Azienda Ospedaliera di Cosenza

ALLEG. ATTO DELIBERA
N. 120 del 11 FEB. 2011

Regolamento relativo alla disciplina e gestione delle sponsorizzazioni dell'Azienda Ospedaliera di Cosenza	**Versione n. 1 del 15.12.2010**	**Redatto da :** **Dr.ssa Nella Fagiani**

Data di approvazione	**Approvato da**	**Validato da**

Trasmesso il	**Codificato il**	**Distribuito il**

www.AlboPretorionline.it

ART. 1 OGGETTO

Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione da parte di terzi in applicazione dell'art. 43 della legge 449/97, dell'art. 28 c. 2 bis della legge 448/98, dell'art. 26 del D. Lgs n. 163/2006 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, dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza e in osservanza del principio di esclusione di conflitti di interesse tra l'attività pubblica e quella privata.

ART. 2 FINALITA'

Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a :

- Sviluppare l'innovazione nell'organizzazione amministrativa
- Realizzare maggiori economie o maggiori entrate
- Migliorare la qualità dei servizi prestati all'utenza
- Perseguire interessi pubblici
- Finanziare campagne di comunicazione,informazione rivolte ai cittadini

Esulano dalla disciplina del presente regolamento le donazioni e, più in generale, tutti gli atti di liberalità, in qualunque forma realizzati, che non presuppongono alcun obbligo da parte dell'Azienda Ospedaliera e le sponsorizzazioni di iniziative formative oggetto di apposito regolamento.
Sono assoggettate alle disposizioni del presente regolamento la fornitura di prodotti, giochi pediatrici, arredi di accoglienza e di abbellimento,iniziative di sostegno di cause di utilità sociale (Cause related marketing), distribuzione di prodotti di prova/assaggio (sampling), promozione di prodotti e marchi.

ART. 3 DEFINIZIONI

Ai fini del presente contratto si intendono:

- Per **contratto di sponsorizzazione** un contratto a titolo oneroso mediante il quale l'Azienda Ospedaliera di Cosenza (sponsee) offre ad un terzo , che si obbliga ad effettuare una determinata controprestazione (lavori, opere pubbliche,beni e servizi, denaro od ogni altra utilità) la possibilità di promuovere, in appositi e predeterminati forme,luoghi e spazi nell'ambito delle strutture aziendali, il nome, il logo, i prodotti, le offerte commerciali e di legare il proprio brand a progetti di interesse collettivo ad alto contenuto valoriale, ottenendone un ritorno di immagine;
- Per **sponsorizzazione** ogni contributo in lavori, beni o servizi,danaro od ogni altra utilità proveniente dall'Azienda da terzi nell'ambito applicativo dei contratti di sponsorizzazione di cui al comma precedente
- Per **sponsee** l'Azienda Ospedaliera di Cosenza, d'ora in avanti, Azienda , titolare dei benefici economici apportati dalla stipula di contratti di sponsorizzazione;
- Per **sponsor** il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con l'Azienda;
- 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.

www.AboPretorionline.it

ART. 4 IL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

La gestione delle sponsorizzazioni viene regolata mediante la sottoscrizione di un apposito contratto atipico, oneroso e a prestazioni corrispettive disciplinato dalle norme generali sui contratti il cui schema tipo, viene approvato contestualmente al presente regolamento.
Ogni contratto deve contenere:

- L'oggetto della sponsorizzazione
- Il diritto dello sponsor alla utilizzazione degli spazi e degli altri strumenti di veicolazione dallo sponsee
- Impegni dello sponsee
- Determinazione del corrispettivo della sponsorizzazione;
- Gli obblighi e le eventuali garanzie e responsabilità a carico dello sponsor
- Eventuale clausola di esclusiva
- Le clausole di tutela rispetto eventuali inadempienze

I 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 e indicatori di qualità che l'Azienda intende inserire;
- la disciplina della facoltà di recesso e le modalità di risoluzione
- le garanzie e le assicurazioni richieste nell'avviso.

Per quanto non espressamente indicato nel presente regolamento 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. 26 del D. Lgs n. 163/2006, si sostanzia in una obbligazione di mezzi e non di risultato: lo sponsor si obbliga a corrispondere il corrispettivo pattuito anche qualora non realizzi il ritorno economico atteso.

ART 5 PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE E SCELTA DELLO SPONSOR

La procedura per la ricerca degli sponsor viene avviata dall'Azienda mediante definizione di specifico avviso contenente l'oggetto e/o le iniziative da sponsorizzare, le modalità e i termini entro i quali i terzi possono manifestare all'Azienda l'interesse e la volontà di attivare contratti di sponsorizzazione. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione sul sito internet aziendale, mediante invio alle associazioni di categoria di soggetti potenzialmente interessati ad attivare pubblicità commerciale e/o in altre forme ritenute, di volta in volta, più convenienti e opportune per una maggiore conoscenza e partecipazione.

In ogni caso dell'avviso può essere data notizia a soggetti che si ritiene possano essere eventualmente interessati (es. fornitori).

L'avviso e le comunicazioni di cui ai precedenti commi devono contenere, in particolare, i seguenti dati:

- l'iniziativa oggetto del contratto di sponsorizzazione, sua valorizzazione economica e conseguenti obblighi dello sponsor
- il valore minimo della sponsorizzazione e il costo presunto per la realizzazione dell'iniziativa, con espressa avvertenza che l'Azienda, qualora non venga raggiunta la somma stabilita, si riserva di destinare l'importo ad altra iniziativa, previa comunicazione allo sponsor;
- l'offerta degli spazi pubblicitari e dei luoghi a tal fine utilizzabili
- la durata del relativo contratto

www.laboratorionline.it

- le modalità e i termini di presentazione dell'offerta nonché i criteri applicati dall'azienda Ospedaliera per l'individuazione dello/degli sponsor e per l'accettazione delle manifestazioni stesse.

L'offerta deve essere presentata,obbligatoriamente, in forma scritta e, di regola, deve indicare:

- il bene,il servizio,il lavoro, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare, nonché gli spazi pubblicitari di interesse nell'ambito delle opportunità offerte;
- l'accettazione delle condizioni previste dallo specifico bando e delle disposizioni del presente regolamento nonché l'impegno a sottoscrivere apposito contratto di sponsorizzazione.
- Il corrispettivo della sponsorizzazione con dichiarazione specifica di disponibilità a erogare il contributo previsto nei termini e secondo le modalità indicate.

L'offerta deve essere accompagnata dalle specifiche dichiarazioni, certificazioni e documentazioni richieste nell'avviso.

L'Azienda può stipulare contratti di sponsorizzazione anche con soggetti pubblici o privati i quali, intendendo assumere la veste di sponsor di progetti o iniziative dell'Azienda, manifestino spontaneamente la loro volontà. Le proposte devono evidenziare le forme di supporto e il valore presumibile del corrispettivo della veicolazione pubblicitarie. L'azienda deve valutarne l'opportunità e la rispondenza ai propri obiettivi, nonché alle prescrizioni del presente regolamento, ed è tenuta a garantire adeguate forme di pubblicità e di concorrenza, al fine di comparare l'offerta pervenuta con possibili ulteriori offerte migliorative, assicurando altresì il rispetto dei principi di parità di trattamento, trasparenza e non discriminazione.

ART 6 PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE TRAMITE AFFIDAMENTO INCARICO DI RICERCA SPONSOR

La procedura per la ricerca degli sponsor viene avviata dall'azienda mediante definizione di specifico avviso contenente le caratteristiche dell'incarico e la richiesta di presentazione di apposito progetto – offerta.

Possono essere individuati dei prerequisiti per l'accesso alla procedura di selezione alcuni elementi, quali

- Volume d'affari negli ultimi tre anni
- Struttura organizzativa (n. dipendenti, filiali, altro), precedenti esperienze nell'ambito di sponsorizzazioni per gli enti pubblici
- Curriculum professionale, con particolare rilievo per l'attività svolta in ambito pubblico.

L'azienda si riserva la facoltà di articolare il punteggio da assegnare agli elementi progettuali piuttosto che a quelli economici, questi ultimi rappresentati dal compenso richiesto,da esprimersi in termini percentuale sul fatturato delle sponsorizzazioni procacciate, in base alle tipologie delle iniziative oggetto del contratto di agenzia.

ART. 7 INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE DI SPONSORIZZAZIONE

Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può inoltre riguardare, previo parare vincolante del Comitato di Garanzia, individuato all'art. 9 del presente regolamento, le iniziative di seguito elencate a titolo esplicativo, ma non esaustivo:

- Servizi aggiuntivi e/o integrativi dell'assistenza sanitaria promossi dall'Azienda o altri beni e servizi tesi al miglioramento del comfort e alla qualità dei servizi
- Iniziative nell'ambito dello sviluppo del Sistema qualità
- Iniziative di sostegno di cause di utilità sociale
- Offerta di beni, servizi, prodotti, arredi, ecc
- Esecuzione,manutenzione e restauro di opere pubbliche in disponibilità dell'Azienda, compresa l'attività di progettazione,direzioni lavori, esecuzione e collaudo ai sensi e nel rispetto dell'art. 26 del D. Lgs n. 163/2006

www.AlboPretorioOnline.it

- Indagini scientifiche
- Eventi formativi (disciplinati da specifico regolamento)
- Cessione all'Azienda di prodotti promozionali da distribuire a pazienti e/o dipendenti e/o soggetti frequentatori delle strutture aziendali.

Le iniziative possono comportare per il bilancio aziendale sia riduzione di spesa sia incrementi di entrata.

ART. 8 CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE AVENTI COME PRESTAZIONI CORRISPETTIVE LA REALIZZAZIONE DI OPERE PUBBLICHE

Ai sensi dell'art. 26 del D. Lgs n. 163/2006 , L'Azienda può individuare come corrispettivo delle prestazioni da essa rese in qualità di sponsee la realizzazione, anche 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 dell'art. 26 del D. Lgs 12 aprile 2006, n. 163, nel rispetto dei principi del Trattato Comunitario, 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 a corrispettivo delle sponsorizzazioni devono possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.

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 dalla normativa vigente in materia.

Restano comunque sempre a carico dell'Azienda Ospedaliera:

- 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 e all'esecuzione dei lavori
- L'approvazione del collaudo
- La nomina dei collaudatori

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

L'azienda si riserva la facoltà di effettuare verifiche e controlli periodici, per il tramite del Direttore della UOC Area Tecnica e Patrimonio o di un suo delegato, 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.

ART. 9 DIRITTO DI RIFIUTO DELLE SPONSORIZZAZIONI E CASI DI ESCLUSIONE

Le sponsorizzazioni di cui al presente regolamento sono consentite solo negli spazi e nei locali autorizzati dal Comitato di Garanzia.

L'Azienda si riserva di rifiutare qualsiasi sponsor qualora manchino o vengano meno, durante l'esecuzione del contratto, le limitazioni di cui alla legge 449/97 art. 43, comma 3.

L'Azienda Ospedaliera a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione quando:

- Ritenga che i prodotti e/o servizi siano in reale o potenziale conflitto di interesse con l'attività e gli scopi istituzionali dell'ente ospedaliero;
- Ravvisi un possibile pregiudizio o un danno alla sua immagine e/o alle sue iniziative a una lesione della propria dignità
- La reputi inaccettabile per ragioni di pubblico interesse o, semplicemente, per motivi di opportunità generale

www.ilpretorinese.it

Sono in ogni caso escluse sponsorizzazioni aventi ad oggetto:

- Prodotti farmaceutici
- 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
- In contrasto con la normativa vigente

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

ART. 10 COMITATO DI GARANZIA

Al fine di assicurare una puntuale applicazione del presente regolamento con particolare riferimento a quanto previsto dagli artt. 5,6 e 9 è istituito un Comitato di Garanzia costituito da:

Direttore Generale o suo delegato con funzioni di Presidente
Direttore Sanitario A.O. o suo delegato
Direttore UOC Comunicazione,Formazione,Qualità o suo delegato
Direttore UOC Acquisizione Beni e Servizi o suo delegato
Responsabile Aziendale Qualità
Tale Comitato decide in seduta congiunta a maggioranza dei propri componenti ed esprime parere vincolante sull'individuazione delle iniziative contenute nel bando, sugli spazi e i locali da utilizzare per le sponsorizzazioni e la pubblicità, sulla valutazione delle offerte e sulla scelta degli sponsor nonché sull'eventuale diversa destinazione del contributo offerto, previa comunicazione allo sponsor.
Esprime,inoltre,parere vincolante,in via preventiva, sulla stipulazione dei contratti di sponsorizzazione, pertanto, l'eventuale parere negativo,debitamente motivato, impedisce l'attivazione del contratto. Ogni componente è tenuto all'astensione qualora possa vantare un interesse personale in merito al progetto/iniziativa da valutare.
Il Comitato di garanzia 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.
Qualora oggetto di sponsorizzazione siano iniziative, progetti, per la cui valutazione è richiesta una specifica e particolare competenza tecnico scientifica Il Comitato di Garanzia, così come composto e definito, è integrato di due membri, scelti in ambito aziendale, tra esperti in materia.

ART. 11 RECESSO

In ogni contratto deve essere prevista clausola risolutiva espressa per il caso in cui lo sponsor faccia un uso improprio del nome e del logo dell'Azienda, rechi danni all'immagine della stessa o non siano perseguiti i fini di pubblica utilità cui l'azienda deve attenersi, fermo restando l'eventuale risarcimento del danno.

www.albopretorionline.it

ART. 12 UTILIZZO DEI PROVENTI E ASPETTI FISCALI

Le somme incassate dall'Azienda mediante i contratti di sponsorizzazione sono utilizzate per le finalità specificate nel bando e definite nei singoli contratti.

Tali proventi sono sempre e comunque finalizzati al perseguimento di interessi pubblici, al miglioramento della qualità dei servizi prestati, alla riduzione delle spese come indicato nell'art. 2 del presente regolamento. Le somme eventualmente non utilizzate al termine della realizzazione di quanto previsto nello specifico contratto di sponsorizzazione, pertanto, saranno destinate al finanziamento di altre iniziative, 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'Azienda provvederà ad emettere regolare fattura di importo corrispondente al contributo determinato nel contratto, oltre IVA a norma di legge.

ART. 13 INADEMPIENZE

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

ART. 14 TUTELA DEI MARCHI E RESPONSABILITA'

I contratti di sponsorizzazione stipulati dall'azienda prevedono necessariamente clausole inerenti le garanzie e le forme di tutela dei marchi, con riferimento all'utilizzo dei loghi e dei segni distintivi, nel rispetto della normativa vigente in materia.
L'Azienda 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. 15 RISERVA ORGANIZZATIVA

La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Azienda attraverso la UOC, di volta in volta individuata dal Direttore Generale in base alla competenza, il cui Referente sarà responsabile del procedimento.

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

ART. 16 TRATTAMENTO DEI DATI

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 dal D. Lgs n. 196/2003 ai sensi dell'art.7.
Titolare del trattamento dei dati è l'Azienda Ospedaliera di Cosenza , nella persona del Direttore Generale pro tempore , domiciliato per la carica in via S. Martino s.n.c. Cosenza, (che può nominare uno o più responsabili del trattamento, in conformità alla legge precitata).
I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti (art. 11 d. Lgs 196/03) dal personale degli uffici tenuti all'applicazione del regolamento.
I dati possono essere oggetto di comunicazione a soggetti pubblici e/o privati in relazione alle finalità del regolamento.

www.AlboPretorionline.it

ART. 17 NORME TRANSITORIE

Sono fatti salvi gli eventuali accordi già stipulati, il cui oggetto sia assimilabile a quanto disciplinato dal presente regolamento.

ART. 18 RINVIO

Per ogni aspetto afferente la materia e l'oggetto contrattuale che non trovi esplicita disciplina nel presente regolamento si fa rinvio:

- Per i profili di disciplina contrattuali, alle disposizioni del Codice Civile e alla normativa speciale in materia;
- Per l'utilizzo di marchi e dei segni distintivi al D. Lgs 30/2005 e sim nonché ad altra normativa specifica in materia.

ART. 19 ENTRATA IN VIGORE

Il presente regolamento entra in vigore ad intervenuta esecutività della deliberazione approvativa.

www.AlboPretorionline.it