

Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni Approvato dal Consiglio di Amministrazione nella seduta del 16 maggio 2017

Art. 1

Oggetto e principi generali

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione della Fondazione Scuola di Sanità Pubblica, management delle aziende socio-sanitarie e per l'incremento dei trapianti d'organo e tessuti (d'ora in avanti "Fondazione"), in conformità ai principi sulla sponsorizzazione delle attività di interesse pubblico, ivi inclusi quelli ricavabili dalla legge n. 449/1997 e dal d.lgs. n. 50/2016.
2. Le disposizioni del presente regolamento sono dirette a garantire che tutte le iniziative di sponsorizzazione tendano a favorire l'innovazione dell'organizzazione, a realizzare economie e a perseguire una miglior qualità dei servizi, con esclusione di qualsiasi forma di conflitto d'interessi tra attività pubblica e privata.
3. Resta ferma la disciplina nazionale dettata per la sponsorizzazione di eventi formativi: in particolare quella di cui al «Regolamento applicativo dei criteri oggettivi di cui all'Accordo Stato Regioni del 5 novembre 2009 e per l'accreditamento», approvato dalla Commissione nazionale per la formazione continua il 13 gennaio 2010, e quella di cui all'Accordo assunto in sede di conferenza permanente tra Stato, Regioni e Province autonome il 12 aprile 2012 sul documento recante il «nuovo sistema di formazione continua in medicina: linee guida per i manuali di accreditamento dei provider, albo nazionale dei provider, crediti formativi triennio 2011/2013, federazioni, ordini, collegi e associazioni professionali sistema di verifiche, controlli e monitoraggio della qualità, liberi professionisti».

Art. 2

Definizioni

Ai fini del presente regolamento si applicano le definizioni che seguono:

- per *contratto di sponsorizzazione* si intende il contratto atipico a prestazioni corrispettive mediante il quale un soggetto (*sponsor*) offre le proprie prestazioni, che possono consistere nel pagamento di un corrispettivo o nella fornitura di beni o servizi, nei confronti di Fondazione (*sponsee*), la quale

- si obbliga verso il primo a favorire la diffusione del suo nome, logo, marchio o di suoi prodotti durante lo svolgimento di determinate attività e in appositi spazi pubblicitari;
- per *sponsorizzazione* si intende ogni contributo in beni, servizi, denaro o altro tipo di prestazione o intervento proveniente da terzi allo scopo di promuovere la propria attività per conseguire un beneficio d'immagine;
- per *sponsor* s'intende il soggetto privato che stipula un contratto di sponsorizzazione con Fondazione;
- per *spazio pubblicitario* si intende lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messo a disposizione dello sponsor da Fondazione.

Art. 3

Conflitto d'interessi

1. Fondazione non può stipulare contratti di sponsorizzazione con soggetti con cui sussistano conflitti d'interesse determinanti un contrasto tra la propria attività istituzionale e le attività dello sponsor o il segno distintivo dal medesimo utilizzato nell'ambito della sponsorizzazione.
2. Gli elementi che possono causare conflitti d'interesse costituiscono causa di esclusione delle proposte di sponsorizzazione in caso di confronto concorrenziale e di mancata valutazione delle stesse in relazione a manifestazioni d'interesse spontanee.
3. Fondazione e lo sponsor definiscono nel contratto le procedure atte a risolvere eventuali conflitti d'interesse che dovessero verificarsi nel periodo di svolgimento della sponsorizzazione.

Art. 4

Contenuti della sponsorizzazione

1. La sponsorizzazione è finalizzata a consentire a Fondazione di acquisire o realizzare, senza oneri o con oneri ridotti rispetto a quanto preventivamente stanziato, interventi, servizi, prestazioni, beni o attività già inseriti nel programma di spesa con oneri a carico del proprio bilancio; la sponsorizzazione deve consentire pertanto la realizzazione di un'economia rispetto alla previsione di spesa.
2. Gli esborsi preventivati da Fondazione ma non sopportati in quanto destinati allo svolgimento di attività poi realizzate dallo sponsor sono considerati risparmi di spesa.

Art. 5

Contraenti

1. Non possono stipulare contratti di sponsorizzazione con Fondazione i soggetti privati che si trovano in una delle situazioni di cui all'art. 80 del d.lgs. n. 50/2016.
2. In particolare, non possono stipulare contratti di sponsorizzazione con Fondazione coloro che hanno conseguito la condanna con sentenza definitiva o decreto penale di condanna divenuto irrevocabile o sentenza di applicazione della pena su richiesta ai sensi dell'articolo 444 c.p.p., per uno dei reati di cui al comma 1 dell'art. 80.

3. Costituisce altresì motivo di esclusione della possibilità di stipulare tali contratti anche la sussistenza di cause di decadenza, di sospensione o di divieto previste dall'art. 67 d.lgs. n. 159/2011 o di un tentativo di infiltrazione mafiosa di cui all'art. 84, comma 4, del medesimo decreto. Resta fermo quanto previsto dagli artt. 88, comma 4-bis, e 92, commi 2 e 3, d.lgs. n. 159/2011, con riferimento rispettivamente alle comunicazioni antimafia e alle informazioni antimafia.
4. La stipulazione è esclusa se la sentenza o il decreto sono stati emessi nei confronti: del titolare o del direttore tecnico, se si tratta di impresa individuale; di un socio o del direttore tecnico, se si tratta di società in nome collettivo; dei soci accomandatari o del direttore tecnico, se si tratta di società in accomandita semplice; dei membri del consiglio di amministrazione cui sia stata conferita la legale rappresentanza, di direzione o di vigilanza o dei soggetti muniti di poteri di rappresentanza, di direzione o di controllo, del direttore tecnico o del socio unico persona fisica, ovvero del socio di maggioranza in caso di società con meno di quattro soci, se si tratta di altro tipo di società o consorzio. In ogni caso l'esclusione e il divieto operano anche nei confronti dei soggetti cessati dalla carica nell'anno antecedente la data di pubblicazione del bando di gara, qualora l'impresa non dimostri che vi sia stata completa ed effettiva dissociazione della condotta penalmente sanzionata; il divieto non si applica quando il reato è stato depenalizzato ovvero quando è intervenuta la riabilitazione ovvero quando il reato è stato dichiarato estinto dopo la condanna ovvero in caso di revoca della condanna medesima.
5. Un operatore economico è escluso dalla possibilità di stipulare contratti di sponsorizzazione se ha commesso violazioni gravi, definitivamente accertate, rispetto agli obblighi relativi al pagamento delle imposte e tasse o dei contributi previdenziali, secondo la legislazione italiana o quella dello Stato in cui sono stabiliti. Costituiscono gravi violazioni quelle che comportano un omesso pagamento di imposte e tasse superiore all'importo di cui all'art. 48-bis, commi 1 e 2-bis d.P.R. n. 602/1973. Costituiscono violazioni definitivamente accertate quelle contenute in sentenze o atti amministrativi non più soggetti a impugnazione. Costituiscono gravi violazioni in materia contributiva e previdenziale quelle ostative al rilascio del documento unico di regolarità contributiva (DURC), di cui all'art. 8 del decreto del Ministero del lavoro del 30 gennaio 2015. Il presente comma non si applica quando l'operatore economico ha ottemperato ai suoi obblighi pagando o impegnandosi in modo vincolante a pagare le imposte o i contributi previdenziali dovuti, compresi eventuali interessi o multe, purché il pagamento o l'impegno siano stati formalizzati prima della scadenza del termine per la manifestazione d'interesse.
6. Un operatore economico che si trovi in una delle situazioni di cui al comma 1 dell'art. 80, limitatamente alle ipotesi in cui la sentenza definitiva abbia imposto una pena detentiva non superiore a 18 mesi ovvero abbia riconosciuto l'attenuante della collaborazione come definita per le singole fattispecie di reato è ammesso a provare di aver risarcito o di essersi impegnato a risarcire qualunque danno causato dal reato o dall'illecito e di aver adottato provvedimenti concreti di carattere tecnico, organizzativo e relativi al personale idonei a prevenire ulteriori reati o illeciti.
7. Se Fondazione ritiene che le misure di cui al comma 5 sono sufficienti, l'operatore economico non è escluso; viceversa dell'esclusione viene data motivata comunicazione all'operatore economico.
8. Se la sentenza di condanna definitiva non fissa la durata della pena accessoria della incapacità di contrattare con la pubblica amministrazione, ovvero non sia intervenuta riabilitazione, tale durata è pari a cinque anni, salvo che la pena principale sia di durata inferiore, e in tale caso è pari alla durata della pena principale.

Art. 6

Procedura per l'acquisizione di sponsorizzazioni di importo inferiore a € 40.000

1. Fondazione acquisisce sponsorizzazioni di valore inferiore a € 40.000:
 - a) recependo proposte spontanee di potenziali sponsor,oppure
 - b) sollecitando i potenziali sponsor a rappresentare il loro interesse, mediante avvisi pubblici o forme di comunicazione mirata o comunque con modalità semplificate, avuto riguardo del tipo di attività o iniziativa che Fondazione intende far sponsorizzare.
2. Qualora Fondazione recepisca una proposta spontanea di un potenziale sponsor, ne analizza i contenuti al fine di verificare la rilevanza dei propri obblighi come soggetto sponsorizzato e la congruità del valore rispetto alle prestazioni specificate.
3. Qualora Fondazione acquisisca sponsorizzazioni sulla base delle procedure di cui al comma 1, lett. b), 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 da Fondazione come soggetto sponsorizzato.

Art. 7

Procedura per l'acquisizione di sponsorizzazioni di importo superiore a € 40.000

1. Fondazione elabora progetti di sponsorizzazione per specifiche finalità rientranti nelle attività istituzionali contemplate dal suo statuto e dai programmi annuali e pluriennali delle attività.
2. La stipulazione di contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi e forniture di importo superiore a € 40.000, mediante dazione di denaro, accollo di un debito o altre modalità di assunzione del pagamento del corrispettivo dovuto, è soggetta alla previa pubblicazione nel sito internet di Fondazione di apposito avviso che renda nota la ricerca di sponsor per specifici interventi o l'avvenuto ricevimento di una proposta di sponsorizzazione.
3. L'avviso deve indicare sinteticamente il contenuto del contratto proposto e deve rimanere pubblicato almeno trenta giorni.
4. Decorso il periodo di pubblicazione dell'avviso, il contratto può essere liberamente negoziato con il soggetto privato o i soggetti privati, fermo restando il rispetto dei principi di imparzialità e di parità di trattamento tra gli operatori che abbiano manifestato il proprio interesse e il rispetto dell'art. 80 d.lgs. n. 50/2016.
5. 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, 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. Fondazione impartisce opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere o forniture e alla direzione dei lavori e collaudo degli stessi.

6. Nel caso in cui Fondazione solleciti manifestazioni d'interesse, l'avviso da pubblicare contiene i 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 di Fondazione;
 - procedura per la valutazione delle proposte;
 - procedura per la formalizzazione del contratto.
7. Le manifestazioni spontanee di interesse devono recare i medesimi contenuti di cui al comma 6.
8. La procedura si conclude con provvedimento del Direttore.

Art. 8

Confronto delle proposte

1. Fondazione valuta le proposte di sponsorizzazione pervenutele 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.
2. Nell'espletamento della procedura di negoziazione, Fondazione 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.

Art. 9

Contratto di sponsorizzazione

1. La gestione della sponsorizzazione avviene mediante stipulazione, in forma scritta a pena di nullità, di apposito contratto nel quale sono indicati:
 - l'oggetto della sponsorizzazione;
 - gli impegni e le obbligazioni delle parti;
 - la descrizione analitica delle modalità di attuazione della sponsorizzazione;
 - le modalità di utilizzo dello spazio pubblicitario da parte dello sponsor;
 - l'eventuale diritto di esclusiva;
 - la durata del contratto e la sua eventuale rinnovabilità;
 - le reciproche responsabilità;
 - il foro competente per la risoluzione di eventuali controversie.
2. Ogni contratto deve inoltre prevedere:
 - la facoltà di Fondazione di recedere dal contratto prima della sua scadenza, previa tempestiva comunicazione, e le modalità di esercizio di tale diritto di recesso;

- la clausola risolutiva espressa per il caso in cui lo sponsor arrechi danno all'immagine di Fondazione o qualora non risultino perseguite le finalità sociali e di pubblica utilità cui la stessa deve attenersi, fermo restando l'eventuale diritto al risarcimento del danno;
- la possibilità di risolvere il contratto in caso di mancato o parziale pagamento del corrispettivo, fermo restando il risarcimento del maggior danno;
- l'esenzione da responsabilità civile o penale di Fondazione conseguente all'allestimento o allo svolgimento delle attività sponsorizzate da parte dello sponsor.

Art. 10

Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

1. Fondazione, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:
 - ritenga che ne possa derivare un conflitto d'interesse tra la sua attività pubblica e quella del privato;
 - ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla propria immagine o a proprie iniziative;
 - la reputi inaccettabile per motivi di opportunità generale.
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:
 - propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - pubblicità che possa offendere la dignità della persona, evocare discriminazioni di razza, sesso o nazionalità, offendere convinzioni religiose e ideali, indurre a comportamenti pregiudizievoli per la salute, la sicurezza o l'ambiente.

Art. 11

Trattamento dei dati personali di utenti e dipendenti

1. Fondazione si astiene dal comunicare allo sponsor i dati personali di utenti, dipendenti o altri soggetti che essa detiene in ragione dell'attività svolta.
2. È esclusa ogni iniziativa atta a:
 - riservare allo stesso sponsor spazi destinati a contenere messaggi promozionali/pubblicitari all'interno di documenti recanti comunicazioni inviate o consegnate da Fondazione ai propri dipendenti, ai propri utenti e ai propri amministratori, quali ad esempio, estratti conto previdenziali, certificazione unica dei redditi, cedolini dello stipendio;
 - inserire materiale promozionale/pubblicitario nell'involucro contenente il cedolino dello stipendio;
 - utilizzare i dati personali per differenziare i messaggi pubblicitari in relazione alle caratteristiche dei destinatari delle comunicazioni (ad esempio, sesso, età, zona di residenza, reddito, attività lavorativa).

Art. 12

Trattamento dei dati personali degli sponsor

1. I dati personali degli sponsor 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 dagli artt. 7-10 d.lgs. n. 196/2003.
3. Titolare del trattamento dei dati è Fondazione, nella persona del suo Direttore, domiciliato per la carica presso la sede di Fondazione; egli nomina responsabile del trattamento il collaboratore volta per volta competente nella specifica materia oggetto di sponsorizzazione.
4. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del presente regolamento.

Art. 13

Verifiche e controlli

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte di Fondazione, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti per quanto attiene i contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi.
2. Le difformità eventualmente emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente segnalate allo sponsor; la relativa notifica, in uno all'eventuale diffida, produce gli effetti previsti dal contratto di sponsorizzazione, e comunque obbliga lo sponsor all'immediato intervento per il ripristino della prestazione convenuta a livelli ottimali.

Art. 14

Aspetti contabili e trattamento fiscale

1. I corrispettivi dei contratti di sponsorizzazione sono previsti nel bilancio a inizio anno, o durante l'anno con variazione, nel rispetto dell'ordinamento finanziario e contabile. I corrispettivi costituiti da proventi di entrata sono contabilizzati tra le entrate; i corrispettivi costituiti da risparmi di spesa sono comunque contabilizzati a bilancio in entrata e in spesa per pari importo al fine di assicurare il rispetto del principio di integrità del bilancio e la normativa fiscale.
2. Le prestazioni rese ai sensi del presente regolamento generano emissione di fattura e le singole fattispecie di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale applicabile.
3. Nel caso in cui lo sponsor eroghi a favore di Fondazione un corrispettivo in denaro, Fondazione provvederà a emettere fattura, con applicazione dell'aliquota i.v.a. ordinaria, per un importo equivalente a quanto messo a disposizione dallo sponsor.
4. Quando il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione è costituito da forniture di beni o servizi o da lavori da effettuare da parte dello sponsor, è fatto obbligo di doppia fatturazione, ovvero di fatturazione dello sponsor a Fondazione del valore del bene, del servizio o del lavoro, soggetto a

i.v.a., e di fatturazione di Fondazione allo sponsor di pari importo, soggetto a i.v.a., per l'attività di sponsorizzazione.

Art. 15

Rinvio

1. Per ogni aspetto non disciplinato dal presente regolamento si applica la normativa vigente in materia.

Art. 16

Entrata in vigore

1. Il presente regolamento entra in vigore decorsi dieci giorni dalla sua approvazione da parte del Consiglio d'amministrazione e pubblicazione nel sito internet di Fondazione.
2. Eventuali modifiche e integrazioni del presente regolamento entrano in vigore a decorrere dal giorno successivo alla loro approvazione da parte del Consiglio d'amministrazione e pubblicazione nel sito internet di Fondazione, a meno che lo stesso non disponga diversamente.