



RCPT	Regolamento Sponsorizzazioni	Rev. 1.0-2019 Pag. 1/13
------	------------------------------	----------------------------

REGOLAMENTO SULLE SPONSORIZZAZIONI

Deliberazione del Direttore Generale n. *74* del *30/4/2019*



RCPT	Regolamento Sponsorizzazioni	Rev. 1.0-2019 Pag. 2/13
------	------------------------------	----------------------------

INDICE

Introduzione	3
Riferimenti normativi	4
Art. 1 Definizioni.....	5
Art. 2 Oggetto.....	6
Art. 3 Motivi di esclusione.....	7
Art. 4 Iniziativa della sponsorizzazione.....	8
Art. 5 Avviso informativo.....	10
Art. 6 Offerte.....	10
Art. 7 Obbligo di astensione.....	11
Art. 8 Sponsorizzazioni plurime ed esclusive.....	11
Art. 9 Contratto di sponsorizzazione	11
Art. 10 Budget	11
Art. 11 Aspetti Fiscali	12
Art. 12 Rinvio.....	12
Art. 13 Entrata in vigore.....	12



RCPT	Regolamento Sponsorizzazioni	Rev. 1.0-2019 Pag. 3/13
------	------------------------------	----------------------------

Introduzione

Il presente Regolamento, in applicazione dell'art. 19 del dlgs n.50 del 18 aprile 2019 e s.m.i., dell'art. 43 della legge n. 449/97, dell'art. 30 c. 8 lett. c della legge n. 488/99, del c.108 lett. e) della legge 228 del 24 dicembre 2012, disciplina le attività di sponsorizzazione da parte di Terzi e si prefigge lo scopo di indicare gli atti e le condizioni necessarie per assicurare all'IRCCS Istituto Tumori di Bari "Giovanni Paolo II" (d'ora in avanti Azienda) una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione, nel rispetto dei criteri di efficienza, efficacia, trasparenza ed in osservanza del principio di esclusione di conflitti di interessi tra l'attività pubblica e quella privata.

Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione realizzando una migliore qualità dei servizi istituzionali erogati quali a titolo esemplificativo :

- rendere più confortevole l'ambiente sanitario, attraverso l'ammodernamento degli arredi e degli spazi destinati all'assistenza;
- realizzare progetti di umanizzazione;
- facilitare l'accesso alle strutture sanitarie ed alle prestazioni;
- finanziare corsi di formazione per l'aggiornamento del personale;
- contribuire alla realizzazione di eventi formativi;
- finanziare campagne di comunicazione, prevenzione ed informazione rivolte ai cittadini;
- finanziare l'acquisizione di nuove tecnologie informatiche o di nuove attrezzature sanitarie.

Esulano dalla disciplina del presente Regolamento le donazioni e, più in generale, tutti gli atti di liberalità, in qualunque forma realizzati, i quali non presuppongono alcun obbligo da parte dell'Azienda.



RCPT	Regolamento Sponsorizzazioni	Rev. 1.0-2019 Pag. 4/13
------	------------------------------	----------------------------

Riferimenti normativi

Il presente regolamento è elaborato alla luce della seguente normativa:

- D.Lgs. 502/1992 "Riordino della disciplina in materia sanitaria a norma dell'art.1 della legge 23 ottobre 1992, n. 421";
- D.Lgs. 229/1999 "Riforma Sanitaria Ter";
- D.Lgs. 219/2006 "Attuazione della direttiva 2001/83/CE (e successive direttive di modifica) relativa ad un codice comunitario concernente i medicinali per uso umano, nonché della direttiva 2003/94/CE";
- Legge 190/2012 "Disposizioni per la prevenzione e la repressione della corruzione e dell'illegalità nella pubblica amministrazione";
- D. Lgs. 39/2013 ;
- Disposizioni integrative e correttive al decreto legislativo 18 aprile 2016, n. 50;
- Decreto Legislativo 19 aprile 2017, n. 56.



RCPT	Regolamento Sponsorizzazioni	Rev. 1.0-2019 Pag. 5/13
------	------------------------------	----------------------------

Art. 1 Definizioni

Ai fini del presente regolamento si intendono:

- per “contratto di sponsorizzazione” un contratto a titolo oneroso, a prestazioni corrispettive finalizzato al sostegno di specifici progetti e/o iniziative aziendali, concluso con soggetti privati, associazioni senza fine di lucro, per realizzare o acquisire, a titolo gratuito, interventi, prestazioni, attività, beni e servizi previsti nei piani di spesa aziendali, mediante il quale l’Azienda offre ad un Terzo, che si obbliga ad effettuare una determinata controprestazione, la possibilità di promuovere il nome, il logo, i prodotti, le offerte commerciali, in apposite e predefinite forme, luoghi e spazi, nell’ambito delle Strutture aziendali e di legare il proprio brand a progetti di interesse collettivo ad alto contenuto valoriale, ottenendone in ritorno di immagine;
- per “sponsorizzazione” ogni contributo di beni o servizi, denaro od ogni altra utilità proveniente all’Azienda da Terzi nell’ambito applicativo dei “contratti di sponsorizzazione”;
- per “sponsor” il soggetto che, al fine di incrementare la notorietà dei propri segni distintivi, corrisponde finanziamenti o altre utilità ad altro soggetto, veicolatore ai fini pubblicitari del segno distintivo individuato dallo sponsor stesso;
- per “sponsee” il soggetto sponsorizzato che rende una prestazione di mezzi, consistente nella divulgazione dei segni distintivi dello sponsor, nelle modalità previste dal contratto;
- per “spazio pubblicitario” lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dall’Azienda per la pubblicità di sponsor.



RCPT	Regolamento Sponsorizzazioni	Rev. 1.0-2019 Pag. 6/13
------	------------------------------	----------------------------

Art. 2 Oggetto

Esulano dalla disciplina del presente Regolamento le donazioni e, più in generale, tutti gli atti di liberalità, in qualunque forma realizzati, i quali non presuppongono alcun obbligo da parte dell'Azienda.

Con il contratto di sponsorizzazione lo Sponsor eroga all'Azienda :

- somma in denaro;
- fornitura di beni, attrezzature;
- servizi o lavori;
- eventi formativi.

Lo Sponsor si assume l'obbligo di dare visibilità allo Sponsor nelle modalità definite nel contratto.

Ai sensi dell'art. 19 del Codice Appalti "Contratti di sponsorizzazione : l'affidamento di contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi o forniture per importi superiori a quarantamila euro, mediante dazione 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 della stazione appaltante, 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, 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'articolo 80. Nel caso in cui lo sponsor intenda realizzare i lavori,



RCPT	Regolamento Sponsorizzazioni	Rev. 1.0-2019 Pag. 7/13
------	------------------------------	----------------------------

prestare i servizi o le forniture direttamente a sua cura e spese, resta ferma la necessità di verificare il possesso dei requisiti degli esecutori, nel rispetto dei principi e dei limiti europei in materia 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".

Art. 3 Motivi di esclusione

Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:

- prodotti dannosi per la salute e lesivi della dignità umana;
- servizi di onoranze funebri;
- propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici;
- messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia;
- in contrasto con le normative vigenti.

Non verranno inoltre prese in considerazione proposte di sponsorizzazione allorquando :

- l'Azienda ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
- ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;



RCPT	Regolamento Sponsorizzazioni	Rev. 1.0-2019 Pag. 8/13
------	------------------------------	----------------------------

- ci siano costi correlati che facciano venir meno la convenienza;
- reputi inaccettabile per motivi di inopportunità generale;
- le offerte non siano conformi a quanto previsto dal successivo art.6.

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

Art. 4 Iniziativa della sponsorizzazione

Le sponsorizzazioni possono avere origine:

- **per iniziativa spontanea dell'Azienda**, anche su richiesta di un Direttore di Struttura, inoltrata su apposito modulo alla Direzione Generale (**Allegato n.1**);
- **per iniziativa di Sponsor pubblici o privati**, su proposta presentata su apposito modulo (**Allegato n.2**) alla Direzione Generale.

A seguito di richiesta/offerta di sponsorizzazione, le Strutture di riferimento (Direzione Amministrativa e Direzione Scientifica):

- verificano la completezza della proposta pervenuta;
- sottopongono il modulo "Richiesta di sponsorizzazione" o "Proposta di sponsorizzazione" al Responsabile per la prevenzione della corruzione per un parere preliminare, ove necessario;
- inoltrano il modulo sopra citato alla Direzione Generale che, valutato l'interesse aziendale, autorizza la pubblicazione dell'avviso informativo per il progetto da sponsorizzare;
- oppure comunica allo Sponsor/Struttura richiedente l'impossibilità di accettare la proposta di sponsorizzazione, qualora la Direzione Generale non l'accolga.

Le Strutture di riferimento (Direzione Amministrativa e Direzione Scientifica):



RCPT	Regolamento Sponsorizzazioni	Rev. 1.0-2019 Pag. 9/13
------	------------------------------	----------------------------

- a. predispongono l' "Avviso schema contrattuale" (**Allegato n.3**);
- b. provvedono, per il tramite del responsabile aziendale delle pubblicazioni sul web, alla pubblicazione dei documenti sopra citati sul sito internet aziendale per almeno 20 giorni (30 giorni nel caso in cui il valore del progetto superi i 40.000 euro) informativo", comprensivo di modulo offerta e bozza.

Alla scadenza del termine previsto dall'avviso, le Strutture di riferimento sottopongono le offerte pervenute al Direttore Generale che esprime parere vincolante sull'accettazione delle offerte.

A. Nel caso di parere favorevole del Direttore Generale, le Strutture di riferimento (Direzione Amministrativa e Direzione Scientifica):

1. predispongono la determina di accettazione formale della sponsorizzazione con allegato schema contrattuale;
2. acquisiscono il modulo "Budget" compilato da parte del Responsabile che gestisce il progetto/evento sponsorizzato;
3. predispongono il contratto di sponsorizzazione;
4. trasmettono allo Sponsor la determina di accettazione e il contratto Sottoscritto (un originale deve essere conservato agli atti);
5. inoltrano il provvedimento sopra citato alle Strutture interessate.

B. Nel caso di parere sfavorevole del Direttore Generale, la Struttura di riferimento comunica allo Sponsor l'impossibilità di accettare la sponsorizzazione.



RCPT	Regolamento Sponsorizzazioni	Rev. 1.0-2019 Pag. 10/13
------	------------------------------	-----------------------------

Art. 5 Avviso informativo

L'avviso informativo è redatto e pubblicato, per almeno 30 gg, sul sito internet aziendale (obbligatoriamente se l'importo presunto sia superiore a quarantamila euro, ai sensi dell'art. 19 del nuovo Codice degli Appalti) unitamente allo schema di contratto (**Allegato n.4**) che contiene:

- la descrizione degli elementi essenziali del progetto/evento/attività oggetto di sponsorizzazione
- la durata del progetto o data dell'evento
- la descrizione degli obblighi di sponsor e sponsee
- il valore economico del progetto
- le modalità ed i termini di presentazione delle offerte

Art. 6 Offerte

Le offerte devono essere presentate in forma scritta (**Allegato n.5**) entro il termine e con le modalità indicate nell'avviso (**Allegato n.3**).

Nell'offerta il contributo proposto dovrà essere valutato e quantificato con la specifica indicazione del compenso, oltre iva; dovranno essere altresì indicati :

- eventuali oneri di gestione o impianto a carico dell'Azienda
- la dichiarazione sostitutiva di atto di notorietà che attesti il possesso, da parte del proponente, dei requisiti di cui all'art.19 del Dlgs 50/2016 e l'assenza di situazioni di conflitto di interessi.

L'Azienda può, inoltre, decidere di affidare l'incarico per la ricerca degli Sponsor ad agenzie specializzate nel campo della pubblicità, secondo le procedure per gli appalti di servizi previste dal d.lgs n.50/2016.



RCPT	Regolamento Sponsorizzazioni	Rev. 1.0-2019 Pag. 11/13
------	------------------------------	-----------------------------

Art. 7 Obbligo di astensione

Il personale della Struttura che beneficia della sponsorizzazione deve astenersi dall'intervenire, a qualsiasi titolo, nelle procedure di gara alle quali partecipi lo Sponsor, per un periodo di un anno dalla cessazione del rapporto di sponsorizzazione.

Art. 8 Sponsorizzazioni plurime ed esclusive

Qualora nell'avviso non siano previste procedure di scelta dello Sponsor sono ammesse le sponsorizzazioni plurime, da parte cioè di diversi Sponsor.

Art. 9 Contratto di sponsorizzazione

Il contratto di sponsorizzazione tra Sponsor e l'Azienda è stipulato a seguito di accettazione dell'offerta, con provvedimento del Diretto Generale.

Nell'offerta i soggetti interessati possono indicare eventuali modifiche o migliorie allo schema di contratto allegato all'avviso.

Di esse si tiene conto in fase di stesura definitiva del contratto, previo accordo tra le parti ed a condizione che le stesse non alterino la sostanza dello schema allegato all'avviso pubblico.

Art. 10 Budget

Le entrate derivanti da sponsorizzazioni costituiscono entrate proprie del bilancio aziendale.

L'eventuale introito per l'Azienda avviene mediante emissione di fattura per l'importo corrispondente all'impegno assunto, oltre iva in ragione di legge.



RCPT	Regolamento Sponsorizzazioni	Rev. 1.0-2019 Pag. 12/13
------	------------------------------	-----------------------------

Per ciascun progetto sponsorizzato è compilato apposito modulo interno (**Allegato.6**) che definisce l'articolazione degli utilizzi ed è **allegato** al provvedimento di accettazione della sponsorizzazione.

Art. 11 Aspetti Fiscali

L'Azienda provvede ad emettere fattura allo Sponsor intestatario del contratto per l'importo corrispondente all'impegno assunto, oltre l'IVA dovuta.

Quando il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione è determinato in prestazioni di servizi o forniture di beni a carico dello Sponsor (operazioni permutative di cui all'art. 11 del DPR 633/1972) è fatto obbligo di doppia fatturazione ovvero:

- Fatturazione dello Sponsor all'Azienda valore del servizio o del bene, soggetto ad IVA;
- Fatturazione dell'Azienda allo Sponsor di un pari importo, sempre soggetto ad IVA, per l'attività di veicolazione svolta a favore dei segni distintivi dello Sponsor.

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

Art. 12 Rinvio

Sono escluse dall'applicazione del presente regolamento, in quanto disciplinate da altre fonti regolamentari:

- le donazioni ed i comodati d'uso;
- le erogazioni liberali da parte di privati, Onlus o Fondazioni bancarie;

Art. 13 Entrata in vigore

Il presente regolamento entra in vigore ad intervenuta esecutività della deliberazione di adozione.



RCPT	Regolamento Sponsorizzazioni	Rev. 1.0-2019 Pag. 13/13
------	------------------------------	-----------------------------

- ALLEGATO 1: RICHIESTA
- ALLEGATO 2: PROPOSTA
- ALLEGATO 3: AVVISO INFORMATIVO
- ALLEGATO 4: SCHEMA CONTRATTO
- ALLEGATO 5: OFFERTA
- ALLEGATO 6: BUDGET
- ALLEGATO 7: CONFLITTO INTERESSI