



REGIONE SICILIANA

**AZIENDA OSPEDALIERO-UNIVERSITARIA  
"POLICLINICO G. RODOLICO - SAN MARCO"**

CATANIA

DELIBERAZIONE N° 2824 DEL 29 DIC 2022

**OGGETTO: Regolamento Aziendale per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni-  
Approvazione**

**Settore Affari Generali**

Bilancio 2022 CF/CP \_\_\_\_\_

Il presente atto non comporta spesa

Il responsabile dell'istruttoria

Ampelio Juande

Il Direttore del Settore

Dott. Maurizio Grasso

**Settore Risorse Economiche e Finanziarie  
Bilancio 2022**

Registrazione n° \_\_\_\_\_

Si attesta la compatibilità economica della spesa

Il Funzionario \_\_\_\_\_

Il Responsabile del Settore

**Risorse Economiche e Finanziarie**

**IL DIRETTORE GENERALE**

**Dott. Gaetano Sirna**

Nominato con D.P.

n.613/Serv. 1°/S.G. del 29 ottobre 2020

Con la presenza del Direttore Amministrativo

Dott. Rosario Fresta

e del Direttore Sanitario

Dott. Antonio Lazzara

ASSENTE

E con l'assistenza quale Segretario verbalizzante del

Dott. Dr. ins. M. C. M. M. C.

Premesso

Che l'art.43 della Legge 449 del 1997 consente alle pubbliche amministrazioni di stipulare contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione con soggetti pubblici e privati, al fine di favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa e di realizzare maggiori economie, nonché di migliorare i servizi prestati;

Le suddette iniziative devono essere dirette al perseguimento di interessi pubblici, escludere forme di conflitto di interesse fra l'attività pubblica e quella privata e devono comportare risparmi di spesa rispetto agli stanziamenti disposti;

L'art.28, comma 2 bis della Legge 448/98 statuisce, tra le altre cose, che gli enti, possono provvedere a sviluppare le iniziative per contratti di sponsorizzazione, accordi e convenzioni previsti dall'art.43 della Legge 449/97, allo scopo di realizzare maggiori economie nella gestione;

Considerata, alla luce della soprarichiamata normativa, l'opportunità di disciplinare le procedure e le attività da seguire per una corretta gestione delle sponsorizzazioni da parte di soggetti terzi, prevedendo idonei strumenti e modalità operative in conformità ai principi di efficienza, efficacia, imparzialità, trasparenza e buon andamento della Pubblica Amministrazione, attraverso l'adozione di specifico regolamento;

Visto lo schema di regolamento predisposto dal Settore Proponente, avente ad oggetto la disciplina sull'iter amministrativo di attivazione e gestione dei contratti di sponsorizzazione;

Ritenuto, per quanto sopra, di dover approvare il suddetto regolamento, che allegato al presente atto ne costituisce parte integrante;

Preso atto della proposta, come avanzata dal responsabile del Settore, che con la sottoscrizione del presente provvedimento ne attesta la regolarità formale e la legittimità sostanziale;

Sentito il parere favorevole del Direttore Amministrativo e del Direttore Sanitario

#### DELIBERA

per i motivi esposti in premessa, che qui si intendono ripetuti e trascritti:

Approvare il regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni allegato al presente atto quale parte integrante dello stesso;

Disporre la pubblicazione del Regolamento nell'apposita sezione del sito Aziendale

Il Direttore del settore proponente

IL DIRETTORE GENERALE .

Dott. Gaetano Sirna 

IL DIRETTORE AMMINISTRATIVO

Dott. Rosario Fresta 

IL DIRETTORE SANITARIO

Dott. Antonio Lazzara 





*AZIENDA OSPEDALIERO UNIVERSITARIA POLICLINICO*  
*"G. RODOLICO - SAN MARCO"*  
*CATANIA*

**REGOLAMENTO**

**AZIENDALE**

**PER LE SPONSORIZZAZIONI**

## INDICE

Art.1 OGGETTO E FINALITA'

Art.2. DEFINIZIONI

Art.3 SCELTA DELLO SPONSOR

Art.4 INIZIATIVE OGGETTO DI SPONSORIZZAZIONE

Art..5 CASI DI ESCLUSIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Art.6 UTILIZZO PROVENTI DELLE SPONSORIZZAZIONI

Art. 7 IL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

Art. 8 RECESSO DAL CONTRATTO

Art..9 TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

Art. 10 ASPETTI FISCALI

Art.11 SPESE CONTRATTO

Art.12 NORME DI RINVIO

## Art.1

### OGGETTO E FINALITA'

Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione da parte di terzi in applicazione dell'art. 43 della Legge 449/97, dell'art. 28 comma 2 bis lett. c) della legge 448/98 e si prefigge lo scopo di indicare gli atti e le condizioni necessarie e l'iter procedimentale idonei ad assicurare all'Azienda una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione nel rispetto delle norme vigenti, nonché di criteri di efficienza, efficacia, trasparenza ed economicità dell'azione amministrativa.

Restano esclusi dal presente regolamento gli sponsor su eventi formativi in quanto regolamentati da altra disciplina aziendale.

Le iniziative di sponsorizzazione/pubblicità devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali prestati.

Tali iniziative devono essere dirette al perseguimento di pubblici interessi, escludendo forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata.

L'attività di sponsorizzazione è diretta a reperire risorse economiche e patrimoniali, che saranno utilizzate per il miglioramento degli standard di qualità dei servizi erogati all'utenza, per campagne di comunicazione istituzionale e di informazione ed educazione alla salute aventi come destinatari cittadini ed utenti, per attività connesse alla customer satisfaction, nonché per ridurre le spese rispetto agli stanziamenti disposti nel bilancio previsionale.

## Art.2

### DEFINIZIONI

Ai fini del presente regolamento:

- a) per **contratto di sponsorizzazione** si intende un contratto *atipico* a titolo oneroso ed a prestazioni corrispettive, mediante il quale l'Azienda Ospedaliero Universitaria Policlinico "G.Rodolico - San Marco", offre ad un soggetto terzo (sponsor), che si obbliga ad erogare per un corrispettivo prefissato, la possibilità di promuovere, (*con modalità predeterminate*) in appositi e predeterminati luoghi e spazi nell'ambito delle strutture Aziendali, il nome, il logo, i prodotti e le offerte commerciali, le promozioni....
- b) per **sponsorizzazione** si intende ogni contributo in beni o servizi, danaro od ogni altra utilità erogata a favore dell'Azienda da parte di terzi nell'ambito applicativo dei contratti di sponsorizzazione di cui al comma precedente.
- c) per "**sponsor**" si intende il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o pubblico che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con l'Azienda.
- d) per "**sponsee**" si intende l'Azienda che è titolare dei benefici economici apportati dalla stipula di contratti di sponsorizzazione.
- e) per "**manifestazione di interesse**" si intende la comunicazione all'Azienda da parte di terzi della volontà e disponibilità ad attivare contratti di sponsorizzazione.
- f) per "**spazio pubblicitario**" lo spazio fisico o il supporto di trasmissione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dall'Azienda per la pubblicità dello sponsor.

## Art.3

### SCelta DELLO SPONSOR

La sponsorizzazione può avvenire su iniziativa:

a) dell'Azienda ovvero su proposta della UO interessata, che procede alla elaborazione di un progetto di sponsorizzazione finalizzato a realizzare un obiettivo, previa analisi del potenziale interesse da parte dello sponsor.

b) da parte di soggetti privati ed Enti che siano in possesso dei requisiti di legge per poter contrarre con la pubblica amministrazione, nonché associazioni senza fini di lucro, fondazioni i cui fini statutari non siano in contrasto con quelli istituzionali dell'Azienda.

L'Azienda, nell'ipotesi di proposte avanzate da terzi, valuta l'opportunità e la convenienza dell'offerta, nonché la rispondenza ai propri obiettivi programmatici e ai fini istituzionali, agendo nel rispetto dei principi di pubblicità e trasparenza, al fine di assicurare parità di trattamento e adeguata concorrenza., pubblicando, a tale effetto, apposito avviso rendendo nota l'iniziativa.

Decorsi 15 giorni dalla pubblicazione dell'avviso, contenente gli elementi essenziali della proposta, senza che sia pervenuta altra manifestazione di interesse, l'Azienda potrà avviare l'iter amministrativo per la formalizzazione del contratto di sponsorizzazione con il soggetto proponente.

In presenza di manifestazioni di interesse da parte di più soggetti l'Azienda, se ne sussistono le condizioni, potrà usufruire delle proposte pervenute partecipandole all'iniziativa ovvero valutare una loro comparazione ai fini della scelta nel rispetto di criteri oggettivi.

L'avviso da pubblicare sul sito aziendale avente ad oggetto la proposta di sponsorizzazione deve indicare:

- lo specifico intervento da sponsorizzare,
- le modalità e i termini entro i quali presentare eventuale candidatura;
- la valorizzazione economica;
- gli obblighi dello sponsor e dello sponsee;
- eventuale determinazione degli spazi e dei luoghi utilizzabili
- la durata prevista per il contratto;
- criteri di scelta;

I soggetti che intendono partecipare, devono presentare la manifestazione d'interesse, da inoltrare nei termini e modalità ivi riportate, indicando:

- il bene, il servizio, il lavoro, l'attività o la prestazione da sponsorizzare, nonché gli spazi pubblicitari di interesse nell'ambito delle opportunità offerte;
- l'accettazione delle condizioni previste dallo specifico avviso e delle disposizioni del presente regolamento, nonché l'impegno a sottoscrivere il contratto di sponsorizzazione;
- il corrispettivo della sponsorizzazione, con specifica dichiarazione di disponibilità ad erogare il contributo previsto nei termini e secondo le modalità indicate.

La proposta deve essere corredata dalle specifiche dichiarazioni, certificazioni e documentazioni eventualmente richieste nell'avviso, ed essere inoltrata al Direttore Generale.

L'Azienda, avvierà la relativa istruttoria, acquisendo i pareri di rito e le dichiarazioni di assenza di conflitto d'interesse e, sussistendone i presupposti, potrà approvare la sponsorizzazione, che verrà formalizzata con atto deliberativo, cui seguirà la stipula del contratto, nel quale sono riportate le condizioni del rapporto negoziale e la natura del corrispettivo, che potrà rappresentare un ricavo

ovvero un risparmio di spesa qualora si traduca nell'erogazione di un servizio o fornitura di un bene.

#### **Art.4**

### **INIZIATIVE OGGETTO DI SPONSORIZZAZIONE**

A titolo esemplificativo possono rientrare nella fattispecie:

- servizi a supporto dell'assistenza sanitaria
- indagini scientifiche
- Borse di Studio;
- progetti finalizzati al miglioramento dell'assistenza sanitaria
- proposte nell'ambito dello sviluppo del Sistema Qualità e nell'Educazione alla Salute
- iniziative a sostegno di cause di utilità sociale

#### **ART.5**

### **CASI DI ESCLUSIONE DALLE SPONSORIZZAZIONI**

Non sono consentite le sponsorizzazioni di cui al presente regolamento nei seguenti luoghi:

- Interno dei reparti e servizi sanitari ospedalieri, escluse le sale di attesa
- Camere mortuarie e locali di servizio collegati ;
- Cappella e luoghi di culto
- Auto di rappresentanza
- Aree particolari escluse su richiesta motivata delle Direzioni di Presidio

L'Azienda ,a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:

- i prodotti e / o servizi siano in reale o potenziale conflitto d'interesse con l'attività e gli scopi istituzionali dell'ente ;
- costituisca potenziale danno all'immagine sua e/o del servizio sanitario;
- si reputi inaccettabile per ragioni di pubblico interesse o ,semplicemente, per motivi di opportunità generale.

Sono in ogni caso escluse sponsorizzazioni aventi ad oggetto:

- Prodotti farmaceutici
- Prodotti dannosi per la salute e lesivi della dignità umana ;
- Propaganda di natura politica,sindacale,religiosa
- ogni altra ipotesi non in linea con le finalità istituzionali dell'Azienda ovvero con l'interesse pubblico in generale.

#### **ART.6**

### **UTILIZZO DEI PROVENTI DELLE SPONSORIZZAZIONI**

I proventi delle sponsorizzazioni sono destinati alla realizzazione delle finalità specificate nell'apposito avviso e definite nei singoli contratti e ,comunque, indirizzati al perseguimento di interessi pubblici, al miglioramento della qualità dei servizi prestati, alla riduzione delle spese.

Le somme introitate in virtù del contratto di sponsor che risultano in parte non utilizzate per la finalità originaria, sono considerati risparmi di spesa e possono essere utilizzate per iniziative aziendali



## **ART.7**

### **IL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE**

Il Contratto di sponsorizzazione è un contratto atipico e, in quanto tale, trova fondamento e disciplina all'art. 1322, 2° comma del codice civile, il quale sancisce la libertà di determinazione del contenuto del suo contratto, purché diretto a "realizzare interessi meritevoli di tutela secondo l'ordinamento giuridico.

Il contratto deve riportare:

- l'oggetto della sponsorizzazione
- la descrizione delle sue modalità di attuazione;
- l'utilizzazione da parte dello sponsor dello spazio pubblicitario;
- la durata ;
- Il corrispettivo
- gli obblighi dello sponsor e dello sponsee ;
- le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.
- l'indicazione del foro competente per la risoluzione delle controversie
- ogni altra clausola conducente alla realizzazione della sponsorizzazione;

Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Direttore Generale dell'Azienda.

## **ART. 8**

### **RECESSO DAL CONTRATTO**

Nell'ipotesi di un uso improprio del nome e del logo dell'Azienda Ospedaliera, ovvero di azioni che arrechino danni all'immagine della stessa ovvero non siano perseguite, da parte dello sponsor, le finalità del contratto l'Azienda potrà recedere dal contratto, fermo restando l'eventuale risarcimento del danno.

## **ART.9**

### **TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI**

I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento, saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste nel rispetto della normativa vigente ed utilizzati esclusivamente per il raggiungimento delle finalità istituzionali.

## **ART.10**

### **ASPETTI FISCALI**

L'Azienda emetterà fattura nei confronti dello sponsor intestatario del contratto, per l'importo corrispondente all'impegno assunto, oltre all'IVA dovuta.

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

- a) Fatturazione dello sponsor all'Azienda del valore del servizio o del bene soggetto ad IVA;
- b) Fatturazione dell'Azienda allo sponsor di pari importo, sempre soggetto ad IVA

## **ART 11**

### **SPESE CONTRATTO**

Il contratto di sponsorizzazione è soggetto a registrazione solo in caso d'uso, ai sensi degli art. 5, 39 e 57 del D.P.R. n. 131 del 26.4.1986, con oneri a carico dello sponsor, sul quale grava ogni spesa inerente e conseguente la stipula del contratto.

## **ART 12**

### **NORMA DI RINVIO**

Per quanto non previsto si rinvia alle disposizioni del Codice Civile e alla normativa vigente in materia.