

LINEE GUIDA PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Sommario

PREMESSA.....	2
ART. 1 – DEFINIZIONI.....	2
ART. 2 – NORMATIVA DI RIFERIMENTO	3
ART. 3 – OGGETTO	4
ART. 4 - CORRISPETTIVO E TIPOLOGIE DI SPONSORIZZAZIONI	4
ART. 5 - FINALITA' E AMBITO DI APPLICAZIONE.....	4
ART. 6 – CONDIZIONI, DIRITTO DI RIFIUTO ED ESCLUSIONI SOGGETTIVE E OGGETTIVE.....	5
ART. 7 – INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE DI SPONSORIZZAZIONE E PUBBLICAZIONE DELL'AVVISO.....	7
ART. 8 - DOMANDA DI SPONSORIZZAZIONE	8
ART. 9 - ISTRUTTORIA E SCELTA DELLO SPONSOR.....	8
ART. 10 - GESTIONE DELLA SPONSORIZZAZIONE	9
ART. 11 - CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE.....	9
ART. 12 - UTILIZZO DEI PROVENTI DELLE SPONSORIZZAZIONI E ADEMPIMENTI FISCALI.....	10
ART. 13 - OBBLIGHI DI TRACCIABILITA'	11
ART. 14 – CONFLITTO DI INTERESSI	11
ART. 15 - OBBLIGO DI ASTENSIONE DALLA PROCEDURA DI GARA.....	12
ART. 16 - REGISTRO ATTI DI LIBERALITA'	12
ART. 17 - TRATTAMENTO DATI PERSONALI	12
ART. 18 - SPESE CONTRATTUALI.....	12
ART. 19 - NORME DI RINVIO.....	13
ART. 20 – PUBBLICITA' DELLE LINEE GUIDE	13
Modulistica	13

PREMESSA

Il ricorso alle sponsorizzazioni passive costituisce un'opportunità innovativa quale contributo economico alle attività dell'IRCCS Azienda Ospedaliero Universitaria di Bologna Policlinico di Sant'Orsola (di seguito IRCSS) ed è finalizzato a promuovere e incentivare la collaborazione tra pubblico e privato nonché a favorire l'innovazione dell'organizzazione e una migliore qualità dei servizi/prestazioni erogati realizzando maggiori economie o maggiori entrate.

Le sponsorizzazioni passive sono qualificabili come contratti attivi della pubblica amministrazione in quanto non gravano sulla spesa pubblica, traducendosi in un ricavo o in un risparmio di spesa e **sono esclusi dall'ambito di applicazione del codice dei contratti pubblici** (D.Lgs. n.36/2023)¹.

I contratti di sponsorizzazione di cui alle presenti Linee Guida saranno, quindi, attivati nel rispetto delle norme vigenti e dei criteri di efficienza, efficacia, economicità, proporzionalità, pubblicità, trasparenza e in osservanza del principio di esclusione di conflitti di interesse tra l'attività pubblica e quella privata, nonché dei principi di parità di trattamento e non discriminazione.

Quanto sopra è finalizzato a garantire la competitività e la tutela della concorrenza nonché il buon andamento dell'agire pubblico, anche nel rispetto di quanto previsto e stabilito all'interno del Codice di Comportamento, oltre che del Codice di condotta per l'integrità della ricerca, adottati in ambito aziendale.

ART. 1 - DEFINIZIONI

Ai fini del presente documento si intende:

per "**contratto di sponsorizzazione**": contratto atipico, a prestazioni corrispettive e a titolo oneroso, con il quale l'IRCCS (sponsee) si impegna a fornire, nell'ambito dei propri fini istituzionali, prestazioni accessorie di divulgazione e veicolazione del logo/marchio/segno distintivo di un soggetto terzo (sponsor) che si obbliga, a sua volta, a versare una somma di denaro o a fornire beni, servizi o lavori a fronte dell'associazione della propria immagine all'iniziativa dello sponsee;

per "**sponsee**": l'IRCCS destinatario della sponsorizzazione che, in quanto soggetto sponsorizzato, si impegna a divulgare e veicolare il logo/marchio/segno distintivo dello Sponsor;

per "**sponsor**": soggetto che, al fine di incrementare la notorietà dei propri segni distintivi e

¹ D.Lgs. n.36/2023 Art. 13 "Ambito di applicazione"

(...)

2. Le disposizioni del codice non si applicano ai contratti esclusi, ai contratti attivi e ai contratti a titolo gratuito, anche qualora essi offrano opportunità di guadagno economico, anche indiretto.

(...)

5. L'affidamento dei contratti di cui al comma 2 che offrono opportunità di guadagno economico, anche indiretto, avviene tenendo conto dei principi di cui agli articoli 1, 2 e 3.

divulgare la propria immagine, corrisponde finanziamenti o altre utilità all'IRCCS, in cambio dell'impegno ad associare tali segni all'iniziativa oggetto di sponsorizzazione;

per **"sponsorizzazione passiva"**: contributo in denaro, beni e servizi o ogni altra utilità proveniente da parte di terzi all'IRCCS nell'ambito applicativo dei contratti di sponsorizzazione.

per **"spazio pubblicitario"**: lo spazio fisico o digitale o qualsiasi altro supporto atto alla veicolazione di informazioni messo a disposizione dello sponsor.

ART. 2 - NORMATIVA DI RIFERIMENTO

per le finalità del presente documento si applicano:

- l'art 43 della Legge finanziaria n. 449/1997 *"Misure per la stabilizzazione della finanza pubblica"* che consente alla Pubblica Amministrazione la possibilità di concludere contratti di sponsorizzazione al fine di favorire l'innovazione organizzativa e di realizzare maggiori economie, nonché di migliorare la qualità dei servizi;
- l'art. 30 della Legge n. 488/1999 *"Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello stato (Legge finanziaria 2000)"*, che prevede tra le specifiche misure da adottare per la riduzione del disavanzo pubblico la possibilità degli enti nella loro autonomia di provvedere a "sviluppare le iniziative per la stipula di contratti di sponsorizzazione, accordi e convenzioni, previsti dall' art. 43 della L. n. 449/1997, allo scopo di realizzare maggiori economie nella gestione;
- il Regio Decreto 16 marzo 1942, n. 262 - "Approvazione del testo del Codice civile" e s.m.i.;
- il Decreto Legislativo 30 giugno 2003, n. 196 - "Codice in materia di protezione dei dati personali", così come modificato ed integrato dal Decreto Legislativo 10 agosto 2018, n. 101;
- la Legge 6 novembre 2012, n. 190 - "Disposizioni per la prevenzione e la repressione della corruzione e dell'illegalità nella Pubblica Amministrazione";
- il Decreto Legislativo 14 marzo 2013, n. 33 - "Riordino della disciplina riguardante gli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione di informazioni da parte delle Pubbliche Amministrazioni", così come modificato dal D.Lgs.97/2016;
- il D.P.R. 16 aprile 2013, n. 62 - "Regolamento recante codice di comportamento dei dipendenti pubblici, a norma dell'articolo 54 del decreto legislativo 30 marzo 2001, n. 165";
- la Legge Regionale 1 giugno 2017, n. 9 "Fusione dell'Azienda Unità Sanitaria Locale di Reggio Emilia e dell'Azienda Ospedaliera Arcispedale Santa Maria Nuova. Altre disposizioni di adeguamento degli assetti organizzativi in materia sanitaria;
- Legge Regionale 28 ottobre 2016 n. 18 "Testo unico per la promozione della legalità e per la valorizzazione della cittadinanza e dell'economia responsabili";
- il D.lgs. 31 marzo 2023, n. 36 Codice dei contratti pubblici in attuazione dell'articolo 1 della legge 21 giugno 2022, n. 78, recante delega al Governo in materia di contratti pubblici;
- la Determinazione dell'Autorità Nazionale Anticorruzione (ANAC) n. 12 del 28 ottobre 2015 "Aggiornamento 2015 al Piano Nazionale Anticorruzione" che individua le sponsorizzazioni tra le aree specifiche di rischio del settore sanitario potenzialmente esposte a rischi corruttivi;

- la Deliberazione dell'Autorità Nazionale Anticorruzione (ANAC) n. 831 del 3 agosto 2016 "Piano Nazionale Anticorruzione" che prevede la possibilità per le amministrazioni e gli enti di pubblicare i c.d. "dati ulteriori" in relazione a specifiche aree a rischio al fine di promuovere maggiori livelli di trasparenza;
- il Regolamento (UE) 2016/679 relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati e che abroga la direttiva 95/46/CE (Regolamento generale sulla protezione dei dati - GDPR).

ART. 3 - OGGETTO

Le presenti Linee Guida disciplinano le condizioni e le modalità di stipulazione dei contratti di sponsorizzazione passiva nonché le relative procedure ed attività di gestione, al fine di fornire indicazioni omogenee e puntuali in materia e prevedere idonei strumenti di vigilanza e di controllo anche a salvaguardia dell'autonomia e dell'immagine dell'IRCCS.

Il risultato atteso della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di un'economia di bilancio totale o parziale (o risparmio di spesa), con riferimento alla specifica iniziativa/progetto sponsorizzato.

ART. 4 - CORRISPETTIVO E TIPOLOGIE DI SPONSORIZZAZIONI

I contratti di sponsorizzazione a favore dell'IRCCS possono prevedere a titolo di corrispettivo dovuto dallo sponsor:

- a) la dazione di somme di denaro e, in via residuale, l'accollo del pagamento delle obbligazioni verso i terzi in funzione dello svolgimento delle attività sponsorizzate con pagamento diretto o rimborso, previa acquisizione dell'adesione del creditore;
- b) la fornitura di materiali, attrezzature, beni;
- c) la realizzazione di un'opera o di un lavoro (acquisita o realizzata a cura e spese dello sponsor);
- d) la fornitura di una prestazione di servizio (acquisita o realizzata a cura e spese dello sponsor).

In base alla prestazione eseguita dallo sponsor la sponsorizzazione può essere:

- **pura (o di puro finanziamento)** in cui lo sponsor eroga un contributo in danaro o si accolla un debito dell'IRCCS verso i terzi che svolgono le attività sponsorizzate;
- **tecnica** in cui lo sponsor si impegna a progettare e/o a realizzare (o far realizzare) in tutto o in parte lavori o servizi a propria cura e spese o fornisce materiali, attrezzature o altri beni;
- **mista** in cui la prestazione dovuta dallo sponsor è una combinazione tra quelle previste nella sponsorizzazione finanziaria e tecnica.

ART. 5 - FINALITA' E AMBITO DI APPLICAZIONE

Le iniziative di sponsorizzazione sono dirette a favorire l'innovazione dell'organizzazione nonché ad assicurare una migliore qualità dei servizi istituzionali prestati nel perseguimento di pubblici interessi, escludendo al contempo forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata.

A titolo meramente esemplificativo, le iniziative di sponsorizzazione possono essere finalizzate a:

- promuovere progetti specifici orientati al miglioramento dell'organizzazione e dei servizi;
- promuovere campagne di comunicazione, prevenzione ed informazione nonché ad organizzare eventi dell'IRCCS;
- sostenere l'acquisizione di attrezzature sanitarie, presidi medici, nuove tecnologie informatiche;
- favorire l'ammodernamento degli arredi e degli spazi;
- sostenere la formazione e l'aggiornamento del personale ;
- sostenere progetti di miglioramento assistenziale o altri progetti di interesse aziendale

Rimane esclusa dall'applicazione delle presenti Linee Guida in quanto disciplinata da altre fonti, la vendita degli spazi pubblicitari collocati all'interno e all'esterno delle strutture dell'IRCCS, come chiarito anche da ANAC nella Delibera n. 625 del 7 giugno 2017².

Sono altresì esclusi:

- le iniziative di formazione erogate negli spazi aziendali gestite e finanziate da soggetti esterni;
- le sponsorizzazioni per partecipazione di personale aziendale ad eventi formativi esterni in quanto disciplinate da specifiche Linee Guida;
- le forme di supporto da parte di terzi finanziatori (nelle forme di cui al DM 30 novembre 2021) a studi clinici spontanei, promossi da IRCCS;
- le donazioni e più in generale tutti gli atti di liberalità che verranno disciplinati nelle relative Linee Guida aziendali;
- i rapporti con gli Enti del Terzo Settore istituiti ai sensi degli articoli 55 e 56 del Dlgs. 3 luglio 2017, n. 117 (c.d. Codice del Terzo Settore).

ART. 6 – CONDIZIONI, DIRITTO DI RIFIUTO ED ESCLUSIONI SOGGETTIVE E OGGETTIVE

Il soggetto destinatario delle sponsorizzazioni è l'IRCCS e non le singole strutture organizzative che lo compongono. Inoltre, non sono consentite sponsorizzazioni a favore di singoli dipendenti o collaboratori.

La sponsorizzazione è ammessa solo se sussistono le seguenti condizioni:

- a) perseguimento di finalità lecite;
- b) conformità con i fini istituzionali e il perseguimento degli interessi pubblici dell'IRCCS;

² Come specificato anche da ANAC (Delibera n. 625 del 7 giugno 2017) *“sembra esulare la finalità di sponsorizzazione il caso in cui l'impresa pubblicitaria riceve come contropartita per la propria prestazione non già un ritorno promozionale indiretto, derivante dall'associazione della propria ditta o di un proprio prodotto, servizio o marchio all'attività di conservazione in corso sul bene culturale, bensì la disponibilità di uno spazio pubblicitario, da cui trae un utile economico non indiretto e mediato, ma diretto, attraverso la concessione a terzi a titolo oneroso dell'utilizzazione dello spazio stesso”* (es. gli spazi pubblicitari ricavati su ponteggi e recinzioni di cantiere).

- c) conseguimento di risparmi di spesa o maggiori entrate;
- d) congruità con gli strumenti di programmazione aziendale;
- e) esclusione di forme di conflitto di interesse tra attività pubblica e privata.

L'IRCCS **si riserva di non accettare** la proposta di sponsorizzazione qualora:

- a) ritenga che possa derivare un **conflitto di interessi**, anche potenziale, tra l'attività pubblica e quella privata;
- b) ritenga la proposta **incompatibile con i propri fini istituzionali**;
- c) reputi la sponsorizzazione **contraria ai principi etici** dell'IRCCS oppure ravvisi nel messaggio pubblicitario un **possibile pregiudizio o danno alla propria immagine** e/o alle proprie iniziative;
- d) reputi la sponsorizzazione inaccettabile per motivi di opportunità, pubblico interesse ovvero per contrasto con norma di legge o di regolamenti, anche interni;
- e) siano in atto **controversie e conflitti di natura giuridica** tra l'IRCCS e il soggetto che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione;
- f) i costi correlati alla sponsorizzazione facciano venire meno la convenienza economica della sponsorizzazione stessa. A titolo esemplificativo la sponsorizzazione può essere **economicamente svantaggiosa** per i costi correlati sia nel caso che questi costituiscano un vincolo in ordine all'acquisto di beni, sia nel caso di attrezzature che comportino oneri finanziari a carico dell'IRCCS per servizi (contratti di manutenzione) o beni accessori (materiale di consumo prodotto in esclusiva). In ogni caso, comunque, quando la sponsorizzazione comporti per l'IRCCS impatti negativi, sia in termini economici che organizzativi, connessi all'utilizzo del bene, alla manutenzione, ad eventuali interventi richiesti per la collocazione del bene;
- g) non esista un mercato concorrenziale per l'acquisto dei materiali di consumo necessari per il funzionamento delle attrezzature oggetto della sponsorizzazione;
- h) la proposta sia formulata da soggetti che partecipano a gare di appalto in corso di aggiudicazione, previa verifica dell'assenza di conflitto di interessi;
- i) risulti non conforme alla disciplina delle presenti Linee Guida.

Inoltre, **sono esclusi** dai contratti di sponsorizzazione i soggetti che:

- a) non sono in possesso dei requisiti di ordine generale previsti dal codice dei contratti;
- b) si trovano in condizioni di incapacità a contrarre con la pubblica amministrazione;
- c) non hanno adottato il Modello Organizzativo di Gestione e Controllo di cui al D.lgs. n. 231/2001 e successive integrazioni.

In ogni caso, sono escluse le sponsorizzazioni il cui messaggio pubblicitario riguardi:

- propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- servizi di onoranze funebri;
- infortunistiche e assicurazioni;
- prestazioni mediche;
- prodotti farmaceutici, dispositivi e presidi;
- trattamenti non basati su evidenza scientifica;
- pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione dei tabacchi, prodotti alcolici,

- gioco d'azzardo, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
- pubblicità di armi o altri strumenti di violenza o coazione fisica;
 - attività di cartochiromanzia, magia, occultismo;
 - relazioni personali;
 - pubblicità che possa offendere la dignità della persona, evocare discriminazioni di razza, sesso, nazionalità e orientamento sessuale, offendere convinzioni religiose e ideali;
 - messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia;
 - pubblicità che possa indurre a comportamenti pregiudizievole per la salute, la sicurezza e l'ambiente;
 - pubblicità che possono mettere in pericolo e/o danneggiare l'immagine dell'IRCCS.

Il rispetto dei principi e dei criteri sopra enunciati sarà verificato da tutte le strutture coinvolte nel procedimento, in base ai rispettivi ambiti di competenza e di responsabilità.

ART. 7 – INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE DI SPONSORIZZAZIONE E PUBBLICAZIONE DELL'AVVISO

L'IRCCS può stipulare contratti di sponsorizzazione con uno o più soggetti privati, persone fisiche o giuridiche anche in forma di impresa, enti del terzo settore, fondazioni, associazioni anche senza fini di lucro o altri enti e istituzioni interessati a promuovere la propria immagine grazie alle forme di visibilità previste nel contratto di sponsorizzazione.

Al fine di consentire una maggiore trasparenza delle procedure di sponsorizzazione, la ricerca dello sponsor è effettuata mediante la **pubblicazione di un apposito Avviso** con cui l'IRCCS sollecita le manifestazioni di interesse alla sponsorizzazione di specifici progetti o rende noto che è pervenuta un'offerta di sponsorizzazione per un determinato progetto.

Il procedimento è gestito dalla Struttura interessata alla sponsorizzazione tenuto conto dell'oggetto della sponsorizzazione stessa. Nello specifico:

- **per la sponsorizzazione di eventi formativi o progetti di sviluppo organizzativo** – UOC Supporto alla pianificazione strategica, Sviluppo organizzativo e formazione con il supporto tecnico giuridico della SSD Settore Amministrativo Area Tecnologia e dell'Informazione ;
- **per la sponsorizzazione per eventi e progetti di comunicazione** – SSD Comunicazione, Ufficio Stampa e URP con il supporto tecnico giuridico della SSD Settore Amministrativo Area Tecnologia e dell'Informazione ;
- **per la sponsorizzazione per progetti di validazione di tecniche/tecnologie innovative** – le UOC Innovazione, sintesi evidenze e ricerca o UOC Ingegneria Clinica a seconda della progettualità, con il supporto tecnico giuridico rispettivamente della SSD Coordinamento Area Giuridica della Ricerca o della SSD Settore Amministrativo Area Tecnologia e dell'Informazione ;
- **per la sponsorizzazione di lavori e servizi tecnici connessi** – UOC Progettazione Sviluppo e Investimenti con il supporto tecnico giuridico della SSD Settore Amministrativo Area Tecnica;
- **per la sponsorizzazione di servizi e forniture** – SSD Settore Amministrativo Area Tecnologia e dell'Informazione;
- **per la sponsorizzazione di progetti di miglioramento assistenziale e di altri progetti**

di interesse aziendale (es. iniziative di sostegno a cause di utilità sociale o progetti di umanizzazione) –UOC Affari Generali e Rapporti con l'Università con il supporto tecnico giuridico SSD Settore Amministrativo Area Tecnologia e dell'Informazione, e il contributo delle strutture afferenti alla Direzione Sanitaria in relazione alla progettualità.

L'Avviso sarà pubblicato sul sito internet aziendale per un periodo non inferiore a 30 giorni, salva la possibilità di riduzione del suddetto termine in caso di sponsorizzazione di importo inferiore a 40.000,00€ a non meno di 15 giorni, a cura della struttura interessata, sul sito dell'IRCCS nell'apposita sezione. Per motivi di urgenza il termine di 15 giorni può essere ridotto a non meno di 5 giorni.

L'Avviso di sponsorizzazione deve contenere le seguenti informazioni di minima (**MODULO A - schema di avviso**):

- a) oggetto della sponsorizzazione e descrizione del progetto;
- b) destinatari della proposta di sponsorizzazione;
- c) modalità e termini di presentazione dell'offerta;
- d) costo totale stimato e sponsorizzabile (oltre IVA in caso di corrispettivo in denaro);
- e) responsabile del procedimento;
- a) descrizione degli obblighi a carico dello sponsor;
- b) impegni dello sponsor per la diffusione del marchio, del nome, del logo dello sponsor;
- c) durata del contratto;
- d) l'eventuale possibilità di compresenza di più sponsor;
- e) eventuali criteri per la valutazione delle proposte.

Ai sensi dell'art. 13 del Regolamento (UE) 2016/679, viene resa specifica informativa sul trattamento dei dati personali posto in essere nell'ambito delle attività oggetto delle presenti Linee Guida (**MODULO B - Informativa trattamento dati personali**).

Con l'avviso può essere pubblicato anche uno schema tipo di contratto di sponsorizzazione secondo il modulo allegato alle presenti Linee Guida (**MODULO C - schema tipo di contratto**) che potrà essere eventualmente integrato secondo quanto previsto nell'avviso stesso e in accordo tra le parti.

ART. 8 - DOMANDA DI SPONSORIZZAZIONE

La proposta di sponsorizzazione deve essere presentata, entro il termine e con le modalità indicate nell'Avviso, utilizzando l'apposito schema tipo allegato alle presenti Linee Guida (**MODULO D - schema tipo offerta di sponsorizzazione**).

A tale offerta deve essere allegato un documento di identità in corso di validità del soggetto offerente, sia esso il legale rappresentante pro-tempore o figura con potere di firma.

ART. 9 - ISTRUTTORIA E SCELTA DELLO SPONSOR

Le offerte di sponsorizzazione pervenute all'IRCCS nel termine indicato nell'Avviso verranno

valutate da apposita Commissione individuata nell'Avviso stesso o con successivo atto, previa istruttoria da parte della struttura che gestisce il procedimento circa la verifica dei requisiti di ammissibilità e l'assenza di conflitti di interessi, ai sensi di quanto stabilito dalle presenti Linee Guida e dalla normativa vigente.

Nel caso in cui l'Avviso lo preveda espressamente, è ammessa la possibilità al candidato sponsor di finanziare anche un importo inferiore a quello complessivo ivi indicato. In tal caso verranno stipulati singoli contratti di sponsorizzazione con ciascun sponsor nei confronti dei quali l'IRCCS non si assume alcun obbligo di esclusiva, nel rispetto dei criteri di cui sopra, fino alla concorrenza dell'importo indicato nell'Avviso.

ART. 10 - GESTIONE DELLA SPONSORIZZAZIONE

La valutazione della Commissione viene trasmessa alla **struttura aziendale competente per la gestione della sponsorizzazione**, ai sensi dell'art. 7, che dovrà curare i rapporti con lo sponsor, la redazione e sottoscrizione del contratto di sponsorizzazione nonché provvedere agli adempimenti successivi al contratto quali:

- emissione della fattura;
- cura della pubblicizzazione del logo secondo gli accordi contrattuali;
- implementazione e aggiornamento del Registro atti di liberalità.

In caso di contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi o forniture, la struttura aziendale competente per la gestione della sponsorizzazione è tenuta ad effettuare verifiche e controlli periodici al fine di accertare la correttezza degli adempimenti previsti nel contratto sia per i contenuti tecnici sia per gli aspetti quantitativi, qualitativi e finanziari.

Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor per la tempestiva regolarizzazione, pena la risoluzione del contratto.

ART. 11 - CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

La sponsorizzazione viene formalizzata mediante la sottoscrizione di un apposito contratto da stipularsi in forma scritta secondo lo schema tipo allegato alle presenti Linee Guida (**MODULO C** sopra citato) da completare ed integrare con gli eventuali elementi specifici previsti nell'Avviso e secondo l'accordo tra le parti.

Il contratto di sponsorizzazione, quale contratto a titolo oneroso, il cui corrispettivo può essere rappresentato da una dazione di denaro o dalla fornitura di beni, servizi, prestazioni/attività o dalla realizzazione di lavori, si sostanzia in un'obbligazione di mezzi e non di risultato: lo sponsor quindi si obbliga a corrispondere il corrispettivo pattuito anche qualora non realizzi il ritorno economico atteso.

Il contratto è sottoscritto per lo sponsee dal Direttore Generale o da un suo delegato e per lo sponsor dal legale rappresentante o da un suo delegato.

I contratti di sponsorizzazione prevedono 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 vigente normativa. 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'IRCCS.

L'IRCCS in relazione al contratto di sponsorizzazione può definire specifiche clausole relative alla tutela del proprio logo e di propri segni distintivi.

In caso di contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi o forniture, gli Sponsor sono tenuti a:

- stipulare idonea polizza assicurativa a garanzia del corretto adempimento degli obblighi derivanti dal contratto di sponsorizzazione;
- stipulare idonea polizza assicurativa a garanzia degli eventuali danni causati a persone o cose e a collaboratori durante l'esecuzione degli interventi;
- rispettare la normativa in tema di sicurezza sul lavoro del personale e dei collaboratori, sollevando l'azienda da ogni responsabilità in merito.

ART. 12 - UTILIZZO DEI PROVENTI DELLE SPONSORIZZAZIONI E ADEMPIMENTI FISCALI

I proventi derivanti dalle sponsorizzazioni disciplinate dalle presenti Linee Guida sono utilizzati per le finalità specificate nel bando e definite nei singoli contratti a copertura dei costi del progetto o iniziativa per il quale sono stati erogati.

Tali proventi sono sempre e comunque finalizzati al perseguimento di interessi pubblici, al miglioramento della qualità dei servizi prestati, alla riduzione delle spese come specificato nel presente Regolamento.

Eventuali importi erogati dagli sponsor e non interamente utilizzati, consentiranno l'istituzione di un fondo dedicato alla formazione dei professionisti, da gestire secondo criteri di rotazione, imparzialità e con modalità che garantiscano la piena trasparenza.

Il contratto di sponsorizzazione costituisce attività rilevante ai fini IVA e soggetta ad aliquota di legge vigente.

Le sponsorizzazioni pure sono soggette all'applicazione della disciplina sull'IVA ai sensi del D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633. In ottemperanza a quanto stabilito dall'art. 1, comma 629, della L. n. 190/2014 (Legge di stabilità 2015), le fatture sono assoggettate a scissione dei pagamenti dove previsto.

Il valore della fatturazione per la sponsorizzazione corrisponde all'importo della somma determinata nel contratto per il sostegno della sponsorizzazione medesima. Il contributo specificato dal contratto dovrà essere sempre espresso con la dicitura "oltre ad IVA di legge", e l'importo erogato dovrà pertanto essere sempre comprensivo d'IVA.

Gli importi utilizzabili ai fini dell'evento o dell'iniziativa finanziata saranno pertanto rappresentati dai contributi stessi al netto di quanto di competenza erariale per IVA.

L'IRCCS provvederà ad emettere regolare fattura di importo corrispondente al contributo determinato nel contratto, oltre IVA a norma di legge. L'emissione di fattura da parte dell'Azienda nei confronti dello sponsor avverrà a seguito della sottoscrizione del contratto di sponsorizzazione e nei tempi definiti nel contratto. Alla fattura verrà allegata distinta PAGOPA affinché lo sponsor possa procedere al pagamento entro i termini definiti nel contratto di sponsorizzazione.

Le sponsorizzazioni mista o tecnica si configurano come operazioni permutative e trova, quindi, applicazione la disciplina sull'IVA del D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633. In particolare, sulla base della circolare n. 27/E del 7 novembre 2017, la fattura deve essere emessa ordinariamente con IVA e senza la limitazione da split payment.

ART. 13 - OBBLIGHI DI TRACCIABILITA'³

La sponsorizzazione **pura** è esclusa dall'ambito di applicazione degli obblighi di tracciabilità, in quanto si traduce in un mero finanziamento (non immediatamente legato all'ambito degli appalti) effettuato dall'operatore economico nei confronti di un soggetto pubblico. La sponsorizzazione pura non prevede la comunicazione del codice CIG.

Al contrario, la sponsorizzazione **tecnica** è soggetta alla disciplina sulla tracciabilità, in quanto l'apporto di denaro privato è correlato alla realizzazione di lavori, servizi o forniture pubblici ed integra la fattispecie di cui all'art. 3, comma 1, secondo periodo, della legge n. 136 del 2010. In questo caso il CIG è dovuto e va naturalmente calcolato sull'intero valore della controprestazione resa.

ART. 14 - CONFLITTO DI INTERESSI

Per ogni sponsorizzazione effettuata con l'IRCCS, il Responsabile della struttura competente in relazione all'oggetto della sponsorizzazione, valuta la sussistenza o meno di situazioni di conflitto di interesse, reale o potenziale, sulla base delle dichiarazioni effettuate dai proponenti sponsor, attenendosi a quanto previsto dal Codice di Comportamento dei dipendenti pubblici e dal Codice di Comportamento aziendale.

Inoltre, gli stessi sono tenuti a prestare attenzione alle situazioni di conflitto di interessi, in riferimento alle quali l'art. 1, comma 41, della L. 190/2012 ha introdotto l'art. 6 bis, L. 241/90, 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*

³ Riferimento: ANAC Determinazione n. 4 del 7 luglio 2011 recante "Linee guida sulla tracciabilità dei flussi finanziari ai sensi dell'articolo 3 della legge 13 agosto 2010, n. 136" aggiornata con Delibera n. 556 del 31 maggio 2017, con Delibera n. 371 del 27 luglio 2022 e con Delibera n. 585 del 19 dicembre 2023.

devono astenersi in caso di conflitto di interessi, segnalando ogni situazione di conflitto, anche potenziale”.

Il Responsabile della struttura destinataria della sponsorizzazione o che la gestisce dovrà dichiarare l'assenza di situazioni di conflitto di interessi come da modulo allegato alle presenti Linee Guida (**MODULO E** – dichiarazione assenza di conflitto di interessi Responsabile).

ART. 15 - OBBLIGO DI ASTENSIONE DALLA PROCEDURA DI GARA

Il professionista che ha proposto e/o gestisce la sponsorizzazione deve astenersi dall'intervenire a qualsiasi titolo, nelle procedure di gara alle quali partecipi lo sponsor sia durante la sponsorizzazione sia per un periodo di un anno dalla cessazione del rapporto contrattuale.

ART. 16 - REGISTRO ATTI DI LIBERALITA'

È in capo ai Direttori/Responsabili delle strutture competenti, in relazione all'oggetto della sponsorizzazione, la responsabilità di effettuare le necessarie verifiche sulla corretta applicazione delle presenti Linee Guida e di trasmettere semestralmente alla SSD Anticorruzione e Trasparenza i dati funzionali all'implementazione del Registro atti di liberalità.

Il Registro atti di liberalità è pubblicato sul sito istituzionale nella sezione “Amministrazione Trasparente” Sottosezione “Dati Ulteriori” a cura del Responsabile della Prevenzione della Corruzione e della Trasparenza.

ART. 17 - TRATTAMENTO DATI PERSONALI

Il trattamento dei dati personali conferiti nell'ambito del procedimento di gestione di sponsorizzazioni (finanziarie o tecniche) o comunque raccolti a tale scopo è svolto in conformità al Regolamento UE 2016/679 (GDPR) e alle disposizioni del D.Lgs. n. 196/2003 e s.m.i. ed è improntato ai principi di correttezza, liceità, legittimità, indispensabilità e non eccedenza rispetto agli scopi per i quali i dati stessi sono raccolti.

Nell'ambito dei contratti di sponsorizzazione di cui alle presenti Linee Guida, ai sensi della normativa sopra citata, le parti si configurano quali Titolari autonomi del trattamento dei dati e determinano i propri fini nonché i mezzi dello stesso, rispondendo ciascuno del trattamento posto in essere, e si impegnano, per quanto di propria competenza, al rispetto delle prescrizioni e degli adempimenti previsti dalla normativa vigente in tema di protezione dei dati personali.

L'informativa sul trattamento dei dati posto in essere dall'IRCCS con riferimento alle attività oggetto dei contratti di sponsorizzazione viene resa agli interessati contestualmente alla pubblicazione dell'Avviso di sponsorizzazione (**MODULO B**).

ART. 18 - SPESE CONTRATTUALI

Il contratto di sponsorizzazione è soggetto a registrazione solo in caso d'uso ai sensi degli artt. 5,

39 e 57 del DPR 131 del 26/04/1986 con oneri a carico del richiedente.

Il presente accordo è soggetto ad imposta sul bollo ai sensi dell'art. 2, all. A, Tariffa, parte I del DPR 26.10.1972, n. 642 e s.m.i. Le spese di bollo sono a carico dello sponsor.

Relativamente ai beni immobili, le spese contrattuali vengono concordate tra le parti.

ART. 19 - NORME DI RINVIO

Il presente Regolamento annulla e sostituisce il precedente di cui alla Deliberazione n.387 del 20/09/2012.

Per quanto non espressamente previsto nel presente Regolamento, si rinvia alla normativa vigente in materia.

ART. 20 – PUBBLICITA' DELLE LINEE GUIDE

Le presenti Linee Guida ed i relativi allegati sono pubblicati nella sezione “Amministrazione trasparente” del sito istituzionale dell'Azienda - Sottosezione Disposizioni Generali / Atti Generali/ Atti amministrativi generali.

MODULISTICA

- MODULO A – schema di Avviso di manifestazione di interesse;
- MODULO B – T43/IOA29 - Informativa sul trattamento dei dati personali per sponsorizzazioni e atti di liberalità
- MODULO C – schema tipo di contratto di sponsorizzazione;
- MODULO D - schema tipo di offerta/domanda di sponsorizzazione;
- MODULO E – dichiarazione assenza di conflitto di interessi Responsabile