



**Servizio Sanitario Nazionale
Regione Piemonte**

ALLEGATO 1

**REGOLAMENTO AZIENDALE PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE
SPONORIZZAZIONI**

**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 della Legge 448/98 e dell'art. 26 D.Lgs. 163/2006 (codice dei contratti pubblici relativi a lavori servizi e forniture in attuazione delle direttive 2004/17/CE) e si prefigge lo scopo di indicare gli atti e le condizioni necessarie per assicurare all'Azienda Ospedaliera una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione nel rispetto delle norme vigenti, nonché di criteri di efficienza, efficacia e trasparenza.

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.

Le iniziative di cui al punto precedente 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 convogliate ed 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 erogazione di assegni di ricerca e/o borse di studio, per progetti di ricerca in ambito sanitario, per attività connesse con la *customer satisfaction*, per interventi di restauro e valorizzazione del patrimonio artistico e culturale dell'Azienda, nonché per ridurre le spese rispetto agli stanziamenti disposti nel bilancio previsionale.

**ART. 2
DEFINIZIONI**

Ai fini del presente regolamento:

- per “*contratto di sponsorizzazione*” si intende un contratto a titolo oneroso e a prestazioni corrispettive mediante il quale un soggetto (SPONSOR) si obbliga ad erogare una somma di danaro o a fornire beni o servizi, a erogare assegni di ricerca e/o borse di studio, a eseguire lavori in favore dell'Azienda Ospedaliera (SPONSEE) la quale, a sua volta, si obbliga a rendere disponibili appositi e determinati spazi per la pubblicità dello SPONSOR, ovvero a diffondere il nome di quest'ultimo tramite prestazioni di veicolazione del marchio / logo o di altri messaggi.
- per “*sponsorizzazione*” si intende ogni contributo in beni, servizi, denaro od ogni altra utilità proveniente all'Azienda Ospedaliera da parte di terzi nell'ambito applicativo dei “contratti di sponsorizzazione”, di cui al comma precedente;



**Servizio Sanitario Nazionale
Regione Piemonte**

- per “*sponsor*” si intende il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con l’Azienda Ospedaliera;
- per “*sponsee*” si intende l’Azienda Ospedaliera titolare dei benefici apportati dalla stipula di contratti di sponsorizzazione;
- per “*manifestazione di interesse*” (o scheda sponsor) si intende la comunicazione all’Azienda da parte di terzi della volontà e disponibilità ad attivare contratti di sponsorizzazione;
- per “*spazio pubblicitario*” lo spazio fisico o il supporto di trasmissione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dall’Azienda Ospedaliera Ordine Mauriziano di Torino per la pubblicità dello sponsor.

**ART. 3
SCELTA DELLO SPONSOR**

1. La scelta dello sponsor è effettuata previa pubblicizzazione del presente regolamento, dei prodotti oggetto di possibile acquisizione e delle relative tariffe sul sito web dell’Azienda Ospedaliera Mauriziano di Torino (www.mauriziano.it). Della possibilità di attivare contratti di sponsorizzazione è altresì data ulteriore pubblicità sia attraverso comunicazioni dirette a specifiche categorie di soggetti terzi potenzialmente interessati ad attivare borse di studio e/o assegni di ricerca, pubblicità commerciale, sia attraverso comunicazioni ai mass-media, nonché su pubblicazioni aziendali.
2. La manifestazione di interesse denominata “scheda sponsor”, da presentarsi a cura dei soggetti terzi, dovrà essere esplicitata in forma scritta ed indicare:
 - l’esatta tipologia di opportunità commerciale prescelta (tipologia prodotto o servizio da pubblicizzare), nonché le quantità e i luoghi oggetto di interesse nell’ambito delle opportunità offerte dall’Azienda Ospedaliera;
 - l’indicazione dei corrispettivi economici previsti per la tipologia della pubblicità richiesta.
3. L’Azienda Ospedaliera accoglie la richiesta avanzata con la “scheda sponsor” mediante deliberazione di approvazione del relativo schema di contratto, nel quale lo sponsor si impegna, tra l’altro, a rispettare quanto contenuto nel presente regolamento. Nel contratto medesimo, in corrispondenza dell’indicazione degli specifici prodotti oggetto di pubblicità, viene indicato il corrispettivo economico da versare all’azienda ospedaliera ed i relativi tempi di erogazione. Nel caso di prodotti pubblicitari non espressamente tariffati fa fede quanto indicato nel relativo contratto di sponsorizzazione.



**Servizio Sanitario Nazionale
Regione Piemonte**

**ART. 4
PRODOTTI ED INIZIATIVE OGGETTO
DI POSSIBILE SPONSORIZZAZIONE**

Gli spazi (bacheche, inserzioni...) oggetto di possibile sponsorizzazione presso l'Azienda Ospedaliera Ordine Mauriziano sono i seguenti:

- spazi murali nelle aree di ingresso, nei corridoi di percorrenza del pubblico - ad eccezione del corridoio "storico" - e nelle sale di attesa presso tutte le strutture dell'Azienda per la collocazione di manifesti ed avvisi pubblicitari;
- spazi nelle bacheche aziendali;
- spazi sulle comunicazioni istituzionali;
- spazi sugli organi di informazione e pubblicazioni aziendali;
- spazi nell'ambito della cartellonistica di segnalazione al pubblico;
- rotors luminosi informativi;
- offerte commerciali, finanziarie e bancarie destinate ai dipendenti dell'Azienda;
- chioschi multimediali e cartacei pubblicitari;
- spazi negli ascensori;
- spazi presso le bollatrici dei dipendenti, spazi presso punti strategici della comunicazione al pubblico (punti gialli, telefoni, ristorazione, spogliatoi dipendenti ecc.);
- programma di eventi aziendali: carta dei servizi, conferenza annuale dei servizi, corsi e convegni scientifici e spazi sui relativi depliant;
- iniziative nell'ambito dell'educazione alla salute;
- cessione all'Azienda di prodotti promozionali da distribuire a pazienti e/o dipendenti e/o soggetti frequentatori delle strutture aziendali;
- fornitura e donazione di prodotti, materiali ludici per pediatria;
- arredi ed abbellimenti per accoglienza e per le sale d'aspetto;
- iniziative di sostegno di cause di utilità sociale ("Cause Related Marketing");
- distribuzione di prodotti di prova/assaggio (*sampling*);
- sondaggi ed iniziative di "*customer satisfaction*".
- iniziative a sostegno della ricerca sanitaria attraverso erogazione di borse di studio.

**ART. 5
ATTO DI MECENATISMO**

- Le sponsorizzazioni prive di significativo ritorno di natura pubblicitaria nelle quali prevalgono gli elementi del contratto a prestazioni unilaterali, con la prevalenza di profili di mero mecenatismo da parte dello sponsor, sono affidate direttamente, qualunque sia il valore della prestazione resa.
- I progetti tecnici relativi ad interventi di restauro di beni culturali e artistici dell'Azienda Ospedaliera devono essere preventivamente autorizzati dalle competenti Soprintendenze.



**Servizio Sanitario Nazionale
Regione Piemonte**

**ART. 6
CASI DI ESCLUSIONE DALLE SPONSORIZZAZIONI**

Non possono essere oggetto di contratti di sponsorizzazione:

- servizi di onoranze funebri;
- prodotti e/o servizi di natura politica, religiosa, sindacale;
- prodotti farmaceutici;
- pubblicità diretta o collegata a servizi di badanza;
- pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di fumo di tabacco;
- prodotti alcolici;
- materiale pornografico o a sfondo sessuale;
- messaggi offensivi, nonché prodotti e/o servizi in reale o potenziale conflitto di interesse con l'attività e gli scopi istituzionali dell'Azienda Ospedaliera Ordine Mauriziano di Torino;
- prodotti stupefacenti;
- cartomanzia ed attività similari.

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

**ART. 7
COMITATO ETICO DI GARANZIA**

Al fine di assicurare una puntuale applicazione di quanto previsto dagli artt. 4, 5 e 6 del presente Regolamento, in particolare per quanto riguarda l'analisi di aspetti tecnico-sanitari e la conseguente individuazione di eventuali conflitti di interesse relativamente ai prodotti oggetto di possibile sponsorizzazione, è costituito un Comitato Etico di Garanzia interno all'Azienda Ospedaliera.

Tale Comitato deve esprimere parere obbligatorio, su richiesta del referente dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico preventivamente all'adozione di deliberazione di approvazione di contratti di sponsorizzazione, con riferimento particolare alla tipologia merceologica.

L'eventuale parere negativo del Comitato Etico di Garanzia circa l'oggetto di una sponsorizzazione è vincolante e pregiudica la possibilità di attivare il/i contratti di sponsorizzazione di che trattasi.

Del Comitato Etico di Garanzia fanno parte: il Direttore della Direzione Medica di Presidio, il Direttore della S.C. Affari Generali e Comunicazione, il Direttore della S.C. Tecnico e il Referente dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico.



**Servizio Sanitario Nazionale
Regione Piemonte**

Le funzioni operative, di supporto e di segreteria sono svolte dal personale dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico.

Il Comitato Etico di Garanzia decide in seduta congiunta a maggioranza dei propri componenti; in caso di impossibilità a partecipare al Comitato il componente può delegare la partecipazione al Comitato medesimo ad altro dirigente o funzionario della propria struttura.

**ART. 8
UTILIZZO DEI PROVENTI DELLE SPONSORIZZAZIONI**

I proventi delle sponsorizzazioni sono finalizzati al perseguimento di interessi pubblici ed a migliorare la qualità dei servizi prestati, nonché a ridurre le spese rispetto agli stanziamenti disposti nel bilancio previsionale.

**ART. 9
MODALITA' ORGANIZZATIVE**

La struttura di riferimento, in ambito aziendale, per la gestione delle sponsorizzazioni è l'Ufficio Relazioni con il Pubblico. Responsabile del procedimento è il Referente del citato Ufficio.

**ART. 10
IL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE**

- 1) Il contratto di sponsorizzazione fra l'Azienda Ospedaliera e lo sponsor è un contratto atipico; rientra nei contratti di pubblicità bilaterale a prestazioni corrispettive con regime giuridico riconducibile alle norme generali sui contratti (Art. 1323 C.C.);
- 2) Per le imprese private trattasi di "spese di pubblicità" (D.L. 74/92) e come tale è interamente deducibile dal reddito imponibile d'impresa;
- 3) L'introito per l'Azienda Ospedaliera Ordine Mauriziano di Torino avviene mediante emissione di fattura più IVA, con pagamenti nei termini previsti dai contratti e rientra nei redditi diversi, ai sensi dell'art. 81 TUIR – D.P.R. n° 917/86.
- 4) Con apposita deliberazione del Referente dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico vengono approvati ed aggiornati il presente regolamento, lo schema di contratto, la scheda sponsor ed il tariffario vigente, a cui dovranno conformarsi i contratti di sponsorizzazione (da adottarsi con deliberazione proposta dal Referente dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico).

**ART. 11
TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI**

I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste, ai sensi del D.Lgs 196/2003.



**Servizio Sanitario Nazionale
Regione Piemonte**

**ART. 12
ASPETTI FISCALI**

L'Azienda Ospedaliera Ordine Mauriziano di Torino emetterà fattura allo sponsor intestatario del contratto per l'importo corrispondente all'impegno assunto, oltre l'IVA dovuta.

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

- Fatturazione dello sponsor all'Azienda Ospedaliera Ordine Mauriziano del valore del servizio o del bene, soggetto ad IVA;
- Fatturazione dell'Azienda Ospedaliera Ordine Mauriziano di Torino allo sponsor di un pari importo, sempre soggetto ad IVA, per l'attività di veicolazione svolta a favore dei segni distintivi dello sponsor.

**ART. 13
SPESE CONTRATTUALI**

Ogni spesa contrattuale inerente e conseguente la stipulazione del contratto di sponsorizzazione è a carico dello sponsor.

**ART. 14
CLAUSOLA GENERALE DI RINVIO**

Per quanto non espressamente indicato nel contratto si fa riferimento alle disposizioni del Codice Civile e alla normativa speciale in materia.



**Servizio Sanitario Nazionale
Regione Piemonte**

ALLEGATO 2

CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

TRA

L'Azienda Ospedaliera Ordine Mauriziano di Torino, di seguito denominata A.O. (C.F. e P. IVA 09059340019), rappresentata dal Direttore Generale Dr. Vittorio BRIGNOGLIO domiciliato, ai fini del presente contratto, presso la sede legale dell'A.O. - Via Magellano, 1 – Torino

E

La Società _____, di seguito denominata Società, _____ P.IVA _____
- rappresentata dal titolare _____, domiciliato per la carica
presso la sede della società -

STIPULANO QUANTO SEGUE

Art. 1

L'A.O. _____ s'impegna a mettere a disposizione della Società
..... i seguenti prodotti pubblicitari previsti dal regolamento
aziendale:

PRODOTTO	DIMENSIONE / QUANTITA'	UBICAZIONE
1) _____		
2) _____		
3) _____		
4) _____		

Art. 2

L'A.O. valuta a proprio insindacabile giudizio il contenuto, le finalità e le modalità di presentazione dei servizi e/o prodotti oggetto di promozione pubblicitaria, acquisendo il parere preventivo, nei casi previsti, del Comitato Etico di Garanzia aziendale.

Art. 3

La Società si impegna a rispettare pienamente quanto contenuto nel Regolamento per le sponsorizzazioni vigente presso l'A.O. rispondendo direttamente in ogni sede ed assumendosene le responsabilità conseguenti, della veridicità e legittimità dei messaggi pubblicitari in oggetto, sollevando l'A.O. da qualsiasi responsabilità rispetto ad ogni eventuale contenzioso dovesse venire intrapreso da potenziali acquirenti dei servizi/prodotti proposti.

Art. 4

In nessun modo ed a nessun titolo possono rientrare tra gli oggetti di promozione pubblicitaria sostanze classificate come farmaci o articoli in contrasto od in conflitto di interessi con le finalità istituzionali dell'A.O., secondo quanto previsto dal regolamento in vigore.

Art. 5

L'uso improprio del logo e del nome dell'A.O. a qualsiasi scopo, comporta l'immediata decadenza del contratto in essere.



**Servizio Sanitario Nazionale
Regione Piemonte**

L'A. O. ha la facoltà di chiedere di indicare sui prodotti oggetto di pubblicità una comunicazione ai cittadini che specifica il fatto che l'A.O. non promuove i prodotti oggetto di pubblicità, bensì accoglie la pubblicità medesima unicamente con l'obiettivo di reperire risorse economiche aggiuntive, senza entrare nel merito delle promozioni di che trattasi.

Art. 6

La Società si impegna a versare all'A.O. la somma complessiva di €
..... comprensiva di IVA, entro 60 giorni dal ricevimento dall'A.O. della relativa fattura, direttamente sul c/c bancario in essere presso la Tesoreria dell'Azienda Ospedaliera. All'atto della fatturazione l'A.O. si impegna ad indicare sulla fattura stessa la dichiarazione "spese di pubblicità" (D.L. 74/92) al fine di consentire alla Società stessa l'applicazione dei previsti benefici fiscali.

Art. 7

Il presente contratto ha validità dal al; non è previsto il tacito rinnovo contrattuale; ulteriori eventuali sponsorizzazioni saranno oggetto di specifico atto di approvazione.

Art. 8

Per quanto non previsto nel presente contratto si intendono richiamate le norme generali sui contratti (art. 1323 C.C.) ed in particolare sui contratti di pubblicità bilaterale a prestazioni corrispettive.

In ogni caso l'A.O. declina ogni responsabilità, anche per eventuali atti vandalici, rispetto alla custodia e manutenzione dei supporti pubblicitari e dei beni di qualsivoglia tipo utilizzati per fini pubblicitari.

Art. 9

Il presente atto è soggetto a registrazione solo in caso d'uso, ai sensi degli artt. 5 e 39 del D.P.R. 26/04/1986 n. 131.

Le eventuali spese di bollo e di registrazione sono a carico della Società.

Art. 10

Per qualsiasi divergenza o inadempienza contrattuale è competente il Foro di Torino.

Letto, approvato e sottoscritto

Per la Società _____

Torino, _____

Per l'Azienda Ospedaliera _____

Torino, _____



**Servizio Sanitario Nazionale
Regione Piemonte**

ALLEGATO 3

SCHEDA SPONSOR

(Dichiarazione di manifestazione di volontà a stipulare un contratto di sponsorizzazione con l'Azienda Ospedaliera Ordine Mauriziano di Torino)

L'AZIENDA/DITTA

Sede: Via _____ n° _____

Comune: _____

Recapito telefonico: _____ e-mail _____

Partita IVA _____ C.F. _____

Nominativo firmatario del contratto _____

Titolare Legale Rappresentante Altro _____

Richiede all'Azienda Ospedaliera Ordine Mauriziano di Torino l'acquisizione dei seguenti prodotti pubblicitari:

PRODOTTI

PUBBLICITA' MURALI A TARIFFA – Spazi pubblicitari - manifesti cm. 50 x 70 all'interno delle strutture dell'Azienda Ospedaliera Ordine Mauriziano di Torino (€ 500,00 + IVA, cadauno, per un anno).

Sponsor _____ Sede _____

Quantità _____ Localizzazione _____

decorrenza dal _____ al _____



**Servizio Sanitario Nazionale
Regione Piemonte**

ALLEGATO 4

TARIFFE 2013/2014
ELENCO DELLE TARIFFE PRATICATE
PER LE VARIE TIPOLOGIE CONTRATTUALI

❑ **PUBBLICITA' MURALI A TARIFFA**

1. Spazi pubblicitari, manifesti **cm. 50 x 70 all'ingresso ed all'interno** delle strutture dell'Azienda Ospedaliera Ordine Mauriziano di Torino € 500,00 + IVA, cadauno, per un anno.

❑ **SOLUZIONI PERSONALIZZATE**

1. L'Azienda può prendere in considerazione ogni altra proposta di acquisizione pubblicitaria: collocazione di monitor, distributori di pubblicità, inserzioni su vademecum, pubblicazioni dell'Azienda Ospedaliera con target mirato, dépliant, assegnazione di spazi interni alla struttura ospedaliera e per allestimento, esposizione e presentazione prodotti, utilizzo di bacheche aziendali nelle sale d'attesa o in prossimità delle bollatrici, ecc... le cui tariffe saranno valutate di volta in volta.
2. L'Azienda può consentire l'attivazione da parte di sponsor di borse di studio e/ assegni di ricerca per specifici progetti in ambito sanitario, da svolgersi presso l'Ospedale Mauriziano.