



"Sant'Anna e San Sebastiano"
di Caserta
di rilievo nazionale e di alta specializzazione



REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA
GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI
DELL'AZIENDA OSPEDALIERA S. ANNA E
S. SEBASTIANO DI CASERTA

A CURA DELLA U.O.C. UFFICIO STAMPA

Art. 1 – Oggetto e Finalità

Con il presente regolamento vengono disciplinate le attività di sponsorizzazione da parte di terzi e si definisce lo scopo di indicare gli atti e le condizioni necessarie per assicurare all'Azienda una valida gestione dei contratti di sponsorizzazione nel rispetto dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza ed in osservanza del principio esclusione di conflitti di interesse tra l'attività pubblica e quella privata, in attuazione delle disposizioni contenute:

- a) nell'articolo 43 L 449/1997 e nell'articolo 26 DLgs 163/2006 Codice dei contratti pubblici relativi a lavori servizi e forniture in attuazione delle Direttive 2004/17/CE e 2004/18/CE
- c) nel documento approvato in sede di Conferenza Stato - Regioni in data 5/11/2009 avente ad oggetto "Il nuovo sistema di formazione continua in medicina"
- d) nel "Regolamento applicativo dei criteri oggettivi di cui all'Accordo Stato Regioni del 5/11/2009 e per l'accreditamento" approvato dalla Commissione Nazionale per la Formazione Continua nella seduta del 13/01/2010.

Le attività di sponsorizzazione devono perseguire:

- lo sviluppo dell'innovazione nell'organizzazione amministrativa
- la realizzazione di maggiori economie
- il miglioramento della qualità dei servizi prestati all'utenza
- il perseguimento di interessi pubblici
- il risparmio di spesa

In particolare devono avere ad oggetto :

- 1) assegni di ricerca e/o borse di studio;
- 2) eventi ed iniziative previsti nel piano di comunicazione aziendale;
- 3) eventi di informazione ed educazione sanitaria;
- 4) eventi di formazione;
- 5) progetti di ricerca sanitaria;
- 6) iniziative legate alla divulgazione delle attività di ricerca sanitaria regionale e nazionale (giornate di studio, seminari, giornate di presentazione dei bandi di ricerca, di individuazione dei vincitori del bando e di monitoraggio dell'attività di ricerca finanziata);
- 7) altre iniziative simili a quelle evidenziate ai punti precedenti relative all'attività di ricerca sanitaria;
- 8) convegni scientifici;
- 9) altri convegni ed iniziative organizzate dall'Azienda;
- 10) l'innovazione tecnologica per il miglioramento dei servizi aziendali;
- 11) arredi, cartellonistica e segnaletica, attrezzature;
- 12) esecuzione, manutenzione e restauro di opere in disponibilità dell'Azienda, compresa l'attività di direzione lavori, esecuzione e collaudo, ai sensi dell'art. 26 D.Lgs 12 aprile 2006 n. 163.

Art. 2 – Definizione

Ai fini del presente regolamento si intendono:

- per "contratto di sponsorizzazione" un contratto a titolo oneroso mediante il quale l'Azienda Ospedaliera S. Anna e S. Sebastiano di Caserta" (sponsee), offre ad un terzo (sponsor), che si obbliga ad erogare un corrispettivo prefissato, la possibilità di promuovere le attività previste nell'art.1;

- per "sponsorizzazione" ogni contributo in beni o servizi, danaro od ogni altra utilità proveniente all'Azienda da terzi nell'ambito applicativo dei "contratti di sponsorizzazione" di cui al punto precedente;
- per "sponsee" l'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 "veicolazione" dell'immagine dello sponsor, qualsiasi modalità convenuta con la quale la azienda si impegna a veicolare l'immagine dello sponsor come corrispettivo del contratto.

Art. 3 - Progetto e proposta di sponsorizzazione

La sponsorizzazione può avere origine per:

- a) iniziativa dell'Azienda attraverso un Progetto di sponsorizzazione finalizzato all'acquisizione di risorse a sostegno delle attività di sviluppo delle proprie finalità istituzionali;
- b) iniziative spontanee di terzi attraverso una proposta di sponsorizzazione.

Art. 4 - Progetto di sponsorizzazione

Il Progetto di sponsorizzazione è l'opportunità per presentare l'iniziativa al/ai potenziale/i sponsor e deve essere in grado di comunicare chiaramente gli obiettivi, i benefici, il valore e contenere le informazioni necessarie a creare interesse e indurre a una risposta positiva.

Il Progetto deve contenere:

- descrizione del contesto in cui si colloca;
- descrizione dell'iniziativa;
- indicazione dei destinatari;
- indicazione dei benefici per lo sponsee;
- indicazioni delle opportunità per lo sponsor;
- indicazione degli impegni per lo sponsor;
- indicazione degli impegni dello sponsee.

Art. 5 - 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 dell'Azienda, manifestino spontaneamente la loro volontà.

Le proposte di sponsorizzazione devono evidenziare le forme del supporto e il valore presumibile del corrispettivo della veicolazione pubblicitaria.

Nel caso pervengano all'Azienda proposte di sponsorizzazioni concorrenti, potrebbe rendersi necessario procedere alla selezione delle migliori offerte.

Per la scelta dello sponsor si fa rinvio al successivo articolo 6 "Indicazioni in merito alla scelta dello sponsor".

Art. 6 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

La scelta dello/degli sponsor, in caso di iniziativa aziendale, è effettuata mediante una pubblica selezione preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso contenente l'oggetto e/o le iniziative da

sponsorizzare, le modalità e termini entro i quali i terzi possono manifestare all'Azienda Ospedaliera l'interesse e la volontà di attivare contratti di sponsorizzazione.

All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione sul sito internet/portale 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 ed 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:

- a) l'iniziativa oggetto del contratto di sponsorizzazione, sua valorizzazione economica e i conseguenti obblighi dello sponsor;
- b) 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
- c) l'offerta degli spazi pubblicitari e dei luoghi a tal fine utilizzabili
- d) la durata del relativo contratto
- e) 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, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare eventuali 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 conforme contratto di sponsorizzazione;

- il corrispettivo della sponsorizzazione con specifica dichiarazione di disponibilità ad erogare il contributo previsto nei termini e secondo le modalità indicate.

L'Offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

- a) per le persone fisiche
 - l'inesistenza di divieti contattare con la PA previsti dagli artt. 120 e segg della legge 689/1981 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 (solos e 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.
 - L'offerta deve contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni

La scelta dello sponsor avviene, ai sensi dell'art.26 del D.lgs 163/2006, nel rispetto dei principi del trattato comunitario nonché secondo le disposizioni in materia di requisiti di qualificazione dei progettisti e degli esecutori del contratto. Si rimanda, inoltre, per quanto non espresso nel presente articolo al Regolamento interno per le spese in economia per la fornitura di lavori, beni e servizi, approvato con Deliberazione n. 661 del 17 novembre 2007.

Art. 7 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

Le iniziative di sponsorizzazione vengono preventivamente individuate nell'ambito di specifiche proposte aziendali e/o dipartimentali. Le medesime possono essere oggetto di sponsorizzazione presso l'Azienda Ospedaliera, previo parere vincolante della Commissione di Garanzia, individuata all'art. 9 del presente Regolamento.

Art. 8 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni e casi di esclusione

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

- 
- 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 od una lesione della propria dignità;
 - antitesi con la mission aziendale;
 - la reputi inaccettabile per ragioni di pubblico interesse o, semplicemente, per motivi di opportunità generale;

Sono in ogni caso escluse sponsorizzazioni aventi ad oggetto:

- le offerte presentate da parte di rappresentanti di organizzazioni di natura politica, sindacale;
- prodotti dannosi per la salute e lesivi della dignità umana;
- servizi di onoranze funebri;
- propaganda di natura politica, sindacale;
- pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, di prodotti alcolici, , armi, cartochiromanzia, magia ed occultismo, relazioni personali, materiale ;
pornografico e a sfondo sessuale;
- messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

Art. 9 - Commissione di garanzia

Al fine di assicurare una puntuale applicazione del presente regolamento con particolare riferimento a quanto previsto dagli artt.3, 4, 5 , 6, 7, 8 e 9 è istituita una Commissione di garanzia costituita dal:

- Dirigente Responsabile Ufficio Stampa, con funzioni di Presidente
- Dirigente Responsabile Affari generali o suo delegato
- Dirigente Responsabile del personale o suo delegato
- Dirigente Responsabile Provveditorato ed Economato o suo delegato
- Direttore Medico di Presidio Ospedaliero o suo delegato

Tale Commissione decide in seduta congiunta a maggioranza dei propri componenti ed esprime parere vincolante sull'individuazione delle iniziative contenute nel bando, sulla valutazione

delle offerte e sulla scelta degli sponsor nonché sull'eventuale diversa destinazione del contributo offerto, previa comunicazione allo sponsor.

Esprime, inoltre, in via preventiva, parere vincolante sulla stipulazione dei contratti di sponsorizzazione: pertanto, l'eventuale parere negativo, debitamente motivato, impedisce l'attivazione del contratto.

La Commissione 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, eventi o progetti per la cui valutazione è richiesta una specifica e particolare competenza tecnico-scientifica, la Commissione di Garanzia, così come composta e definita può essere integrata da due membri scelti, in ambito aziendale, dalla Commissione, tra esperti della materia.

Art. 10 - 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 Ospedaliera, 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.

Art. 11 - Utilizzo dei proventi e aspetti fiscali

Le somme incassate dall'Azienda Ospedaliera 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 indicati all'art.2 del presente Regolamento.

Il valore della fatturazione per la sponsorizzazione corrisponde all'importo della somma determinata nel contratto per il sostegno della sponsorizzazione medesima. L'Azienda Ospedaliera provvederà ad emettere regolare fattura di importo corrispondente al contributo determinato nel contratto, oltre IVA a norma di legge.

Art.12 - Inadempienze

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

Art.13 - Tutela dei marchi

I contratti di sponsorizzazioni stipulati dall'Azienda Ospedaliera 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 Ospedaliera può definire in relazione ai contratti di sponsorizzazione specifiche clausole relative alla tutela del proprio logo e dei propri segni distintivi.

Art. 14 - Riserva organizzativa

La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Azienda Ospedaliera attraverso l'Ufficio Stampa.

E' tuttavia facoltà dell'Azienda Ospedaliera, 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. 15 - Atti di Liberalità

Le iniziative e gli eventi dell'Azienda possono trovare sostegno attraverso atti di liberalità da parte di soggetti terzi pubblici o privati, secondo le forme previste dalla legge.

Tali atti si possono configurare come offerte prive di finalità di lucro ovvero con un ritorno di natura pubblicitaria del tutto minimale rispetto al valore offerto dallo sponsor e rientrano nei negozi a prestazioni economicamente unilaterali per i quali, pertanto, non trovano applicazione le indicazioni in ordine agli aspetti procedurali di scelta dello sponsor.

Art. 16 - Trattamento dei dati personali

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 dall'art.7 del D.Lgs. 196/2003. Titolare del trattamento dei dati è l'Azienda Ospedaliera S. Anna e S. Sebastiano di Caserta. Responsabile del trattamento è il Dirigente Responsabile dell'Ufficio Stampa, o suo delegato. I dati sono trattati, in conformità alle norme vigenti, dal personale degli uffici tenuti all'applicazione del regolamento. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e/o privati in relazione alle finalità del regolamento.

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 - Decorrenza

Il presente regolamento entra in vigore dal giorno di esecutività della deliberazione di adozione.