanziaria del progetto e la sua durata e la loro compatibilità con l'entità e la durata del contributo;
 - ✓ L'illustrazione specifica delle attività del progetto con l'indicazione che detto progetto, qualora fosse necessario, preveda l'acquisizione di risorse strumentali che si traducono in attività professionali dedicate allo sviluppo del progetto stesso (naturalmente nei limiti del contributo erogato). Le modalità di acquisizione di tali risorse saranno demandate ai competenti uffici Aziendali in coordinamento con il responsabile del progetto e nel rispetto dei vincoli normativi.

2. Tale proposta deve essere inviata dal responsabile della struttura anche al soggetto donante il quale dovrà confermare la disponibilità alla elargizione del contributo liberale "modale" nella entità e per la durata prospettata dal responsabile della struttura nella illustrazione del progetto. Inoltre il soggetto donante dovrà dichiarare la compatibilità della donazione con le finalità istituzionali dell'azienda tenuto conto della eventuale natura commerciale del soggetto donante.
3. Una volta acquisito il parere favorevole del Direttore Sanitario o Amministrativo (a seconda dell'ambito di applicazione del progetto) l'ufficio competente predispone la delibera di accettazione del contributo comunicandola al soggetto donante e alla Ragioneria per la registrazione dell'incasso al quale è comunque condizionato l'attivazione delle attività del progetto e quindi l'impiego e la acquisizione delle risorse.
4. Il Direttore Amministrativo comunica con nota a sua firma la delibera di accettazione del contributo anche al responsabile della struttura che ha proposto il progetto e all'ufficio del personale per lo sviluppo e impiego del contributo in eventuali attività professionali.

Art.6

PRODOTTI ED INIZIATIVE OGGETTO DI POSSIBILE SPONSORIZZAZIONE

I prodotti/iniziativa oggetto di possibile sponsorizzazione presso la ASL Roma G sono i seguenti:

- A. **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 nei limiti e nel rispetto delle disposizioni e dei criteri anche a carattere Etico regolanti la materia;
- B. **banner sul sito WEB;**
- C. **bacheche aziendale;**
- D. **spazi sulle comunicazioni istituzionali**, spazi sugli organi di informazione e pubblicazioni Aziendali, spazi nell'ambito della cartellonistica di segnalazione al pubblico, rotors luminosi informativi, spazi negli ascensori, spazi presso le bollatrici dei dipendenti, spazi in aule didattiche e nelle sale riunioni aziendali, spazi presso

punti strategici della comunicazione al pubblico (punti gialli, telefoni, ristorante, mense ecc.) nei limiti di cui al punto A;

- E. **programma di eventi** aziendali, spazi sulla Carta dei Servizi, conferenza annuale dei servizi, corsi e convegni scientifici ;
- F. **spazi sui relativi depliant**, cessione all' Azienda di prodotti promozionali da distribuire a pazienti e/o dipendenti e/o soggetti frequentatori delle strutture aziendali, , iniziative in sostegno di cause di utilità sociale, sondaggi ed iniziative di "customer satisfaction".

Art. 7

CASI DI ESCLUSIONE DALLE SPONSORIZZAZIONI

Luoghi esclusi dalle sponsorizzazioni

- Non sono consentite le sponsorizzazioni di cui al presente regolamento all' "interno" dei reparti e servizi di degenza ospedaliera, le camere mortuarie, presso la cappella ed i luoghi di culto ed in ogni altro luogo che in relazione all'attività istituzionale della Asl non sia ritenuto idoneo alla realizzazione delle iniziative di cui al presente Regolamento da disposizioni aziendali..

Prodotti esclusi dalle sponsorizzazioni

- Non possono essere oggetto di contratti di sponsorizzazione: servizi di onoranze funebri, prodotti farmaceutici, prodotti e/o servizi di natura politica, religiosa, sindacale, pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di fumo di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, nonché prodotti e/o servizi in reale o potenziale conflitto di interesse con l'attività e gli scopi istituzionali dell'ASL Roma G. L'Azienda Sanitaria si riserva comunque unilateralmente la facoltà di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione, attraverso il **Comitato Etico 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 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.

Art. 8

COMITATO ETICO DI GARANZIA

1. Al fine di assicurare una puntuale applicazione di quanto previsto dagli artt. 4 e 5 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 un "Comitato Etico di Garanzia" interno all'Azienda.
2. Tale Comitato viene consultato a cura della U.O.C. URP e Comunicazione 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.
3. Del "Comitato Etico di Garanzia" fanno parte 5 membri dirigenti dell'Azienda che assicurino la rappresentatività delle figure professionali competenti in relazione agli adempimenti da svolgere.
4. Il Comitato Etico 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 del proprio Dipartimento/U.O.C.
5. Il "Comitato Etico di Garanzia" è nominato con apposito provvedimento della Direzione Aziendale.

MODALITA' DI ORGANIZZAZIONE

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Azienda Sanitaria senza il ricorso ad alcuna agenzia esterna. La Struttura di riferimento in ambito Aziendale è la U.O.C. URP e comunicazione.

Responsabile del procedimento è il dipendente appositamente incaricato di volta in volta dal responsabile della citata U.O.C URP e Comunicazione.

2. E' 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 Sanitari nel reperimento di possibili sponsor previo riconoscimento di una quota degli introiti all'Agenzia medesima fino al 20% del valore complessivo (IVA compresa) previsto nei contratti e nel tariffario.

L'individuazione della suddetta agenzia deve avvenire nel rispetto delle procedure normative ed aziendali vigenti .

E' facoltà dell'agenzia pubblicitaria medesima farsi riconoscere dal singolo sponsor una quota aggiuntiva per l'acquisizione dei prodotti pubblicitari rispetto alle tariffe delle aziende, quota corrispondente al valore del servizio di agenzia fornito (espletamento incombenze amministrativo contabili, verifica collocazione spazi, eventuale creazione grafica e stampa manifesti, servizi 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'azienda sanitaria.

Art. 10

IL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

1. Il contratto di sponsorizzazione fra l'Azienda Sanitaria e lo sponsor è un contratto atipico;
rientra nei contratti di pubblicità bilaterale, a prestazioni corrispettive con regime giuridico riconducibile alle norme generali sui contratti (Art. 1323 C.C.).
2. 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.
3. L'introito per la ASL Roma G 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.
4. Con apposita deliberazione del Direttore Generale, saranno approvati ed aggiornati il presente Regolamento, lo schema di contratto, la scheda sponsor ed il tariffario vigente a cui dovranno conformarsi i contratti di sponsorizzazione sottoscritti nell'anno di riferimento fatte salve specifiche esigenze di modifica formale avanzate da singole aziende che verranno valutate e saranno specificatamente oggetto di deliberazione.
Il tariffario è allegato al progetto di ricerca di sponsor predisposto di volta in volta , sarà in vigore fino a sua modifica.

Art. 11

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.

Art. 12

ASPETTI SPECIALI

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

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.