

REGIONE TOSCANA
AZIENDA UNITA' SANITARIA LOCALE TOSCANA CENTRO
Sede Legale Piazza Santa Maria Nuova n. 1 – 50122 Firenze

DELIBERA DEL DIRETTORE GENERALE

Numero del provvedimento	1329
Data del provvedimento	09-11-2017
Oggetto	Regolamento Aziendale
Contenuto	Approvazione del Regolamento per la disciplina delle sponsorizzazioni

Dipartimento	DIREZIONE AMMINISTRATIVA AZIENDALE
Direttore del Dipartimento	TOGNINI ARIANNA - Vice Direttore
Struttura	SOS AFFARI GENERALI
Direttore della Struttura	CENTONI ROSSELLA
Responsabile del procedimento	CENTONI ROSSELLA

Conti Economici			
Spesa	Descrizione Conto	Codice Conto	Anno Bilancio
Spesa prevista	Conto Economico	Codice Conto	Anno Bilancio

Estremi relativi ai principali documenti contenuti nel fascicolo		
Allegato	N° di pag.	Oggetto
A	12	Regolamento per la disciplina delle sponsorizzazioni

Tipologia di pubblicazione	Integrale Parziale
-----------------------------------	-------------------------

“documento firmato digitalmente”

IL DIRETTORE GENERALE

RICHIAMATA la Legge Regionale n. 84/2015 recante “*Riordino dell’assetto istituzionale e organizzativo del Sistema Sanitario Regionale. Modifiche alla Legge Regionale 40/2005*”;

VISTA la Delibera del Direttore Generale USL Toscana Centro n. 1 del 07.01.2016 con cui viene preso atto della *costituzione dell’Azienda USL Toscana Centro* ai sensi della *LRT 40/2005e ss.mm.ii*;

VISTE:

la delibera n. 1201 del 09.10.2017 “ Presa d’atto del Decreto del Presidente della Giunta Regionale n. 149 del 5 ottobre 2017. Riattivazione dell’efficacia del contratto di prestazione d’opera intellettuale del Dr. Paolo Morello Marchese per lo svolgimento della funzione di Direttore Generale dell’Azienda USL Toscana Centro;

la delibera n. 1202 del 09.10.2017 con la quale il Dr. Emanuele Gori è stato nominato Direttore Sanitario dell’azienda USL Toscana Centro e la Dr.ssa Rossella Boldrini è stata confermata nell’incarico di Direttore dei Servizi Sociali;

VISTA la delibera n.1011 del 30.06.2016 di nomina del Vice Direttore Amministrativo;

VISTA la delibera n. 1720 del 24.11.2016 di approvazione dello Statuto aziendale;

RICHIAMATE:

le delibere n.826 del 31.05.2016 di approvazione del nuovo assetto organizzativo dipartimentale dell’Azienda Usl Toscana Centro e n.1757 del 25.11.2016 con la quale è stata approvata la nuova articolazione organizzativa dei Dipartimenti e degli Staff dell’Azienda USL Toscana Centro;

le delibere n.827 del 31.05.2016 di nomina dei Direttori di Dipartimento dell’azienda Usl Toscana Centro, n.861 del 14.06.2016 di nomina dei Direttori delle Aree Dipartimentali, n.1965 del 29.12.2016 con la quale sono stati nominati, fra l’altro, i Direttori delle Aree del Dipartimento Area Tecnica, il Direttore dello Staff Direzione Sanitaria e parte dei Direttori di Struttura Complessa;

la delibera n. 242 del 29.09.2017 di conferimento degli incarichi dirigenziali delle strutture afferenti ai dipartimenti dell’Area Tecnico Amministrativa;

PREMESSO che, per contratto di sponsorizzazione si intende un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale un terzo (sponsor), si obbliga a pagare un determinato corrispettivo in denaro oppure a garantire delle prestazioni (progetti/ servizi/attività) nei confronti dell’Azienda (sponsee) che a sua volta si obbliga verso il soggetto a pubblicizzare il suo marchio, logo e/o immagine in appositi e predefiniti spazi pubblicitari durante lo svolgimento di determinate attività;

ATTESO che l’art. 43 della legge 27 dicembre 1997, n. 44, ha previsto che “*al fine di favorire l’innovazione dell’organizzazione amministrativa e di realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi prestati, le pubbliche amministrazioni possono stipulare contratti di sponsorizzazione e accordi di collaborazione con soggetti privati e associazioni, senza fini di lucro*”

CONSIDERATO che, fermo restando quanto disciplinato dalla normativa vigente in materia di contratti atipici di sponsorizzazione , si ritiene opportuno provvedere a disciplinare, per tramite di un regolamento aziendale, il procedimento di ricerca , individuazione e stipula del contratto per le sponsorizzazioni aziendali che pertanto si intendono perfezionate con le modalità e forme previste dal regolamento che si allega sotto lettera A) al presente provvedimento a farne parte integrante e sostanziale ;

RILEVATO, inoltre, che si rende necessario regolamentare la per le sponsorizzazioni nel rispetto, in modo particolare, della generale di trasparenza degli atti della P.A., anche alla luce delle disposizioni di cui alla Legge n. 190 del 06/11/2012 “*Disposizioni per la prevenzione e la repressione della corruzione e dell’illegalità nella Pubblica Amministrazione*” e dal Dlgs 33/2013 come modificato dal Dlgs 97/2016 (c.d. normativa sulla trasparenza);

RITENUTO, necessario approvare il Regolamento anche in funzione di una definizione unitaria, omogenea e condivisa della disciplina della materia delle sponsorizzazioni all’interno di AUSL Toscana Centro e quindi stabilire che, in seguito all’approvazione del regolamento di cui alla presente delibera, cessano di avere vigenza i regolamenti in materia di sponsorizzazione già approvati dalle ex ASL di Firenze, Prato, Pistoia ed Empoli;

ATTESO che il testo del regolamento, predisposto in collaborazione con il ex Direttore UO Affari generali e legali ex Ausl Pistoia, è stato visionato dal Direttore dello Staff della Direzione Generale e che, inoltre, per quanto di loro rispettiva competenza è stato verificato da :

- ex Direttore Amministrativo dr. Volpe
- Direttore SOS Appropriatezza ed efficacia interventi sanitari e soluzioni tecnologiche dr.ssa Elisabetta Cortesi
- Dr.ssa Maria Teresa Asquino
- Direttore Area amministrazione del personale dr. Luciano Lippi
- Direttore Formazione dr. Vincenzo Mazza

PRESO ATTO che l’adozione della proposta di Regolamento di cui in argomento non comporta oneri aggiuntivi per il Bilancio Aziendale;

Preso atto che l’istruttoria della presente deliberazione è stata curata dal Responsabile del Procedimento, Rossella Centoni n servizio c/o la Struttura Affari Generali;

Dato atto della legittimità, nonché della regolarità formale e sostanziale espressa dal Dirigente che propone il presente atto;

Su proposta del Direttore Struttura AAGG, Rossella Centoni ;

Acquisito il parere favorevole del Vice Direttore Amministrativo, del Direttore Sanitario e del Direttore dei Servizi Sociali;

DELIBERA

Per i motivi riportati in narrativa,

- 1) di approvare il regolamento per la disciplina delle sponsorizzazioni , quale allegato “A”al presente provvedimento a farne parte integrante e sostanziale.
- 2) di dare atto che la presente deliberazione non comporta oneri aggiuntivi per il bilancio aziendale.
- 3) di dare la massima diffusione al presente regolamento e a cura del Responsabile del procedimento, provvedere alla sua pubblicazione sul sito istituzionale dell’Azienda alla sezione “Amministrazione Trasparente” .
- 4) dichiarare il presente provvedimento immediatamente eseguibile ai sensi dell’art. 42, comma 4, della L.R.T. n. 40/2005 data l’urgenza di procedere all’attivazione delle misure organizzative

unitarie per la disciplina delle sponsorizzazioni aziendali.

- 5) di trasmettere il presente atto al Collegio Sindacale ai sensi dell'art. 42, comma 2, L.R.T. n. 40/2005.

IL DIRETTORE GENERALE
(Dr. Paolo Morello Marchese)

IL VICE DIRETTORE AMMINISTRATIVO
(Dr.ssa Arianna Tognini)

IL DIRETTORE SANITARIO
(Dr. Emanuele Gori)

IL DIRETTORE DEI SERVIZI SOCIALI
(Dr.ssa Rossella Boldrini)

ALLEGATO “A”

. AZIENDA USL Toscana Centro .

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DELLE SPONSORIZZAZIONI

Data di applicazione:

Revisione: 02

	Nome	Data	Firma
Redattori	Direttore Affari Generali Rossella Centoni ex Direttore UO Affari generali e legali ex Ausl PT, Claudia Dami		
Verificatori	Direttore Staff Direzione Generale ing. Valerio Mari ex Direttore Amministrativo dr. Volpe Direttore SOS Appropriatezza ed efficacia interventi sanitari/tecnologici dr.ssa Elisabetta Cortesi Dr.ssa Maria Teresa Asquino Direttore Formazione dr. Vincenzo Mazza		
Approvatori	Direzione aziendale		
INDICE DI REVISIONE	DATA AGGIORNAMENTO	TIPO DI MODIFICA	
00	ottobre 2016	Prima stesura	
1	marzo-settembre 2017	Testo modificato con varie integrazioni introdotte dai verificatori	
2	settembre 2017	Testo definitivo	

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DELLE SPONSORIZZAZIONI

INDICE

REGIONE TOSCANA	1
AZIENDA UNITA' SANITARIA LOCALE TOSCANA CENTRO	1
Sede Legale Piazza Santa Maria Nuova n. 1 – 50122 Firenze.....	1
DELIBERA DEL DIRETTORE GENERALE.....	1
<i>Art. 1 – Oggetto del regolamento</i>	7
<i>Art. 2 – Definizioni</i>	7
<i>Art. 3 – Ambito di applicazione</i>	8
<i>Art. 4 – Vincoli di carattere generale</i>	8
<i>Art. 5 – Sponsorizzazione di eventi formativi</i>	9
<i>Art. 6 – Attivazione della sponsorizzazione</i>	10
<i>Art. 7 – Comitato Tecnico</i>	10
<i>Art. 8 - L'avviso per la ricerca dello sponsor</i>	11
<i>Art. 9 – Presentazione e contenuto dell'offerta</i>	11
<i>Art. 10 - Valutazione delle offerte</i>	12
<i>Art. 12 - Sponsorizzazioni per la realizzazione di lavori e per gli interventi su beni sottoposti a vincoli di tutela (sponsorizzazioni tecniche)</i>	13
<i>Art. 13 - Adempimenti successivi alla scelta dello sponsor</i>	14
<i>Art. 14 - Utilizzo dei risparmi di spesa e variazioni di budget</i>	15
<i>Art. 15 – Verifiche e controlli sui progetti e sulle attività oggetto di sponsorizzazione</i>	15
<i>Art. 16 – Trattamento dei dati personali</i>	15
<i>Art. 17 – Normativa di rinvio</i>	16
<i>Art. 18 – Entrata in vigore</i>	16

Art. 1 – Oggetto del regolamento

1. Il presente regolamento disciplina i presupposti e le procedure per stipula dei contratti di sponsorizzazione tra l'Azienda Sanitaria USL Toscana Centro (di seguito denominata Azienda) e i soggetti terzi con lo scopo di indicare gli atti e le condizioni necessarie per assicurare all'Azienda una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione, nel rispetto della normativa di riferimento, dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza ed in osservanza del principio di esclusione di conflitti di interessi tra l'attività pubblica e quella privata.

2. Con il contratto di sponsorizzazione il privato (cd. *Sponsor*) versa un corrispettivo economico oppure si impegna a garantire proprie prestazioni (progetti/ servizi/attività) nei confronti dell'azienda (sponsee) che a sua volta si obbliga verso il soggetto a pubblicizzare il suo marchio, logo e/o immagine in appositi e predefiniti spazi pubblicitari durante lo svolgimento di determinate attività.

3. Il corrispettivo a carico dello sponsor può essere rappresentato sia da una somma di denaro (cd. sponsorizzazione pura), per la quale l'Azienda individuerà un apposito conto di bilancio in entrata, sia dalla fornitura di beni, attuazione di progetti o altra prestazione (c.d. sponsorizzazione tecnica).

4. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione ed a realizzare maggiori economie o entrate, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali erogati, ed in particolare:

- incentivare e promuovere una più spiccata innovazione nell'organizzazione tecnica e amministrativa dell'Azienda, anche mediante la ideazione e realizzazione di progetti pilota strategici per l'Azienda, ad alto tasso di innovazione in ambito sanitario, della ricerca scientifica, amministrativo e tecnologico/industriale;
- realizzare maggiori economie di spesa rispetto agli stanziamenti disponibili;
- migliorare la qualità dei servizi prestati;
- realizzare eventi, iniziative ed attività di comunicazione, di natura continua od occasionale.
- 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;
- contribuire ad attivare campagne di comunicazione, prevenzione ed informazione rivolte ai cittadini;

Art. 2 – Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:

- Per contratto di sponsorizzazione si intende un contratto a prestazioni corrispettive mediante un terzo (sponsor), si obbliga a pagare **un determinato corrispettivo in denaro** oppure a garantire proprie prestazioni (progetti/ servizi/attività) nei confronti dell'azienda (sponsee) che a sua volta si obbliga verso il soggetto a pubblicizzare il suo marchio, logo e/o immagine in appositi e predefiniti spazi pubblicitari durante lo svolgimento di determinate attività.
- Per sponsorizzazione ogni contributo in denaro o altri tipi di prestazioni e interventi provenienti da terzi, allo scopo di promuovere la propria attività per conseguire un beneficio di immagine;
- Per sponsor il soggetto privato (persona fisica o giuridica) che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con l'Azienda;

- Per spazio pubblicitario lo spazio fisico o il supporto al fine di veicolare le informazioni di volta in volta messe a disposizione dall'Azienda per la pubblicità dello sponsor.

Art. 3 – Ambito di applicazione

1. L'Azienda può ricorrere a contratti di sponsorizzazione in relazione a tutte le attività, progetti, iniziative, i prodotti, i beni, i servizi, e le prestazioni previste a carico del proprio bilancio.
2. L'Azienda ricorre, di norma, a contratti di sponsorizzazione per le seguenti attività:
 - a) la realizzazione di progett/attività/sevizi pilota strategici innovativi per l'Azienda in ambito sanitario e della ricerca scientifica, amministrativo, e tecnologico.
 - b) la realizzazione di eventi formativi aziendali secondo quanto indicato dal successivo art. 5.
3. Sono escluse dall'applicazione della disposizioni del presente regolamento i contratti di sponsorizzazione che non rientrano nell'oggetto, nell'ambito di applicazione e non rispettano i vincoli di carattere posti dal presente regolamento .

Art. 4 – Vincoli di carattere generale

1. Le sponsorizzazioni devono essere rispondenti ai bisogni dell'Azienda, con esclusione di ogni possibile conflitto fra interesse pubblico perseguito dal Servizio sanitario ed interessi privati.
2. L'eventuale personale della struttura organizzativa aziendale che propone, partecipa a progetti, attività realizzati da uno sponsor o che beneficia in qualsiasi modo ed è coinvolta nell'attività o in un progetto finanziato dallo sponsor è tenuta a rilasciare una dichiarazione di assenza di conflitto di interessi . Sulla dichiarazione decide il Direttore della struttura di riferimento.
3. L'eventuale personale della struttura organizzativa aziendale che beneficia della sponsorizzazione come indicato al precedente comma, NON può, inoltre, intervenire come componente del collegio tecnico o a qualsiasi altro titolo in una procedura di gara alle quali parteciperà lo sponsor, fino a tre anni dalla cessazione del rapporto di sponsorizzazione. A tal fine detto personale è tenuto a rilasciare una dichiarazione di assenza di conflitto di interessi
4. Le sponsorizzazioni devono essere gestite in termini e con modalità pienamente consone e compatibili con l'immagine dell'Azienda, e devono produrre risparmi di spesa o maggiori entrate.
5. L'Azienda a suo insindacabile giudizio non procederà alla stipula di contratti di sponsorizzazione qualora:
 - a) i costi correlati alla sponsorizzazione facciano venire meno la convenienza economica della sponsorizzazione stessa;
 - b) non esista un mercato concorrenziale per l'acquisto dei materiali di consumo necessari per il funzionamento delle attrezzature oggetto della sponsorizzazione;
 - c) vi sia una correlazione diretta tra la sponsorizzazione e rapporti convenzionali che intercorrono o potranno intercorrere tra lo sponsor e l'Azienda;
 - d) la sponsorizzazione sia in contrasto con gli interessi dell'Azienda o risulti inaccettabile per motivi di opportunità generale e di etica aziendale.
6. Sotto il profilo del contenuto del messaggio pubblicitario dello *sponsor*, sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni in qualsiasi modo riguardanti:
 - Armi
 - Editoria e spettacoli vietati ai minori
 - Organismi Sanitari concorrenti

- Onoranze funebri
- pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
- Relazioni personali
- Cartochiromanzia, magia ed occultismo
- Prodotti farmaceutici
- Presidi medico – chirurgici
- Propaganda politica e religiosa
- Distribuzione di prodotti oltraggiosi per la morale
- Bevande alcoliche
- Tabacchi e sigarette elettroniche
- Compravendita oro
- Gioco d'azzardo, scommesse, lotterie e simili anche on line
- Pubblicità che possa offendere la dignità della persona, evocare discriminazioni di razza, sesso e nazionalità, offendere convinzioni religiose ed ideali;
- messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia;
- pubblicità che possa indurre a comportamenti pregiudizievoli per la salute, la sicurezza e l'ambiente;
- servizi finalizzati al conseguimento di risarcimenti derivanti dall'esercizio dell'attività sanitaria.

7. Sono inoltre esclusi da qualsiasi forma di sponsorizzazione i locali di pronto soccorso, rianimazione e UTIC, camere di degenza, oncologia, radioterapia, camere mortuarie, cappelle e luoghi di culto, sale di commiato; nonché i mezzi adibiti allo svolgimento di compiti istituzionali di polizia giudiziaria, di verifica e controllo ispettivo.

8. Possono assumere la veste di *sponsor* in generale, qualsiasi soggetto pubblico o privato che non svolga attività in conflitto d'interesse con le finalità istituzionali e le competenze dell'Azienda ovvero :

- qualsiasi persona fisica, purché in possesso dei requisiti di legge per contrarre ordinariamente con la Pubblica Amministrazione;
- qualsiasi persona giuridica, avente o meno scopo o finalità commerciali;
- le associazioni senza fini di lucro le cui finalità statutarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali dell'Azienda
- le fondazioni anche ONLUS ;

Art. 5 – Sponsorizzazione di eventi formativi

1. La sponsorizzazione può essere destinata sia alla realizzazione di eventi formativi aziendali che a sostenere interamente o parte del Piano Annuale delle Attività Formative (PAAF),

Le sponsorizzazioni possono essere accettate soltanto ed esclusivamente per quelle iniziative formative che rientrano nel PAAF.

2. La SOS Affari generali, in collaborazione con SOC Gestione Risorse Umane, in caso di sponsor finalizzati alla realizzazione di eventi formativi, provvede a:

- a) predisporre la delibera che approva il programma dell'evento con il piano dei costi, il dettaglio delle offerte in denaro, beni, servizi e l'avviso di sponsorizzazione . In relazione alla predisposizione questi atti la SOS Affari generali acquisisce il parere scritto della SOC Gestione Risorse Umane;
- b) pubblicare l'avviso e individuare lo sponsor
- c) predisporre il contratto/i di sponsor, nel rispetto delle linee di indirizzo e degli eventuali schemi di contratto predisposti da Agenas.

3. La SOS Affari generali, inoltre, al fine di predisporre quanto indicato al precedente punto b), acquisisce il parer preventivo del Comitato tecnico di cui all'art. 7. Nel caso in cui lo sponsor sia un'azienda farmaceutica il parere del Comitato deve pervenire alla SOC Gestione Risorse Umane almeno 180 giorni dalla data dell'evento, per poter seguire le procedure prescritte da AIFA.

4. La SOC Gestione Risorse Umane provvede ed attivare e a seguire tutta la procedura e tutti gli atti successivi alla stipula del contratto/i di sponsor.

5. Per sponsorizzazioni su formazione individuale e sovvenzioni di Grant System, si rimanda alla specifica regolamentazione generale ed aziendale.

Art. 6 – Attivazione della sponsorizzazione

1. Le sponsorizzazioni sono attivate per iniziativa della Direzione aziendale che può assumere anche proposte presentate da soggetti pubblici o privati nel rispetto delle norme di cui al presente regolamento .

2. La struttura Affari generali provvede a predisporre :

- a) l'avviso di sponsorizzazione da pubblicizzare nei modi di cui all'art.8
- b) il programma, il piano dei finanziamenti dell'eventuale progetto/attività sponsorizzato
- c) il contratto di sponsor

3. Gli elementi di cui ai precedenti punti a), b) e c) devono essere sempre previamente approvati con delibera del Direttore Generale .

4. La struttura Affari generali provvede inoltre ad acquisire il parere del Comitato tecnico di cui al successivo art. 7 che valuta l'interesse aziendale e la conformità del contenuto della sponsorizzazione al presente regolamento, al fine di garantire la massima trasparenza e partecipazione.

Art. 7 – Comitato Tecnico

1. Presso l'azienda è istituito il Comitato Tecnico è composto da:

- Il Direttore della SOS Appropriatezza ed efficacia interventi sanitari e soluzioni Health Technology Assessment tecnologiche o suo delegato;
- Il Direttore dello Staff della Direzione Generale o suo delegato;
- Il Direttore Sanitario suo delegato;

Le funzioni di segreteria sono espletate da personale assegnato alla SOS Affari Generali.

Il Comitato Tecnico decide a maggioranza dei propri componenti

2. Il Comitato:

- esprime parere preventivo sull'avviso e sul programma di ricerca dello sponsor,
- valuta le offerte presentate secondo quanto indicato all'art. 10,
- valuta circa la sussistenza di potenziali conflitti di interesse relativamente ai prodotti e alle iniziative oggetto di sponsorizzazione,
- verifica il corretto adempimento degli obblighi istruttori come definiti ai sensi del presente regolamento, e se lo ritiene necessario acquisisce, per tramite degli Affari generali, in relazione alla tipologia oggetto di sponsorizzazione, tutti i pareri tecnici ritenuti utili e necessari per la fattibilità del progetto o dell'attività proposta.
- può attivare a propria discrezione verifiche circa il rispetto degli accordi sottoscritti. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor; la notifica e l'eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

- può sentire, se ritenuto necessario, i Direttori di Dipartimento interessati alla materia e ogni altra figura professionale dell'Azienda che si riterrà opportuno interpellare a seconda della particolare tipologia delle sponsorizzazioni da analizzare.

3. Ciascun componente è tenuto all'astensione nell'ipotesi in cui possa ravvisarsi un conflitto di interessi, anche solo potenziale, in merito al progetto esaminato. A tal fine i componenti sono tenuti a rilasciare una dichiarazione di assenza di conflitto di interessi sulla base di un format predisposto dall'ufficio Anticorruzione e trasparenza che deve essere conservato agli atti della pratica.

Art. 8 - L'avviso per la ricerca dello sponsor

1. La scelta dello sponsor, tenuto conto dei limiti, dei vincoli previsti dal presente regolamento, avviene nel rispetto della normativa vigente e dei principi di imparzialità, parità di trattamento e trasparenza e prevede procedure ad evidenza pubblica tese a garantire la concorrenzialità tra i soggetti potenzialmente interessati alle iniziative oggetto di sponsorizzazione.

2. L'avvio di ricerca dello sponsor per i contratti di importo superiore a € 40.000,00, in applicazione del primo comma dell'art. 19 del D. Lgs. 50/2016, viene pubblicato sul sito Internet dell'Azienda, per almeno 30 giorni. L'avvio di ricerca dello sponsor per i contratti di importo inferiore a € 40.000,00, devono essere pubblicati per un periodo non inferiore a 20 giorni.

3. Ove l'Azienda lo ritenga opportuno, l'avviso potrà essere pubblicato anche in forme o sedi ulteriori, rispetto alla pubblicazione sul sito Internet dell'Azienda previsto dall'art. 19 sopra richiamato.

4. L'avviso è predisposto ai sensi di quanto prevede l'art. 6 comma 2, viene pubblicato sul sito dell'Azienda a cura della struttura Affari generali. Esso contiene di norma :

- a) la volontà aziendale di ricercare uno sponsor indicando la finalità e gli scopi
- b) i requisiti dei soggetti che possono formulare offerte
- c) se si tratta di una sponsorizzazione in denaro, deve essere quantificata la cifra oggetto della sponsorizzazione ;
- d) se si tratta di una sponsorizzazione c.d. tecnica, deve essere specificato il progetto o le altre prestazioni/attività possibili che lo sponsor deve garantire. In quest'ultimo caso, se si tratta di un progetto, è necessario indicare ed allegare alla delibera di approvazione dell'avviso e del contratto di sponsor, anche il progetto o la descrizione puntuale oggetto dell'obbligazione e il loro valore economico ;
- e) la durata del rapporto e gli obblighi dello sponsor;
- f) l'indicazione delle categorie di soggetti da interessare;
- g) le modalità ed i termini per la presentazione delle offerte;
- h) l'invito a formulare offerte per l'aggiudicazione del contratto di sponsorizzazione.
- i) i criteri di valutazione delle offerte e le modalità di scelta dello sponsor
- j) l'indicazione del link sul sito web Aziendale dove è consultabile il presente Regolamento;

5. Nel caso di offerte plurime sullo stesso oggetto, il Comitato Tecnico procederà ad una valutazione comparativa, secondo i criteri di cui al successivo art. 10.

Art. 9 – Presentazione e contenuto dell'offerta

1. I soggetti interessati dovranno far pervenire le proprie offerte di partecipazione al progetto nei termini indicati nell'avviso.

2. Le offerte dovranno essere fatte pervenire in forma scritta ai recapiti indicati nell'avviso e dovranno contenere tra l'altro :

- a) per le sponsorizzazioni in denaro: l'accettazione del contributo richiesto dall'azienda o l'ammontare economico del contributo offerto dallo sponsor proponente, valutato e quantificato ai prezzi di mercato, con la specifica indicazione dell'IVA;
- b) per le sponsorizzazioni tecniche : la descrizione analitica del progetto: le attività, i servizi, le prestazioni, e le loro modalità di realizzazione e la loro durata ;
- c) eventuali oneri a carico dell'Azienda ;
- d) l'indicazione dell'esistenza di un mercato concorrenziale per l'acquisto dei materiali di consumo o dei servizi di assistenza necessari al funzionamento ed all'uso corretto dei beni offerti;
- e) la dichiarazione sostitutiva di atto di notorietà che attesti il possesso, da parte del proponente, dei requisiti di cui all'art. 80 del D.lgs. n. 50 del 18.04.2016;
- f) l'assunzione dell'impegno di osservare la disciplina tecnica di sicurezza e prevenzione, nonché della disciplina in materia di sicurezza del trattamento dei dati personali.
- g) l'assunzione dell'impegno di osservare la normativa del Codice di comportamento dell'AUSL Toscana Centro .

Art. 10 - Valutazione delle offerte

1 Il Comitato tecnico procede alla valutazione delle offerte verificando preliminarmente la loro ammissibilità ai sensi della normativa vigente e di quanto stabilito nel presente regolamento.

2. Se una sola offerta verrà valutata come ammissibile da Comitato tecnico , l'Azienda potrà intraprendere una procedura negoziata con l'offerente per definire i termini e le condizioni dell'accordo di sponsorizzazione.

3. Se le proposte valutate come ammissibili in relazione al medesimo progetto saranno più di una, il Comitato tecnico procederà ad una valutazione comparativa sulla base dei seguenti criteri, in ordine di importanza:

- a) per le sponsorizzazioni in denaro: l'entità e modalità di attribuzione del contributo offerto dal proponente e le valutazioni opportune circa l'affidabilità del soggetto che offre la sponsorizzazione come indicate al successivo punto d)
- b) per le sponsorizzazioni tecniche: il carattere innovativo e le finalità del progetto/attività/servizi e utilità dello stesso per i fini perseguiti dall'Azienda;
- c) eventuali oneri di impianto o di gestione a carico dell'Azienda;
- d) comportamento etico e responsabilità sociale dello sponsor attestati, in via esemplificativa, con il possesso della certificazione SA8000:2008, che identifica uno standard internazionale di certificazione redatto dal CEPAA (Council of Economical Priorities Accreditation Agency) e volto a certificare alcuni aspetti della gestione Aziendale attinenti alla CSR (Corporate Social Responsibility, - responsabilità sociale d'impresa), dello standard certificabile ISO 14001 che identifica uno standard di gestione ambientale (SGA) che fissa i requisiti di un sistema di gestione ambientale di una qualsiasi organizzazione e dell'indice FTSE4 Good Europe Index che valuta la performance delle aziende che sono globalmente riconosciute per gli alti standard di responsabilità sociale ed include le aziende europee che si distinguono per gestione trasparente e applicazione di criteri sostenibili.

4. All'esito della comparazione, il Comitato individuerà l'offerente scelto che sarà dichiarato idoneo per la stipula del contratto di sponsor oppure , in caso contrario, deciderà che nessun soggetto risponde ai requisiti dell'avviso e quindi propone alla Direzione di non procedere con il contratto.

5. In casi particolari nel caso in cui l'avviso lo preveda , se il Comitato verifica la presenza di più soggetti dichiarati idonei, propone alla Direzione aziendale la stipula del contratto con tali soggetti . Nel caso in

cui un soggetto dichiara di non voler procedere alla stipula del contratto, si procederà alla stipula del contratto con gli altri soggetti dichiarati idonei .

Art. 11 - Contratto di sponsorizzazione

1. Ciascun rapporto di sponsorizzazione è disciplinato da un apposito contratto c.d. “a prestazioni corrispettive” che si intende strumento insostituibile nel perseguimento di fini istituzionali, da stipularsi in forma scritta, nel quale sono in particolare stabiliti , quali elementi essenziali :

- l'indicazione delle parti che stipulano il contratto,
- la dettagliata descrizione del segno distintivo che dovrà essere diffuso,
- l'indicazione degli obblighi di promozione pubblicitaria che gravano sul soggetto sponsorizzato,
- le caratteristiche che lo sponsor deve possedere
- se la sponsorizzazione in denaro riguarda il supporto alla realizzazione di un progetto/attività deve essere indicato il fine istituzionale del progetto stesso le modalità attuative, le verifiche allegando al contratto il testo del progetto approvato.
- se la sponsorizzazione riguarda la fornitura progetti/attività specificare le modalità di attuazione, controllo e verifica della fornitura e la quantificazione valore della sponsorizzazione
- l'indicazione dell'ammontare e delle modalità di pagamento del corrispettivo,
- l'indicazione della durata e degli eventuali rinnovi.
- l'obbligo dei contraenti di non tenere comportamenti che possano risultare lesivi per l'immagine e il nome dell'altra parte;
- eventuale clausola di esclusiva a carico del soggetto sponsorizzato
- la disciplina del conflitto d'interessi tra sponsor e Azienda e rispetto del codice etico aziendale
- le modalità di trattamento dei dati personali
- la previsione della risoluzione anticipata del contratto al verificarsi di fatti espressamente indicati nella clausola stessa.
- risoluzione controversie relative all'esecuzione del contratto;
- spese e disposizioni contrattuali finali

2. In fase di stipula del contratto di sponsor , l'Azienda può introdurre nello stesso eventuali condizioni migliorativa rispetto allo schema di contratto allegato all'avviso, previo accordo tra le parti ed a condizione che le stesse non alterino la sostanza dello schema allegato all'avviso pubblico.

3. I contratti di sponsorizzazione potranno prevedere disposizioni a garanzia e tutela dei marchi, con specificazione dei termini e delle modalità di utilizzo dei loghi e dei segni distintivi dello *sponsor*, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente. Le modalità di associazione del nome, del marchio, dei loghi e degli altri segni distintivi dello *sponsor* devono presentare caratteri e stile consoni e compatibili con la natura istituzionale e con l'immagine dell'Azienda .

Art. 12 - Sponsorizzazioni per la realizzazione di lavori e per gli interventi su beni sottoposti a vincoli di tutela (sponsorizzazioni tecniche)

1. Qualora oggetto della prestazione dello sponsor sia l'effettuazione di interventi di progetto , lo sponsor deve possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.

2. Nel contratto di sponsorizzazione devono essere definite le modalità di verifica e controllo, nonché la rispondenza e la conformità dei lavori al progetto o altri parametri ed indicatori di qualità che l'Azienda e le altre amministrazioni eventualmente competenti intendano inserire.

3. Per i contratti di sponsorizzazione aventi ad oggetto interventi di restauro e manutenzione di beni immobili, mobili e delle superfici decorate di beni architettonici sottoposti a tutela della Soprintendenza Archeologia, Belle Arti e Paesaggio – ferma l'applicazione dei principi per la scelta dello sponsor di cui agli articoli precedenti – si applicano le disposizioni di legge in materia di requisiti soggettivi dei progettisti e degli esecutori del contratto. L'individuazione dell'esecutore dei lavori di restauro/manutenzione può essere rimessa allo sponsor ma in questo caso, il soggetto indicato dovrà risultare qualificato ai sensi della normativa vigente in materia di lavori pubblici, relativamente alla tipologia di intervento.

4. I contratti di sponsorizzazione inerenti beni culturali sono preventivamente sottoposti alla Soprintendenza Archeologia, Belle Arti e Paesaggio, competente in relazione alla tipologia di intervento, al fine di ottenere i nulla osta o gli atti di assenso dovuti dalla Soprintendenza al fine di assicurare che l'esposizione pubblicitaria sia effettuata in forme compatibili con il carattere artistico o storico, l'aspetto e il decoro del bene.

Art. 13 - Adempimenti successivi alla scelta dello sponsor

1. L'azienda accetta la proposta di sponsorizzazione di stipulazione del contratto con atto deliberativo al quale è allegato un piano finanziario che definisce l'articolazione degli utilizzi per ogni progetto/attività sponsorizzato.
2. Tale provvedimento viene comunicato allo sponsor, con il quale poi si stipulerà il contratto di sponsorizzazione. Qualora invece la proposta di sponsorizzazione non sia stata accettata dal Comitato Tecnico, la SOS Affari Generali invia all'offerente una informativa di diniego motivata.
3. Il provvedimento di accettazione della sponsorizzazione verrà trasmesso dalla SOS Affari Generali a tutte le strutture aziendali interessate compresa la SOS Bilancio e contabilità conto terzi - Dipartimento Amministrazione, pianificazione e controllo di gestione e al Dipartimento Area Tecnica (SOS Patrimonio mobiliare, telefonia ed utenze e/o SOS Patrimonio Immobiliare).
4. La SOS Affari Generali stipula il contratto di sponsorizzazione a firma del Direttore Generale o suo delegato e lo partecipa all'Ufficio competente per la registrazione e una volta registrato allo sponsor.
5. Il Dipartimento Amministrazione, pianificazione e controllo di gestione - Area Amministrazione Bilancio e finanza provvede sulla base di quanto previsto dagli oneri contrattuali, a predisporre ed inviare allo sponsor le fatture attive e gestisce le entrate come fondi finalizzati anche a livello di successiva rendicontazione di bilancio.
6. Nell'ambito di progetti/attività/servizi aziendali se è prevista – per la loro realizzazione- - l'attivazione di una collaborazione o borsa di studio, la SOC Politiche del personale attiva e conclude la procedura finalizzata alla stipula dei relativi contratti secondo quanto previsto dalla normativa vigente e dai regolamenti aziendali in materia.
7. In caso di sponsorizzazioni finalizzate all'acquisizione di beni e servizi le strutture aziendali competenti ed ESTAR provvederanno, secondo le rispettive competenze, all'acquisizione, collaudo ed inventariazione nel rispetto delle disposizioni di legge e delle procedure aziendali.
8. Nel caso di sponsorizzazioni tecniche il Dipartimento Area Tecnica segue l'inizio, lo sviluppo e la conclusione dei lavori secondo le normative di legge e le procedure previste a livello aziendale e

secondo quanto stabilito dal contratto di sponsorizzazione, con la collaborazione di ESTAR qualora sia previsto il collaudo di componenti tecnologiche.

Art. 14 - Utilizzo dei risparmi di spesa e variazioni di budget

1. Le somme previste nei capitoli interessati alle sponsorizzazioni che risultino non utilizzate alla chiusura delle attività oggetto di sponsorizzazione, sono considerate risparmi di spesa. Tali risparmi rappresentano economie di bilancio.
2. Le variazioni di budget approvato, purchè rientrino nella cifra complessiva oggetto del contratto di sponsor (spostamento di importi fra conti già previsti nel piano finanziario allegato al provvedimento), possono essere presentate con comunicazione scritta del Project Leader alla struttura Affari Generali che informa la competente struttura della contabilità-bilancio per la registrazione contabile.
3. Se la variazione riguardano la soppressione delle poste nel piano finanziario deliberato, le modifiche devono sempre essere comunicate dal Project Leader alla struttura Affari Generali che acquisito il parere favorevole del Direttore Sanitario o del Direttore Amministrativo o loro delegati secondo competenza, ne da comunicazione alla competente struttura della contabilità-bilancio.

Art. 15 – Verifiche e controlli sui progetti e sulle attività oggetto di sponsorizzazione

1. Per le attività progettuali oggetto di sponsorizzazione, lo stato di avanzamento dei progetti e la realizzazione degli adempimenti convenuti sono regolarmente monitorati dalla SOS Affari Generali e rendicontati allo sponsor secondo gli accordi contrattuali, mentre i dirigenti responsabili delle strutture interessate che provvedono a loro volta a regolari verifiche di contenuto tecnico, qualitativo, quantitativo e temporale.
2. Il Comitato Tecnico, può procedere altresì a periodiche verifiche sulle sponsorizzazioni, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, ed il permanere dell'assenza di cause ostative di cui al Regolamento.
3. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor, a cura della struttura Affari Generali, con diffida a procedere alle necessarie misure correttive entro un termine perentorio. Gli effetti del mancato adeguamento alla diffida sono disciplinati dal contratto di sponsorizzazione che deve prevedere, in questo caso, l'immediata rescissione del contratto..

Art. 16 – Trattamento dei dati personali

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste, nel rispetto delle disposizioni del D. Lgs. 196/2003.
2. Il Responsabile del Trattamento Dati Personali sarà nominativamente individuato nel singolo contratto di sponsorizzazione nella persona del Coordinatore del Progetto ed il suo nominativo verrà comunicato al Referente Aziendale Privacy al momento della sottoscrizione del contratto medesimo. Qualora l'oggetto del contratto riguardi la progettazione o lo sviluppo di un'applicazione informatica, verrà comunicato al Referente Aziendale Privacy anche il nominativo dell'Amministratore di Sistema.

Art. 17 – Normativa di rinvio

Per quanto non espressamente previsto nelle disposizioni del presente Regolamento si fa rinvio alle leggi e normative vigenti in materia.

Art. 18 – Entrata in vigore

Il presente Regolamento entra in vigore dalla data d'esecutività della deliberazione di approvazione

CERTIFICATO DI PUBBLICAZIONE

Atto n. 1329 del 09-11-2017

In pubblicazione all'Albo dell'Azienda Usl dal 10-11-2017 al 25-11-2017

**Esecutiva ai sensi della Legge Regionale Toscana n.40 del 24 febbraio 2005
in data 09-11-2017**