
	Regolamento Generale Aziendale RGA ASL AL REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE	Data di emissione: Agosto 2023 Pagina 1 di 9
---	--	--


REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE

	Responsabili - Firme			Firma
	Nome e Cognome		Funzione/i	
Redazione	Rossella	Poletto	Referente Comunicazione SSA Comunicazione URP Formazione	
Verifica	Francesca	Chessa	Dirigente Responsabile SSA Comunicazione URP Formazione	
	Carlo	Castellotti	Dirigente Responsabile Ufficio Legale	
Approvazione	Michele	Colasanto	Direttore Amministrativo ASL AL	

 <p>ASL AL REGIONE PIEMONTE</p>	<p>Regolamento Generale Aziendale</p> <p>RGA ASL AL</p> <p>REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE</p>	<p>Data di emissione:</p> <p>Agosto 2023</p> <p>Pagina 2 di 9</p>
--	---	---

SOMMARIO

ART. 1 - OGGETTO E FINALITA'	3
ART. 2 - DEFINIZIONI	3
ART. 3 – LA FIGURA DELLO SPONSOR	4
ART. 4 - AMBITO DI APPLICAZIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI	4
ART. 5 – PAGAMENTO DEL CORRISPETTIVO IN DENARO DELLA SPONSORIZZAZIONE	5
ART. 6 - DIRITTO DI RIFIUTO, ESCLUSIONI OGGETTIVE E SOGGETTIVE	5
ART. 7 - SPONSORIZZAZIONI PLURIME	6
ART. 8 - SCELTA DELLO SPONSOR PER CONTRATTI DI VALORE INFERIORE A € 40.000,00	6
ART. 9 - SCELTA DELLO SPONSOR PER CONTRATTI DI VALORE SUPERIORE A € 40.000,00	6
ART. 10 - CONTENUTI MINIMI DEL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE	7
ART. 11 - OBBLIGHI A CARICO DELL'AZIENDA	7
ART. 12 - AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI RICERCA DELLO SPONSOR	7
ART.13 - TUTELA DEI MARCHI	8
ART. 14- ASPETTI CONTABILI E FISCALI	8
ART. 15 - CONTROLLI E VERIFICHE	9
ART. 16 TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI	9
ART. 16 – RINVIO	9
ART. 17 - ENTRATA IN VIGORE	9

	Regolamento Generale Aziendale RGA ASL AL REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE	Data di emissione: Agosto 2023 Pagina 3 di 9
---	--	--

ART. 1 - OGGETTO E FINALITA'

1. Questo regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione di attività e iniziative organizzate e gestite da ASL AL in applicazione delle disposizioni contenute:

- nell'art. 43 della Legge 449/97
- nell'art. 28 comma 2 bis della Legge 448/98
- nel DLgs 36/2023 (Codice degli appalti)

2. Le disposizioni del presente Regolamento sono finalizzate a definire una disciplina organica delle iniziative di sponsorizzazione allo scopo di assicurare i principi di efficienza, trasparenza, buon andamento e imparzialità che regolano l'attività della Pubblica Amministrazione.

3. Il ricorso alle sponsorizzazioni costituisce un'opportunità innovativa di finanziamento delle attività dell'Azienda ed è finalizzato a promuovere e incentivare la collaborazione tra pubblico e privato e a favorire il miglioramento organizzativo realizzando:

- una valorizzazione delle competenze, delle professionalità, della disponibilità di persone, enti, associazioni e aziende attivi sul territorio;
- una migliore qualità nei servizi/prestazioni erogati alla collettività;
- economie di spesa.

4. Le procedure di affidamento e le altre attività amministrative nella materia disciplinata dal presente Regolamento, si svolgono, oltre che in ottemperanza a quanto previsto dalla normativa sopra richiamata, nel rispetto delle disposizioni sul procedimento amministrativo di cui alla Legge 241/1990 e ss.mm.ii. e, per quanto in essa non espressamente previsto, nel rispetto delle disposizioni stabilite dal Codice Civile.


ART. 2 - DEFINIZIONI

1. Ai fini del presente Regolamento:

a) per "**contratto di sponsorizzazione**" si intende un contratto a titolo oneroso e a prestazioni corrispettive mediante il quale una parte (sponsor) si obbliga a versare una somma di denaro, a fornire beni o servizi o ad effettuare lavori a favore dell'altra parte e/o finanziare, anche mediante accollo, le obbligazioni di pagamento dei corrispettivi d'appalto dovuti dall'ASL AL (sponsee) la quale le garantisce, nell'ambito di propri eventi, iniziative o progetti, la possibilità di pubblicizzare, in appositi spazi, il nome, il marchio, l'immagine, l'attività, prodotti o servizi o simili, ovvero di distribuire prodotti o servizi a titolo promozionale, nei modi previsti dal contratto; l'obbligazione dello sponsee costituisce obbligazione di mezzi e non di risultato, pertanto essa deve intendersi adempiuta quando vi sia stata la realizzazione dell'evento, iniziativa o progetto dedotto nel contratto, indipendentemente dall'effettivo ritorno d'immagine;

b) per "**sponsorizzazione**" si intende ogni contributo in beni, prestazioni di servizi, realizzazione di lavori, corrispettivo in denaro o altra utilità proveniente all'Azienda da parte di terzi nell'ambito applicativo dei "contratti di sponsorizzazione";

c) per "**sponsor**" si intende il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico che intenda stipulare un contratto di sponsorizzazione;

	<p>Regolamento Generale Aziendale</p> <p>RGA ASL AL</p> <p>REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE</p>	<p>Data di emissione:</p> <p>Agosto 2023</p> <p>Pagina 4 di 9</p>
---	---	---

d) per “**sponsorizzato o sponsee**” si intende l’ASL AL, denominata di seguito “Azienda”, titolare dei benefici economici apportati dalla stipula dei contratti di sponsorizzazione;

e) per “**spazio pubblicitario**” si intende lo spazio fisico e digitale o qualsiasi altro supporto atto alla veicolazione di informazioni, messo a disposizione dello sponsor;

f) per sponsorizzazione “**pura – finanziaria**” si intende l’impegno dello sponsor di riconoscere esclusivamente un contributo economico (in cambio del diritto di sfruttare spazi per fini pubblicitari);

g) per sponsorizzazione “**tecnica**”: si intende una forma di partenariato estesa alla progettazione e alla realizzazione di parte o di tutto l’intervento (lavori, servizi, forniture sia se strumentali o non) a cura e a spese dello sponsor.

ART. 3 – LA FIGURA DELLO SPONSOR

1. L’Azienda può stipulare contratti di sponsorizzazione con soggetti pubblici e privati singoli o associati. Nei documenti di programmazione dell’Azienda possono essere individuate spese ed attività la cui realizzazione è vincolata alla conclusione di contratti di sponsorizzazione.

2. Qualora i lavori, i servizi e le forniture siano acquisiti o realizzati a cura dello sponsor, lo stesso deve essere in possesso dei requisiti di qualificazione per gli esecutori dei contratti pubblici.

3. I contratti di sponsorizzazione possono essere attivati sia su iniziativa dell’Amministrazione che su iniziativa di soggetti terzi.


4. I responsabili dei Servizi, nell’ambito della loro competenza, predispongono gli avvisi, i progetti operativi delle iniziative di sponsorizzazione e adottano gli atti di gestione necessari al raggiungimento degli obiettivi amministrativi.

ART. 4 - AMBITO DI APPLICAZIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. La sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni in favore dell’ASL AL.

2. La Sponsorizzazione a favore dell’Azienda, a carattere tecnico o finanziario, può prevedere a titolo di corrispettivo dovuto dallo sponsor:

- a) dazione di somme di denaro;
- b) forniture di materiali, attrezzature, beni;
- c) accollo del pagamento delle obbligazioni verso i terzi che svolgono le attività sponsorizzate;
- d) la realizzazione di un’opera o di un lavoro (acquisita o realizzata a cura e spese dello sponsor);
- e) la fornitura di una prestazione di servizio (acquisita o realizzata a cura e spese dello sponsor);
- f) la gestione di un’opera o di un’area;
- g) la gestione di un servizio.

	<p>Regolamento Generale Aziendale</p> <p>RGA ASL AL</p> <p>REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE</p>	<p>Data di emissione:</p> <p>Agosto 2023</p> <p>Pagina 5 di 9</p>
---	---	---


3. Nel caso di cui al punto 2.c), si assume quale controvalore monetario del contratto il valore di mercato della fornitura dei beni, dei servizi o dei lavori, effettuati dallo sponsor.

ART. 5 – PAGAMENTO DEL CORRISPETTIVO IN DENARO DELLA SPONSORIZZAZIONE

1. Ove il corrispettivo della sponsorizzazione sia costituito dalla dazione di una somma di denaro, il pagamento avviene, di norma, a 30 giorni dalla data di emissione della fattura.

ART. 6 - DIRITTO DI RIFIUTO, ESCLUSIONI OGGETTIVE E SOGGETTIVE

1. L'Azienda rifiuta qualsiasi proposta di sponsorizzazione e recede dal contratto eventualmente sottoscritto qualora:
 - a) ritenga possa derivare un conflitto di interessi tra l'attività pubblica e quella dello sponsor;
 - b) ravvisi nel messaggio pubblicitario o nei mezzi utilizzati dallo Sponsor un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative/attività;
 - c) reputi la sponsorizzazione inaccettabile per motivi di pubblico interesse.
2. Sono escluse, in ogni caso, le sponsorizzazioni aventi per oggetto:
 - a) la propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - b) la pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti superalcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, medicinali o cure mediche, gioco d'azzardo;
 - c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, discriminazione, odio o minaccia;
 - d) messaggi contrari al decoro o alla morale pubblica.
3. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione i soggetti che:
 - a) non dichiarano il possesso dei requisiti di ordine generale necessari per poter contrarre con una Pubblica Amministrazione a norma del D.Lgs 36/2023, per quanto applicabile.
 - b) non dichiarano di rispettare o, comunque, non rispettano i seguenti principi definiti dalla Risoluzione 2003116 del 13 agosto 2003 della Sottocommissione delle Nazioni Unite sulla Promozione e Protezione dei Diritti Umani:
 - diritto di pari opportunità e al trattamento non discriminatorio;
 - diritto alla sicurezza e alla salute delle persone;
 - diritti dei lavoratori;
 - rispetto degli assetti istituzionali, delle norme giuridiche e delle prassi degli interessi pubblici, delle politiche sociali, economiche e culturali, della correttezza dei comportamenti imprenditoriali e pubblici;
 - obblighi riguardanti la tutela dei consumatori;
 - obblighi riguardanti la protezione dell'ambiente.
 - c) abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria con l'Azienda.

	Regolamento Generale Aziendale RGA ASL AL REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE	Data di emissione: Agosto 2023 Pagina 6 di 9
---	--	--

4. Il soggetto interessato attesta il possesso dei requisiti di cui al precedente punto 3 mediante dichiarazione sostitutiva ai sensi del D.P.R. 445/2000.

ART. 7 - SPONSORIZZAZIONI PLURIME

1. In generale le sponsorizzazioni non sono effettuate con diritto di esclusiva da parte dello sponsor, e pertanto l'Azienda può ricevere più sponsorizzazioni per uno stesso evento od oggetto.

ART. 8 - SCELTA DELLO SPONSOR PER CONTRATTI DI VALORE INFERIORE A € 40.000,00

1. Qualora il contenuto di beni o servizi oggetto del contratto di sponsorizzazione sia di valore inferiore ad € 40.000,00, l'ASL AL procederà con affidamento diretto, previa valutazione della rispondenza del contratto stesso alle prescrizioni del presente regolamento e decretata l'opportunità della proposta da parte di una Commissione formata dal Responsabile del Servizio competente, dal Direttore di Dipartimento cui la Struttura afferisce, dal Responsabile della SSA Comunicazione URP Formazione e dal Dirigente dell'Ufficio Legale.


ART. 9 - SCELTA DELLO SPONSOR PER CONTRATTI DI VALORE SUPERIORE A € 40.000,00

1. In attuazione di quanto disposto dal D.Lgs. 36/2023 si stabilisce che, per contratti di sponsorizzazione di importo superiore a € 40.000,00 al fine di assicurare il rispetto dei principi di trasparenza, imparzialità e parità di trattamento, l'affidamento è soggetto esclusivamente alla previa pubblicazione sul sito istituzionale dell'ASL AL per trenta giorni di un apposito avviso con il quale si renda nota la ricerca di sponsor per specifici interventi. Nell'istanza di adesione dovrà essere dichiarato di non trovarsi nelle condizioni di esclusione di cui al D.Lgs. 36/2023. All'avviso saranno allegate schede dettagliate di ogni singola iniziativa contenenti:

- il programma di massima di ogni specifica iniziativa/evento,
- la tipologia di sponsorizzazione (finanziaria e/o tecnica),
- la scadenza per la presentazione dell'offerta,
- i valori (complessivi e/o dettagliati per singole attività) stimati (IVA esclusa) per la sua realizzazione. Questi ultimi valori non costituiscono in ogni caso vincolo per la formulazione dell'offerta di sponsorizzazione in quanto è possibile presentare offerte anche di importo inferiore.
- l'ufficio procedente e il responsabile di procedimento

2. 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.

3. Si procede alla valutazione delle offerte pervenute nel rispetto dei criteri stabiliti nell'avviso medesimo. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate da parte di una Commissione formata dal Responsabile del Servizio competente, dal Direttore di Dipartimento cui la Struttura afferisce, dal Responsabile della SSA Comunicazione URP Formazione e dal Dirigente dell'Ufficio Legale, nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato. Per la validità della valutazione è sufficiente la presenza di tre componenti della Commissione.

	<p>Regolamento Generale Aziendale</p> <p>RGA ASL AL</p> <p>REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE</p>	<p>Data di emissione:</p> <p>Agosto 2023</p> <p>Pagina 7 di 9</p>
---	---	---

ART. 10 - CONTENUTI MINIMI DEL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

1. La sponsorizzazione viene regolata da apposito contratto nel quale, in particolare, sono almeno stabiliti:

- Il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario;
- La durata del contratto di sponsorizzazione;
- Gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
- Le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

2. Nel contratto deve essere prevista la facoltà dell'Azienda di recedere prima della scadenza, previa tempestiva e formale comunicazione allo sponsor; deve inoltre essere prevista la clausola risolutiva espressa nel caso in cui lo sponsor rechi danno all'immagine dell'Azienda, fermo restando il diritto al risarcimento del danno.

ART. 11 - OBBLIGHI A CARICO DELL'AZIENDA

1. L'Azienda, quale controprestazione ai beni e/o ai servizi forniti dallo sponsor, potrà realizzare, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, alcune delle forme pubblicitarie indicate di seguito:

- riproduzione del marchio-logo o delle generalità dello sponsor su tutto il materiale pubblicitario delle iniziative oggetto della sponsorizzazione (manifesti, volantini, ecc.) e/o nel sito istituzionale dell'Azienda, all'interno dello spazio informativo dell'attività interessata;
- posizionamento di targhe o cartelli indicanti il marchio-logo o le generalità dello sponsor sui beni o locali oggetto della sponsorizzazione;
- utilizzo a fini pubblicitari di spazi all'interno dell'Azienda (es. bacheche, ascensori, sale riunioni, sale d'attesa, ecc.);
- utilizzo a fini pubblicitari di spazi su documentazione dell'Azienda (buoni mensa, bollette, carta intestata, etc.);


2. Le forme di pubblicità possono riguardare tutte o solo alcune delle modalità previste dal presente articolo. Le stesse sono riportate nel contratto.

3. L'imposta sulla pubblicità, ove dovuta, grava sullo sponsor nella misura di legge.

ART. 12 - AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI RICERCA DELLO SPONSOR

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'ASL AL secondo la disciplina del presente Regolamento.

2. L'Azienda, previa valutazione di convenienza sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, può tuttavia affidare il servizio di ricerca degli sponsor a soggetti da individuare tramite procedure sugli appalti di servizi previste dal "codice dei contratti" (D.Lgs.36/2023).

	Regolamento Generale Aziendale RGA ASL AL REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE	Data di emissione: Agosto 2023 Pagina 8 di 9
---	--	--

La procedura per la ricerca degli sponsor viene avviata dall’Azienda mediante definizione di specifico avviso contenente le caratteristiche dell’incarico e la richiesta di presentazione di apposito progetto – offerta.

L’Azienda si riserva la facoltà di articolare il punteggio da assegnare agli elementi progettuali piuttosto che a quelli economici, questi ultimi rappresentati dal compenso richiesto da esprimersi in termini percentuali sul fatturato delle sponsorizzazioni procacciate, in base alle tipologie delle iniziative oggetto del contratto di agenzia.


ART.13 - TUTELA DEI MARCHI

I contratti di sponsorizzazioni stipulati dall’ASL AL possono prevedere clausole inerenti le garanzie e le forme di tutela dei marchi, con riferimento all’utilizzo dei loghi e dei segni distintivi, nel rispetto della normativa vigente in materia.

L’ASL AL può definire in relazione ai contratti di sponsorizzazione specifiche clausole relative alla tutela del proprio logo e dei propri segni distintivi.

ART. 14- ASPETTI CONTABILI E FISCALI

1. Le iniziative derivanti da contratto di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale sulle imposte dirette, per quanto applicabili, sulle imposte indirette e sui tributi locali, per la cui applicazione il presente regolamento fa rinvio.
2. Il contratto di sponsorizzazione costituisce attività rilevante ai fini IVA e soggetta ad aliquota di legge vigente. 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.
3. Qualora il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione consista in lavori, nella prestazione di servizi o nella fornitura di beni a carico dello sponsor, è fatto obbligo di operare la doppia fatturazione, ovvero la fatturazione dello sponsor all’Azienda del valore dei lavori, servizi o beni, soggetta all’Iva, e la fatturazione dell’Azienda allo sponsor di un pari importo, sempre soggetto ad Iva, per il valore della promozione di immagine fornita allo sponsor.
4. La regolamentazione contabile del rapporto di sponsorizzazione, a seconda delle forme di realizzazione dello stesso, si effettuerà pertanto come di seguito indicato:
 - a) contributi economici: l’Azienda emetterà fattura al soggetto finanziatore per un importo pari al contributo pattuito nel contratto;
 - b) cessione gratuita di beni e/o servizi: lo sponsor fatturerà all’Azienda un importo pari al valore stimato, stabilito nel contratto di sponsorizzazione, del bene, dei lavori o dei servizi ceduti. In conseguenza, l’Azienda provvederà ad emettere fattura allo sponsor di uguale importo, a titolo di sponsorizzazione, con compensazione contabile delle due fatture;
5. Ogni spesa contrattuale inerente e conseguente alla stipulazione ed alla registrazione del contratto di sponsorizzazione e/o dell’accordo di collaborazione nei casi previsti dalla legge è a carico dello sponsor.
6. L’emissione di fattura da parte dell’Azienda nei confronti dello sponsor avverrà ad avvenuto pagamento.

	Regolamento Generale Aziendale RGA ASL AL REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE	Data di emissione: Agosto 2023 Pagina 9 di 9
---	--	--

ART. 15 - CONTROLLI E VERIFICHE

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del Servizio competente per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, qualitativi e quantitativi.
2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor a mezzo raccomandata a/r o PEC.
3. Il mancato rispetto delle norme contrattuali produce la risoluzione del contratto; è fatto salvo il risarcimento del danno.

ART. 16 TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste.
2. I dati sono trattati, in conformità alle norme vigenti, dal personale degli uffici tenuti all'applicazione del presente regolamento.
3. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e/o privati in relazione alle finalità del regolamento.

ART. 16 – RINVIO

1. Per ogni aspetto che non trovi esplicita disciplina nel presente regolamento si fa rinvio alle norme di legge applicabili.
2. Tutti i richiami alle norme contenuti nel presente Regolamento devono intendersi effettuati alle disposizioni vigenti al momento dell'applicazione concreta del Regolamento stesso, senza necessità di suo adeguamento espresso.

ART. 17 - ENTRATA IN VIGORE

1. Il presente regolamento entra in vigore dall'esecutività della deliberazione che lo approva.