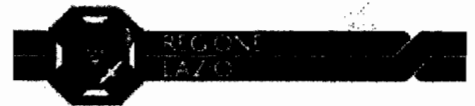




0001016

AZIENDA USL ROMA HBorgo Garibaldi, 12 00041 Albano Laziale (Roma)
Tel. 06 93.27.1 - Fax 06 93.27.38.66**DELIBERAZIONE DEL COMMISSARIO STRAORDINARIO**Su proposta del Dirigente **U.O.C. AFFARI GENERALI**N. 1017 del 31 DIC. 2013**OGGETTO:** Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni**CENTRO DI COSTO:** _____**Tipo Atto : ATTO IMMEDIATAMENTE ESEGUIBILE**

Con la sottoscrizione del presente atto, a seguito dell'istruttoria effettuata, si attesta che l'atto è legittimo nella forma e nella sostanza ed è utile per il servizio pubblico.

IL RESPONSABILE DEL
PROCEDIMENTOLuca Bani

IL DIRIGENTE UOS

IL DIRETTORE U.O.C. AFFARI GENERALI
IL DIRETTORE U.O.C. AA.GG.Dott.ssa Daniela Nunzi

Il Dirigente addetto al controllo di budget con la sottoscrizione del presente atto attesta che lo stesso non comporta l'assunzione di oneri a carico del bilancio dell'Azienda

IL DIRETTORE U.O.C. AFFARI GENERALI
IL DIRETTORE U.O.C. AA.GG.Dott.ssa Daniela Nunzi**Parere del Direttore Amministrativo :****Dr. Giovannino Rossi** FAVOREVOLE NON FAVOREVOLE
(con motivazioni allegate al presente atto)Data 30/12/13

Firma _____

Parere del Direttore Sanitario :**Dr. Antonio Ceiberti** FAVOREVOLE NON FAVOREVOLE
(con motivazioni allegate al presente atto)Data 30.12.2013

Firma _____

Il Commissario Straordinario**Dr. Claudio Mucciaccio****Il Direttore Sanitario
(Dott. Antonio Ceiberti)**Data 30.12.2013

Firma _____

IL DIRETTORE F.F. U.O.C. AFFARI GENERALI

- VISTO** l'art. 43 della Legge 27/12/1997 n. 449 "Misure per la stabilizzazione della finanza pubblica";
- ATTESO** che i commi 1 e 2 del predetto art. 43 della L.449/97 sanciscono che, al fine di favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa e di realizzare maggiori economie nonché una migliore qualità dei servizi prestati, le Pubbliche Amministrazioni possono stipulare contratti di sponsorizzazioni ed accordi di collaborazione con soggetti privati ed associazioni senza fini di lucro, purchè tali iniziative siano dirette al perseguimento di interessi pubblici, escludano forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata e comportino risparmi di spesa rispetto agli stanziamenti disposti;
- altresì, che la precitata legge 449/1997 si limita a prevedere la possibilità, per le pubbliche amministrazioni di stipulare i suddetti atti contrattuali, ma non detta nessuna disciplina positiva al riguardo;
- CONSIDERATO** che, data la atipicità del contratto in questione, occorre comunque ricorrere a procedure che garantiscano il sostanziale rispetto dei principi di efficacia, efficienza e trasparenza dell'azione amministrativa;
- RITENUTO** pertanto opportuno procedere all'approvazione di un "Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni" al fine di individuare gli atti e le condizioni necessarie per assicurare all'Azienda una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione, nel rispetto della normativa vigente e dei criteri di efficienza, efficacia ed economicità;

PROPONE

Per le motivazioni espresse in narrativa:

di approvare il "Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni", allegato e parte integrante della presente deliberazione, al fine di individuare gli atti e le condizioni necessarie per assicurare all'Azienda una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione, nel rispetto della normativa vigente e dei criteri di efficienza, efficacia ed economicità;

IL COMMISSARIO STRAORDINARIO

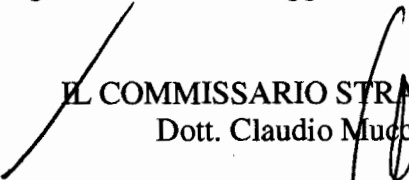
LETTA E VALUTATA la sopraesposta proposta di delibera presentata dal Direttore f.f. U.O.C. dell'Unità Organizzativa in frontespizio indicata;


SENTITI il Direttore Amministrativo e il Direttore Sanitario;

DELIBERA

Di approvare la proposta sopra riportata avente ad oggetto : "Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni";

Il presente provvedimento e immediatamente eseguibile ai sensi di legge.


IL COMMISSARIO STRAORDINARIO
Dott. Claudio Mucciacchio


Il Direttore Sanitario
(Dott. Antonio Caliberti)

CONSTITUTIONAL
LIBRARY

**REGOLAMENTO PER LA
DISCIPLINA E LA GESTIONE
DELLE SPONSORIZZAZIONI**

ART. 1 OGGETTO

Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione, da parte di terzi, in applicazione dell'art. 43 della Legge 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 di criteri di efficienza, 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 standar 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”**: un contratto mediante il quale una parte (sponsor) si obbliga a versare una somma di denaro o a fornire beni o servizi a favore di un terzo (sponsee), che a sua volta si impegna, nell'ambito delle proprie iniziative destinate al pubblico, a diffondere il nome dello sponsor tramite prestazioni accessorie di veicolazione del marchio, del logo o di altri messaggi a favore dello sponsor;
- **“sponsorizzazione”** si intende ogni contributo di beni o servizi, denaro od ogni altra utilità proveniente all'Azienda Sanitaria da terzi nell'ambito applicativo dei “contratti di sponsorizzazione” di cui al comma precedente;
- per **“sponsor”** il soggetto che, al fine di incrementare la notorietà dei proprio segni distintivi, corrisponde finanziamenti o altre utilità ad altro soggetto (sponsee), veicolatore ai fini pubblicitari del segno distintivo individuato dallo sponsor;
- 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;
- per **“spazio”** lo spazio fisico o il supporto di trasmissione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dell'ASL Roma H per la sponsorizzazione.

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 on line dell'Azienda consultabile sul sito web dell'ASL Roma H.
Della possibilità di attivare contratti di sponsorizzazioni è altresì data ulteriore pubblicità sia attraverso comunicazioni dirette a specifiche categorie merceologiche di soggetti terzi potenzialmente interessati ad attivare la sponsorizzazione, sia attraverso comunicazioni ai mass media nonché pubblicazioni aziendali.
- 2) La manifestazione di interesse denominata "scheda sponsor" da presentarsi a cura dei soggetti terzi dovrà essere esplicitata in forma scritta, ed indicare:
 - a) l'esatta tipologia di opportunità prescelta nonché le quantità ed i luoghi oggetto di interesse nell'ambito delle opportunità offerte dall'ASL Roma H;
 - b) l'indicazione dei corrispettivi economici previsti per la tipologia della sponsorizzazione richiesta.
- 3) L'ASL Roma H accoglie la richiesta avanzata con la "scheda sponsor" mediante atto deliberativo di approvazione 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 sponsorizzazione, viene indicato il corrispettivo economico da versare all'Azienda Sanitaria Locale ed i relativi tempi di erogazione. Nel caso di prodotti non espressamente già tariffati fa fede quanto indicato nel relativo contratto di sponsorizzazione.

ART. 5
PRODOTTI ED INIZIATIVE OGGETTO DI POSSIBILE SPONSORIZZAZIONE

I prodotti/iniziativa oggetto di possibile sponsorizzazione presso la ASL Roma H 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. banners sul sito web;

C. bacheche aziendali;

D. spazi sulle comunicazioni istituzionali, spazi sugli organi di informazione e pubblicazioni aziendali, spazi nell'ambito della cartellonistica di segnalazioni 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 delle comunicazioni 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. 6

CASI DI ESCLUSIONE DELLE 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 dell'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 H. l'Azienda Sanitaria Locale si riserva comunque unilateralmente la facoltà di rifiutare qualsiasi richiesta di 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 banners relativi a sponsorizzazioni 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. 7

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, sarà istituito un "Comitato Etico di Garanzia" interno all'Azienda.
- 2) Tale Comitato viene consultato 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 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/UOC.
- 5) Il Comitato Etico di Garanzia è nominato con apposito provvedimento della Direzione Aziendale.

ART. 8 MODALITA' ORGANIZZATIVE

- 1) La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Azienda Sanitaria Locale senza il ricorso ad alcuna agenzia esterna.
- 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 Sanitaria 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.
È 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 amministrative 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. 9 IL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

- 1) Il contratto di sponsorizzazione fra l'Azienda Sanitaria Locale 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) L'introito per l'ASL Roma H avviene mediante emissione di fattura con 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. 10 TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità derivanti dal contratto di sponsorizzazione ai sensi del D.Lgs. 196/2003.

ART. 11
ASPETTI FISCALI

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

ART. 12
SPESE CONTRATTUALI

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

ART.13
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.

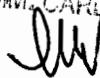
CONSTITUTIONAL LIBRARY

DELIBERAZIONE N° 1017 del 31 DIC. 2013
composta di n. pagine , frontespizio compresi e retro, e di n. allegati

La presente deliberazione è stata inviata al Collegio Sindacale ed è stata affissa all'Albo dell'Azienda

in data 31 DIC. 2013

IL FUNZIONARIO
AZIENDA U.S.L. ROMA - M
U.O. AFFARI GENERALI
COLL. AMM. CARLO MISSORI



Per copia conforme all'originale conservato agli atti di questa Amministrazione

IL FUNZIONARIO DELEGATO

.....