Azienda di Servizi alla Persona
"*GOLGI – REDAELLI*"

Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni

di eventi formativi ed attività diverse

Approvato con deliberazione n. 4 del 26.06.2020

Sommario

CAPO I – DISPOSIZIONI GENERALI E COMUNI 3
Art. 1 – Oggetto e fonti di riferimento 3
Art. 2 – Generalità 3
Art. 3 – Genesi della sponsorizzazione 4
Art. 4 - Ricerca e scelta dello sponsor 4
Art. 5 - Contratto di sponsorizzazione 6
Art. 6- Utilizzo delle sponsorizzazioni e dei relativi proventi 7
CAPO II – DISPOSIZIONI IN MATERIA DI FORMAZIONE 7
A - SPONSORIZZAZIONE DI EVENTI FORMATIVI 7
Art. 7 – Oggetto e campo di applicazione in ambito formativo 7
Art. 8 - Modalità di gestione e pubblicizzazione della sponsorizzazione di eventi formativi accreditati E.C.M. 7
Art. 9 – Utilizzo di prodotti e dispositivi sanitari durante l'evento formativo 8
Art. 10 – Conflitto di interessi e sponsorizzazione di eventi formativi accreditati E.C.M. 8
B - SPONSORIZZAZIONI INDIVIDUALI 8
Art. 11 – Nozione e condizioni di ammissibilità 8
Art. 12 - Invito sponsorizzato 8
Art. 13 - Individuazione del partecipante 9
Art. 14 - Modalità di partecipazione 9
Art. 15 - Oneri delle sponsorizzazioni individuali 9
Art. 16 – Crediti formativi 9
Art. 17 – Partecipazione senza autorizzazione 9
C - CONTRATTI DI APPALTO CHE PREVEDONO LA SPONSORIZZAZIONE DI EVENTI FORMATIVI 10
Art. 18 - Clausole nell'ambito di contratti di affidamento di lavori, servizi e forniture 10
Art. 19 - Contenuto delle clausole formative nell'ambito di contratti di affidamento di lavori, servizi e forniture 10
Art. 20 - Clausole formative in procedure di scelta del contraente effettuate ad opera di centrali di committenza 10
CAPO III - DISPOSIZIONI FINALI 10
Art. 21 - Entrata in vigore e norma di rinvio 10
ALLEGATO 1 – CONTENUTI MINIMI DI PROPOSTA DI SPONSORIZZAZIONE 11

CAPO I – DISPOSIZIONI GENERALI E COMUNI

Art. 1 – Oggetto e fonti di riferimento

Oggetto e scopo

Il presente regolamento disciplina - in applicazione delle disposizioni normative vigenti in materia (anche in ordine alla trasparenza ed alla lotta alla corruzione) ed in conformità ai principi di efficienza, efficacia, imparzialità, trasparenza e buon andamento della Pubblica Amministrazione - le procedure e le attività per una corretta gestione delle sponsorizzazioni di interesse aziendale in particolare relative a:

- realizzazione di attività formative
- organizzazione di convegni, seminari, giornate di studio
- realizzazione di progetti di studio e di ricerca
- acquisizione di beni e servizi
- realizzazione di opere.

Tutte le sponsorizzazioni devono essere dirette al perseguimento di interessi pubblici, devono escludere qualsiasi forma di conflitto di interesse o di concorrenzialità tra attività pubblica e privata e devono essere tese alla realizzazione di maggiori economie e di una maggiore qualità dei servizi e delle prestazioni (resi anche mediante strutture ed iniziative strumentali all'erogazione dei medesimi), in armonia con le finalità statutarie e la *mission* istituzionale dell'Azienda di Servizi alla persona "Golgi-Redaelli".

Il presente regolamento – per le parti specifiche – integra le procedure di qualità richieste dagli indirizzi regionali in materia per il mantenimento dell'accreditamento di provider per la formazione - erogatore di corsi ECM in capo all'Azienda, e va applicato in coordinamento con le linee-guida aziendali e le procedure operative già definite in sede di Manuale di Qualità, nonché con le disposizioni regionali.

Fonti

Ai fini del presente Regolamento costituiscono fonti normative e regolamentari di riferimento tutte le fonti esterne di emanazione nazionale e/o regionale per la pubblica amministrazione riguardanti contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione e partecipazione tra soggetti pubblici o privati, nonché le norme vigenti in materia di trasparenza e lotta alla corruzione (ivi comprese le determinazioni ANAC riferite alle stesse).

Sono altresì norme di riferimento i provvedimenti regionali relativi all'educazione continua in medicina. I contratti di sponsorizzazione seguono la disciplina del Codice Civile - Artt. 1322, 1350 e 1174 – e del D. lg.s 50/2016, "Codice degli contratti pubblici", artt. 19 (Contratti di sponsorizzazione), art. 80 (Motivi di esclusione), art. 42 (Conflitto di interessi).

Sono fonti interne, tra le altre, il Modello di Organizzazione e Controllo ex D. Lgs. 231/01, il Piano aziendale della Prevenzione della Corruzione e per la Trasparenza e l'Integrità, il Codice di Comportamento dei dipendenti dell'ASP Golgi-Redaelli e il Regolamento di Organizzazione e Contabilità, nonché tutte le disposizioni interne correlate in quanto riferibili alla materia oggetto del presente Regolamento.

Art. 2 – Generalità

Definizioni

Ai fini del presente Regolamento, si intendono:

- per **sponsorizzazione**, ogni contributo in *denaro, *beni, *servizi, *opere o *ogni altra utilità proveniente all'Azienda da parte di terzi a fronte di veicolazione del logo/nome/segno distintivo dei medesimi nell'ambito del contratto di sponsorizzazione stipulato.
  Non si tratta di sponsorizzazione quando un soggetto privato o pubblico non chieda alcuna pubblicità a fronte della propria prestazione (in denaro, beni o servizi) offerta all'Azienda.
- per **sponsorizzazione pura,** l'impegno dello sponsor nei confronti dell'Azienda di riconoscere esclusivamente un contributo economico (in cambio del diritto di sfruttare spazi per fini pubblicitari);
- per **sponsorizzazione tecnica,** il contratto avente ad oggetto l'acquisizione o la realizzazione di lavori, servizi, forniture, direttamente a cura dello sponsor;
- 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 all'Azienda che si impegna, a sua volta, ad associare tale segno all'iniziativa oggetto di sponsorizzazione;

- per **sponsee**, il soggetto sponsorizzato (Azienda) 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; l'ASP Golgi-Redaelli riveste la qualifica di Provider per la formazione ai sensi della normativa in materia;
- per **contratto di sponsorizzazione**, un contratto atipico, a titolo oneroso e a prestazioni corrispettive, con il quale l'Azienda 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 **spazio pubblicitario**, lo spazio fisico o il supporto di veicolazione messo a disposizione dall'Azienda per la pubblicità dello sponsor;
- per r**eclutamento,** l'invito non nominale da parte di una ditta sponsor per uno o più dipendenti per la partecipazione ad eventi formativi.

Sponsor

Possono assumere la veste di sponsor persone fisiche o giuridiche aventi o meno scopo o finalità commerciali, con o senza scopo di lucro, purchè non sussistano a carico delle stesse 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).

Gli eventi formativi possono essere sponsorizzati anche da imprese commerciali operanti in ambito sanitario purché ciò non influenzi in alcun modo i contenuti formativi dell'evento.

Casi in cui la sponsorizzazione non è consentita

L'Azienda 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 dell'Azienda;
- qualora il potenziale sponsor abbia in corso un contenzioso con l'Azienda.
- qualora l'attività o gli interessi del potenziale sponsor si pongano in concorrenza con l'Azienda.

È fatto in ogni caso divieto di stipulare contratti/accordi di sponsorizzazione 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 alcoolici, armi, materiale pornografico, o a sfondo sessuale;
- attività di cartochiromanzia, magia, occultismo;
- gioco d'azzardo;
- pubblicità offensiva della dignità della persona o che possa evocare discriminazioni di razza, sesso e nazionalità o che possa offendere convinzioni religiose ed idea;
- pubblicità che possa indurre a comportamenti pregiudizievoli per la salute, la sicurezza e l'ambiente.

Art. 3 – Genesi della sponsorizzazione

Le sponsorizzazioni possono derivare:

A – da iniziativa dell'Azienda

B – da proposta spontanea di soggetto terzo (qualora se ne riscontri l'interesse da parte dell'Azienda).

La stessa deve riportare quantomeno i contenuti di cui all'allegato 1 a questo Regolamento.

In ogni caso, alla scelta dello sponsor si procederà attraverso procedura di selezione ad evidenza pubblica.

Art. 4 - Ricerca e scelta dello sponsor

Avviso di ricerca

La ricerca di sponsor deve avvenire mediante pubblicazione di apposito avviso di ricerca sponsor

(anche conseguente ad avvenuta ricezione di proposta spontanea di sponsorizzazione, indicando sinteticamente il contenuto del contratto proposto).
*Nel caso di ricezione di proposta spontanea la U.O. destinataria della sponsorizzazione, verificato l'interesse aziendale alla stessa, la trasmette alla struttura aziendale competente in materia di appalti e contratti, corredata da parere favorevole e se necessario da eventuali ulteriori informazioni utili allo svolgimento della ricerca.
*Nel caso di iniziativa diretta, la U.O. promotrice dell'iniziativa per la quale si richiede la sponsorizzazione provvede - *previo esperimento di attività istruttorie preliminari se e come definite da procedure aziendali complementari per la specifica materia di riferimento* - a fornire alla struttura aziendale competente in materia di appalti e contratti tutte le indicazioni utili alla definizione della richiesta.
Alla ricerca è data la più ampia diffusione e pubblicità, anche in conformità delle indicazioni di legge in materia in relazione all'importo stimato sponsorizzabile.

Contenuti dell'avviso di sponsorizzazione

L'avviso di sponsorizzazione, in particolare e in quanto congruenti con l'iniziativa da sponsorizzare, deve sinteticamente contenere:

- Oggetto e contenuti di sponsorizzazione (indicando, nel caso di preventiva ricezione di proposta spontanea, i contenuti della stessa)
- Denominazione, data e luogo di svolgimento dell'evento (se pertinente);
- Obiettivi e destinatari del progetto;
- Responsabile del progetto;
- Valore minimo della sponsorizzazione;
- Durata del contratto;
- Modalità e termini di presentazione dell'offerta;
- Criterio di scelta del contraente;
- Criteri di valutazione delle offerte;
- Criteri per la negoziazione;
- Criteri per l'eventuale miglioramento del valore della sponsorizzazione;
- Obbligazioni a carico dello sponsor e dello sponsee;
- Eventuali condizioni (come possibilità di contributi inferiori al minimo, esclusive generali o commerciali..);
- Eventuale richiesta di garanzia per l'assolvimento del contratto;
- Modalità di pubblicizzazione della sponsorizzazione.

L'Azienda - nell'avviso di sponsorizzazione di opere - deve indicare se lo sponsor dovrà eseguire la prestazione, oggetto dell'avviso, direttamente ovvero potrà avvalersi dell'operato di un terzo ed acquisire valutazione e progetto di fattibilità tecnica ed economica dell'intervento, il progetto esecutivo, il cronoprogramma, la relazione tecnica descrittiva dell'intervento, il computo metrico estimativo.

Contenuti dell'offerta

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

- il corrispettivo della sponsorizzazione;
- quantitativo e valore commerciale di eventuale fornitura a titolo gratuito di beni/servizi complementari (in aggiunta al contributo offerto);
- l'accettazione di tutte le condizioni previste nell'avviso;
- la conoscenza e l'accettazione del presente Regolamento;
- l'impegno a sottoscrivere il contratto;
- per la sponsorizzazione di eventi formativi e scientifici: 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

ed essere completa di eventuale documentazione richiesta a corredo.

Scelta dello sponsor

Trascorso il periodo di pubblicazione dell'avviso, il contratto può essere liberamente negoziato, purché nel rispetto dei principi di imparzialità e di parità di trattamento fra gli operatori che abbiano manifestato interesse, fermo restando il rispetto dell'art. 80 del D. Lgs. 50/2016 smi.
La scelta avviene nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, efficienza, trasparenza, privilegiando di norma l'offerta che presenta maggiore convenienza economica, fatta salva la facoltà dell'Azienda di predeterminare altro criterio ritenuto più idoneo in relazione alla finalità del contratto.
L'eventuale accettazione di contributi inferiori alla soglia minima stabilita quale valore della sponsorizzazione (se la facoltà e la relativa condizione sono state esplicitate in sede di avviso di sponsorizzazione) non comporterà per la Azienda alcuna obbligazione di pubblicizzazione dello sponsor ma unicamente un vincolo di destinazione del contributo all'evento/iniziativa per il quale è stato offerto.
Sussiste la possibilità di acquisire anche più sponsorizzazioni per lo stesso evento, al fine di ottimizzare la gestione delle risorse disponibili.

Conflitto di interessi

Per ogni proposta di sponsorizzazione pervenuta all'Azienda va accertata l'assenza di situazioni di conflitto di interessi esistente o potenziale, ponendo in essere tutte le attività e le cautele prescritte in materia, anche come declinate da connesse disposizioni aziendali, con riferimento ai soggetti interni ed esterni coinvolti nel procedimento.
La sussistenza di situazioni di conflitto di interesse (anche potenziale) comporta l'impossibilità di tenere in considerazione e valutare proposte di sponsorizzazione a qualsivoglia titolo pervenute o acquisite dall'Azienda.
Rientra tra le situazioni di conflitto di interessi la sponsorizzazione da parte di un fornitore di beni, un prestatore di servizi o un esecutore di lavori ed opere che abbia in corso un contratto con l'Azienda ai sensi del Codice dei Contratti Pubblici, fatta salva l'ipotesi che la sponsorizzazione non fosse compresa nelle condizioni in base alle quali è avvenuto l'affidamento.
Prima di sottoscrivere il contratto di sponsorizzazione le parti dovranno rilasciare apposita dichiarazione di assenza di conflitto d'interessi.

Art. 5 - Contratto di sponsorizzazione

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

a) Individuazione del progetto/tipologia di sponsorizzazione oggetto del contratto;
b) Valore complessivo della sponsorizzazione (contributo + eventuali accessori a titolo gratuito);
c) Durata del contratto;
d) Impegni e responsabilità dello sponsor e della Azienda nella sua qualità di sponsee;
e) Modalità di attuazione della sponsorizzazione, ivi incluse le modalità di associazione del nome, marchio, logo e degli altri segni distintivi dello sponsor;
f) Definizione degli aspetti economici della sponsorizzazione;
g) Verifiche;
h) Clausole di definizione delle controversie, penalità, recesso, risoluzione;
i) Clausola sul rispetto del Modello di Organizzazione e Controllo e del Piano per a Prevenzione della Corruzione e per la Trasparenza e l'Integrità della Azienda, nonché dei documenti connessi ai medesimi;
j) Facoltà di recesso e possibili cause di risoluzione del contratto (tra cui l'eventuale insorgenza di conflitto di interesse in corso di contratto di sponsorizzazione);
k) Foro competente per la risoluzione delle controversie relative all'esecuzione del contratto.

Per sponsorizzazioni aventi ad oggetto *servizi od *opere, il contratto dovrà anche prevedere:

- 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 l'Azienda da ogni richiesta di risarcimento per danni a terzi;
- l'estraneità dell'Azienda 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 l'Azienda si riserva di far valere.

Per la sponsorizzazione delle *attività formative si utilizza l'apposito schema di contratto messo a disposizione da Regione Lombardia, e - a seguito dell'individuazione del soggetto sponsor - la struttura competente al coordinamento della formazione procedere ai contatti necessari per la formulazione del contratto (secondo i modelli e le indicazioni regionali in materia) nonché all'adozione dei provvedimenti autorizzatori.

Nel caso in cui l'evento sia finanziato da più sponsor, occorre stipulare singoli contratti.

Art. 6- Utilizzo delle sponsorizzazioni e dei relativi proventi

Le sponsorizzazioni acquisite vengono gestite dall'Azienda unicamente per le finalità richieste e pattuite con lo sponsor. I proventi derivanti sono utilizzati per la copertura dei costi del progetto/iniziativa per il quale sono stati erogati, comprese le spese generali sostenute dall'Azienda per l'organizzazione del progetto.

CAPO II – DISPOSIZIONI IN MATERIA DI FORMAZIONE

A - SPONSORIZZAZIONE DI EVENTI FORMATIVI

Art. 7 – Oggetto e campo di applicazione in ambito formativo

La sponsorizzazione nella formazione può avere ad oggetto:

a) eventi formativi accreditati E.C.M.: attività formativa e di aggiornamento organizzata dall'Azienda in qualità di Provider del sistema ECM di Regione Lombardia, e rivolta al personale con il fine di dare attuazione alle esigenze formative e agli obiettivi individuati ed inseriti nel Piano Formativo Aziendale annuale, accreditati nell'ambito del programma di Educazione Continua in Medicina

b) eventi formativi non accreditati E.C.M. In questo caso occorre distinguere tra:
   - 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.;
   - 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 relative alla sponsorizzazione per eventi E.C.M..

c) sponsorizzazione per la partecipazione dei dipendenti dell'Azienda ad eventi formativi esterni (Corsi, Convegni, Congressi, Giornate di studio, Seminari o altre attività formative).

Restano escluse 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);

b) quando un ente/organizzazione, 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 questi casi non è richiesta la stipula di un contratto di sponsorizzazione ma, in ossequio al principio di trasparenza, il contratto o l'accordo va comunque formalizzato, allegato e reso disponibile per gli opportuni controlli dell'Ente accreditante.

I soggetti con cui è stato stipulato un accordo a titolo gratuito o che forniscano finanziamenti in denaro in assenza di spazi pubblicitari vanno in ogni caso indicati nell'elenco degli sponsor.

Art. 8 - Modalità di gestione e pubblicizzazione della sponsorizzazione di eventi formativi accreditati E.C.M.

L'Azienda si impegna a gestire la sponsorizzazione nel rispetto delle indicazioni emanate in materia di accreditamento E.C.M. da parte della Regione Lombardia e delle eventuali procedure di dettaglio elaborate ad hoc dall'Azienda, e secondo i contenuti pattizi del contratto sottoscritto.
Non è in ogni caso consentita la concessione di spazi espositivi all'interno dei reparti di degenza, degli ambulatori, dei luoghi di culto, nonché in periodi diversi dal giorno dell'evento.
Nel materiale a corredo dell'evento non possono essere inserite informazioni/ schede tecniche relative ai prodotti di interesse sanitario (farmaci, strumenti, dispositivi medici, etc.) o comunque a beni o servizi forniti dallo sponsor.

Art. 9 – Utilizzo di prodotti e dispositivi sanitari durante l'evento formativo

L'utilizzo di beni/attrezzature/dispositivi nell'ambito di un evento formativo è consentito unicamente previo oscuramento del logo del produttore, anche se non sponsor dell'iniziativa, allo scopo di non pregiudicare l'indipendenza formativa dell'evento stesso.
Qualora si tratti di dispositivi unici ed indispensabili alla formazione, e l'evento è in tutto o in parte finanziato da soggetti che producono, distribuiscono, commercializzano e/o pubblicizzano il dispositivo utilizzato, il Responsabile Scientifico dell'evento indica, motivandole espressamente, le ragioni per cui il dispositivo sanitario deve ritenersi unico ed indispensabile e la circostanza va preventivamente comunicata al Provider perché ne dia notizia ai partecipanti e all'ente accreditante.

Art. 10 – Conflitto di interessi e sponsorizzazione di eventi formativi accreditati E.C.M.

Fermo quanto enunciato nel relativo articolo 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 preventivamente sottoscrivere una specifica e formale dichiarazione che attesti di non aver/aver avuto negli ultimi due anni interessi o cariche o incarichi in imprese commerciali operanti in ambito sanitario.
Chi abbia ricevuto un qualunque tipo di beneficio da parte di un soggetto sponsor dovrà dichiarare le fonti di finanziamento e i benefici predetti, prima dell'inizio del corso.

B - SPONSORIZZAZIONI INDIVIDUALI

Art. 11 – Nozione e condizioni di ammissibilità

Nozione

Riguarda la partecipazione di dipendenti dell'Azienda ad eventi formativi esterni (corsi, convegni, congressi, giornate di studio, seminari ed altre forme di attività formativa), sponsorizzati da soggetti privati (es. operatori economici con interessi commerciali, società scientifiche, enti o agenzie formative, associazioni), che sostengono interamente i costi di iscrizione, viaggio, vitto e alloggio.
La partecipazione dei dipendenti dell'Azienda ad eventi formativi esterni non comprende l'attività di docente/relatore/moderatore a eventi formativi, sia gratuita che retribuita, in quanto quest'ultima rientra nell'ambito degli incarichi extraistituzionali, seguendone la disciplina.

Ammissibilità

La partecipazione dei dipendenti dell'Azienda ad eventi formativi esterni all'Azienda tramite sponsorizzazione individuale può avvenire a condizione che l'evento formativo:

- non contrasti con i fini istituzionali dell'Azienda;
- 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 professionale, scientifica/tecnologica o legislativa;
- abbia preferibilmente ottenuto o, quantomeno richiesto, ove previsto, i crediti formativi E.C.M..

In ogni caso, l'Azienda si riserva la facoltà di rifiutare qualsiasi richiesta di sponsorizzazione qualora ravvisi potenziali danni alla propria immagine ovvero, la ritenga, per ragioni di interesse pubblico, inopportuna o contraria all'etica, ovvero ne ravvisi conflitto di interessi o per carenza di interesse all'accoglimento.

Art. 12 - Invito sponsorizzato

Il soggetto proponente la sponsorizzazione invia formale richiesta scritta all'Azienda, di norma almeno 60 giorni prima dell'evento.
L'invito deve contenere:

- Denominazione e ragione sociale del soggetto proponente, codice fiscale e sede;

- Numero dei posti messi a disposizione;
- Sede e data dell'evento;
- Preventivo analitico delle spese previste per l'evento;
- Programma dell'evento;
- Qualifica professionale richiesta (Medico, Infermiere, Tecnico, ecc.).

La sponsorizzazione individuale non è nominale, e vige il divieto di reclutamento diretto dei discenti da parte dello sponsor.

Art. 13 - Individuazione del partecipante

L'Azienda provvede all'individuazione dei soggetti da destinare alla partecipazione all'evento secondo criteri di rotazione, trasparenza e pari opportunità partecipative (e nei limiti massimi di 3 volte/anno per singolo dipendente), e in relazione al ruolo organizzativo, al fabbisogno formativo e ad altri opportuni parametri, e previa verifica di assenza di conflitto di interesse tra i soggetti esterni interessati ed il dipendente individuato.

Al proposito, nel caso della sponsorizzazione individuale, tra lo sponsor ed il partecipante non devono esistere rapporti finanziari quali consulenza, possesso di azioni, 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 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.

Il soggetto individuato ed autorizzato alla partecipazione va indicato allo sponsor, di norma, almeno 30 giorni prima dell'evento.

Art. 14 - Modalità di partecipazione

Il dipendente autorizzato potrà partecipare all'evento usufruendo degli istituti contrattuali dell'aggiornamento facoltativo e della regolamentazione aziendale vigente senza richiedere altri contributi alla Azienda.

Art. 15 - Oneri delle sponsorizzazioni individuali

Gli oneri derivanti da sponsorizzazione individuale, relativi a spese d'iscrizione, viaggio, vitto e alloggio per i dipendenti individuati sono totalmente a carico dello sponsor.

È vietato elargire somme direttamente ai medesimi, e gli importi pattuiti vanno versati all'Azienda che li vincola all'effettuazione di attività formative.

Non sono consentiti il pagamento o l'agevolazione delle spese di viaggio, vitto, alloggio o di altra natura a favore degli ospiti dei soggetti autorizzati quali coniugi, partner, familiari o altri accompagnatori e non è consentita alcuna organizzazione o prenotazione a nome degli stessi.

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 sulla finalità tecnico scientifiche dell'iniziativa.

Art. 16 – Crediti formativi

Al soggetto 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 (come da indicazioni della Commissione Nazionale per la Formazione Continua (CNFC), non verrà considerata l'eccedenza al fine del computo totale dei crediti necessari per il triennio.

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

L'Ordine, il Collegio o l'Associazione, nei cui albi è iscritto il partecipante, 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.

Art. 17 – 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.

C - CONTRATTI DI APPALTO CHE PREVEDONO LA SPONSORIZZAZIONE DI EVENTI FORMATIVI

Art. 18 - Clausole nell'ambito di contratti di affidamento di lavori, servizi e forniture

Nell'ambito dei contratti relativi all'affidamento e all'esecuzione di lavori, servizi e forniture, è consentita la previsione di pattuizioni relative all'assunzione da parte dell'aggiudicatario di specifici obblighi di assicurare attività formative (ulteriori rispetto a quelle eventualmente proprie del rapporto contrattuale) a favore dell'Azienda. Tali attività possono sostanziarsi nell'impegno dell'operatore economico a sostenere direttamente gli oneri per dette iniziative.
La previsione delle pattuizioni di cui trattasi è subordinata all'espressa predeterminazione di tale obbligo nel bando di gara o in altra documentazione della procedura di scelta del contraente o alla sua indicazione, nell'ambito dell'offerta tecnico – amministrativa da parte dell'operatore economico, in quanto consentita dagli atti di gara.
Le clausole contrattuali devono assicurare il rispetto dei principi di cui al presente Regolamento e, in ogni caso, non possono generare situazioni di incompatibilità, conflitto d'interesse - anche potenziale - e contrastare o eludere disposizioni nazionali, regionali o aziendali.
La previsione, successiva alla stipulazione del contratto di lavori, servizi e forniture, di specifici accordi tra l'Azienda e l'operatore economico fornitore soggiace alle disposizioni ed ai limiti relative alla sponsorizzazione di attività formative, disciplinate dal presente Regolamento.

Art. 19 - Contenuto delle clausole formative nell'ambito di contratti di affidamento di lavori, servizi e forniture

La previsione di pattuizioni relative all'assunzione da parte dell'aggiudicatario di specifici obblighi di assicurare attività formative a favore dell'Azienda non può sostanziarsi nella diretta individuazione, da parte dell'operatore economico, dei dipendenti beneficiari delle iniziative formative. A fronte dell'impegno dell'operatore economico a sostenere direttamente gli oneri di cui trattasi, l'Azienda procederà all'individuazione dei dipendenti beneficiari, sulla scorta delle esigenze formative, previa verifica dell'assenza di conflitto di interesse anche potenziale e garantendo quanto più possibile una equa rotazione tra i destinatari, sulla base delle disposizioni relative alla sponsorizzazione di attività formative, disciplinate dal presente Regolamento.

Art. 20 - Clausole formative in procedure di scelta del contraente effettuate ad opera di centrali di committenza

Qualora le procedure di scelta del contraente vengano effettuate ad opera di centrali di committenza o l'Azienda aderisca a gare espletate in forma aggregata da parte di altro Ente, la presenza di eventuali clausole che prevedano specifici obblighi di assicurare attività formative e di aggiornamento a favore della stazione appaltante devono essere applicate garantendo quanto più possibile la facoltà di scelta del beneficiario da parte dell'Azienda, la quale procederà nell'individuazione previa verifica dell'assenza di conflitto di interesse, anche potenziale, e garantendo quanto più possibile una equa rotazione tra i destinatari.

CAPO III - DISPOSIZIONI FINALI

Art. 21 - Entrata in vigore e norma di rinvio

Il presente regolamento entra in vigore dalla data di esecuzione del relativo provvedimento 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 nel tempo in materia.

ALLEGATO 1 – CONTENUTI MINIMI DI PROPOSTA DI SPONSORIZZAZIONE

Il soggetto interessato ad una sponsorizzazione in favore dell'Azienda deve avanzare a tal fine proposta contenente almeno le seguenti informazioni:

- 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:
  - **somma di denaro**: importo e eventuale destinazione (Unità operativa o settore di attività dell'Azienda)
  - **bene mobile** (arredi, suppellettili, apparecchiature elettromedicali, strumentazione informatica etc.),
    - descrizione sintetica del bene con l'indicazione del relativo valore commerciale
    - stato di conservazione e/o di funzionamento del bene;
    - conformità alla normativa che ne disciplina le caratteristiche;
    - eventuale esistenza o assenza di materiale di consumo, sia esso dedicato o "aperto";
    - 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;
    - eventuali oneri derivanti per l'Azienda, sia in termini economici che organizzativi e gestionali (costi di installazione; costi di manutenzione; materiali di consumo; materiale esclusivo dedicato; ecc.).

    n.b.: qualora oggetto della sponsorizzazione sia una strumentazione elettromedicale, l'Azienda, acquisite le necessità delle strutture operative, può rappresentare all'offerente quale tipologia di apparecchiatura può essere proposta nell'ambito della disponibilità dichiarata dallo stesso.
  - **bene immobile**:
    - breve descrizione del bene, indicando la superficie e gli estremi di identificazione catastale;
    - foglio, mappali ed eventuali subalterni
  - **prestazione di una fornitura:** breve descrizione
  - **prestazione di un servizio:** breve descrizione e indicazione della volontà di eseguire la prestazione direttamente ovvero avvalendosi dell'operato di un terzo.
  - **esecuzione di lavori da effettuarsi su immobili, terreni e/o beni facenti parte del patrimonio dell'Azienda:** breve descrizione e indicazione della volontà di eseguire la prestazione direttamente ovvero avvalendosi dell'operato di un terzo.
- il corrispettivo della sponsorizzazione (specifiche sulla pubblicizzazione richiesta)
- il valore complessivo stimato della proposta.