



# Azienda Sanitaria Provinciale Catanzaro

## REGOLAMENTO

### *disciplina e gestione*

## SPONSORIZZAZIONI

## **ART. 1**

### **OGGETTO FINALITA' PRINCIPI**

Il presente regolamento disciplina le attività di Marketing Aziendale dell'ASP di Catanzaro , per promuovere e consentire le sponsorizzazione da parte di terzi in applicazione dell'art. 43 della Legge 449/97, e dell'art. 28 c. 2 bis della Legge 448/98 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 al fine di porre l'utenza al centro della mission aziendale , favorendo *iniziative innovative per* migliorare la qualità dei servizi (informazione /comunicazione, accoglienza , partecipazione e tutela utenza ) .

#### **(Oggetto della sponsorizzazione)**

La sponsorizzazione si configura ogni qual volta viene data ad un soggetto esterno all'Azienda la possibilità di pubblicizzare la propria od altrui ragione sociale in appositi e predefiniti spazi pubblicitari (nome, marchi e simboli dello sponsor), ovvero prodotti e servizi a fronte della copertura totale o parziale, da parte dello stesso, degli oneri finanziari delle iniziative e dei progetti di comunicazione secondo le modalità indicate ai successivi articoli.

L'azienda può ricorrere ai contratti di sponsorizzazione al fine di :

- a) sostenere specifici progetti;
- b) sviluppare e realizzare eventi particolari o campagne informative
- c) migliorare i profili gestionali e qualitativi di particolari servizi (anche complementari a quelli sanitari)
- d) attivare convenzioni a favore di utenti e dipendenti
- e) sperimentazioni gestionali realizzabili in forza dell'art)bis del D.lgs.N°229
- f) formazione del personale (formazione continua e formazione manageriale ) secondo le prescrizioni degli art.16 , 16 quater e 16 quinquies del decreto;
- g) piani per la salute, intesi come i piani pluriennali guidati dagli Enti locali ed elaborati di concerto con le Aziende Sanitarie .

#### **(Interesse pubblico)**

Sussiste l'interesse pubblico quando l'iniziativa risponda ai seguenti criteri:

- a) sia coerente rispetto ai bisogni individuati dall'azienda in atti e/o piani , o ritenuti prioritari dalla Direzione Aziendale, a fronte di sopravvenute esigenze scientifiche o legislativa o produttiva;
- b) sia coerente rispetto ai bisogni di informazione dell' utenza interna ed esterna ,di accoglienza e tutela dell'utenza esterna .
- c) devono comportare risparmi di spesa per l'Azienda o determinare per la stessa un congruo utile per migliorare la qualità dei servizi di informazione e di accoglienza e tutela dell'utenza.

Stante gli interessi pubblici di tutela della salute verso i cittadini , la partecipazione delle Aziende farmaceutiche ai Convegni e corsi di formazione trova una regolamentazione in norme di carattere speciale emanate dal Ministero della salute oltre che da altre regole fra cui quelle del codice deontologico di Farindustria che disciplina detta partecipazione nonché la sponsorizzazione per quel che attiene data e luoghi degli incontri.

La legge 27 dicembre 2002 , n°289(legge finanziaria per il 2003) con l'art.52, comma 19, in relazione agli anni 2004,2005 e 2006 ha contenuto la possibilità di organizzare e contribuire a realizzare mediante finanziamenti Convegni e Corsi nel limite del 50% .

Ciò premesso le imprese farmaceutiche possono contribuire finanziariamente alle iniziative di aggiornamento per il tramite dell'Azienda Sanitaria Provinciale di Catanzaro che è provider delle iniziative di formazione.

### **(Conflitto di interessi)**

Sussiste conflitto d'interessi qualora lo sponsor:

- a) tenga un comportamento concretamente idoneo a compromettere la neutralità della stessa, per esempio, l'ingenerare o l'accrescere la propensione all'acquisto o al consumo di prodotti dalla stessa commercializzati e fabbricati, attraverso l'esposizione o la distribuzione di tali prodotti in seno all'evento sponsorizzato ;
- b) sottoponga l'erogazione a favore dell'Azienda a qualsiasi condizione diversa da quella della specifica concordata per l'iniziativa ;
- c) ponga in essere, attraverso l'individuazione di eventuali partecipanti esterni, comportamenti che costituiscono elusione di divieti, stabiliti dalla vigente normativa, di finanziamento a favore di determinate categorie.

Il soggetto erogatore dichiara l'assenza del conflitto di interessi con la sottoscrizione del contratto tipo di sponsorizzazione di cui al successivo articolo 5 .

## **ART. 2**

### **DEFINIZIONI**

1) Ai fini del presente regolamento si intende:

- a) per "*contratto di sponsorizzazione*" un contratto a titolo oneroso mediante il quale l'Azienda Sanitaria Provinciale di CZ (sponsee) offre ad un 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, il nome, il logo, i prodotti, le offerte commerciali ecc.;
- b) per "*sponsorizzazione*" si intende ogni contributo in beni o servizi, danaro od ogni altra utilità proveniente all'A.S.P. da terzi nell'ambito applicativo dei "contratti di sponsorizzazione" di cui al comma precedente;
- c) per "*sponsor*" si intende il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con l'A.S.P.;
- d) per "*sponsee*" si intende l'A.S.P. la quale è titolare dei benefici economici apportati dalla stipula di contratti di sponsorizzazione;
- e) per "*manifestazione di interesse*" si intende la comunicazione all'Azienda da parte di terzi della volontà e disponibilità ad attivare contratti di sponsorizzazione.

**ART. 3**  
**SCelta DELLO SPONSOR**

La scelta dello/degli sponsor, dal momento di entrata in vigore del regolamento, può avvenire secondo due canali relazionali atipici :

- a) con riferimento diretto alle proposte dello sponsor o con individuazione diretta dello stesso;
- b) con ricerca di proposta di più sponsor , sollecitata con avvisi o bandi o comunicazioni in grado di garantire la sostanziale coerenza della procedura con i principi dell'evidenza pubblica dell'attività contrattuale delle Aziende.

Della possibilità di attivare contratti di sponsorizzazione è data pubblicità sia attraverso comunicazioni dirette a specifiche categorie di soggetti terzi , potenzialmente interessati ad attivare pubblicità commerciale, sia attraverso comunicazioni ai mass-media, nonché mediante utilizzo di spazi sul sito WEB dell'Azienda e le pubblicazioni Aziendali.

L'avviso e le comunicazioni di cui al precedente comma, contengono in particolare i seguenti dati:

- a) la tipologia di prodotti e/o di opportunità oggetto di possibile contratto di sponsorizzazione con un'indicazione dell'entità dei potenziali utenti raggiunti dai messaggi pubblicitari;
  - b) la determinazione degli spazi e dei luoghi a tal fine utilizzabili;
  - c) l'indicazione dei costi dei prodotti medesimi e la durata prevista per i relativi contratti;
  - d) le modalità e gli eventuali termini di presentazione delle manifestazioni di interesse nonché i criteri (es. cronologico in ordine di arrivo fino ad esaurimento dei prodotti oggetto di sponsorizzazione) applicati dall'A.S.P. per l'accettazione delle manifestazioni stesse e la stipula dei relativi contratti.
- 3) La manifestazione di interesse da presentarsi a cura dei soggetti terzi deve essere in forma scritta, ed indicare:
- a) la disponibilità a rispettare pienamente il contenuto del presente regolamento e del contratto di sponsorizzazione;
  - b) l'esatta tipologia di opportunità commerciale prescelta (tipologia prodotto o servizio da pubblicizzare) nonché i luoghi oggetto di interesse nell'ambito delle opportunità offerte dall'A.S.P.
  - c) la disponibilità ad erogare all'Azienda il corrispettivo previsto nei tempi indicati;
  - 4) L'A.S.P. accoglie tale offerta mediante deliberazione approvativa del relativo schema tipo di contratto, allegato al presente regolamento.

## **ART. 4**

### **PRODOTTI , SPAZI E INIZIATIVE OGGETTO DI POSSIBILE SPONSORIZZAZIONE**

I prodotti/iniziativa oggetto di possibile sponsorizzazione presso l'A.S.P. sono i seguenti:

- a) spazi murali** nelle aree di ingresso, nei corridoi di percorrenza del pubblico, incroci e ascensori, spazi **cartellonistici** su giardini e viali interni, muri esterni di recinzione , facciate sui luoghi di transito; spazi nelle sale di attesa presso tutte le strutture dell'Azienda per la collocazione di manifesti ed avvisi pubblicitari, bacheche Aziendali; spazi presso le bollatrici dei dipendenti, spazi in aule didattiche e nelle sale riunioni Aziendali, spazi presso punti strategici della comunicazione al pubblico (reception , punti prenotazioni , punti ritiro esami , telefoni, bar ristorazione, spogliatoi dipendenti ecc.) ; **banners** sul Sito WEB aziendale , banner su auto Aziendali, rotors luminosi informativi, spazi per offerte commerciali, finanziarie, bancarie, su cedolini stipendi, news aziendali destinate ai dipendenti dell'Aziendali , chioschi multimediali pubblicitari .
- b) pubblicazioni Aziendali** , opuscoli informativi a grande tiratura, depliant, locandine, Carta dei Servizi, carta di accoglienza ;
- c) Eventi** Aziendali, Conferenza annuale dei Servizi, **Corsi e Convegni** scientifici , **progetti di ricerca** sanitaria finalizzata, spazi sui relativi depliant, penne, cartelline portadocumenti , blocchi ; iniziative nell'ambito dello sviluppo Sistema Qualità, nell'Educazione alla Salute;
- d) cessione** all'Azienda di **prodotti promozionali** da distribuire a pazienti e/o dipendenti e/o soggetti frequentatori delle strutture Aziendali, fornitura e donazione di prodotti, tovagliette mensa, giochi per Pediatria , **arredi di accoglienza, materiali** per laboratori espressivi (psichiatria, pediatria, Centri diurni) piante ed arredi di **abbellimento**, panche, sedili, tavolini, attrezzatura per parco giochi e giardini , iniziative di sostegno di cause di utilità sociale (“Cause Related Marketing”), distribuzione di prodotti di prova/assaggio (Sampling), iniziative/ sondaggi di “customer satisfaction”.

## **ART. 5**

### **MODALITÀ DELLA SPONSORIZZAZIONE**

- 1) La sponsorizzazione può attuarsi attraverso il versamento all'A.S.P. delle somme necessarie per la realizzazione dell'iniziativa sponsorizzata o per l'acquisto dello spazio pubblicitario oppure l'assunzione diretta delle spese da parte dello sponsor oppure in forma mista.
- 2) La sponsorizzazione potrà avere luogo solo a seguito della sottoscrizione da parte dello sponsor e dell'Azienda del relativo contratto.

## **ART. 6**

### **CASI DI ESCLUSIONE DALLE SPONSORIZZAZIONI**

- 1) **Luoghi esclusi** dalle sponsorizzazioni – Non sono consentite le sponsorizzazioni di cui al presente regolamento all'interno dei **reparti di degenza** ospedaliera, presso gli **ambulatori** , il **pronto soccorso**, presso le **camere mortuarie**, **presso la cappella ed i luoghi di culto**.
- 2) **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'A.S.P. che si riserva comunque la facoltà di rifiutare qualsiasi richiesta di sponsorizzazione, qualora ravvisi potenziali danni all'immagine del servizio sanitario o semplicemente la ritenga, per ragioni di interesse pubblico, inopportuna.

## **ART. 7**

### **COMITATO DI GARANZIA**

Al fine di assicurare una puntuale applicazione di quanto previsto dagli art. 4, 5 e 6 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 di garanzia interno all'Azienda.

Tale Comitato viene consultato per l'espressione di apposito parere motivato a cura del Dirigente URP ex A.S.n°6 , preventivamente all'adozione di determinazioni approvative di contratti di sponsorizzazione.

L'eventuale parere negativo del Comitato di garanzia circa l'oggetto di una sponsorizzazione è vincolante e pregiudica la possibilità di attivare il/i contratti di sponsorizzazione di che trattasi.

Del Comitato di garanzia fanno parte il Direttore Sanitario Aziendale , il Direttore del Dipartimento dei Servizi Territoriali ed il Direttore dell' Ufficio Affari Legali.

Il Comitato di garanzia decide in seduta congiunta a maggioranza dei propri componenti; in caso di impossibilità a partecipare al Comitato il componente può delegare ad altro Dirigente o funzionario la partecipazione al Comitato medesimo.

## **ART. 8**

### **UTILIZZO DEI PROVENTI DELLE SPONSORIZZAZIONI**

- 1) I proventi delle sponsorizzazioni sono finalizzati al perseguimento di iniziative di innovazione e miglioramento della qualità dell'informazione, accoglienza, partecipazione e tutela degli utenti per superare le carenze aziendali in tali ambiti e la mancanza di adeguati stanziamenti finalizzati nel Bilancio A.S.P. .

## **Art. 9**

### **MODALITA' ORGANIZZATIVE**

- 1) La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'A.S.P. Il Dirigente di riferimento, in ambito Aziendale è il responsabile dell'U.R.P. dell'ex AS 6 di Lamezia Terme già delegata in materia dalla ex AS N°6. ; responsabile del procedimento è Dirigente dell' U.R.P. medesimo .

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 con l'A.S.P. nel reperimento di possibili sponsor previo riconoscimento di una quota degli incassi all'Agenzia medesima indicata nella deliberazione approvativa del relativo contratto.

## **ART. 10**

### **IL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE**

- 1) Il contratto di sponsorizzazione fra l'A.S.P. 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) Per le imprese private trattasi di "spese di pubblicità" (D.L. 74/92) e come tale è interamente deducibile dal reddito imponibile d'impresa.
- 3) L'introito per l'Azienda 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.
- 4) Contestualmente all'approvazione del presente regolamento, viene approvato uno schema di "contratto-tipo" Allegato 2 .

**ART. 11 -  
TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI**

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste.
2. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dal Codice in materia di protezione dei dati Dlgs N. 196 del 30/6/ 2003,;
3. Titolare del trattamento dei dati è l'azienda in persona del suo Direttore Generale pro tempore che può nominare uno o più responsabili .

**ART. 12  
DECORRENZA**

Il presente regolamento entra in vigore dal Novembre 2007



## CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

L'Azienda Provinciale di Catanzaro cod. Fiscale 02865540799 nella persona del Direttore Generale ....., domiciliato per la carica presso la sede della stessa Azienda Sanitaria ;  
la Ditta ..... con sede legale in ..... rappresentata dal ..... in qualità di .....

### STIPULANO QUANTO SEGUE

#### **Art. 1**

L'Azienda Sanitaria Provinciale di Catanzaro si impegna a cedere presso..... a favore della Ditta ..... n° .....spazio informativo pubblicitario di dimensioni cm. ....

L'A.S.P. si impegna a ricevere e dare adeguata distribuzione al materiale o prodotti dati in cessione dalla ditta .....

#### **Art. 2**

L'A.S.P. valuta a proprio insindacabile giudizio il contenuto, le finalità e le modalità di presentazione dei servizi e/o dei prodotti oggetto di promozione pubblicitaria.

#### **Art. 3**

La Ditta ..... si impegna a rispettare pienamente quanto contenuto nel Regolamento per le sponsorizzazioni vigente presso l'A.S.P., rispondendo direttamente in ogni sede ed assumendosene le responsabilità conseguenti, della veridicità e legittimità dei messaggi pubblicitari in oggetto sollevando l'A.S.P. da qualsiasi responsabilità rispetto ad ogni eventuale contenzioso dovesse venire intrapreso da potenziali utenti/acquirenti dei servizi/prodotti proposti.

#### **Art. 4**

L'oggetto della promozione pubblicitaria rispetta pienamente quanto previsto dal Regolamento per le sponsorizzazioni; in particolare, in nessun modo ed a nessun titolo possono rientrare tra gli oggetti di promozione pubblicitaria sostanze classificate come farmaci od articoli in contrasto od in conflitto di interessi con le finalità istituzionali dell'A.S.P..

**Art. 5**

L'uso improprio del logo e nome dell'A.S.P. , a qualsiasi scopo, comporta l'immediata decadenza del contratto in essere.

**Art. 6**

La Ditta ..... si impegna a versare all'A.S.P. di Catanzaro la somma complessiva di € ..... + I.V.A., entro 60 giorni dal ricevimento dall'A.S.P della relativa fattura, direttamente sul c/c bancario in essere presso....., previa emissione di regolare fattura.

All'atto della fatturazione l'A.S.P. si impegna ad indicare sulla fattura stessa la dichiarazione "spese di pubblicità" (D.L. 74/92) al fine di consentire alla Società stessa l'applicazione dei previsti benefici fiscali.

La ditta si impegna a sostenere direttamente le spese necessarie previste in € .....+ IVA

**Art. 7**

Il presente contratto ha validità dal ..... al .....; non è previsto il tacito rinnovo contrattuale; ulteriori eventuali sponsorizzazioni saranno oggetto di specifico atto approvativo.

**Art. 8**

Per quanto non previsto nel presente contratto si intendono richiamate le norme generali sui contratti (art. 1323 C.C.) ed in particolare sui contratti di pubblicità bilaterale a prestazioni corrispettive.

**Art. 9**

Il presente atto è soggetto a registrazione solo in caso d'uso ai sensi degli artt. 5 e 39 del D.P.R. 26/04/1986 n° 131). Le eventuali spese di bollo e di registrazione sono a carico della Ditta .....

**Art. 10**

Per ogni eventuale controversia in merito al presente contratto le parti dichiarano competente il Tribunale di L.T. Letto e sottoscritto

Lamezia Terme , \_\_\_\_\_

Ditta .....

Il Direttore Generale A.S.P.

Il .....

.....

Dott. ....

Dott. ....

## SCHEDA SPONSOR

**DITTA** \_\_\_\_\_  
Ragione Sociale \_\_\_\_\_

Sede: Via \_\_\_\_\_ n. \_\_\_\_\_

Comune: \_\_\_\_\_

Recapito telefonico: \_\_\_\_\_ E-mail \_\_\_\_\_

Partita IVA \_\_\_\_\_

Nominativo firmatario del contratto \_\_\_\_\_

Titolare     Legale Rappresentante     Altro \_\_\_\_\_

Recapito telefonico \_\_\_\_\_

### OGGETTO DEL CONTRATTO

SPAZIO ..... (costo €    + IVA – altri €    + IVA).

ubicazione \_\_\_\_\_ numero \_\_\_\_\_ decorrenza \_\_\_\_\_

ubicazione \_\_\_\_\_ numero \_\_\_\_\_ decorrenza \_\_\_\_\_

ubicazione \_\_\_\_\_ numero \_\_\_\_\_ decorrenza \_\_\_\_\_

mese \_\_\_\_\_ anno \_\_\_\_\_

mese \_\_\_\_\_ anno \_\_\_\_\_

mese \_\_\_\_\_ anno \_\_\_\_\_

CORSI / CONVEGNI/ ALTRA FORMA DI PUBBLICITA' esatta determinazione

dell'offerta per lo spazio pubblicitario

Titolo/Oggetto \_\_\_\_\_

Data Periodo \_\_\_\_\_

Quota di sponsorizzazione \_\_\_\_\_

Si chiede di essere sponsor unico    SI     NO

**Data**

**Firma per accettazione**

\_\_\_\_\_