



# **Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni**

**(Reg. n. 60/2019)**

Approvato con deliberazione n. 5/C.d.A./0080 del 29 giugno 2019

Istituto di Ricerca e Cura a Carattere Scientifico di diritto pubblico  
C.F. 00303490189 - P. IVA 00580590180  
V.le Golgi, 19 - 27100 PAVIA  
Tel. 0382 5011



## CAPO I – DISPOSIZIONI GENERALI

### Art. 1 - Oggetto e scopo

Il presente regolamento disciplina le procedure e le attività da seguire per una corretta gestione delle sponsorizzazioni, in applicazione delle disposizioni normative vigenti in materia ed in conformità ai principi di efficienza, efficacia, imparzialità, trasparenza e buon andamento della Pubblica Amministrazione. In particolare, con esso si intende disciplinare l'acquisizione e la gestione di contributi, consistenti in somme di denaro, beni, servizi, opere messi a disposizione della Fondazione da parte di persone fisiche e/o giuridiche al fine di sponsorizzare:

- attività formative (di gruppo o individuali);
- attività scientifiche (progetti di studio e ricerca, sperimentazioni);
- forniture di beni e/o servizi;
- realizzazione di opere.

Tutte le sponsorizzazioni devono essere dirette al perseguimento di interessi pubblici, devono escludere qualsiasi forma di conflitto di interesse tra attività pubblica e privata e devono essere tese alla realizzazione di maggiori economie e di una maggiore qualità dei servizi e delle prestazioni, in armonia con la *mission* della Fondazione IRCCS Policlinico San Matteo di Pavia (di seguito Fondazione).

### Art. 2 – Fonti normative di riferimento

#### Fonti esterne

- Artt. 1322, 1350 e 1174 del Codice civile;
- L. n. 449/1997 "*Misure per la stabilizzazione della finanza pubblica*", Art. 43, riguardante i contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione, con soggetti pubblici o privati, contributi dell'utenza per i servizi pubblici non essenziali e misure di incentivazione della produttività;



- L. 488/1999 “*Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello stato (Legge finanziaria 2000)*”, Art. 30, che prevede tra le specifiche misure da adottare per la riduzione del disavanzo pubblico lo sviluppo di iniziative per la stipula di contratti di sponsorizzazione, accordi e convenzioni previsti dall’ Art. 43 della L. 449/1999, allo scopo di realizzare maggiori economie nella gestione;
- D.lgs. 165/01 “*Norme generali sull’ordinamento del lavoro alle dipendenze delle amministrazioni pubbliche*”, art. 53 (Incompatibilità cumulo di impieghi e incarichi)
- L. n. 3/2003, “*Disposizioni ordinamentali in materia di pubblica amministrazione*” – art. 45 (Partecipazione finanziaria dei privati in materia sanitaria);
- DGR Regione Lombardia n. VII/18575 del 5.08.2004 e s.m.i. “*Linee guida per l’attivazione di collaborazioni tra Aziende Sanitarie pubbliche e soggetti privati*”;
- Legge Anticorruzione n. 190 del 12/11/2012
- D.lgs. 33/2013 e s.m.i. “*Riordino della disciplina riguardante gli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione dell’informazione da parte delle P.A.*”;
- Decreto Direzione Generale Welfare 11839 del 23/12/2015 “*Il sistema lombardo di educazione continua in medicina: indicazioni operative*” e s.m.i.
- Determinazione ANAC n. 12/2015 “*Aggiornamento 2015 al PNA*”, pagg. 48-49 (Farmaceutica, dispositivi ed altre tecnologie: ricerca, sperimentazioni e sponsorizzazioni)
- D. Ig.s 50/2016, “*Codice degli contratti pubblici*”, artt. 19 (Contratti di sponsorizzazione), art. 80 (Motivi di esclusione), art. 42 (Conflitto di interessi);
- Delibera ANAC n. 831/2016 “*Determinazione di approvazione definitiva del PNA 2016*”, pag. 85 e ss;
- Delibera ANAC n. 358/2017 “*Linee Guida per l’adozione dei codici di comportamento negli Enti del SSN*”, par. 6 Conflitto di interessi);
- Linee Guida Regione Lombardia in materia di sponsorizzazione del 25/01/2019;



## Fonti interne

- Codice etico – comportamentale della Fondazione;
- Piano Triennale per la Prevenzione della Corruzione 2019-2021

## Art. 3 - Definizioni

Ai fini del presente Regolamento, si intendono:

- per **contratto di sponsorizzazione**, un contratto atipico, a titolo oneroso e a prestazioni corrispettive, con il quale la Fondazione, che è il soggetto sponsorizzato (Sponsee) si obbliga a fornire, nell'ambito dei propri fini istituzionali e per il tramite di un soggetto (Provider), prestazioni di veicolazione del logo/nome/segno distintivo di soggetti terzi (Sponsor), che si obbligano – a loro volta- a versare un corrispettivo (in denaro, beni, prodotti, servizi, opere) a fronte dell'associazione della propria immagine all'iniziativa dello Sponsee;
- per **sponsorizzazione**, ogni contributo in denaro, beni, servizi, opere o ogni altra utilità proveniente alla Fondazione da parte di terzi nell'ambito del contratto di sponsorizzazione stipulato;
- per **sponsor**, ogni soggetto privato (persona fisica o giuridica) o soggetto pubblico che, al fine di incrementare la notorietà dei propri segni distintivi e divulgare la propria immagine, corrisponde finanziamenti o altre utilità alla Fondazione che si impegna, a sua volta, ad associare tale segno all'iniziativa oggetto di sponsorizzazione;
- per **sponsee**, il soggetto sponsorizzato (Fondazione) che rende una prestazione di mezzi, consistente nella divulgazione dei segni distintivi dello sponsor, nelle modalità previste dal contratto di sponsorizzazione;
- per **provider**, il soggetto, attivo e qualificato, che - nell'ambito della sua autonomia, anche deontologica - preserva i vari settori della sponsorizzazione da influenze di soggetti portatori di interessi commerciali;
- per "**spazio pubblicitario**", lo spazio fisico o il supporto di veicolazione messo a disposizione dalla Fondazione per la pubblicità dello Sponsor.



#### **Art. 4 – Casi di esclusione**

È fatto divieto di stipulare contratti/accordi di sponsorizzazioni aventi ad oggetto:

- propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa,
- servizi di onoranze funebri;
- prodotti farmaceutici;
- prestazioni mediche;
- pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacchi, prodotti alcolici, armi, materiale pornografico, o a sfondo sessuale;
- attività di cartochiromanzia, magia, occultismo;
- pubblicità offensiva della dignità della persona o che possa evocare discriminazioni di razza, sesso e nazionalità o che possa offendere convinzioni religiose ed idee;
- pubblicità che possa indurre a comportamenti pregiudizievoli per la salute, la sicurezza e l'ambiente.

La Fondazione, in ogni caso, non procederà alla stipula di contratti di sponsorizzazione nei seguenti casi:

- qualora la sponsorizzazione proposta sia in contrasto con i fini istituzionali o con gli interessi della Fondazione;
- qualora il potenziale sponsor abbia in corso un contenzioso con la Fondazione;
- qualora sussistano a carico della società/impresa le condizioni di esclusione di cui all' art. 80 del D.lgs. n. 50/2016 e s.m.i. (capacità di contrarre con la Pubblica Amministrazione);
- qualora la Fondazione reputi la sponsorizzazione –a proprio insindacabile giudizio- inaccettabile per motivi di inopportunità generale.

Pertanto, qualora –all'esito dell'istruttoria posta in essere a norma del presente Regolamento - l'oggetto della sponsorizzazione rientri in una delle ipotesi richiamate nel presente articolo, o non sia rispondente ai fini istituzionali della Fondazione, il procedimento deve concludersi con provvedimento espresso di rigetto della proposta/offerta pervenuta.



## **Art. 5 - Conflitto di interessi**

Per ogni proposta di sponsorizzazione pervenuta alla Fondazione, i responsabili del procedimento sono tenuti a prestare attenzione alle situazioni di conflitto di interessi, in riferimento alle quali l'art. 1, comma 41, della Legge 190/2012 ha introdotto l'art. 6-bis nella Legge 241/1990 (Legge sul procedimento amministrativo) che stabilisce quanto segue: *“Il responsabile del procedimento e i titolari degli uffici competenti ad adottare i pareri, le valutazioni tecniche, gli atti endoprocedimentali e il provvedimento finale devono astenersi in caso di conflitto di interessi, segnalando ogni situazione di conflitto, anche potenziale”,* ovvero che potrà diventare attuale in un momento successivo. Detta norma va letta in maniera coordinata con le disposizioni di cui all'art. 7 del D.P.R. 16 aprile 2013, n. 62 (Codice di comportamento dei dipendenti pubblici), secondo cui *“Il dipendente si astiene dal partecipare all'adozione di decisioni o ad attività che possano coinvolgere interessi propri, ovvero di suoi parenti, affini entro il secondo grado, del coniuge o di conviventi, oppure di persone con le quali abbia rapporti di frequentazione abituale, ovvero, di soggetti od organizzazioni con cui egli o il coniuge abbia causa pendente o grave inimicizia o rapporti di credito o debito significativi, ovvero di soggetti od organizzazioni di cui sia tutore, curatore, procuratore o agente, ovvero di enti, associazioni anche non riconosciute, comitati, società o stabilimenti di cui sia amministratore o gerente o dirigente. Il dipendente si astiene in ogni altro caso in cui esistano gravi ragioni di convenienza. Sull'astensione decide il responsabile dell'ufficio di appartenenza”.*

A tal fine, prima di sottoscrivere il contratto di sponsorizzazione, le parti dovranno rilasciare apposita dichiarazione di assenza di conflitto d'interessi.

## **Art. 6 - Verifica delle autocertificazioni di assenza di conflitto di interessi**

La Fondazione, conformemente a quanto indicato nelle Linee Guida regionali, si riserva di selezionare, per ciascun anno, con metodologia obiettiva, un campione di autocertificazioni da trasferire al RPCT regionale che provvederà ai controlli, anche avvalendosi della



Guardia di Finanza sulla base del vigente Protocollo di collaborazione con Regione Lombardia stipulato in data 15 gennaio 2014.

### **Art. 7 - Ricerca dello sponsor**

La ricerca di sponsor deve avvenire mediante un apposito “Avviso di ricerca sponsor”, autorizzato con specifico provvedimento del Direttore Generale della Fondazione, previo parere favorevole del Direttore Scientifico - se dovuto- e su proposta della U.O. promotrice dell’iniziativa.

All’ “Avviso di ricerca sponsor” è data pubblicità mediante pubblicazione, per almeno trenta giorni, con l’eccezione degli avvisi relativi al capo II di questo Regolamento, per i quali, per ragioni operative, è previsto un periodo ridotto a quindici giorni, sul sito internet della Fondazione nella sezione **SPONSORIZZAZIONI**.

L'avviso di sponsorizzazione, in particolare, deve contenere:

- L’oggetto di sponsorizzazione;
- Obiettivi e destinatari del progetto;
- Il responsabile del progetto;
- La determinazione degli spazi e dei luoghi utilizzabili;
- Il costo totale stimato e sponsorizzabile;
- La durata del contratto;
- Le modalità e i termini di presentazione dell’offerta di sponsorizzazione;
- Il criterio di scelta del contraente;
- Le obbligazioni a carico dello sponsor e quelle a carico dello sponsee.
- Criteri di valutazione delle offerte;
- Modalità di pubblicizzazione della sponsorizzazione.

L'offerta, presentata in forma scritta e firmata dal legale rappresentante dello sponsor, deve indicare:

- l'esatta modalità di pubblicizzazione prescelta nell'ambito delle opportunità offerte dalla Fondazione ed evidenziate nell’avviso di cui sopra;



- il corrispettivo della sponsorizzazione;
- l'accettazione di tutte le condizioni previste nell'avviso;  
l'impegno a rispettare il contenuto del presente regolamento.

### **Art. 8 - Scelta dello sponsor**

Possono assumere la veste di sponsor i seguenti soggetti:

- qualsiasi persona fisica, purché in possesso dei requisiti di legge per contrarre con la Pubblica Amministrazione;
- qualsiasi persona giuridica avente o meno scopo o finalità commerciali;
- le associazioni senza scopo di lucro le cui finalità statutarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali della Fondazione.

La scelta dello sponsor avviene nel rispetto della normativa vigente in materia di contratti pubblici, nonché dei principi di economicità, efficacia, efficienza, imparzialità, trasparenza, privilegiando l'offerta economicamente più vantaggiosa, fatta salva –in ogni caso- la facoltà della Fondazione di scegliere altro criterio ritenuto più idoneo in relazione all'attività formativa e alla finalità del contratto.

### **Art. 9 - Contratto di sponsorizzazione**

Ciascun rapporto di sponsorizzazione deve essere disciplinato da un apposito contratto da stipularsi in forma scritta e contenente i seguenti elementi:

- a) Individuazione del progetto/tipologia di sponsorizzazione oggetto del contratto e sua durata;
- b) Valore della sponsorizzazione;
- c) Impegni e responsabilità dello sponsor e della Fondazione nella sua qualità di sponsee;
- d) Modalità di attuazione della sponsorizzazione, ivi incluse le modalità di associazione del nome, marchio, logo e degli altri segni distintivi dello sponsor





- e) Clausola sul rispetto del Codice-Etico comportamentale della Fondazione e del Piano Triennale della Corruzione e della Trasparenza della Fondazione;
- f) Facoltà di recesso e possibili cause di risoluzione del contratto;
- g) Foro competente per la risoluzione delle controversie relative all'esecuzione del contratto.

### **Art. 10 - Utilizzo dei proventi delle sponsorizzazioni**

I proventi derivanti dalle sponsorizzazioni disciplinate dal presente regolamento sono utilizzati per la copertura di tutti i costi diretti derivanti dal progetto/iniziativa per il quale sono stati erogati. Eventuali importi erogati dagli sponsor e non interamente utilizzati saranno accantonati per futuri utilizzi a copertura dei costi di eventuali altre iniziative. Per le sponsorizzazioni di cui al Titolo II di questo Regolamento è previsto che una quota pari al 10% dei proventi di cui ante venga destinata alla copertura delle spese generali sostenute dalla Fondazione per l'organizzazione del progetto.



## CAPO II – SPONSORIZZAZIONI DI EVENTI SCIENTIFICI

### **Art. 11 - Eventi scientifici promossi ed organizzati dalla Fondazione**

La Fondazione promuove ed organizza eventi scientifici (corsi, convegni, congressi, seminari) volti alla divulgazione dei risultati e dei progressi della propria attività di ricerca, prevalentemente clinica e traslazionale. Nel caso l'evento scientifico venga accreditato con il sistema E.C.M. da parte della U.O.S. Formazione e Sviluppo, si rimanda al Capo III.

### **Art. 12 - Ricerca sponsor per organizzazione di eventi scientifici**

Anche per l'organizzazione di eventi scientifici, la ricerca di sponsor è effettuata tramite la pubblicazione di un apposito "Avviso di ricerca sponsor" approvato con specifico provvedimento del Direttore Generale della Fondazione, previo parere favorevole del Direttore Scientifico sulla richiesta presentata dalla U.O. promotrice dell'iniziativa.

All'"Avviso di ricerca sponsor" è data pubblicità mediante pubblicazione, per almeno 15 (quindici) giorni, sul sito Internet della Fondazione.

L' avviso deve contenere tutti gli elementi individuati nell'art. 7 "*Ricerca dello sponsor*".

L'avviso deve, altresì, contenere per questa particolare tipologia di sponsorizzazioni:

- la denominazione, data e luogo di svolgimento dell'evento scientifico;
- l'attestazione relativa all'osservanza della normativa vigente alla data di stipulazione del contratto in materia di pubblicità dei medicinali per uso umano, pubblicità ingannevole e comparativa, pubblicità sanitaria e repressione dell'esercizio abusivo delle professioni sanitarie e delle norme del Codice di Autodisciplina Pubblicitaria.



### **Art. 13 - Modalità di pubblicizzazione della sponsorizzazione di eventi scientifici**

In ragione del contributo di sponsorizzazione erogato e/o della fornitura di beni/servizi da parte dello/degli sponsor, la Fondazione si impegna a:

- a) inserire segno distintivo (logo) dello/degli sponsor sul materiale promozionale dell'evento oggetto di sponsorizzazione, accompagnato dalla dicitura "Con la sponsorizzazione non condizionante di ..." (contributo minimo stabilito di volta in volta dalla Direzione aziendale in ragione della rilevanza dell'evento);
- b) mettere a disposizione dello sponsor il giorno dell'evento, all'esterno dell'aula didattica, uno spazio di esposizione aziendale;
- c) utilizzare la fornitura gratuita di kit congressuali (borse, cartelle con blocchi e penne, collarini completi di porta badge), specificando con lettera su carta intestata il quantitativo ed il valore commerciale della fornitura (in aggiunta al contributo minimo stabilito di volta in volta dalla Direzione aziendale in ragione della rilevanza dell'evento).

Potranno essere accettati anche contributi inferiori alla soglia minima stabilita quale contributo minimo determinato, di volta in volta, dalla Direzione aziendale in ragione della rilevanza dell'evento. Tale accettazione non comporterà per la Fondazione alcuna obbligazione di pubblicizzazione dello sponsor ma unicamente un vincolo di destinazione del contributo all'evento scientifico per il quale è stato offerto.

### **Art. 14 - Recepimento sponsorizzazioni di eventi scientifici**

Il recepimento delle eventuali offerte di sponsorizzazione viene effettuato con provvedimento del Direttore Generale, con il quale viene pure autorizzata, l'organizzazione del relativo evento scientifico ove le sponsorizzazioni, le eventuali quote individuali di iscrizione e gli stanziamenti interni (ove previsti) consentano di coprire tutti i costi preventivati.



## **CAPO III – SPONSORIZZAZIONE NELLA FORMAZIONE**

### **Art. 15 – Oggetto e campo di applicazione**

La formazione e l'aggiornamento continuo scientifico del personale della Fondazione sono ritenuti condizione necessaria per il miglioramento dell'efficacia, dell'efficienza e dell'appropriatezza dell'assistenza.

La sponsorizzazione nella formazione può avere ad oggetto:

- a) attività formativa e di aggiornamento organizzata dalla Fondazione e rivolta al personale dipendente ed al personale in convenzione, a tempo determinato e indeterminato, sia interno che esterno alla Fondazione, con il fine di dare attuazione alle esigenze formative e agli obiettivi individuati ed inseriti nel Piano Formativo Aziendale annuale;
- b) la partecipazione individuale (sponsorizzazione individuale) dei dipendenti della Fondazione ad eventi formativi esterni alla Fondazione (Corsi, Convegni, Congressi, Giornate di studio, Seminari o altre attività formative).

### **Art. 16 – Sponsorizzazione di eventi formativi o scientifici accreditati E.C.M.**

Gli eventi formativi accreditati nell'ambito del programma di Educazione Continua in Medicina (E.C.M) e definiti nel Piano Formativo Aziendale (PFA) possono essere sponsorizzati, mediante apposito contratto, da imprese commerciali operanti anche in ambito sanitario purché ciò non influenzi in alcun modo i contenuti formativi dell'evento. In ambito E.C.M. si parla dunque di sponsorizzazione quando un soggetto privato fornisce risorse finanziarie, prodotti o servizi ad un Provider, nell'ambito di un evento formativo E.C.M., mediante un contratto a titolo oneroso in cambio di spazi di pubblicità o attività promozionali per il proprio marchio o per i propri prodotti.



## **Art. 17 – Sponsorizzazione di eventi formativi non accreditati E.C.M.**

La sponsorizzazione può avere ad oggetto anche eventi formativi non accreditati E.C.M. In questo caso occorre distinguere tra:

- a) evento formativo sponsorizzato non accreditato E.C.M. e non collegato ad un altro evento E.C.M, (c.d. evento autonomo) ed in questo caso la sponsorizzazione non deve tener conto delle regole previste per gli eventi accreditati E.C.M.;
- b) evento formativo sponsorizzato non accreditato E.C.M. ma inserito in un altro e più ampio evento E.C.M. (come ad esempio nel caso di un simposio nell'ambito di un congresso/convegno accreditato E.C.M.). In questo caso si applicano le disposizioni del presente regolamento

## **Art. 18 – Le parti nella sponsorizzazione di eventi formativi o scientifici accreditati E.C.M.**

### ***Il Provider***

È soggetto attivo e qualificato nel campo della formazione continua in sanità abilitato a realizzare attività formative riconosciute idonee per l'E.C.M., individuando e attribuendo direttamente i crediti ai partecipanti e preservando la formazione da influenze di soggetti portatori di interessi commerciali.

Al Provider spetta il compito di preservare da conflitti di interessi:

- la rilevazione dei fabbisogni formativi;
- l'individuazione degli obiettivi formativi e dei contenuti formativi;
- la definizione delle tecniche didattiche;
- la valutazione degli effetti della formazione;
- l'individuazione dei docenti/relatori, moderatori, tutor sia a titolo gratuito che a titolo oneroso;
- la selezione dei partecipanti.



Il Provider deve assicurare che i comportamenti di tutti i soggetti coinvolti nelle attività formative siano conformi ai principi di correttezza, trasparenza, imparzialità, efficacia ed efficienza. In particolare deve verificare l'assenza di conflitti di interesse, diretti o indiretti, che possano pregiudicare la finalità esclusiva di formazione dei professionisti.

Non può conseguire l'accreditamento come Provider e, quindi, non può organizzare e gestire, direttamente o indirettamente, eventi e programmi E.C.M.:

a) il soggetto che produce, commercializza, distribuisce o pubblicizza prodotti farmaceutici, omeopatici, fitoterapici, dietetici, dispositivi e strumenti medici, con la precisazione che tali attività non possono essere svolte neanche in modo indiretto;

b) il soggetto che intrattiene con imprese operanti in ambito sanitario rapporti commerciali diversi dalla sponsorizzazione disciplinata dalla normativa vigente tali da compromettere la qualità e l'indipendenza della formazione. Le Commissioni nazionali e regionali stabiliscono i termini, le modalità e ogni altro aspetto di natura formale o sostanziale per regolamentare l'esercizio di attività formative non accreditate nel sistema E.C.M. poste in essere dai Provider;

c) il soggetto alla cui struttura organizzativa o proprietaria partecipano soggetti che producono, commercializzano, distribuiscono o pubblicizzano prodotti di interesse sanitario;

d) il soggetto alla cui struttura organizzativa o proprietaria partecipano soggetti aventi coniuge, parenti o affini fino al secondo grado che producono, commercializzano, distribuiscono o pubblicizzano prodotti di interesse sanitario.

La necessità di un completo "distacco" del Provider dalla produzione e distribuzione di prodotti sanitari nelle categorie specificate è affermata anche in relazione ai componenti degli Organi Direttivi, del Comitato Scientifico Formativo e ai Responsabili (Legale, Scientifico, Amministrativo, Informatico e della Qualità) dei Provider. Queste figure non possono infatti avere interessi o cariche in aziende con interessi commerciali nel settore sanitario e non è ammessa alcuna forma di consulenza da parte di dipendenti o collaboratori di imprese con interessi commerciali in Sanità. La regola si applica anche in verso contrario.

### **Lo sponsor**

Lo sponsor commerciale è qualsiasi soggetto, pubblico o privato, che fornisce finanziamenti risorse o servizi nell'ambito di un evento formativo E.C.M. mediante contratti a titolo



oneroso, in cambio di spazi o attività promozionale per il logo e/o i prodotti del soggetto sponsorizzante in occasione dell'evento nei limiti consentiti dal presente Regolamento.

### **La Segreteria Organizzativa**

La Segreteria Organizzativa in Fondazione, in caso di eventi formativi o scientifici E.C.M. sponsorizzati, non può essere un soggetto privato, ma solo l'Ufficio Congressi che organizza l'evento e la gestione dei rapporti amministrativi con lo/gli sponsor relativi all'evento E.C.M. sponsorizzato.

## **Art. 19 – Altre tipologie di finanziamento**

Non rientrano nella categoria “sponsorizzazione nella formazione” e, pertanto, restano esclusi dalla disciplina dettata dal presente Regolamento, le seguenti tipologie di finanziamento:

- a) quando la controparte del Provider (soggetto privato o pubblico) non chieda alcuna pubblicità a fronte della propria prestazione (in denaro, beni o servizi). In questo caso si parlerà di “Altro finanziamento”;
- b) quando un ente/organizzazione che, in caso di formazione residenziale accreditata E.C.M, acquisti dal Provider delle quote di partecipazione ad un evento senza chiedere al Provider alcuna pubblicità né contribuire all'erogazione dell'attività formativa. In questo caso si parlerà di “Ente Finanziatore”.

Nel caso del Finanziatore non è richiesta la stipula di un contratto di Sponsorizzazione ma, in ossequio al principio di trasparenza, il contratto o l'accordo intercorrente con il soggetto che acquista le quote va comunque formalizzato, allegato e reso disponibile per gli opportuni controlli dell'Ente accreditante.

## **Art. 20 - Eventi formativi o scientifici non previsti dal PFA**

Gli eventi formativi devono essere programmati ed inseriti nel Piano di Formazione Aziendale (PFA).



Nel caso in cui ci sia la documentata esigenza di organizzare un evento formativo non previsto nel PFA, la richiesta deve essere valutata dal Comitato Scientifico Formativo e, nel caso di presenza di sponsor, deve essere presentata almeno 6 mesi prima. Le proposte che prevedono sponsor sono gestite dall'Ufficio Congressi che diventa Segreteria Organizzativa dell'evento e gestisce i contatti con lo/gli sponsor predisponendo l'apposito "Avviso di ricerca sponsor".

In caso di difficoltà o impedimenti nell'accreditamento E.C.M. o nell'organizzazione dell'evento, nella misura consentita dal contributo dello/degli sponsor, l'accreditamento E.C.M. può essere effettuato da società esterne.

#### **Art. 21 – Ricerca sponsor per eventi formativi o scientifici accreditati E.C.M.**

La scelta dello sponsor è effettuata tramite procedura negoziata preceduta dalla pubblicazione di un apposito "Avviso di ricerca sponsor" approvato con specifico provvedimento del Direttore Generale della Fondazione. La disponibilità dello/degli sponsor/ a dare un contributo deve essere formalizzata in un contratto a cura dell'Ufficio Congressi. Il formato del contratto sarà quello più aggiornato messo a disposizione dalla normativa E.C.M.. Le risorse derivanti dalle sponsorizzazioni devono transitare nel bilancio aziendale e sono utilizzate attraverso il fondo della formazione dei professionisti con modalità che ne garantiscano la piena trasparenza.

L'avviso deve contenere tutti gli elementi individuati nell'art. 7 "Ricerca dello sponsor" ed inoltre deve contenere:

- la denominazione, data e luogo di svolgimento dell'evento formativo;
- l'attestazione relativa all'osservanza della normativa E.C.M. vigente alla data di stipulazione del contratto in materia di pubblicità dei medicinali per uso umano, congressi sull'alimentazione della prima infanzia, pubblicità ingannevole e comparativa, pubblicità sanitaria e repressione dell'esercizio abusivo delle professioni sanitarie (e delle norme del Codice di Autodisciplina Pubblicitaria).





## **Art. 22 - Modalità di pubblicizzazione della sponsorizzazione di eventi formativi o scientifici accreditati E.C.M.**

Per le modalità di pubblicazione della sponsorizzazione di eventi formativi e scientifici si richiama integralmente l'art 13 per quanto applicabile.

In ogni caso, l'esposizione del logo dello sponsor deve essere discreto e non deve creare la falsa percezione o suggestione che l'evento sia organizzato dallo sponsor e che i contenuti formativi siano condizionati dallo stesso. Gli eventuali rappresentanti dello sponsor commerciale ai quali è consentito l'accesso in aula, (massimo 2) non possono far ingresso in aula con elementi identificativi dell'azienda sponsor.

Non è consentito indicare il logo dello sponsor commerciale:

- a) nell'esposizione dei contenuti formativi;
- b) nel foglio delle firme di presenza o sui badge;
- c) nei test di apprendimento;
- d) nella scheda della qualità percepita.

Non sono consentiti spazi pubblicitari, di cui al presente Regolamento, all'interno dei reparti di degenza, degli ambulatori, dei luoghi di culto, presso i laboratori di ricerca ove è proibito il transito e l'accesso al personale non qualificato, nonché nei locali inibiti al pubblico. Pertanto, è consentita pubblicità solo nei luoghi adibiti a tale scopo, bacheche o atrio dell'aula e limitatamente al giorno dell'evento.

Durante lo svolgimento dell'evento è consentita l'indicazione solo del principio attivo dei farmaci o del nome generico del prodotto di interesse sanitario.

Non può essere indicato alcun nome commerciale anche se non correlato con l'argomento trattato.

È vietata la pubblicità di prodotti di interesse sanitario:

- a) nel materiale didattico dell'evento, sia esso cartaceo, informatico o audiovisivo, né sotto forma di finestre, videate, spot promozionali, link banner e forme affini;
- b) nel programma, nei pieghevoli e nella pubblicità dell'evento;
- c) nei test di apprendimento e nella scheda della qualità percepita;
- d) nel foglio delle firme di presenza o sui badge;
- e) durante le pause dell'attività formativa nella stessa aula.



Nel sito internet del Provider e negli altri siti utilizzati dal Provider per l'erogazione della formazione non possono essere presenti pubblicità di prodotti di interesse sanitario.

Non è consentito allo sponsor concordare alcuna relazione su temi predefiniti né tantomeno indicare docenti/moderatori/tutor che devono essere individuati esclusivamente dal Provider.

Nella cartella congressuale non possono essere inserite informazioni/le schede tecniche dei prodotti relative ai prodotti di interesse sanitario (farmaci, strumenti, dispositivi medici, etc.).

Tali informazioni possono solo essere consegnate fuori dall'Aula e possibilmente al termine dell'evento.

Nell'ambito di un evento E.C.M. è possibile per un docente/relatore utilizzare dei prodotti elettromedicali dello sponsor per effettuare un esempio pratico, purché sia opportunamente oscurato il logo dello sponsor. Nell'ipotesi in cui l'operazione di oscuramento non sia attuabile, l'utilizzo di tali prodotti sarà possibile solo nel caso in cui il docente/relatore non limiti la dimostrazione unicamente al prodotto promosso dall'impresa sponsor ma si avvalga anche di strumenti prodotti da imprese competitor della stessa impresa. Questo affinché non sia pregiudicata l'indipendenza formativa dell'evento stesso. I patrocini, se accordati, possono essere indicati nelle locandine.

### **Art. 23 – Utilizzo di dispositivi sanitari durante l'evento formativo**

Se l'evento formativo E.C.M. ha per oggetto l'insegnamento dell'utilizzo di dispositivi sanitari unici e indispensabili per conseguire nuove conoscenze alla luce delle acquisizioni scientifiche più autorevoli e accreditate, il *Provider* deve rendere noto ai partecipanti e comunicare all'ente accreditante se l'evento è in tutto o in parte finanziato da soggetti che producono, distribuiscono, commercializzano e pubblicizzano il dispositivo utilizzato. Il Responsabile Scientifico dell'evento indica le ragioni per cui il dispositivo sanitario deve ritenersi unico ed indispensabile. Se l'evento formativo prevede l'uso di dispositivi sanitari che non sono unici e indispensabili, il *Provider* deve garantire che il nome del dispositivo e il produttore dello stesso non siano riconoscibili ai partecipanti anche nelle aree adiacenti alla sede dell'evento. In nessun caso l'evento formativo si può risolvere nella promozione pubblicitaria di dispositivi sanitari.



## **Art. 24 – Pagamento e rimborsi**

Lo sponsor commerciale non può erogare alcun pagamento, rimborso o supporto, diretto, indiretto o per interposta persona, ai docenti/relatori/moderatori/tutor dell'evento.

I pagamenti/rimborsi ai docenti/tutor devono essere effettuati non dallo sponsor, ma esclusivamente dal *Provider*, direttamente alle persone fisiche, sulla base di un proprio Regolamento interno formalmente approvato e disponibile per l'Ente Accreditante. Il *Provider* non può incaricare o pagare società di consulenza o comunque persone giuridiche. Lo sponsor può sostenere direttamente solo i costi di viaggio e alloggio dei relatori e moderatori di eventi formativi organizzati dal *Provider* e accreditati E.C.M, indicandone specificatamente le modalità nel contratto/accordo con il *Provider* o con un soggetto da esso delegato.

Gli incarichi devono essere rivolti a persone fisiche e non a società di consulenza medico scientifica.

Nessun pagamento/supporto può essere assegnato a famigliari di relatori o altre persone non direttamente coinvolte nell'attività E.C.M.

Le medesime regole per pagamenti/rimborsi ai docenti/tutor valgono anche per i componenti del Comitato Scientifico Formativo.

## **Art. 25 – Conflitto di interessi e sponsorizzazione di eventi formativi o scientifici accreditati E.C.M.**

Fermo quanto enunciato nell'art. 5 del presente Regolamento, tutti coloro che, a qualsiasi titolo, sono coinvolti nella organizzazione e/o gestione e/o erogazione di eventi E.C.M, devono sottoscrivere una specifica e formale dichiarazione che attesti che non abbiano avuto negli ultimi due anni interessi o cariche in imprese commerciali operanti in ambito sanitario. Tale dichiarazione deve essere riferita anche ai loro parenti o affini fino al secondo grado. Nello specifico, qualora un Responsabile Scientifico, docente/relatore, moderatore, tutor, abbia ricevuto un qualunque tipo di beneficio da parte di un soggetto sponsor dovrà



dichiarare le fonti di finanziamento e dovrà dichiarare ai partecipanti i benefici predetti, e dunque il Conflitto di interessi, prima dell'inizio del corso.

Tale dichiarazione dovrà essere ricevuta dal Provider e conservata per 5 anni tra gli atti relativi all'evento, al fine di poterla esibire in occasione dei controlli o degli audit della Commissione Nazionale/Regionale per la Formazione Continua.

### **Art. 26 – Questionario sulla qualità percepita**

Oltre alla dichiarazione di ogni eventuale supporto economico, fuori dalle ore destinate alla formazione, è obbligatorio sottoporre ai partecipanti, anche nel caso in cui l'evento non sia sponsorizzato, un questionario sulla qualità percepita nel quale i partecipanti possano indicare l'eventuale percezione di influenze di interessi commerciali in ambito sanitario, la rilevanza del programma rispetto ai bisogni formativi e al ruolo professionale dei partecipanti, la qualità formativa del programma e dei docenti, l'efficacia della formazione rispetto agli obiettivi formativi, la qualità dell'organizzazione ed il tempo necessario per svolgere l'attività.

La compilazione di tale questionario da parte di ciascuno dei partecipanti è condizione indispensabile affinché il Provider possa assegnare, al partecipante che ha superato il test di valutazione, i crediti E.C.M.. I risultati dei questionari non vengono inviati allo sponsor.

### **Art. 27 - Modalità dei controlli**

Al fine di preservare l'equilibrio delle informazioni/formazioni E.C.M. da possibili interferenze commerciali, l'Ente accreditante effettuerà:

- verifiche in loco;
- verifiche ex post sul materiale durevole;
- verifiche sulle schede di valutazione della qualità percepita inviate dai partecipanti.



## **Art. 28 - Privacy**

Il *Provider* non può condividere con l'azienda Sponsor i risultati della scheda di valutazione dell'evento formativo, in cui si chiede di valutare la rilevanza degli argomenti trattati, la qualità educativa, l'efficacia dell'evento, etc.

Il *Provider* deve garantire la riservatezza degli elenchi e degli indirizzi dei partecipanti, che non possono essere trasmessi allo sponsor o utilizzati, comunque, a fini commerciali.

Oltre a non poter intervenire sulle modalità di erogazione dell'evento, lo sponsor non può, dunque, venire a conoscenza dal *Provider* dei risultati della valutazione dell'evento, emersi dalle schede anonime compilate dai partecipanti.

## **Art. 29 – Crediti formativi e report**

Il *Provider*, al fine di trasmettere correttamente i Report dei partecipanti alla Commissione Nazionale/Regionale per la Formazione Continua o agli enti accreditanti e al *Co.Ge.A.P.S.*, deve rammentare al partecipante il limite massimo di 1/3 dei crediti formativi ricondotti al triennio di riferimento acquisibili mediante reclutamento diretto (si considera reclutato il professionista sanitario che, per la partecipazione ad eventi formativi, beneficia di vantaggi economici e non economici, diretti ed indiretti, da parte di imprese commerciali operanti in ambito sanitario), all'atto della compilazione del Report contenente l'elenco dei partecipanti ai corsi E.C.M., deve indicare negli appositi spazi il nome dello Sponsor.

L'Ordine, il Collegio o l'Associazione, nei cui albi è iscritto il professionista sanitario, dovrà certificare i crediti formativi attestati dai *Provider* con invito a carico di uno o più Sponsor, fino alla concorrenza di massimo 1/3 dei crediti formativi acquisiti nel triennio di riferimento.

Il *Provider* deve conservare copia degli inviti nominativi degli Sponsor unitamente all'elenco dei professionisti invitati all'evento e renderli disponibili alla Commissione Nazionale per la Formazione Continua e al Comitato di Garanzia ai fini della competente valutazione.

La violazione di tale obbligo viene segnalata dall'ente accreditante all'Ordine, Collegio, Associazione nazionale o loro Federazioni cui il professionista risulta iscritto. Il *Provider* è



responsabile della conservazione delle dichiarazioni e della loro trasmissione all'ente accreditante e al Co.Ge.A.P.S..

Nel Report finale devono essere indicati solo i discendenti con reclutamento diretto, ossia con reclutamento avvenuto direttamente dallo Sponsor e comunicato al *Provider* con specifica nota, è sufficiente riportare il contratto di Sponsorizzazione sottoscritto nel quale si indicano le modalità di Sponsorizzazione e gli accordi.

La Fondazione si riserva di recedere dai contratti qualora durante il rapporto vengano meno le condizioni di cui all'art. 43 della L. n. 449/97.



## CAPO IV– SPONSORIZZAZIONI INDIVIDUALI

### Art.30 – Definizioni

Per sponsorizzazione individuale si intende il contributo economico offerto da Terzi alle spese (quota di iscrizione, viaggio, vitto e alloggio) che il dipendente deve sostenere per la partecipazione ad eventi formativi esterni alla Fondazione (Corsi, Convegni, Congressi, Giornate di studio, Seminari o altre attività formative).

### Art. 31 –Condizioni di ammissibilità

La partecipazione dei dipendenti della Fondazione ad eventi formativi esterni alla Fondazione (Corsi, Convegni, Congressi, Giornate di studio, Seminari o altre attività formative) tramite sponsorizzazione individuale può avvenire a condizione che l'evento formativo esterno:

- non contrasti con i fini istituzionali della Fondazione;
- sia coerente rispetto ai bisogni formativi individuati nel PFA e/o rispetto agli obiettivi sanitari nazionali e regionali e strategici aziendali o, comunque, sia ritenuto prioritario a fronte di sopravvenute esigenze di innovazione scientifica/tecnologica o legislativa;
- abbia preferibilmente ottenuto o, quantomeno richiesto, ove previsto, i crediti formativi E.C.M..

Inoltre, nel caso della sponsorizzazione individuale, tra lo sponsor ed il partecipante non devono esistere rapporti finanziari quali consulenza, possesso di azioni (possesso di pacchetti azionari che diano diritto a partecipare all'amministrazione dell'Azienda), onorari (attività pagate regolarmente o impegni recanti un reciproco vantaggio), perizie retribuite, licenze personali o familiari, tali da generare un potenziale conflitto di interesse che possa pregiudicare l'esercizio imparziale delle funzioni attribuite al dipendente partecipante. Si considera, altresì, quale situazione di potenziale incompatibilità, la partecipazione del dipendente a Commissioni di gara attivate dall'Azienda di appartenenza e a procedure di



acquisto di beni o servizi o negli ambiti in cui la “prossimità” dei due soggetti possa far presumere una possibile influenza nel libero e imparziale giudizio del dipendente.

La sponsorizzazione individuale non è nominale e non è estensibile ad accompagnatori. Non sono consentiti il pagamento o l’agevolazione delle spese di viaggio, vitto, alloggio o di altra natura a favore degli ospiti dei professionisti sanitari quali coniugi, partner, familiari o altri accompagnatori e non è consentita alcuna organizzazione o prenotazione a nome degli ospiti dei professionisti sanitari.

L'ospitalità non potrà eccedere il periodo di tempo compreso tra le dodici ore precedenti l'inizio della manifestazione e le dodici ore successive alla conclusione della medesima, né presentare caratteristiche tali da prevalere sulle finalità tecnico-scientifiche dell'iniziativa. In nessun modo è possibile concedere somme direttamente al professionista invitato.

In ogni caso, la Fondazione si riserva la facoltà di rifiutare qualsiasi richiesta di sponsorizzazione qualora ravvisi potenziali danni all’immagine del Servizio Sanitario Nazionale, Regionale e della Fondazione ovvero, semplicemente, la ritenga, per ragioni di interesse pubblico, inopportuna o contraria all’etica, ovvero ne ravvisi conflitto di interessi.

### **Art. 32– Casi di esclusione**

La partecipazione dei dipendenti della Fondazione ad eventi formativi esterni alla Fondazione qui considerata, non comprende l’attività di docente/relatore/moderatore a eventi formativi, sia gratuita che retribuita, in quanto quest’ultima si configura come incarico conferito da soggetti terzi e rientra nell’ambito degli incarichi extraistituzionali (art.53 D.Lgs. n. 165/2001).

### **Art. 33 – Limiti nella sponsorizzazione individuale**

Poiché nel caso della sponsorizzazione individuale potrebbe realizzarsi una situazione di condizionamento, più o meno esplicito, del professionista da parte dello sponsor commerciale e potrebbe anche realizzarsi una selezione dell’utenza di un evento formativo basata non esclusivamente sulle priorità di aggiornamento dei professionisti, la





Commissione Nazionale per la Formazione Continua (CNFC) ha deliberato di limitare, al massimo, ad un terzo (50 su 150 crediti E.C.M. nel triennio) il debito formativo di ogni professionista.

Al professionista che, a seguito della sua partecipazione ad un evento formativo, derivi un numero di crediti E.C.M. superiore a 1/3 dell'intero ammontare di crediti del triennio, l'eccedenza non verrà considerata al fine del computo totale dei crediti necessari per il triennio.

Il partecipante dovrà attestare al provider il proprio reclutamento ed il mancato superamento del limite previsto (1/3), con firma autografa e leggibile, unitamente ai propri dati anagrafici.

#### **Art. 34 – Divieto di reclutamento diretto dei discenti**

Ai sensi e per gli effetti del presente Regolamento, il divieto di reclutamento diretto dei discenti, già esistente per gli eventi FAD (formazione a distanza) viene esteso a tutti gli eventi formativi o scientifici.

Pertanto, gli Sponsor dell'evento mettono a disposizione un contributo a copertura delle spese di partecipazione senza provvedere all'indicazione del nominativo del soggetto partecipante.

La proposta di sponsorizzazione per una specifica U.O. o un'Area del comparto deve essere formalizzata per iscritto, almeno 45 giorni prima della data dell'evento, secondo le modalità prescritte nella relativa istruzione operativa. Spetta alla Direzione Strategica Aziendale o chi ne ha ricevuto delega espressa, indicare e autorizzare i dipendenti idonei a beneficiarne con un criterio a rotazione garantendo pari opportunità partecipative ai professionisti interessati allo specifico settore e con un numero massimo di 3 volte/anno per singolo sponsor.

L'attività di controllo e monitoraggio è demandata al Direttore/Responsabile della U.O. di afferenza che ha l'obbligo di vigilare e di adottare dei meccanismi di sostituzione del dipendente in conflitto, anche potenziale, di interessi.

Il dipendente autorizzato potrà partecipare all'evento usufruendo degli istituti contrattuali previsti dalla regolamentazione aziendale e contrattuale vigente senza richiedere altri contributi alla Fondazione.



### **Art. 35 – Partecipazione senza autorizzazione**

La partecipazione a eventi sponsorizzati senza la preventiva autorizzazione comporta responsabilità disciplinare ai sensi del codice di comportamento aziendale e della disciplina contrattuale di riferimento. Non saranno autorizzate proposte pervenute successivamente alla partecipazione all'evento.



## **CAPO V - SPONSORIZZAZIONE DI BENI, FORNITURE E SERVIZI**

### **SEZ. I**

#### **SPONSORIZZAZIONI DI BENI**

##### **Art. 36 - Oggetto e campo di applicazione**

Rientrano in questa sezione le sponsorizzazioni aventi ad oggetto somme di denaro, beni mobili o immobili

##### **Art. 37 – Ricerca sponsor**

Le Sponsorizzazioni di cui all' art. 36 possono avvenire su iniziativa della Fondazione o della singola persona fisica o giuridica. In ogni caso, si procederà attraverso un "Avviso di ricerca sponsor" (art 7), autorizzato con specifico provvedimento del Direttore Generale della Fondazione, con le modalità previste dagli artt. 7 - 8 – 9 -del presente Regolamento previo parere favorevole del Direttore Scientifico -se dovuto- e su proposta della U.O. promotrice dell'iniziativa.

In caso di iniziativa della singola persona fisica o giuridica, il potenziale Sponsor deve formalizzare l'offerta attraverso una proposta/lettera di intenti.

Nella proposta di Sponsor devono essere dichiarati:

- il nome, il cognome, il codice fiscale, la residenza del proponente, se è persona fisica, ovvero la sua denominazione, la sua sede, il codice fiscale, la partita IVA, se è persona giuridica, oltre ai recapiti telefonici e di posta elettronica;
- la volontà di proporsi quale sponsor ;
- l'oggetto della sponsorizzazione;
- il valore stimato della proposta;
- l'oggetto della sponsorizzazione;



- il valore stimato della proposta.

Qualora oggetto di sponsorizzazione sia una **somma di denaro**, occorre specificarne l'importo e l'eventuale Unità operativa o settore di attività della Fondazione, cui la Sponsorizzazione è destinata.

Qualora, invece, oggetto della sponsorizzazione sia **un bene mobile** (arredi, suppellettili, apparecchiature elettromedicali, strumentazione informatica etc.), nell'Avviso di ricerca e nella Proposta, dovranno essere, altresì, dichiarati:

- la descrizione sintetica del bene con l'indicazione del relativo valore commerciale
- lo stato di conservazione e/o di funzionamento del bene;
- la conformità alla normativa che ne disciplina le caratteristiche (se si tratta di apparecchiature elettromedicali o strumentazione informatica);
- l'eventuale esistenza o assenza di materiale di consumo, sia esso dedicato o "aperto";
- l'impegno a consegnare eventuali manuali d'uso, documentazione tecnica, certificazioni di prodotto, attestazioni di conformità alla disciplina CE e di rispondenza alle vigenti normative di sicurezza;
- la sostenibilità degli eventuali oneri derivanti per La Fondazione, sia in termini economici che organizzativi e gestionali (costi di installazione; costi di manutenzione; materiali di consumo; materiale esclusivo dedicato; ecc.).

In particolare, qualora oggetto dello Sponsor sia una strumentazione elettromedicale, la Fondazione, acquisite le necessità delle strutture cliniche, può rappresentare all'offerente quale tipologia di apparecchiatura può essere proposta nell'ambito della disponibilità dichiarata dallo stesso.

Qualora oggetto della **sponsorizzazione sia un bene immobile** occorre che nella proposta sia inserita:

- una breve descrizione del bene, indicando la superficie e gli estremi di identificazione catastale;
- foglio, mappali ed eventuali subalterni.



## **SEZ. II- SPONSORIZZAZIONE DI FORNITURE, SERVIZI ED OPERE STRUTTURALI E/O IMPIANTISTICHE**

### **Art.. 38 – Oggetto e campo di applicazione**

Rientrano in questa particolare tipologia di sponsorizzazione le richieste/proposte aventi ad oggetto:

- la prestazione di una fornitura strumentale all'attività della Fondazione;
- la prestazione di un servizio strumentale all'attività della Fondazione;
- l'esecuzione di lavori da effettuarsi su immobili, terreni e/o beni facenti parte del patrimonio della Fondazione.

Lo Sponsor potrà eseguire la prestazione, oggetto della Richiesta/Proposta, direttamente ovvero avvalendosi dell'operato di un terzo.

### **Art. 39– Ricerca sponsor**

La ricerca di sponsor per la realizzazione di opere o per la prestazione di una fornitura strumentale o di un servizio deve avvenire mediante un apposito "Avviso di ricerca sponsor", autorizzato con specifico provvedimento del Direttore Generale della Fondazione, con le modalità previste dagli artt. 7 – 8 – 9 - 10 del presente Regolamento previo parere favorevole del Direttore Scientifico, se dovuto e su proposta della U.O. promotrice dell'iniziativa.

La Fondazione nell'avviso di sponsorizzazione di opere dovrà indicare se lo sponsor dovrà eseguire la prestazione, oggetto dell'avviso, direttamente ovvero potrà avvalendosi dell'operato di un terzo.

Lo Sponsor deve formalizzare la richiesta attraverso una proposta/lettera di intenti.

La proposta di Sponsor può avere ad oggetto:

- la prestazione di una fornitura;
- la prestazione di un servizio;



- l'esecuzione di lavori da effettuarsi su immobili, terreni e/o beni facenti parte del patrimonio della Fondazione.

La Sponsorizzazione si perfeziona con la stipula di un Contratto tra lo Sponsor e la Fondazione, che deve prevedere, in aggiunta a quanto già previsto nell'Art. 9:

- la verifica di tutte le necessarie certificazioni, abilitazioni, autorizzazioni, in capo al soggetto al quale è affidata l'esecuzione dell'opera o del servizio. Tale soggetto deve operare nel rispetto della normativa in materia di sicurezza sul lavoro e deve essere dotato di copertura assicurativa;
- un regime di responsabilità dello Sponsor tale da tenere indenne la Fondazione da ogni richiesta di risarcimento per danni a terzi;
- l'estraneità della Fondazione rispetto ad eventuali controversie che dovessero sorgere tra lo Sponsor ed il relativo personale impiegato dallo stesso per l'esecuzione dei lavori;
- il divieto di cessione del contratto di Sponsorizzazione;
- la durata e l'indicazione specifica delle cause di risoluzione e di eventuali penali che la Fondazione si riserva di far valere.

#### **ART. 40 - Procedimento**

Quando l'oggetto dell'obbligazione di fare non comporti opere strutturali e/o impiantistiche l'ufficio Protocollo assegna la gestione dell'istruttoria alla U.O.C. competente.

La U.O.C. individuata procede alla valutazione di fattibilità predisponendo una relazione con le conclusioni alla Direzione Strategica per il benessere preliminare.

Qualora la proposta di Sponsorizzazione abbia ad oggetto la realizzazione di opere strutturali o impiantistiche, l'ufficio Protocollo assegna alla U.O.C. Tecnico-Patrimoniale la gestione della procedura amministrativa.

In ogni caso, è fatto obbligo di acquisire il parere del R.S.P.P. nel rispetto delle disposizioni in tema di salute e sicurezza sul lavoro.

Il Responsabile del Procedimento afferente all'U.O.C. Tecnico-Patrimoniale ha il compito di istruire la pratica, acquisendo dallo Sponsor il progetto di fattibilità tecnica ed economica dell'intervento e, previa valutazione e/o richiesta di documentazione integrativa al donante, presentandolo alla Direzione Strategica per il benessere preliminare.



Raccolto il benestare della Direzione Strategica, il Responsabile del Procedimento acquisisce dallo Sponsor il progetto esecutivo, il cronoprogramma, la relazione tecnica descrittiva dell'intervento, lo schema di contratto, il computo metrico estimativo e, a seguito di verifica dei contenuti documentali, se non emergono impedimenti strutturali o impiantistici, predispone il testo della Deliberazione tramite la procedura in essere mettendolo a disposizione del Segretario del Consiglio di Amministrazione per l'approvazione.

Il Consiglio d'Amministrazione con la delibera di accettazione approva la relazione o, il progetto esecutivo, che dovranno indicare l'importo complessivo finale e comprendere un cronoprogramma dettagliato dell'intervento e lo schema di contratto predisposto dallo Sponsor e validato dalla U.O.C. responsabile del procedimento.

Con il medesimo provvedimento il Consiglio d'Amministrazione demanda al Responsabile del procedimento i successivi atti e provvedimenti necessari per l'attuazione dell'iniziativa e la regolare esecuzione dell'intervento.

La Fondazione provvederà a consegnare libere le aree interessate dall'intervento.



## TITOLO V - DISPOSIZIONI FINALI

### Art 41 - Pubblicazione

Il presente Regolamento, è pubblicato in formato scaricabile sul sito web istituzionale.  
La U.O.C. Economico - Finanziaria tiene aggiornato sul sito web dell'Ente, le informazioni in merito alle coordinate dei conti correnti postale e bancario dedicati ai progetti di sponsorizzazione. (da creare)

### Art 42 - Trattamento dei dati personali

I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste e conformemente a quanto previsto dal Regolamento UE n. 679/2016 e del D.lgs. n. 101/2018.

Titolare del trattamento è la Fondazione IRCCS Policlinico San Matteo con sede legale a Pavia, Viale Golgi 19.

Ai sensi degli articoli 7, 15, 16, 17, 18, 20, 21 e 22 del Regolamento UE n. 2016/679, in qualità di "*interessato*" lo sponsor ha diritto di ottenere in qualsiasi momento informazioni sull'utilizzo dei suoi dati ed ottenere dal titolare del trattamento la rettifica, l'integrazione, la cancellazione o la limitazione del trattamento dei dati personali che lo riguardano.

### Art. 43- Foro competente

Per le controversie che dovessero insorgere in merito all'esecuzione del contratto è competente il Tribunale di Pavia.





#### **Art.44 - Entrata in vigore e norme di rinvio**

Il presente regolamento entra in vigore dalla data di esecuzione della relativa deliberazione di approvazione. Sono fatti salvi gli eventuali accordi già stipulati.

Per quanto non esplicitamente previsto nel presente Regolamento, si fa rinvio alle disposizioni del Codice civile, alle Leggi e alle normative vigenti in materia.

Eventuali futuri atti legislativi in materia si intendono automaticamente recepiti dal presente regolamento, purché si integrino nell'impianto complessivo dello stesso. Diversamente, si procederà alla formale modifica del presente regolamento mediante provvedimento del Consiglio di Amministrazione della Fondazione.

È abrogata ogni altra disposizione regolamentare previgente in materia.