



Stemmi dell'Ospedale di S. Maria della Misericordia di Perugia

Azienda Ospedaliera di Perugia

Direzione Generale e Sede Ammin.va: Piazzale Menghini, 8/9 – 06129 PERUGIA
Sede Legale: Ospedale S. Maria della Misericordia – S. Andrea delle Fratte – 06156 PERUGIA
Part. IVA 02101050546 – tel.: 075/5781 – Sito Internet: www.ospedale.perugia.it
PEC: aosp.perugia@postacert.umbria.it

DELIBERAZIONE DEL DIRETTORE GENERALE

n. 0001079 del 21/07/2021

adottata in Perugia

OGGETTO:

REGOLAMENTO AZIENDALE PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI -
APPROVAZIONE.

Ufficio Proponente: AFFARI GENERALI

Istruttore della pratica: BENEDETTA ARCELLI

Responsabile del procedimento: MARIA CRISTINA CONTE

Dirigente dell'Ufficio Proponente: MARIA CRISTINA CONTE

La Delibera comporta costi: No

Modalita' di Pubblicazione: Integrale

VISTA la proposta n. 0001236 del 20/07/2021 a cura di AFFARI GENERALI

hash.pdf (SHA256): c1f662c03e54627888719c41185d3c8a513f0f4382673f27940ecca359a62d9a

firmata digitalmente da: MARIA CRISTINA CONTE

che ne attesta la regolarita' dell'iter istruttorio

IL DIRETTORE SANITARIO: GIUSEPPE DE FILIPPIS

Parere: FAVOREVOLE

IL DIRETTORE AMMINISTRATIVO: CRISTINA CLEMENTI

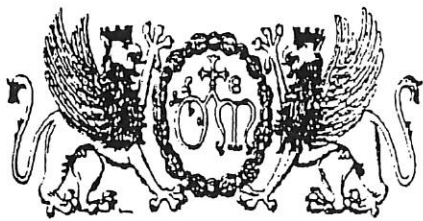
Parere: FAVOREVOLE

DELIBERA

Di fare integralmente propria la menzionata proposta che allegata al presente atto ne costituisce parte integrante e di disporre così come in essa indicato, avendone acquisito i pareri

IL DIRETTORE GENERALE
MARCELLO GIANNICO*

* Documento sottoscritto con firma digitale



Stemmi dell'Ospedale di S. Maria della Misericordia di Perugia

Azienda Ospedaliera di Perugia

Direzione Generale e Sede Ammin.va: Piazzale Menghini, 8/9 – 06129 PERUGIA
Sede Legale: Ospedale S. Maria della Misericordia – S. Andrea delle Fratte – 06129 PERUGIA
Part.IVA 02101050546 – tel.: 075/5781 fax: 075/5783531 PEC: aosp.perugia@postacert.umbria.it

DIREZIONE AFFARI GENERALI

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

Premesso che:

- l'art. 43 della Legge n. 449 del 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 suddette iniziative devono essere dirette al perseguimento di interessi pubblici, escludere forme di conflitto di interesse fra l'attività pubblica e quella privata e devono comportare risparmi di spesa rispetto agli stanziamenti disposti;

- l'art. 28, comma 2 bis, della Legge n. 448/1998 statuisce, tra le altre cose, che gli enti, nella loro autonomia, possono provvedere a sviluppare le iniziative per la stipula di contratti di sponsorizzazione, accordi e convenzioni previsti dall'art. 43 della Legge n. 449/1997, allo scopo di realizzare maggiori economie nella gestione;

- 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 ed 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 D.Lgs. n. 163 del 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.

Visti:

- il D.Lgs n. 50/2016 con specifico riferimento agli artt. 19, 42 ed 80;
- il D.Lgs n. 165/2001 con particolare riferimento all'art. 53.

Considerata, alla luce della sopra richiamata normativa, l'opportunità di disciplinare le procedure e le attività da seguire per una corretta gestione delle sponsorizzazioni da parte di soggetti terzi a favore di progetti ed iniziative promosse dall'Azienda Ospedaliera di Perugia, prevedendo idonei strumenti e modalità operative in conformità ai principi di efficienza, efficacia, imparzialità, trasparenza e buon andamento della Pubblica Amministrazione, attraverso l'adozione di specifico regolamento;



Stemmi dell'Ospedale di S. Maria della Misericordia di Perugia

Azienda Ospedaliera di Perugia

Direzione Generale e Sede Ammin.va: Piazzale Menghini, 8/9 – 06129 PERUGIA
Sede Legale: Ospedale S. Maria della Misericordia – S. Andrea delle Fratte – 06129 PERUGIA
Part.IVA 02101050546 – tel.: 075/5781 fax: 075/5783531 PEC: aosp.perugia@postacert.umbria.it

Vista la necessità di approvare il regolamento in oggetto, allegato al presente atto quale parte integrante dello stesso (All. A);

Dato atto che il presente provvedimento non comporta oneri a carico del bilancio aziendale;

Attestato che, a seguito dell'istruttoria effettuata, nella forma e nella sostanza la proposta è legittima ed utile per il servizio pubblico;

Attestata, inoltre, la regolarità amministrativa del presente provvedimento, ai sensi del D.Lgs. n. 123/2011.

Tutto ciò premesso,

SI PROPONE DI:

1-**Approvare** il regolamento aziendale per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni allegato al presente atto quale parte integrante dello stesso (All. A).

2-**Dare atto** che il presente provvedimento non comporta oneri a carico di questa Azienda.

3-**Disporre** la pubblicazione del presente provvedimento sul sito internet aziendale, alla voce "Regolamenti".

Il Funzionario Estensore
Dott.ssa Benedetta Arcelli

Il Responsabile Proponente
Dott.ssa Maria Cristina Conte

REGOLAMENTO AZIENDALE PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

ART. 1 OGGETTO

Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione da parte di terzi, prefiggendosi lo scopo di indicare gli atti e le condizioni necessarie per assicurare all'Azienda la corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione, in ottemperanza all'art. 43 della L. 449/1997, all'art. 28, comma 2 bis, della L. 448/1998 ed all'art. 19 del D.Lgs. 50/2016.

ART. 2 FINALITA' E PRINCIPI

1. Le iniziative di sponsorizzazione sono dirette a reperire risorse economiche e patrimoniali che saranno utilizzate per il miglioramento degli standard di qualità erogati all'utenza, nel pieno rispetto dei vigenti principi in tema di prevenzione della corruzione, trasparenza, incompatibilità ed inconfiribilità degli incarichi, conflitto di interessi, codici etici, nonché dei criteri di efficienza, efficacia ed economicità cui deve necessariamente ispirarsi l'operato della Pubblica Amministrazione.

2. 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.

3. L'attività di sponsorizzazione è diretta a reperire risorse economiche e patrimoniali, che saranno convogliate ed utilizzate per: 1) il miglioramento degli standard di qualità dei servizi erogati all'utenza; 2) campagne di comunicazione istituzionale e di informazione ed educazione alla salute; 3) attività formative a favore del personale dell'Azienda; 4) attività connesse con la *customer satisfaction*; 5) interventi di restauro e valorizzazione del patrimonio dell'Azienda; 6) progetti di ricerca sanitaria; 7) iniziative per il miglioramento dei servizi aziendali; 8) ridurre le spese rispetto agli stanziamenti disposti nel bilancio previsionale.

ART. 3 RIFERIMENTI NORMATIVI

- Legge n. 449/1997 "Misure per la stabilizzazione della finanza pubblica" con particolare riferimento all'art. 43 rubricato "Contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione, convenzioni con soggetti pubblici o privati, contributi dell'utenza per i servizi pubblici non essenziali e misure di incentivazione della produttività;

- Art. 30 Legge n. 488/1999 "*Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato* (legge finanziaria 2000)", che integra l'art. 28, comma 2, della Legge n. 448/1998 "*Misure di finanza pubblica per la stabilizzazione e lo sviluppo*" prevedendo, tra le specifiche misure da adottare per la riduzione del disavanzo pubblico, lo sviluppo di iniziative per la stipula di contratti di sponsorizzazione, accordi e convenzioni previsti dall'art. 43 della Legge n. 449/1997, allo scopo di realizzare maggiori economie nella gestione;

- D.Lgs. n. 50/2016 “Codice dei Contratti Pubblici”, con specifico riferimento agli artt. 19 “Contratti di Sponsorizzazione”, 42 “*Conflitto di interessi*”, ed 80 “*Motivi di esclusione*”;

-Piano Triennale Aziendale per la Prevenzione della Corruzione e per la Trasparenza, al momento vigente.

ART. 4 CAMPO DI APPLICAZIONE

1. Il presente Regolamento è volto a disciplinare le offerte di sponsorizzazione pervenute da soggetti privati (persona fisica o giuridica) o soggetti pubblici che intendano stipulare un contratto di sponsorizzazione con l’Azienda Ospedaliera.

2. Non rientrano, invece, nel campo di applicazione del presente regolamento le offerte pervenute dagli enti del Terzo Settore.

ART. 5 DEFINIZIONI

1. Ai fini del presente Regolamento si intende per:

“*contratto di sponsorizzazione*”: un contratto a titolo oneroso e a prestazioni corrispettive mediante il quale un soggetto (**sponsor**), si obbliga ad un corrispettivo in denaro, o a fornire beni e servizi o ad eseguire lavori in favore dell’Azienda Ospedaliera (**sponsee**) la quale, a sua volta, si obbliga ad offrire spazi per la pubblicità del nome (logo, marchio, denominazione sociale) e di eventuali messaggi in forme diverse entro appositi spazi pubblicitari;

“*sponsorizzazione*”: ogni contributo in beni e servizi, denaro od ogni altra utilità proveniente all’Azienda da terzi nell’ambito applicativo “contratti di sponsorizzazione” di cui al punto precedente;

“*sponsor*”: il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con l’Azienda Ospedaliera;

“*sponsee*”: l’Azienda titolare dei benefici economici apportati dalla stipula di contratti di sponsorizzazione;

“*spazio pubblicitario*”: lo spazio fisico o il supporto di trasmissione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dall’Azienda per la pubblicità dello sponsor;

“*manifestazione di interesse*”: la comunicazione all’Azienda, da parte di terzi, della volontà e disponibilità ad attivare contratti di sponsorizzazione;

“*sponsorizzazione pura*”: lo sponsor si impegna nei confronti dello sponsee esclusivamente al riconoscimento di un contributo economico in cambio del diritto di utilizzare spazi per fini pubblicitari;

“*sponsorizzazione tecnica*”: la realizzazione o l’acquisizione di lavori, servizi o forniture, a cura e spese dello sponsor, sempre in cambio di un’utilità rappresentata da un ritorno d’immagine e/o di pubblicità realizzazione di lavori, servizi, forniture, direttamente a cura dello sponsor.

ART. 6 SCELTA DELLO SPONSOR

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura aperta, preceduta dalla pubblicazione di un apposito avviso, secondo le previsioni dell'art. 26 del D.Lgs. 163/2006.
2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione sul sito internet dell'Azienda Ospedaliera di Perugia alla voce "Amministrazione Trasparente", sezione Bandi di Gara e Contratti. 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.
3. 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.
4. 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 ed i luoghi oggetto di interesse nell'ambito delle opportunità offerte dall'Azienda Ospedaliera di Perugia;
 - 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.
5. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dalla Direzione Affari Generali acquisito il parere obbligatorio e vincolante del Comitato di Garanzia di cui al successivo art. 9.
6. L'Azienda Ospedaliera di Perugia 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.
7. 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. 7 PROPOSTE DI SPONSORIZZAZIONE

1. 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.
2. L'Avviso manifesta l'intento dell'Azienda di procedere al reperimento di sponsorizzazioni finalizzate al finanziamento del progetto.
3. 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.

4.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. 8

CASI DI ESCLUSIONE DALLE SPONSORIZZAZIONI

1.Non possono essere oggetto di contratto di sponsorizzazione:

- 1-i servizi di onoranze funebri;
- 2-la propaganda di natura politica, religiosa, sindacale;
- 3-i prodotti farmaceutici e dispositivi medici;
- 4-la pubblicità diretta o collegata a servizi di badanza;
- 5- la 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;
- 6- la pubblicità di attività di cartomanzia e similari;
- 7- la pubblicità di giochi con vincita in denaro che inducono comportamenti compulsivi;
- 8- i 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 della Azienda Ospedaliera.

2.L'Azienda Ospedaliera si riserva, comunque, la facoltà di rifiutare qualsiasi richiesta di sponsorizzazione attraverso il Comitato di Garanzia, qualora ravvisi potenziali danni all'immagine del Servizio Sanitario o, semplicemente, la ritenga, per ragioni di interesse pubblico, inopportuna.

3.Non sono consentite le sponsorizzazioni di cui al presente regolamento all'interno dei reparti di degenza ospedaliera, presso i locali del servizio d'emergenza del Pronto Soccorso, le camere mortuali, la cappella ed i luoghi di culto.

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

ART. 9

COMITATO DI GARANZIA

1.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 all'interno dell'Azienda.

2.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.

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

- 1- Acquisti Appalti;
- 2- Direzione Medica Ospedaliera;
- 3- Responsabile della Prevenzione, della Corruzione e per la Trasparenza.

4.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.

ART. 10
RISOLUZIONE DEL CONFLITTO DI INTERESSE

- 1.L'Azienda Ospedaliera di Perugia si riserva, a suo insindacabile giudizio, di non accogliere proposte di sponsorizzazioni da parte di candidati sponsor qualora si configurino conflitti d'interesse anche potenziali.
- 2.L'eventuale insorgenza di conflitti di interesse nel corso del contratto di sponsorizzazione è causa di risoluzione.

ART. 11
TUTELA DEI MARCHI

Le parti possono concordare specifiche clausole a reciproca tutela dal rischio di utilizzo illecito o non consentito del proprio marchio o logo, della denominazione aziendale ed in generale dei propri segni distintivi.

ART. 12.
INADEMPIENZE

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

ART. 13.
TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

- 1.I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati, dal personale degli uffici tenuti all'applicazione del regolamento, esclusivamente per le finalità dallo stesso previste ed in conformità alle norme di cui al D.Lgs. n. 196/2003 così come modificato dal D.Lgs. n. 101/2018.
- 2.I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dall'art.12 e seguenti del Regolamento dell'UE n. 2016/679.
- 3.I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e/o privati in relazione alle finalità del regolamento.

ART. 14.
DECORRENZA E CLAUSOLE GENERALI DI RINVIO

- 1.Il presente Regolamento entra in vigore dalla data di adozione della Deliberazione di approvazione. Per quanto non espressamente indicato nel presente Regolamento e nel contratto si fa rinvio alle disposizioni del Codice Civile ed alla normativa speciale in materia.