

# **REGOLAMENTO PER LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI E DELLE DONAZIONI**

## **INDICE**

### **PREMESSE**

### **PARTE PRIMA: SPONSORIZZAZIONI**

#### **DEFINIZIONI**

**ART. 1 PRODOTTI ED INIZIATIVE OGGETTO DI POSSIBILE SPONSORIZZAZIONE - DETERMINAZIONE DELLE TARIFFE**

**ART. 2 SCELTA DELLO SPONSOR E CONTRATTO**

**ART. 3 CASI DI ESCLUSIONE DALLE SPONSORIZZAZIONI**

**ART. 4 COMITATO ETICO DI GARANZIA**

**ART. 5 MODALITA' ORGANIZZATIVE**

**ART. 6 IL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE: INTROITI**

### **PARTE SECONDA: LE DONAZIONI**

#### **DEFINIZIONI**

**ART. 7 DISCIPLINA DELLE DONAZIONI**

**ART. 8 PROCEDIMENTO DI ACCETTAZIONE DELLE DONAZIONI**

#### **NORME TRANSITORIE**

## PREMESSE

Il presente regolamento disciplina:

- le attività di sponsorizzazione da parte di terzi in applicazione dell'art. 43 della Legge 449/97, con esclusione di quanto previsto dall'art. 19 del d. lgs. 50/2016;
- le donazioni, vale a dire le modalità di accettazione e gli adempimenti conseguenti a donazioni devolute da terzi (società, associazione e/o privato cittadino) a beneficio dell'Azienda, di scopo e a mero fine di liberalità o mecenatismo.

La regolamentazione dell'attività di sponsorizzazione e dell'accettazione di liberalità si prefigge lo scopo di indicare gli atti e le condizioni necessari per assicurare all'Azienda una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione, nel rispetto delle norme vigenti nonché di criteri di efficienza, efficacia e trasparenza ed è diretta a reperire risorse economiche e patrimoniali, che, unitamente alle donazioni, saranno utilizzate per i fini istituzionali.

Tra i fini istituzionali, vi sono l'acquisizione di beni e servizi, il miglioramento degli standard di qualità dei servizi erogati all'utenza, le campagne di comunicazione istituzionale, di informazione ed educazione alla salute aventi come destinatari cittadini ed utenti, le attività connesse con la customer satisfaction, nonché la riduzione di spese rispetto agli stanziamenti disposti nel bilancio previsionale.

Il presente regolamento non disciplina la sponsorizzazione di eventi formativi, che si è preferito demandare, quanto a competenza per la formulazione della proposta, ad altra struttura aziendale (Formazione, Ricerca e Cambiamento Organizzativo e Prevenzione Corruzione e per la Trasparenza - RPCT).

## PARTE PRIMA: SPONSORIZZAZIONI

### DEFINIZIONI

Ai fini del presente regolamento:

- per **“contratto di sponsorizzazione”** si intende un contratto atipico (ex art. 1322 c.c., comma 2 del C.C.) a titolo oneroso ed a prestazioni corrispettive, mediante il quale ATS Sardegna (sponsee) offre ad un soggetto terzo (sponsor), la possibilità di promuovere, in appositi e predeterminati luoghi e spazi nell’ambito delle strutture Aziendali e spazi in disponibilità, il nome, il logo, il segno distintivo, ecc., in cambio di un corrispettivo che può consistere nella fornitura di materiale o di altri beni o servizi o in un finanziamento in denaro. Al contratto di sponsorizzazione si applica l’art. 43 della Legge 449/97, mentre non è applicabile il Codice degli contratti pubblici, per espressa previsione e salvo quanto previsto dall’art. 19 dello stesso D.lgs 50/2016.
- per **“sponsorizzazione”** si intende ogni contributo in beni o servizi, danaro od ogni altra utilità proveniente all’Azienda Sanitaria da terzi nell’ambito applicativo dei “contratti di sponsorizzazione” di cui all’alinea precedente;
- per **“sponsor”** si intende il soggetto privato o l’associazione senza scopo di lucro o altro soggetto terzo che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con l’Azienda Sanitaria;
- per **“Azienda o sponsee”** si intende ATS Sardegna, titolare dei benefici economici apportati dalla stipula di un contratto di sponsorizzazione;
- per **“manifestazione di interesse”** si intende la comunicazione all’Azienda da parte di terzi della volontà e disponibilità ad attivare contratti di sponsorizzazione;
- per **“spazio”** s'intende l'area, lo spazio fisico o il supporto di trasmissione delle informazioni, e quant'altro di analogo, individuati da ATS Sardegna e messi a disposizione per la sponsorizzazione.
- Per **“Struttura”** s'intende la S.C. Logistica e Valorizzazione del Patrimonio, inclusa nel Dipartimento Gestione Accentrata Acquisti e Logistica di ATS Sardegna;
- Per **“tariffa minima”** s'intende la tariffa minima approvata da ATS Sardegna per l'utilizzo dello spazio.

## **ART. 1 PRODOTTI ED INIZIATIVE OGGETTO DI POSSIBILE SPONSORIZZAZIONE - DETERMINAZIONE DELLE TARIFFE**

I prodotti/iniziativa oggetto di possibile sponsorizzazione presso ATS Sardegna sono, in linea di massima, i seguenti: spazi murali nelle aree di ingresso, nei corridoi di percorrenza del pubblico e nelle sale di attesa presso tutte le strutture dell'Azienda per la collocazione di manifesti ed avvisi pubblicitari, banners sul sito WEB, bacheche aziendali, spazi sulle comunicazioni istituzionali, spazi sugli organi di informazione e pubblicazioni aziendali, spazi nell'ambito della cartellonistica di segnalazione al pubblico, rotors luminosi informativi, offerte commerciali, finanziarie, bancarie, destinate ai dipendenti dell'Azienda, chioschi multimediali e cartacei pubblicitari, spazi negli ascensori, spazi presso le postazioni di rilevazione presenze dei dipendenti, spazi in aule didattiche e nelle sale riunioni aziendali, spazi presso punti strategici della comunicazione al pubblico, spazi su programmi di eventi aziendali, anche formativi, spazi sulla Carta dei Servizi, conferenza annuale dei servizi, corsi e convegni scientifici e spazi sui relativi depliant, iniziative nell'ambito dello sviluppo Sistema Qualità, nell'Educazione alla Salute, cessione all'Azienda di prodotti promozionali da distribuire a pazienti e/o dipendenti e/o soggetti frequentatori delle strutture aziendali, iniziative di sostegno di cause di utilità sociale ("Cause Related Marketing"), distribuzione di prodotti di prova/assaggio (sampling), sondaggi ed iniziative di "customer satisfaction"; sono invece da includere nelle donazioni forniture di prodotti di consumo sanitari, non a scopi promozionali, arredi, piante, beni di abbellimento in generale.

L'Azienda, su proposta della struttura, individuerà nel dettaglio gli spazi e/o le iniziative sponsorizzabili e un tariffario ad essi corrispondente; ove necessario o opportuno, le tariffe saranno articolate anche tenendo conto di tempi minimi di durata della sponsorizzazione.

Le tariffe saranno aggiornate periodicamente, con frequenza almeno biennale.

Alle tariffe è data pubblicità almeno con la pubblicazione sul sito istituzionale e sull'albo fornitori dell'Azienda.

## **ART. 2 SCELTA DELLO SPONSOR E CONTRATTO**

1) La scelta dello sponsor è effettuata previa adeguata pubblicizzazione: a) del presente regolamento; b) degli oggetti di possibile sponsorizzazione stabiliti dall'Azienda (su proposta della struttura); c) delle relative tariffe minime, anch'esse approvate dall'Azienda, su proposta della struttura. La pubblicazione ha luogo almeno sull'albo pretorio on line dell'Azienda, consultabile sul sito web di ATS Sardegna e sull'albo fornitori dell'Azienda.

Alla possibilità di attivare contratti di sponsorizzazione può altresì essere data ulteriore pubblicità sia attraverso comunicazioni dirette a specifici gruppi di soggetti terzi potenzialmente interessati ad attivare la sponsorizzazione (ad esempio, individuati con riferimento alla commercializzazione di specifiche categorie merceologiche) sia attraverso comunicazioni ai mass media nonché altre pubblicazioni aziendali.

La cessione degli spazi per consentire la sponsorizzazione è effettuata con criterio cronologico, in base all'ordine di arrivo delle relative richieste alla PEC istituzionale all'uopo individuata e dedicata, salvo che non sia stato pubblicato un bando, nel qual caso è assegnato alla migliore offerta.

2) La manifestazione di interesse denominata "scheda sponsor" da presentarsi a cura dei soggetti terzi da trasmettere, preferibilmente, a mezzo PEC, o, in alternativa, da far pervenire con altro mezzo al protocollo Generale di ATS Sardegna, dovrà indicare:

- a) l'esatta tipologia di opportunità prescelta nonché le quantità, i luoghi ed il tempo (se rilevante) oggetto di interesse nell'ambito delle opportunità offerte dall'Azienda;
- b) l'indicazione dei corrispettivi economici previsti per la tipologia della sponsorizzazione richiesta, pari o in aumento rispetto alle tariffe minime.

3) La struttura predispone e aggiorna i modelli da utilizzarsi per la richiesta, che sono pubblicati sul sito istituzionale dell'Azienda e sull'albo fornitori, e gestisce la PEC dedicata.

4) La struttura accoglie la richiesta avanzata con la "scheda sponsor" mediante determinazione di approvazione del relativo schema di contratto, nel quale lo sponsor si impegna, fra l'altro, a rispettare quanto contenuto nel presente regolamento. Nel contratto medesimo in corrispondenza dell'indicazione degli specifici prodotti oggetto di sponsorizzazione, viene indicato il corrispettivo economico da versare ad ATS Sardegna ed i relativi tempi di erogazione.

5) La struttura redige schemi tipo di contratto di sponsorizzazione che sono pubblicati sul sito istituzionale dell'Azienda e sull'albo fornitori; nello schema tipo è sempre richiamato il presente

regolamento e la stipulazione del contratto dev'essere subordinata alla sua accettazione integrale da parte dello sponsor.

6) Nel caso di prodotti non espressamente già tariffati lo sponsor formula nella richiesta un'offerta che l'Azienda si riserva di accettare, valutandone la congruità.

7) La Struttura riscontra la richiesta, dopo le opportune verifiche: entro 20 giorni naturali e consecutivi dal suo ricevimento se non risulti necessario interpellare il Comitato Etico ed entro 30 giorni naturali e consecutivi dal suo ricevimento nel caso fosse invece necessario interpellare il Comitato Etico.

6

### **ART. 3 CASI DI ESCLUSIONE DALLE SPONSORIZZAZIONI**

1) Luoghi esclusi dalle sponsorizzazioni

Non sono consentite le sponsorizzazioni di cui al presente regolamento all'interno dei locali in cui sono direttamente erogati i servizi sanitari e socio-sanitari.

2) Prodotti e spazi esclusi dalle sponsorizzazioni

Non possono essere oggetto di contratti di sponsorizzazione, servizi di onoranze funebri, prodotti farmaceutici e dispositivi medici, 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, giochi d'azzardo, nonché prodotti e/o servizi in reale o potenziale conflitto di interesse con l'attività e gli scopi istituzionali di ATS Sardegna.

Non è prevista la collocazione di banner relativi a sponsorizzazioni sul parco autovetture dell'Azienda in utilizzo a coloro che svolgono compiti istituzionali di polizia giudiziaria, di verifica e controllo ispettivo.

Inoltre, l'Azienda si riserva comunque unilateralmente la facoltà di rifiutare qualsiasi richiesta di sponsorizzazione, previo parere del Comitato Etico di Garanzia di cui all'articolo successivo, qualora ravvisi potenziali danni all'immagine del servizio sanitario o semplicemente la ritenga, per ragioni di interesse pubblico, inopportuna.

Non è vietata la sponsorizzazione con nomi di operatori economici che producono o commercializzano farmaci o dispositivi medici.

#### ART. 4 COMITATO ETICO DI GARANZIA

- 1) Al fine di assicurare una puntuale applicazione di quanto previsto dal 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, con deliberazione del Direttore Generale, un Comitato Etico di Garanzia ad hoc interno all'Azienda con funzioni di supporto alla Struttura.
- 2) Tale Comitato non ha obblighi di riunione periodici; esso può essere consultato dalla Struttura per l'espressione di apposito parere circa l'oggetto delle sponsorizzazioni, con riferimento in particolare alle tipologie merceologiche delle medesime o alla singola offerta di sponsorizzazione, quando sussistano dubbi sull'accettabilità della sponsorizzazione alla luce di quanto previsto dal presente regolamento. L'eventuale parere negativo del Comitato Etico di Garanzia circa l'oggetto di una sponsorizzazione è vincolante e pregiudica la possibilità di attivare il/i contratto/i di sponsorizzazione di che trattasi. L'espressione del parere favorevole del Comitato vige su tutti i successivi contratti aventi per oggetto la stessa tipologia merceologica già oggetto del parere stesso e ogni offerta sostanzialmente analoga.

E' altresì possibile che il Comitato Etico, di propria iniziativa o su segnalazione di terzi, esprima parere su una sponsorizzazione: anche in questo caso il parere è vincolante; qualora il contratto di sponsorizzazione fosse stato già sottoscritto, il parere negativo del comitato costituisce causa di risoluzione di diritto del contratto, senza alcun obbligo ulteriori (onere, risarcimento del danno, etc.) a carico di ATS.

- 3) Il parere del Comitato deve essere reso **entro 20 giorni naturali e consecutivi** dalla richiesta.

La Struttura deve trasmettere la richiesta di parere protocollata alla mail dedicata in uso esclusivo del Comitato.

Il comitato riscontra la richiesta trasmettendo il parere, con nota protocollata, alla mail della Struttura dedicata.

Il decorso dei 20 giorni senza che il Comitato abbia trasmesso il parere equivale a parere positivo per silenzio assenso.

Del Comitato Etico di Garanzia fanno parte un numero dispari di componenti, massimo 5 ed eventualmente n. 3 sostituti; tra i membri sono individuati Presidente e vice Presidente.

La nomina è effettuata anche tenendo conto della distanza tra le rispettive sedi di lavoro, al fine di agevolare gli incontri.

Il Direttore della struttura individua un funzionario, almeno di qualifica C, che svolge le funzioni operative di supporto e segreteria del Comitato, convocandone le sedute su disposizioni del Presidente o del vice presidente.

Al termine delle opportune verifiche, il Comitato esprime anche a maggioranza dei presenti, un parere motivato in merito alle richieste analizzate (parere: "favorevole", "contrario" o "favorevole con osservazioni").

Il Comitato può tenere le sedute usando strumenti telematici di comunicazione (ad esempio, video conferenza).

## **ART. 5 MODALITA' ORGANIZZATIVE**

La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Azienda tramite la Struttura senza il ricorso ad alcuna agenzia esterna.

Il Direttore della Struttura adotta i provvedimenti organizzativi necessari all'attuazione del presente regolamento.

## **ART. 6 IL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE: INTROITI**

L'introito in danaro per l'Azienda avviene mediante emissione di fattura con IVA, se applicabile, nei termini previsti dai contratti e rientra nei redditi diversi ai sensi dell'art. 81 TUIR – D.P.R. n° 917/86.

I pagamenti devono essere anticipati rispetto al momento di inizio della sponsorizzazione; la dimostrazione del pagamento è data trasmettendo alla struttura copia del bonifico o del versamenti del conto dedicato.

Qualora il corrispettivo sia costituito dall'accollo diretto di costi (ad esempio, di organizzazione di convegni o corsi di formazione, di acquisto di apparecchiature) dev'essere data prova documentale dell'avvenuto pagamento anticipatamente rispetto al momento di inizio della sponsorizzazione;



nell'ipotesi di acquisti nell'interesse di ATS, dev'essere altresì depositata copia del contratto a favore del terzo, individuato in ATS medesima.

L'erogazione diretta, da parte dello sponsor, di servizi è precedente alla dimostrazione della capacità operativa; l'avvio effettivo del servizio deve precedere il godimento della sponsorizzazione.

## PARTE SECONDA: LE DONAZIONI

9

### DEFINIZIONI

Ai fini del presente regolamento:

- per "**donazione**" s'intende l'istituto della donazione disciplinato dal Codice Civile (Libro secondo - titolo V delle donazioni - Capo III); in particolare si richiamano:
  - le "**donazioni non di modico valore**" (art. 782 del C.C), che per essere considerate valide devono essere fatte, pena la nullità, attraverso atto pubblico, specificando nell'atto della donazione il suo valore.
  - le "**donazioni di modico valore**" (art. 783 del C.C.) (di particolare rilevanza per quanto qui interessa), che hanno per oggetto beni mobili e sono valide anche in assenza di atto pubblico. La modicità deve essere valutata anche in rapporto alle condizioni economiche del donante.
- per "**donante**", s'intende il soggetto privato, sia esso persona fisica o giuridica, che intende conferire denaro o un bene all'Azienda per spirito di liberalità.
- per "**Azienda o donatario**" si intende ATS Sardegna, titolare dei benefici economici apportati dalla stipula di un contratto di donazione;
- per "**manifestazione di interesse**" si intende la comunicazione all'Azienda da parte di terzi della volontà e disponibilità ad attivare contratti di donazione;
- Per "**Struttura**" s'intende la S.C. Acquisto di beni, inclusa nel Dipartimento Gestione Accentrata Acquisti e Logistica di ATS Sardegna

### ART. 7 DISCIPLINA DELLE DONAZIONI

Soggetto titolare/destinatario della donazione è ATS Sardegna, non le singole strutture organizzative aziendali o le singole Aree Socio Sanitarie Aziendali.

L' Azienda può accettare donazioni se l'atto risponde, in linea di massima, ai seguenti criteri, in quanto applicabili ai casi di specie:

- finalità lecita della donazione;
- compatibilità della donazione con l'interesse pubblico e con i fini istituzionali dell'Ente;
- sostenibilità degli effetti della donazione sia in termini economici che organizzativi (in termini economici: ci si riferisce, in particolare, per i beni, ai costi nel ciclo di vita, come definito dal Codice dei Contratti Pubblici, quindi comprendente oneri derivanti dai costi di manutenzione, di installazione e di altri servizi rispetto all'entità della donazione stessa, nonchè ai consumi, ai rifiuti prodotti; in termini organizzativi: ci si riferisce ai costi/alle economie indotte, ad esempio di personale);
- necessità e congruità dell'oggetto, rispetto, principalmente, ai fabbisogni operativi nel caso di donazioni di beni e di strumentazione;
- congruenza con gli strumenti di programmazione aziendale approvati nella definizione del piano investimenti.

L'Azienda si riserva di rifiutare (motivando per iscritto), qualsiasi donazione qualora non rispondente ai criteri di cui sopra e comunque quando la donazione:

- sia contraria all'etica;
- possa creare una lesione dell'immagine dell'Azienda;
- implichi un conflitto di interessi tra l'Azienda e il donante;
- costituisca un vincolo ritenuto non accettabile in ordine al successivo acquisto di beni (ad esempio, materiale di consumo, ricambi, prodotti in esclusiva) o all'acquisizione di servizi (ad esempio, contratti di manutenzione).

Per l'individuazione delle donazioni di modico valore si assume come riferimento un parametro oggettivo, dato dalla soglia, definita dal legislatore nel Codice dei Contratti Pubblici, per gli affidamenti diretti (al momento della redazione del presente regolamento: art. 36 c. 2 lettera a) del DLgs 50/2016); peraltro, richiamato quanto previsto dal comma 2 dell'art. 783 CC, in casi particolari, detta soglia

potrebbe essere elevata con riferimento alle condizioni economiche del donante (ad es. quando dovesse trattarsi di multinazionale).

Le donazioni possono essere:

- condizionate, cioè sottoposte a vincoli di destinazione;
- non condizionate, quando non è apposto alcun vincolo circa l'utilizzo della donazione.

L'azienda si riserva di valutare l'accettabilità di donazioni condizionate (incluso il vincolo di destinazione) a sua totale discrezione.

In mancanza di vincoli e/o condizioni da parte del donatore, rispetto alla destinazione del bene, del servizio o del denaro (donazioni liberali non finalizzate), l'Azienda destinerà la donazione al fine istituzionale ritenuto prioritario.

11

## **ART. 8 PROCEDIMENTO DI ACCETTAZIONE DELLE DONAZIONI**

La manifestazione della volontà di donare deve pervenire con qualsiasi mezzo al protocollo generale dell'Azienda ed è inoltrata immediatamente alla Struttura.

La Struttura individua, al suo interno, almeno un RUP ed almeno un suo sostituto, per la gestione delle manifestazioni di volontà.

Il procedimento di accettazione delle donazioni dovrà concludersi:

- entro 60 giorni per le donazioni di beni di modico valore (entro 30 giorni per le donazioni di denaro) dalla data di arrivo della richiesta scritta;
- entro 90 giorni per le donazioni di beni non di modico valore (entro 60 giorni per le donazioni di denaro) dalla data di arrivo della richiesta scritta.

Quando sia manifestata l'intenzione di donare denaro e l'Azienda intenda destinarlo all'acquisto di un bene specifico, può essere richiesto al donante di donare direttamente il bene individuato, considerato che questo accresce il valore della donazione perché consente all'Azienda di risparmiare i costi della procedura di acquisizione e di accelerare il tempo dell'acquisizione, in tal caso è lecita la consulenza degli esperti dell'Azienda al donante nell'individuazione del bene, se richiesta dal donante stesso.

La procedura di donazione, quando si tratti di beni diversi dal denaro, può considerarsi conclusa solo con l'esito positivo del collaudo del bene, cui farà seguito la stipulazione del relativo contratto di donazione.

Ove ritenuto necessario, cioè quando sussistano dubbi sulla fattispecie (sponsorizzazione o donazione), al fine di evitare l'elusione dei limiti di cui alla prima parte del presente regolamento, le richieste di donazione devono essere inviate e sottoposte ad approvazione da parte del Comitato Etico di Garanzia interno all'Azienda, di cui alla precedente parte "sponsorizzazione".

Per l'acquisizione del parere valgono le stesse regole previste nella precedente parte "sponsorizzazione".

I progetti tecnici relativi ad interventi di restauro di beni culturali e artistici dell'Azienda devono essere preventivamente autorizzati dalle competenti Soprintendenze.

\*\*\*

12

## NORME TRANSITORIE

Il presente Regolamento entra in vigore dalla data di pubblicazione della relativa delibera di approvazione.

La Struttura propone alla Direzione Aziendale un piano tariffario delle sponsorizzazioni entro 90 giorni dall'entrata in vigore del regolamento.

Prima dell'approvazione del piano tariffario, è possibile l'accettazione di contratti specifici di sponsorizzazione purchè non impegnino l'Azienda oltre 120 giorni.

Detti contratti devono essere approvati con deliberazione del D.G. previo parere di congruità espresso dalla Struttura.