

Sistema Socio Sanitario



Regione
Lombardia

ATS Brescia

Agenzia di Tutela della Salute di Brescia

Sede Legale: viale Duca degli Abruzzi, 15 – 25124 Brescia

Tel. 030.38381 Fax 030.3838233 - www.ats-brescia.it

Posta certificata: protocollo@pec.ats-brescia.it

Codice Fiscale e Partita IVA: 03775430980

DECRETO n. 28

del 24/01/2020

Cl.: 1.1.02

OGGETTO: Aggiornamento del Regolamento per la disciplina dei contratti di sponsorizzazione dell'Agenzia di Tutela della Salute di Brescia.

**II DIRETTORE GENERALE - Dr. Claudio Vito Sileo
nominato con D.G.R. XI/1058 del 17.12.2018**

Acquisiti i **pareri** del
DIRETTORE SANITARIO
del
DIRETTORE SOCIOSANITARIO
e del
DIRETTORE AMMINISTRATIVO

Dott.ssa Laura Emilia Lanfredini

Dott.ssa Frida Fagandini

Dott.ssa Sara Cagliani



IL DIRETTORE GENERALE

Premesso che con proprio Decreto D.G. n. 6 del 05.01.2018 è stato adottato il regolamento per la disciplina dei contratti di sponsorizzazione;

Rilevata l'opportunità di aggiornare il testo regolamentare alla luce dell'evoluzione normativa in materia e in particolare delle "Linee Guida in materia di sponsorizzazioni" emanate da Regione Lombardia (nota Direzione Generale Welfare prot. G1.2019.0002949 del 21.01.2019) – anche in attuazione delle indicazioni dell'Autorità Regionale Anticorruzione - e finalizzate alla promozione della trasparenza e della legalità, all'omogeneizzazione delle procedure e dei controlli per tutte le Aziende del Sistema Sanitario Regionale;

Atteso che il testo è stato aggiornato con particolare riferimento ai contratti di sponsorizzazione stipulati nell'ambito delle attività di Formazione condotte dall'Agenzia;

Rilevato che la revisione dell'attuale regolamento rientra tra le misure di prevenzione del rischio corruzione previste nel Piano Triennale della Prevenzione della Corruzione 2019/2021;

Richiamate in particolare le seguenti disposizioni: D.Lgs. 50/2016 e Codici di comportamento nazionale e dell'Agenzia vigenti;

Richiamato, inoltre, il Regolamento delle attività di Formazione dell'Agenzia, in fase di revisione;

Precisato che il presente Regolamento sostituisce, dalla data di entrata in vigore 01.2.2020, quello approvato con Decreto D.G. n. 6 del 05.01.2018;

Dato atto che dal presente provvedimento non derivano oneri per l'Agenzia;

Vista la proposta del Direttore f.f. del Servizio Risorse Strumentali, Dott.ssa Elena Soardi, che attesta, in qualità di Responsabile del procedimento, la regolarità tecnica del presente provvedimento;

Acquisiti i pareri del Direttore Sanitario, Dott.ssa Laura Lanfredini, del Direttore Sociosanitario, Dott.ssa Frida Fagandini e del Direttore Amministrativo, Dott.ssa Sara Cagliani che attesta, altresì, la legittimità del presente atto;

D E C R E T A

- a) di aggiornare il regolamento per la disciplina dei contratti di sponsorizzazione e di approvare, conseguentemente, l'Allegato A al presente provvedimento quale parte integrante e sostanziale, allegato "A" composto di n. 14 pagine;
- b) di demandare al Servizio Affari Generali e Legali la pubblicazione del Regolamento sul sito web dell'Agenzia (nella Sezione Regolamenti e Protocolli dell'Agenzia);
- c) di dare atto che il presente Regolamento sostituisce, dalla data di entrata in vigore 01.2.2020, quello approvato con Decreto D.G. n. 6 del 05.01.2018;
- d) di demandare al Servizio Risorse Strumentali la diffusione del Regolamento a tutti i dipendenti dell'Agenzia;
- e) di dare atto che dal presente provvedimento non discendono oneri per l'Agenzia;
- f) di dare atto che il presente provvedimento è sottoposto al controllo del Collegio Sindacale, in conformità ai contenuti dell'art. 3-ter del D.Lgs. n. 502/1992 e ss.mm.ii. e dell'art. 12, comma 14, della L.R. n. 33/2009;
- g) di disporre, a cura del Servizio Affari Generali e Legali, la pubblicazione all'Albo on-line – sezione Pubblicità legale - ai sensi dell'art. 17, comma 6, della L.R. n. 33/2009, e dell'art. 32 della L. n. 69/2009, ed in conformità alle disposizioni ed ai provvedimenti nazionali e comunitari in materia di protezione dei dati personali.

Firmato digitalmente dal Direttore Generale
Dott. Claudio Vito Sileo

Sistema Socio Sanitario



Regione
Lombardia

ATS Brescia

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONI DELL'ATS DI
BRESCIA

**INDICE**

PREMESSA.....	3
----------------------	----------

CAPO I - OGGETTO E FINALITA' E PRINCIPI

• Art. 1 - Oggetto e finalità.....	3
• Art. 2 - Definizioni.....	4
• Art. 3 - Principi.....	5
• Art. 4 - Conflitti di interesse.....	5
• Art. 5 - Regolazione dell'esclusiva generale o esclusive commerciali.....	6
• Art. 6 - Soggetti coinvolti nella gestione della procedura.....	6
• Art. 7 - Rendicontazione.....	6

CAPO II - SCELTA DELLO SPONSOR, CONTRATTO E SUA ESECUZIONE

• Art. 8 - Acquisizione di sponsorizzazioni di valore inferiore o pari a 40.000,00 euro (IVA esclusa).....	6
• Art. 9 - Acquisizione di sponsorizzazioni di valore superiore a 40.000,00 euro (IVA esclusa).....	8
• Art. 10 - Acquisizione di sponsorizzazioni mediante ricerca con avviso pubblico.....	9
• Art. 11 - Confronto delle proposte.....	9

CAPO III - DISPOSIZIONI SPECIFICHE SUL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

• Art. 12 - Struttura e contenuti principali del contratto di sponsorizzazione.....	10
• Art. 13 - Tutela dei marchi.....	11

CAPO IV - DISPOSIZIONI PARTICOLARI PER SPONSORIZZAZIONI DI EVENTI FORMATIVI

• Art. 14 - Definizione del contratto di sponsorizzazione e relativi requisiti.....	11
• Art. 15 - Condizioni di liceità del contratto di sponsorizzazione nell'ambito delle attività formative.....	11
• Art. 16 - Criteri di scelta specifici.....	12
• Art. 17 - Verifiche e controlli.....	12

CAPO V - DISPOSIZIONI FINALI

• Art. 18 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni.....	12
• Art. 19 - Aspetti contabili e fiscali.....	13
• Art. 20 - Verifiche e controllo.....	13
• Art. 21 - Trattamento dei dati personali.....	13
• Art. 22 - Entrata in vigore.....	14

PREMESSA

Il presente regolamento disciplina gli accordi di sponsorizzazione previsti dall'art. 43 della L.449/1997, dall'art. 28 comma 2 bis della legge 448/98 e dall'art.19 D.Lgs. 50/2016 (Codice dei contratti pubblici) ed è finalizzato ad assicurare all'Agenzia della Tutela della Salute di Brescia, la corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione, nel rispetto delle norme vigenti nonché dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza ed in osservanza dei principi di esclusione di conflitto di interessi tra l'attività pubblica e quella privata.

Il Regolamento, inoltre, disciplina al Capo IV "Disposizioni particolari per sponsorizzazioni di eventi formativi" le modalità di stipulazione di contratti di sponsorizzazione nell'ambito delle attività di formazione.

CAPO I – OGGETTO E FINALITA' E PRINCIPI

1. OGGETTO E FINALITA'

Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere:

- a favorire l'innovazione dell'organizzazione e la realizzazione di maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali prestati;
- a favorire la formazione professionale del proprio personale mediante la partecipazione agli eventi formativi in qualità di discenti/uditori;

Il presente regolamento viene predisposto in applicazione dalle previsioni normative di seguito indicate:

- Legge 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"
- D.Lgs n.50/2016 "Codice dei Contratti Pubblici", con specifico riferimento all'art. 19 rubricato "Contratti di Sponsorizzazione", all'art. 80 rubricato "Motivi di esclusione", nonché all'art. 42 rubricato "Conflitto di interessi";
- D.Lgs n. 165/2001 del 30.03.2001 "Norme generali sull'ordinamento del lavoro alle dipendenze delle amministrazioni pubbliche", con particolare riferimento all'art. 53 rubricato "Incompatibilità cumulo di impieghi e incarichi";
- D.P.R. N.62 del 16.04.2018 "Regolamento recante codice di comportamento dei dipendenti pubblici, a norma dell'art. 54 del decreto legislativo 30 marzo 2001, n. 165";
- Determinazione ANAC n. 12 del 28.10.2015 "Aggiornamento 2015 al Piano Nazionale Anticorruzione" par. 2.2.3 pagg. 48 e 49 (Farmaceutica, dispositivi e altre tecnologie: ricerca, sperimentazioni e sponsorizzazioni);
- Delibera ANAC n. 831/2016 del 03.08.2016 "Determinazione di approvazione definitiva del PNA 2016" pag. 85 e ss.;
- Delibera ANAC n. 358/2017 del 29.03.2017 "Linee Guida per l'adozione dei codici di comportamento negli enti del Servizio Sanitario Nazionale, par. 6 "Conflitti di interessi";
- Linee Guida di Regione Lombardia in materia di Sponsorizzazioni inviate alle Aziende sanitarie Lombarde con nota protocollo G1.2019.0002949 del 24.1.2019 e finalizzate alla promozione della trasparenza e della legalità, all'omogeneizzazione delle procedure e dei controlli per tutte le Aziende del Sistema Sanitario Regionale e all'armonizzazione degli interventi, nonché la "Relazione su monitoraggio



sponsorizzazioni ASST IRCCS e ATS e Linee di indirizzo ai sensi dell'art. 5 della L.R. 17.3.2016 n. 5";

- Piano Triennale di prevenzione della corruzione – adottato dall'Agenzia di Tutela della salute di Brescia nel tempo vigente.

2. DEFINIZIONI

Ai fini del presente Regolamento si intende:

- per "**contratto di sponsorizzazione**": il contratto a prestazioni corrispettive, a titolo oneroso, mediante il quale l'ATS Brescia, (soggetto sponsorizzato o sponsee)- di seguito denominata Agenzia- si impegna ad offrire spazi per la pubblicità del nome (denominazione sociale e commerciale, logo e marchio) e di eventuali messaggi scritti o audiovisivi (ma privi di riferimento a specifici prodotti sanitari) in forme diverse entro appositi predefiniti spazi pubblicitari, nei confronti di un altro soggetto (sponsor), che si obbliga, a fronte di un corrispettivo in denaro, beni o servizi;
- per "**sponsorizzazione**" : ogni contributo in beni, prestazioni di servizi, realizzazione dei lavori, corrispettivo in denaro o altra utilità proveniente all'Agenzia da parte di terzi nell'ambito applicativo dei contratti di sponsorizzazione di cui al punto precedente.
- per "**sponsor commerciale**": il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico che intenda stipulare un contratto di sponsorizzazione con l'Agenzia, nonché qualsiasi soggetto privato che fornisca finanziamenti, risorse o servizi ad un provider ECM mediante la stipula di un contratto a titolo oneroso, in cambio di pubblicità o attività promozionali per il nome e/o i prodotti del soggetto sponsorizzante;
- per "**sponsee**": l'Agenzia quale titolare dei benefici economici apportati dalla stipula dei contratti di sponsorizzazione;
- per "**provider**" : il soggetto, attivo e qualificato nel campo della formazione continua in sanità, abilitato a realizzare attività formative riconosciute idonee per l'ECM, individuando e attribuendo direttamente i crediti ai partecipanti. Compito del provider è quello di selezionare il programma, i docenti ed i relatori assicurando che se questi ultimi "appartengono" allo sponsor siano espressione della direzione clinica e di ricerca dello stesso e non di quella commerciale;
- per "**sponsorizzazione pura**" : l'impegno dello sponsor nei confronti dell'Agenzia di riconoscere esclusivamente un contributo economico (in cambio del diritto di sfruttare spazi per fini pubblicitari);
- per "**sponsorizzazione tecnica**": l'oggetto del contratto è rappresentato dall'acquisizione o dalla realizzazione di lavori, servizi, forniture, direttamente a cura dello sponsor;
- per "**manifestazione di interesse**": la comunicazione all'Agenzia, da parte di terzi, della volontà e disponibilità ad attivare contratti di sponsorizzazione;
- per "**professionista reclutato**": il professionista sanitario che, per la partecipazione ad eventi formativi, beneficia di vantaggi economici e non da parte delle imprese commerciali che operano nell'ambiente sanitario;
- per "**provider accreditato**": soggetto attivo e qualificato nel campo della formazione continua in sanità che viene abilitato da un'istituzione pubblica (Commissione Nazionale per la formazione continua o Regione o Province autonome direttamente o mediante organismi da questi individuati);
- per "**spazio pubblicitario**": lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dell'azienda per la pubblicità dello sponsor.

3 PRINCIPI

I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e/o associazioni, senza fini di lucro, costituite con atto notarile e sono finalizzati a finanziare interventi, servizi anche formativi o attività inseriti nei programmi di spesa ordinari o progetti innovativi comunque programmati dall'Agazia.

Le iniziative di sponsorizzazione sono ammesse solo quando ricorrono le seguenti condizioni:

- il perseguimento di interessi pubblici;
- l'esclusione di conflitti di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
- il conseguimento di un risparmio di spesa;
- la salvaguardia dell'indipendenza e dell'immagine dell'Agazia e della sua libertà di iniziativa.

Il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di un'economia di bilancio totale o parziale, rispetto alla previsione di spesa riferito alla specifica iniziativa, in relazione alla totale o parziale acquisizione, senza oneri per l'Agazia, del previsto risultato da parte dello sponsor.

4 CONFLITTO DI INTERESSE

Per "conflitto di interessi" si intende ogni situazione nella quale un interesse privato interferisce o potrebbe interferire, anche solo potenzialmente, con l'interesse primario rappresentato dall'obiettività, imparzialità, indipendenza della formazione professionale del settore salute.

L'Agazia non può stipulare contratti di sponsorizzazione con sponsor con i quali sussistano conflitti di interesse determinanti contrasto tra la propria attività istituzionale e le attività dello sponsor stesso.

Gli elementi che possono causare conflitti di interesse rappresentano causa di esclusione delle proposte di sponsorizzazione da confronti concorrenziali o di mancata valutazione delle stesse in relazione a manifestazioni di interesse spontanee.

In ogni caso l'Agazia non procede alla formalizzazione di contratti di sponsorizzazione qualora sussista uno dei seguenti elementi comportanti potenziali conflitti di interesse:

- qualora lo sponsor abbia in corso un contenzioso con l'Agazia;
- qualora lo sponsor sia un fornitore di beni, un prestatore di servizio un esecutore di lavori selezionato dall'Agazia con le procedure previste dal d.lgs. 18 aprile 2016 n. 50 e s.m.i., a meno che la sponsorizzazione non sia stata compresa nelle condizioni in base alle quali è avvenuto l'affidamento della fornitura, del servizio o del lavoro;
- qualora l'oggetto della veicolazione pubblicitaria sia un marchio, un logo o un messaggio con contenuti violenti, politici, sessuali o di promozione dell'uso di sostanze proibite;
- qualora l'oggetto della veicolazione pubblicitaria sia un marchio, un logo o un messaggio con contenuti non conformi a quanto previsto dalle normali regole e dagli usi consolidati in materia di disciplina pubblicitaria.

L'eventuale insorgenza di conflitti di interesse nel corso del contratto di sponsorizzazione è causa di risoluzione.

5 REGOLAZIONE DELL'ESCLUSIVA GENERALE O DELLE ESCLUSIVE COMMERCIALI

L'Agenzia definisce il rapporto con lo sponsor sulla base di clausole di esclusiva generale o commerciale, qualora ritenga che tali disposizioni contrattuali possano risultare utili per sollecitare profili concorrenziali finalizzati al reperimento di maggiori risorse utili o alla presentazione di proposte di sponsorizzazione maggiormente significative.

In relazione a quanto previsto dal precedente comma 1:

- la clausola di esclusiva generale comporta la formalizzazione del rapporto con un unico soggetto in veste di sponsor;
- la clausola di esclusiva commerciale comporta la formalizzazione di più rapporti di sponsorizzazione con soggetti in veste di sponsor, ciascuno individuato come controparte principale ed unica per una specifica categoria merceologica o di attività.
- L'Agenzia evidenzia la sussistenza o l'assenza di clausole di esclusiva generale o commerciale nelle procedure preliminari alla stipulazione di un contratto di sponsorizzazione, specificando gli eventuali criteri per la valutazione di proposte concorrenti.

6 SOGGETTI COINVOLTI NELLE NELLA GESTIONE DELLE PROCEDURE

La procedura relativa alla stipulazione di contratti di sponsorizzazione, con valore sia inferiore alla soglia di € 40.000,00 (IVA esclusa), che superiore a tale soglia è condotta dal Servizio Risorse Strumentali che assume anche il ruolo di RUP nei termini disciplinati dal Codice dei Contratti (D.Lgs 50/2016). Il Servizio Risorse Strumentali si avvarrà, per i dettagli operativi, del Dipartimento/Servizio/U.O. dell'Amministrazione Responsabili del progetto di sponsorizzazione.

Il contratto verrà sottoscritto dal Direttore del Servizio Risorse Strumentali.

7 RENDICONTAZIONE

Il Dipartimento/Servizio/U.O. dell'Amministrazione Responsabili del progetto provvedono alla rendicontazione, con periodicità da definire in ragione della durata del progetto, ma comunque almeno semestrale, dell'andamento del progetto, tanto con riferimento alle prestazioni eventualmente stabilite dal progetto, tanto con riferimento allo stato di corresponsione degli introiti/realizzazione di forniture, servizi.

CAPO II - SCELTA DELLO SPONSOR, CONTRATTO E SUA ESECUZIONE

8 ACQUISIZIONE DI SPONSORIZZAZIONI DI VALORE INFERIORE O PARI AD EURO 40.000,00 (IVA ESCLUSA)

L'Agenzia raccoglie le necessità di sponsorizzazione e provvede all'indizione della procedura mediante Decreto del Direttore Generale, che approva: a) avviso di avvio della procedura, con i contenuti di cui all'art.10; b) bozza di contratto; c) documentazione descrittiva del progetto di sponsorizzazione. La scelta dello sponsor avviene mediante procedura selettiva secondo i criteri individuati nell'Avviso se l'ATS intende individuare un solo sponsor, ovvero accettando le proposte di più soggetti, qualora sia interessata ad una pluralità di sponsor.

L'Agenzia acquisisce sponsorizzazioni di valore unitario inferiore o pari a 40.000,00 euro (IVA esclusa):



- recependo proposte spontanee dei potenziali sponsor, sostenute da adeguata descrizione della sponsorizzazione e dell'impegno relativo dell'Amministrazione;
- sollecitando i potenziali sponsor a rappresentare il loro interesse, mediante avvisi pubblici o forme di comunicazione mirata o comunque con modalità semplificate, anche in relazione al tipo di attività o di iniziativa che l'Amministrazione intende far sponsorizzare.

Il valore complessivo delle sponsorizzazioni di cui al precedente comma 2 è comprensivo di tutte le possibili opzioni, intendendosi come tali eventuali proroghe o rinnovi espressamente indicati nel contratto.

Qualora l'Agenzia recepisca una proposta spontanea di un potenziale sponsor, analizza i contenuti della stessa, al fine di verificare la rilevanza dei propri obblighi come soggetto sponsorizzato e la congruità del valore rispetto alle prestazioni specifiche. Qualora la proposta spontanea di sponsorizzazione comporti obblighi eccessivamente onerosi per l'Agenzia o sproporzionati rispetto al valore offerto, l'Agenzia richiede al potenziale sponsor una modifica delle condizioni in termini ad essa più favorevole e, in caso di rifiuto da parte del soggetto proponente, la rigetta.

Qualora pervengano all'Agenzia più proposte spontanee di sponsorizzazione concorrenti tra loro, la stessa si confronta con i potenziali sponsor al fine di pervenire alla combinazione delle sponsorizzazioni, salvo che non risulti evidente la necessità di assicurare un'esclusiva generale o commerciale. In tal caso l'Amministrazione seleziona la proposta di maggior valore.

L'Agenzia non può acquisire sponsorizzazioni dello stesso sponsor mediante proposte spontanee o in risposta a sollecitazioni proprie in forma semplificata qualora le stesse nell'arco del medesimo esercizio finanziario superino il valore di 40.000 euro.

L'Agenzia può acquisire sponsorizzazioni di valore unitario complessivo inferiore o pari a 40.000 euro sollecitando i soggetti potenzialmente interessati ad operare come sponsor rispetto a sue attività o iniziative mediante:

- specifico avviso, adeguatamente pubblicizzato in rapporto al valore potenziale della sponsorizzazione;
- comunicazione mirata nei confronti di particolari categorie di potenziali sponsor;
- comunicazione semplificata nei confronti di soggetti con potenziali capacità di sponsorizzazione e che abbiano manifestato interesse per le attività o per iniziative specifiche dell'Agenzia.

Qualora l'Agenzia acquisisca sponsorizzazioni sulla base delle procedure di cui al precedente comma 7, la selezione dei potenziali sponsor è effettuata tenendo conto:

- della possibilità di acquisire anche più sponsorizzazioni per lo stesso evento, al fine di ottimizzare la gestione delle risorse disponibili, modulando le forme di veicolazione dell'immagine, del logo o del rischio dello sponsor in modo differenziato;
- della necessità di massimizzare le proposte in termini di valore, anche sollecitando confronto sulla base di criteri imparziali e non discriminatori, quando le peculiarità dell'iniziativa o dell'attività richiedano l'utilizzo dell'esclusiva generale.

Quando l'Agenzia acquisisce sponsorizzazioni sulla base delle procedure di cui al precedente comma 7, sottopone ai potenziali sponsor uno schema nel quale rende noti:

- l'attività o l'iniziativa per la quale intende acquisire la sponsorizzazione;
- il valore della sponsorizzazione;
- le prestazioni rese dall'Amministrazione come soggetto sponsorizzato-sponsee;
- le eventuali condizioni, come in particolare, l'esclusiva generale o commerciale;



- gli eventuali obblighi dello sponsor in relazione all'eventuale relazione con l'immagine dell'Agenzia.

I soggetti potenziali sponsor individuati mediante le procedure disciplinate dal presente articolo devono essere in grado di contrarre con l'Agenzia e a tal fine prima della stipulazione del contratto, l'Agenzia acquisisce specifica dichiarazione sostitutiva sull'assenza dei motivi di esclusione previsti dall'art. 80 del d.lgs 18 aprile 2016 n. 50, sottoponendola a verifica.

La stipulazione dei contratti di sponsorizzazione di valore inferiore o pari ad €40.000,00, acquisiti sulla base delle procedure disciplinate dal presente regolamento, è effettuata mediante scrittura privata con modalità elettroniche, secondo le regole stabilite dall'Amministrazione per i contratti di appalto in base all'art.32, comma 14 del d.lgs. 18 aprile 2016 n.50 ed è soggetta all'imposta di bollo.

Se richiesto dall'Agenzia, lo sponsor deve prestare apposita garanzia fideiussoria per il pagamento del corrispettivo e per la garanzia del mantenimento delle condizioni stabilite dal contratto per tutta la durata dello stesso, sostituita mediante fideiussione bancaria o polizza assicurativa, contenete le clausole previste dal contratto.

9 ACQUISIZIONE DI SPONSORIZZAZIONE DI VALORE SUPERIORE 40.000,00 EURO (IVA ESCLUSA)

L'Agenzia raccoglie le necessità di sponsorizzazione e provvede all'indizione della procedura mediante Decreto del Direttore Generale che approva:

- Avviso di avvio della procedura, con i contenuti di cui all'art.10;
- bozza di contratto;
- documentazione descrittiva del progetto di sponsorizzazione.

L'affidamento della procedura di scelta di sponsorizzazione di lavori, servizi o forniture per importi superiori a 40.000 euro (Iva esclusa), mediante donazione di danaro o accollo del debito, o altre modalità di assunzione del pagamento dei corrispettivi dovuti, è soggetto esclusivamente alla previa pubblicazione sul sito internet dell'Amministrazione, per almeno trenta giorni, di apposito avviso, con il quale si rende nota la ricerca di sponsor per specifici interventi, ovvero si comunica l'avvenuto ricevimento di una proposta di sponsorizzazione, indicando sinteticamente il contenuto del contratto proposto.

Trascorso il periodo di pubblicazione dell'avviso di cui al precedente comma 1, il contratto può essere liberamente negoziato, purché nel rispetto dei principi di imparzialità e di parità di trattamento fra gli operatori che abbiano manifestato interesse, fermo restando il rispetto dell'art.80 del d.lgs. 18 aprile 2016 n.50.

Nel caso in cui lo sponsor intenda realizzare i lavori, prestare i servizi o le forniture direttamente a sua cura e spese, resta ferma la necessità di verificare il possesso dei requisiti degli esecutori e non trovano applicazione le disposizioni nazionali e regionali in materia di contratti pubblici di lavori, servizi e forniture, ad eccezione di quelle sulla qualificazione dei progettisti e degli esecutori. La stazione appaltante impartisce opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere o forniture e alla direzione dei lavori e collaudo degli stessi.

La stipulazione dei contratti di sponsorizzazione di valore superiore a 40.000,00 euro acquisiti sulla base delle procedure disciplinate dal presente regolamento è effettuata mediante scrittura privata con modalità elettroniche, secondo le regole stabilite dall'Amministrazione per i contratti di appalto in base all'art.32, comma 14 del d.lgs. 18 aprile 2016 n.50 ed è soggetta all'imposta di bollo.

Se richiesto dall'Agenda, lo sponsor deve prestare apposita garanzia fideiussoria per il pagamento del corrispettivo e per la garanzia del mantenimento delle condizioni stabilite dal contratto per tutta la durata dello stesso, sostituita mediante fideiussione bancaria o polizza assicurativa, contenete le clausole previste dal contratto.

10 ACQUISIZIONE DI SPONSORIZZAZIONI MEDIANTE RICERCA CON AVVISO PUBBLICO

L'Agenda sollecita le manifestazioni di interesse alla sponsorizzazione di propri progetti, iniziative o interventi mediante un avviso pubblicato sul proprio sito internet.

L'Agenda può pubblicizzare gli avvisi nei quali esplicita la propria volontà di stipulare contratti di sponsorizzazione facendo ricorso anche:

- a pubblicazioni integrali o per estratto degli stessi su quotidiani a larga diffusione;
- a comunicazioni specifiche ad associazioni di categoria od imprenditoriali;
- a pubblicazioni integrali degli stessi su siti internet;
- a comunicazioni specifiche inoltrate a soggetti già in relazione con l'Agenda per contratti di pubblicità o che abbiano in precedenza manifestato l'interesse ad assumere il ruolo di sponsor.

L'avviso per sollecitare le manifestazioni d'interesse alle sponsorizzazioni è predisposto dal Servizio Risorse Strumentali con il supporto dei Dipartimenti dei Servizi e delle U.O. aziendali con riferimento ai seguenti elementi essenziali:

- descrizione dell'attività sponsorizzata;
- valore della sponsorizzazione;
- vantaggi potenziali per lo sponsor;
- obblighi generali dello sponsor;
- prestazioni principali per la veicolazione dei segni distintivi dello sponsor da parte del soggetto sponsorizzato – sponsee;
- procedura per la valutazione delle proposte;
- procedura per la formalizzazione del contratto.

La manifestazione di interesse, da presentarsi a cura dei soggetti terzi, deve essere in forma scritta, accompagnata dalle specifiche certificazioni richieste dall'avviso, redatta – se indicato – sull'apposita "scheda sponsor" pubblicata sul sito aziendale e deve indicare:

- il bene, il servizio, l'attività o il corrispettivo oggetto di sponsorizzazione;
- l'accettazione delle condizioni previste dall'avviso e l'impegno a sottoscrivere il contratto di sponsorizzazione;
- il corrispettivo della sponsorizzazione con specifica disponibilità all'erogazione del contributo previsto nei termini e le modalità previste nel bando.

11 CONFRONTO DELLE PROPOSTE

Un Seggio di gara, all'uopo nominato con nota del Direttore Generale, per sponsorizzazioni di valore superiore a € 40.000,00 (IVA esclusa) o composto da funzionari del Servizio Risorse Strumentali, dei Dipartimenti/Servizi/U.O. dell'Amministrazione responsabili del progetto, per valori inferiori a € 40.000,00 (IVA esclusa), valuta le proposte di sponsorizzazione pervenute in base all'avviso o successivamente alla pubblicazione di proposte spontanee, sviluppando una negoziazione con i soggetti potenziali sponsor, nel rispetto dei principi di imparzialità e di parità di trattamento degli operatori che hanno manifestato interesse.

I componenti del seggio dovranno, prima della nomina o del primo insediamento, sottoscrivere dichiarazione relativa all'assenza di conflitto di interesse (art. 42 D. Lgs 50/2016).

Nell'espletamento della procedura di negoziazione il seggio tiene conto:

- della possibilità di acquisire anche più sponsorizzazioni per lo stesso evento, al fine di ottimizzare la gestione delle risorse disponibili, modulando le forme di veicolazione dell'immagine, del logo o del marchio dello sponsor in modo differenziato;
- della necessità di massimizzare le proposte in termini di valore, anche sollecitando un confronto sulla base di criteri imparziali e non discriminatori, quando le peculiarità dell'iniziativa o dell'attività richiedono l'utilizzo dell'esclusiva generale.

Quando l'Agenzia acquisisce sponsorizzazioni sulla base delle procedure di cui ai precedenti commi sottopone ai potenziali sponsor uno schema nel quale rende noti:

- i criteri per la negoziazione;
- i criteri per l'eventuale miglioramenti del valore della sponsorizzazione;
- le eventuali condizioni, come, in particolare, l'esclusiva generale o commerciale;
- gli eventuali obblighi dello sponsor in rapporto all'eventuale relazione con l'immagine dell'Amministratore.

I soggetti potenziali sponsor individuati mediante le procedure disciplinate dal presente articolo, devono essere in grado di contrattare con l'Agenzia e a tal fine, prima della stipulazione del contratto, l'Agenzia acquisisce specifica dichiarazione sostitutiva sull'assenza dei motivi di esclusione previsti dall'art.80 del d.lgs. 18 aprile 2016 n. 50, sottoponendola a verifica.

CAPO III - DISPOSIZIONI SPECIFICHE SUL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

12 STRUTTURA E CONTENUTI PRINCIPALI DEL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

L'Agenzia accoglie le manifestazioni di interesse alla sponsorizzazione mediante l'adozione di Decreto del Direttore Generale.

Il Contratto di sponsorizzazione deve contenere i seguenti elementi:

- finalizzazioni generali della sponsorizzazione;
- iniziativa oggetto di sponsorizzazione;
- definizione dettagliata degli obblighi dello sponsor e del soggetto sponsorizzato – sponsee;
- definizione degli aspetti economici della sponsorizzazioni, con particolare riguardo alla forma del corrispettivo, realizzabile con finanziamento, messa a disposizione di beni o servizi, esecuzione di lavori;
- indicazione di clausole specifiche inerenti il particolare rapporto contrattuale;
- definizione dettagliata della disciplina dell'uso dei loghi, marchi o segni distintivi dello sponsor;
- definizione dettagliata delle forme di veicolazione dei segni distintivi dello sponsor;
- specificazione delle modalità e degli strumenti per l'eventuale valutazione dell'efficacia della sponsorizzata;
- la durata del contratto di sponsorizzazione;
- le clausole inerenti la risoluzione del contratto e delle controversie.

Quando l'Agenzia ha individuato come corrispettivo della sponsorizzazione l'esecuzione di lavori, i contratti a tal fine stipulati contengono anche l'esatta individuazione dei lavori da

effettuare e le modalità di svolgimento degli stessi, nonché i profili utili alla loro correlazione con le attività di veicolazione dei segni distintivi dello sponsor.

I soggetti che eseguono i lavori nell'ambito dei contratti di cui al precedente comma 2, siano essi gli sponsor o soggetti individuati, devono comunque possedere la qualificazione per la realizzazione delle opere, ai sensi della normativa vigente.

Il contratto di sponsorizzazione viene sottoscritto dallo sponsor e dal Direttore del Servizio Risorse Strumentali.

13 TUTELA DEI MARCHI

I contratti di sponsorizzazione stipulati dall'Agenzia prevedono necessariamente clausole inerenti le garanzie e le forme di tutela dei marchi, con specificazione dell'utilizzo dei loghi e dei segni distintivi dello sponsor, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.

CAPO IV - DISPOSIZIONI PARTICOLARI PER SPONSORIZZAZIONI DI EVENTI FORMATIVI

14 DEFINIZIONE DEL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE E RELATIVI REQUISITI

I contratti di sponsorizzazione per iniziative formative interne inserite di prassi nel piano formativo dell'Agenzia sono attuabili, anche nella forma di accordi di collaborazione, con soggetti privati, società, imprese individuali, fondazioni ed associazioni, singoli cittadini o enti pubblici.

E' ammessa la partecipazione di imprese commerciali operanti anche in ambito sanitario, purché ciò non influisca sui contenuti formativi dell'evento.

Tale tipologia di contratto, nonché l'accordo di collaborazione, possono riguardare tutte le attività, i beni e i servizi inseriti nella programmazione della formazione da parte dell'Agenzia. Il contratto può riguardare sia la sponsorizzazione tecnica sia quello di puro finanziamento ed allo stesso deve essere allegato il preventivo di spesa che può prevedere tariffe per docenze concordate tra le parti.

E' possibile prevedere spese anche relative a coffee break o lunch.

L'evento formativo, dal punto di vista dei requisiti, oltre a dover rispettare i fini istituzionali dell'Agenzia, deve essere coerente con i bisogni formativi individuati nel piano di formazione aziendale e con gli obiettivi sanitari e regionali, deve essere ritenuto prioritario a fronte di sopravvenute esigenze di innovazione scientifica, tecnologica o legislativa.

La sponsorizzazione deve essere esclusivamente finalizzata ad attività formative dei dipendenti aziendali individuati non nominalmente.

15 CONDIZIONI DI LICEITÀ DEL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE NELL'AMBITO DELLE ATTIVITÀ FORMATIVE

Possono essere oggetto di sponsorizzazione presso l'ATS Brescia, di norma, solo le iniziative formative inserite nel Piano Formativo Aziendale.

E' ritenuta lecita la sponsorizzazione qualora vi sia il rispetto delle seguenti previsioni in tema di trasparenza:

- presenza di contratto formale che indichi espressamente in modo chiaro gli elementi essenziali del contratto quali termini, condizioni ed obblighi tra l'Agenzia e lo Sponsor;

- espresso divieto per lo sponsor commerciale di erogare pagamenti, rimborsi o supporti diretti o indiretti o per interposta persona, ai docenti ed ai moderatori dell'evento. Tali adempimenti sono rimessi esclusivamente alla responsabilità del provider;
- divieto di trasmissione degli elenchi e degli indirizzi dei partecipanti allo sponsor o utilizzo degli stessi a fini commerciali;

Gli aspetti di carattere organizzativo e scientifico sono demandati all'UOC Servizio Gestione Personale e Sviluppo Professionale ed al Responsabile scientifico dell'evento; il Responsabile scientifico è tenuto a garantire l'obiettività scientifica delle informazioni presentate, conformi agli standard generalmente accettati.

E' fatto divieto di indicare lo sponsor commerciale nell'esposizione dei contenuti formativi, mentre è possibile e consentito indicare il logo dello sponsor commerciale, secondo le modalità previste nel Manuale nazionale di accreditamento per l'erogazione di eventi E.C.M., solo:

- prima dell'inizio e al termine dell'evento;
- nell'ultima pagina del materiale durevole, dei pieghevoli e del programma dell'evento.

E' vietato al Provider la condivisione con lo sponsor dei risultati acquisiti dalla scheda di valutazione dell'evento formativo, compilata in modo anonimo da parte dei partecipanti, in cui si richiede di valutare la rilevanza degli argomenti trattati nel percorso formativo, la qualità educativa nonché l'efficacia dell'evento.

16 CRITERI DI SCELTA SPECIFICI

Per ogni bando sono fissati i criteri di selezione rispondenti al principio secondo cui il contratto è stipulato con il soggetto che presenti l'offerta ritenuta più conveniente o migliore secondo i parametri indicati nell'avviso.

La scelta tra più sponsor sarà effettuata da una Commissione composta da: Responsabile scientifico dell'iniziativa, Direttore del Servizio Gestione Personale e Sviluppo Professionale o suo delegato, Direttore del Servizio Risorse Strumentali.

17 VERIFICHE E CONTROLLI

I contratti di sponsorizzazione sono soggetti a periodiche verifiche da parte del Responsabile del progetto al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti.

Eventuali difformità devono essere tempestivamente e formalmente contestate allo sponsor producendo gli effetti relativi al contratto di sponsorizzazione.

La valutazione del conflitto di interesse dovrà essere fatta caso per caso, prima dell'avvio della sponsorizzazione.

CAPO V - DISPOSIZIONI FINALI

18 DIRITTO DI RIFIUTO DELLE SPONSORIZZAZIONI

La Direzione Strategica dell'ATS di Brescia si riserva, in ogni caso, la facoltà di rifiutare qualsiasi richiesta di sponsorizzazione, qualora ravvisi potenziali danni all'immagine dell'Agenzia o la ritenga, per ragioni di interesse pubblico, inopportuna.

19 ASPETTI CONTABILI E FISCALI

Le prestazioni rese ai sensi del presente Regolamento generano emissione di fattura e le singole fattispecie di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale applicabile.

I contributi in denaro degli sponsor dovranno essere introitati sull'apposito conto economico del bilancio di competenza. L'Agenzia emetterà fattura allo sponsor per l'importo corrispondente all'impegno assunto, oltre Iva dovuta.

Quando il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione è costituito da forniture di beni o servizi da parte dello sponsor (operazioni permutative), è fatto obbligo di doppia fatturazione, ovvero di fatturazione dello sponsor all'Agenzia del valore del bene o del servizio, soggetto ad IVA, e di fatturazione dell'Agenzia allo sponsor di un pari importo, soggetto ad IVA, per l'attività di sponsorizzazione.

E' consentito avviare le attività previste per la realizzazione del progetto oggetto di sponsorizzazione solo successivamente alla sottoscrizione del contratto. Nel caso in cui l'apporto dello sponsor consista in un contributo in denaro, l'ATS può chiedere l'erogazione della prima tranche del contributo, pari ad almeno il 50% dell'intero importo, preliminarmente all'avvio della realizzazione delle attività progettuali, salvo diverse disposizioni previste dal bando e/o dal contratto.

Le spese relative alla stipula del contratto ed alla sua eventuale registrazione, solo in caso d'uso, saranno interamente a carico dello sponsor.

Come previsto dalla delibera ANAC n.556 del 31/05/2017:

- la sponsorizzazione "pura" è esclusa dall'ambito di applicazione degli obblighi di tracciabilità in quanto si traduce in un mero finanziamento dell'operatore nei confronti di un soggetto pubblico e pertanto non viene "staccato" il codice CIG;
- la sponsorizzazione "tecnica" è invece soggetta alla disciplina sulla tracciabilità.

20 VERIFICHE E CONTROLLI

I contratti di sponsorizzazione sono soggetti a periodiche verifiche da parte del Responsabile del progetto al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti. Eventuali difformità devono essere tempestivamente e formalmente contestate allo sponsor producendo gli effetti di cui al contratto di sponsorizzazione.

La valutazione del conflitto di interesse dovrà essere fatta caso per caso, prima dell'avvio della sponsorizzazione.

La Direzione Strategica della Agenzia della Tutela della Salute si riserva comunque la facoltà di rifiutare qualsiasi richiesta di sponsorizzazione, qualora ravvisi potenziali danni all'immagine dell'Agenzia o la ritenga, per ragioni di interesse pubblico, inopportuna.

21 TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento possono essere trattati esclusivamente per le finalità in esso previste.

I soggetti individuati come sponsor hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dal Regolamento Generale sulla protezione dei Dati (GDPR), mediante richiesta al responsabile del trattamento dei dati, da indicare nell'avviso.

Titolare del trattamento dei dati è l'Agenzia della Tutela della Salute della nella persona del Direttore Generale.

I dati dello sponsor possono essere trattati unicamente per le finalità del presente Regolamento e per la sola durata del contratto di sponsorizzazione.

22 ENTRATA IN VIGORE

Il presente Regolamento entra in vigore dal 01.02.2020 e sostituisce ogni altra regolamentazione in materia.