



REGOLAMENTO PER LA SPONSORIZZAZIONE DI EVENTI FORMATIVI

1. PREMESSA

L'IZSve, in qualità di Provider del sistema ECM presso il Ministero della Salute e in qualità di Organismo di Formazione accreditato per la Formazione Continua presso la Regione del Veneto (LR 19/2002 e smi), progetta, accredita ed eroga eventi formativi garantendo che l'informazione e l'attività educativa sia obiettiva e non influenzata da interessi diretti e indiretti che ne possano pregiudicare la finalità esclusiva di educazione/formazione dei professionisti. Per tale motivo il ricorso allo strumento della sponsorizzazione, che consente di disporre di ulteriori risorse utili da destinare alle attività formative, deve essere disciplinato per assicurare l'obiettività, l'imparzialità e l'indipendenza della formazione nonché il contrasto alla possibile insorgenza di condizioni di conflitto di interesse.

2. OGGETTO E FINALITA'

Il presente Regolamento disciplina le regole e le procedure necessarie per assicurare una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione di eventi formativi, nel rispetto delle norme vigenti (art. 43 della Legge 27.12.1997 n. 449 e ss.mm., art. 19 d.lgs.n. 50/2016 e s.m.i.) nonché dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza e in osservanza del principio di esclusione di conflitti di interesse tra l'attività pubblica e quella privata, di parità di trattamento e non discriminazione e trasparenza.

L'IZSve, operante come soggetto sponsorizzato, procede all'acquisizione di sponsorizzazioni da parte di qualificati soggetti privati e pubblici, al fine di favorire:

- a) miglioramenti economicamente apprezzabili della qualità dei servizi da esso erogati;
- b) sostegno allo sviluppo di progettualità e iniziative innovative;
- c) acquisizione di risorse finalizzate a risparmi di spesa.

Il presente Regolamento si applica nei casi di offerte di contributi, consistenti in somme di denaro, beni e/o servizi, messi a disposizione dell'IZSve da parte di soggetti privati e/o associazioni senza fine di lucro, ovvero operatori economici ai sensi del d.lgs. n. 50/2016, per finalità di formazione continua e/o aggiornamento tecnico - scientifico a carattere collettivo.

L'Istituto, per ragioni di trasparenza e correttezza, intende applicare il presente Regolamento a tutte le attività formative dallo stesso organizzate.

3. RIFERIMENTI LEGISLATIVI

- Accordo tra il Governo, le Regioni e le Province autonome di Trento e Bolzano del 2 febbraio 2017 "La formazione continua nel settore Salute";

- Regolamento applicativo dei criteri oggettivi di cui all'Accordo Stato Regioni del 5.11.2009 e per l'accreditamento approvato dalla Commissione nazionale per la formazione continua il 13.1.2010 (artt. 2.7 e 3);
- D.Lgs. 24 aprile 2006, n. 219, art. 124;
- Legge 449/97 art. 43 e legge n. 488/99 art. 30, co. 8 (leggi finanziarie del 1998 e del 2000);
- LR della Regione del Veneto 19/2002 e s.m.i.;
- D.Lgs. 50/2016 s.m.i.

4. DEFINIZIONI

PROVIDER: organismo di formazione accreditato presso il territorio di riferimento per la formazione professionale nonché soggetto attivo e qualificato nel campo della formazione Continua in Medicina (ECM) e pertanto abilitato e accreditato a livello nazionale presso la Commissione Nazionale per la Formazione Continua a realizzare attività formative.

SPONSORIZZAZIONE: si intende ogni contributo in beni, servizi o denaro od ogni altra utilità proveniente all'IZSve da terzi, che perseguono lo scopo di promuovere la propria attività per conseguire un beneficio di immagine.

SPONSORIZZAZIONE FINANZIARIA: il contratto mediante il quale lo sponsor si obbliga a versare una somma di denaro.

SPONSORIZZAZIONE TECNICA: il contratto mediante il quale lo sponsor si obbliga a fornire beni o servizi.

SPONSOR: qualsiasi soggetto privato che fornisce finanziamenti, risorse o servizi all'IZSve mediante un contratto a titolo oneroso, in cambio di spazi di pubblicità o attività promozionali del soggetto sponsorizzante.

PARTNER: qualsiasi soggetto che partecipa, insieme al Provider, all'organizzazione e alla gestione di eventi formativi in virtù di appositi accordi apportando un qualsiasi contributo scientifico e/o organizzativo all'attività di formazione realizzata dal Provider senza richiedere uno specifico corrispettivo (ad esempio spazi pubblicitari per la promozione del proprio marchio).

CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE: contratto atipico a titolo oneroso mediante il quale l'IZSve, nell'ambito delle proprie iniziative formative, offre ad un terzo (sponsor), che si obbliga a fornire una determinata prestazione, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale, il logo, il marchio, i prodotti, in appositi e predefiniti spazi pubblicitari.

SPAZIO PUBBLICITARIO: spazio fisico, digitale o altro supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dall'IZSve per la pubblicità dello sponsor.

SPAZIO DIDATTICO: ambiente in cui sono realizzate le attività didattiche. Nel caso di corsi residenziali è rappresentato dallo spazio fisico in cui si svolge la didattica (aula, sala convegni, ecc.); nel caso di attività *online*, è rappresentato dall'ambiente di apprendimento virtuale allestito all'interno del LMS (*Learning Management System*).

MATERIALE DIDATTICO: contenuti di supporto all'apprendimento che possono essere in formato cartaceo e/o digitale a disposizione del discente, ad esempio: pdf, video lezioni e SCORM (*Shareable Content Object Reference Model*) ovvero, un oggetto SCORM è un insieme di file impacchettati secondo uno standard riconosciuto per la realizzazione di *learning object*.

EVENTO RESIDENZIALE: evento formativo che prevede la presenza in aula di docenti e discenti in modalità sincrona.

EVENTO FAD: evento formativo a distanza che si realizza interamente in un ambiente di apprendimento online (Learning Management System).

EVENTO BLENDED: evento formativo che propone attività che integrano tra loro diverse metodologie didattiche (esempio attività residenziali e/o online e/o sul campo).

CONFLITTO DI INTERESSI: condizione in cui un soggetto svolge contemporaneamente due ruoli differenti con possibilità di interferenza dell'uno sull'altro, ovvero la situazione, condizione o insieme di circostanze, in cui un interesse secondario interferisce, ovvero potrebbe potenzialmente interferire, con l'abilità del funzionario pubblico ad agire in conformità con i suoi doveri di imparzialità, trasparenza, nel perseguimento dell'interesse pubblico e del buon funzionamento dell'amministrazione e in presenza del quale il soggetto si astiene dal partecipare all'adozione di decisioni o altra attività.

"LOGO", "MARCHIO" O "SEGNO DISTINTIVO": rappresentazioni grafiche o immagini o rappresentazioni testuali utilizzate dallo sponsor come elemento illustrativo della propria attività o del proprio ruolo commerciale, da veicolare a fini pubblicitari.

MANIFESTAZIONE DI INTERESSE: la comunicazione all'IZSVE da parte di terzi della volontà e disponibilità ad attivare contratti di sponsorizzazione.

DISCENTE: persona che partecipa a un evento formativo al fine di acquisire conoscenze, abilità, competenze obiettivo dell'evento stesso.

DISCENTE RECLUTATO: è da considerarsi reclutato il professionista sanitario che beneficia di vantaggi economici e non economici, diretti e indiretti, per la partecipazione a eventi formativi da parte di imprese commerciali operanti in ambito sanitario che possono anche non essere sponsor dell'evento.

5. OGGETTO DELLA SPONSORIZZAZIONE

Oggetto della sponsorizzazione può essere qualsiasi progetto/evento formativo inserito nel Piano Formativo Aziendale (PFA) o altra attività extra Piano autorizzata dalla Direzione generale. La sponsorizzazione può prevedere la copertura totale o parziale degli oneri finanziari di uno o più progetti /eventi formativi.

5.1 Pubblicità e attività promozionali – veicolazione del marchio

Sono di seguito riportate le principali indicazioni in merito alla corretta gestione dell'attività di promozione commerciale in occasione di eventi formativi. In generale, allo sponsor è consentita la distribuzione di materiale informativo, promozionale e pubblicitario in appositi spazi esterni agli ambienti in cui si svolgono le attività didattiche.

La pubblicità e le attività promozionali di qualsiasi genere non devono interferire né disturbare, sotto qualsiasi forma, l'attività formativa.

Nel caso di eventi residenziali, se prevista, la cartella congressuale con informazioni relative a prodotti di interesse sanitario (farmaci, strumenti, apparecchiature, dispositivi medici ecc.) deve essere consegnata fuori dall'aula in cui si svolgono le attività formative, possibilmente al termine dell'evento.

Durante lo svolgimento dell'evento, se rilevante a scopi didattici, è consentita unicamente l'indicazione del principio attivo dei farmaci o del nome generico del prodotto di interesse sanitario.

Inoltre, è consentito l'accesso in aula di massimo due rappresentanti dello sponsor commerciale, purché ciò non condizioni l'attività formativa.

E' consentita l'apposizione del logo dello sponsor (non dei prodotti commerciali) su:

- programma e locandina dell'evento;
- cartellonistica e segnaletica congressuale;
- lettera di accompagnamento al programma;
- penne, blocchi, cartelle e laccetti porta badge;
- atti congressuali;
- cavalieri dedicati sui tavoli durante i servizi catering (coffee break, lunch, colazioni di lavoro, welcome cocktail/dinner, social dinner, ecc.)

Lo sponsor può essere indicato, in modo discreto:

- prima dell'inizio e dopo il termine dell'evento residenziale;
- all'inizio o alla fine del materiale didattico (cartaceo e/o digitale) fornito ai partecipanti in occasione degli eventi formativi siano essi residenziali che *online*. Il supporto economico di aziende pubbliche e private, dichiarato all'inizio del materiale didattico, può includere anche il logo, l'indirizzo e l'area/e di specifico interesse dello/i sponsor commerciale/i;
- nell'ultima pagina del materiale pubblicitario (locandina, brochure, invito) e dei programmi di attività formative, siano esse di tipo residenziale che *online*.

Gli sponsor possono essere ringraziati dal Provider attraverso annunci stampati e brochure o altrove, senza alcun riferimento a prodotti specifici.

Non è consentito distribuire/presentare materiale promozionale e pubblicitario, sia esso riferito allo sponsor o a prodotti commerciali (sia esso in formato cartaceo o digitale), all'interno degli spazi didattici e durante le attività formative.

Non è consentito inserire pubblicità o messaggi promozionali relativi allo sponsor o a prodotti commerciali di interesse sanitario (es. nomi commerciali di prodotti o di aziende farmaceutiche anche se non correlate all'argomento trattato) all'interno del materiale didattico (es. dispense, slide, abstract, prodotti audio visivi).

6. RESPONSABILITÀ E OBBLIGHI

6.1 Responsabilità e obblighi del Provider

Il Provider si impegna a organizzare l'evento, adottando le regole di correttezza e trasparenza, senza subire interferenze da parte dello sponsor e a dichiarare di svolgere la propria attività in assenza di conflitto di interessi, tenuto conto di quanto stabilito dal presente Regolamento.

Il Provider è tenuto a reperire tutte le risorse e dei mezzi necessari a garantire il buon esito del progetto formativo facendo anche ricorso, se ritenuto opportuno, a più sponsor e a eventuali collaborazioni esterne (es. partner).

Nel caso in cui il Provider si avvalga di altri soggetti partner, a cui delegare in tutto o in parte l'effettuazione delle attività correlate alla realizzazione dell'evento, questo si obbliga a informarne lo sponsor e a riportare in apposito contratto le diverse attività.

Il Provider è responsabile dell'organizzazione dell'evento e del contenuto formativo che determina unilateralmente, nonché della qualità scientifica e didattica, così come dell'integrità etica di tutte le attività educative e formative che verranno svolte in occasione dell'evento.

Il Provider individua il responsabile scientifico del progetto formativo il quale dovrà dichiarare la propria autonomia e l'assenza di influenza o interferenza da parte di terzi e che, come per il personale docente coinvolto nell'ideazione e realizzazione dell'evento, non trarrà alcun vantaggio dalla sponsorizzazione dell'evento da parte dello sponsor. Interesse delle parti è, infatti, che venga fornita ai discenti attività formativa condotta con professionalità e rigore scientifico e con la massima indipendenza, dal momento che le finalità dell'evento sono e dovranno restare unicamente quelle di educazione e formazione.

Il Provider ha l'obbligo di raccogliere, attraverso le schede di gradimento evento, le percezioni dei partecipanti in merito all'eventuale influenza dello sponsor. Tali informazioni, nel caso di corsi ECM, devono essere inoltrate in forma aggregata all'Agenzia Nazionale per i Servizi Sanitari del Ministero della Salute (AGENAS).

Il Provider ha l'obbligo di mantenere riservati l'elenco e gli indirizzi dei partecipanti all'evento i quali non potranno essere trasmessi allo sponsor o utilizzati a fini commerciali. Tuttavia sarà possibile comunicare allo sponsor il numero complessivo dei discenti presenti e, nel caso di reclutamento diretto, è possibile per il Provider dare riscontro relativamente ai nominativi segnalati dallo sponsor.

Inoltre il Provider ha l'obbligo di mantenere riservati gli indirizzi di docenti e moderatori dell'evento.

In caso di reclutamento diretto dei partecipanti da parte dello sponsor, per i soli corsi accreditati ECM, il Provider ha l'obbligo di:

- conservare tutte le autorizzazioni delle ASL/Enti di appartenenza dei partecipanti o in alternativa le autocertificazioni, ove siano state rilasciate le autorizzazioni;
- raccogliere la copia dell'invito dello sponsor o la dichiarazione sottoscritta dell'operatore sanitario, attestante l'invito;
- dichiarare al Comitato Gestione Anagrafica Professioni Sanitarie (Co.Ge.A.P.S.), in fase di rendicontazione dell'evento, il numero dei crediti attribuito all'evento e lo sponsor commerciale per ogni singolo partecipante.

Il Provider, inoltre, ha l'obbligo di:

- inserire l'evento nel calendario delle manifestazioni presenti sul proprio sito *web* o ad avvalersi di altri mezzi e strumenti che pubblicizzino la manifestazione;
- comunicare all'ente accreditante l'esatto supporto finanziario o di risorse fornite dallo sponsor commerciale nel termine di trenta giorni prima dello svolgimento dell'evento;
- esporre il logo aziendale dello sponsor secondo quanto previsto dal presente Regolamento;
- vigilare sulla corrispondenza tra le attività di sponsorizzazione previste dal contratto e quelle effettivamente realizzate.

Nel caso di eventi residenziali, il Provider, qualora previsto nell'avviso di sponsorizzazione e/o contratto, metterà a disposizione dello sponsor apposito spazio per l'esposizione e l'illustrazione, da parte di personale qualificato e autorizzato dallo sponsor, delle caratteristiche tecnico-scientifiche dei prodotti rientranti nel settore merceologico inerente la materia trattata. Se ritenuto necessario, il Provider si impegna altresì a permettere al personale autorizzato dallo sponsor di accedere allo spazio loro riservato anche al di fuori dell'orario di svolgimento dell'evento per finalità pratico-organizzative.

Nel caso in cui lo sponsor si configuri come Azienda Farmaceutica, il Provider si impegna a fornirgli, almeno 70 giorni prima dell'inizio dell'evento, il programma, la documentazione e tutte le informazioni necessarie per procedere alla richiesta di autorizzazione all'AIFA prevista dall'art. 124 del D.Lgs. 219/2006. In ogni caso il programma definitivo dell'evento deve essere trasmesso almeno 30 giorni prima della data di svolgimento dello stesso.

Il Provider ha l'obbligo di conservare una completa e accurata documentazione relativa ai propri rapporti con lo sponsor per un periodo di durata non inferiore a cinque anni.

6.2 Responsabilità e obblighi dello sponsor

Lo sponsor commerciale non può erogare alcun pagamento, rimborso o supporto, diretto, indiretto o per interposta persona, a docenti e moderatori dell'evento. Tali adempimenti sono rimessi esclusivamente alla responsabilità del Provider.

Lo sponsor si impegna a:

- corrispondere il contributo finanziario e/o il bene/servizio così come stabilito dall'apposito contratto firmato dalle parti;
- rispettare e attenersi a quanto previsto dal presente Regolamento;

- effettuare, nel caso di reclutamento diretto dei partecipanti, le comunicazioni al Provider, secondo quanto disposto dall'Accordo del 2 febbraio 2017 tra il Governo, le Regioni e le Province autonome di Trento e Bolzano sul documento "*La formazione continua nel settore Salute*".

7. CONFLITTI DI INTERESSE E TRASPARENZA

La gestione delle sponsorizzazioni e gli obblighi che i Provider hanno sul conflitto di interessi devono essere gestiti direttamente e in nessun caso delegati a segreterie organizzative esterne, così come tutte le attività che rappresentano la parte centrale della gestione dell'evento formativo e ciò che è protetto da privacy.

Dal principio di trasparenza della sponsorizzazione deriva che:

- è necessaria la stesura di appositi contratti tra l'IZSve Provider e lo/gli sponsor, da cui emergano le parti interessate, l'entità e la tipologia del supporto e le rispettive obbligazioni;
- i pagamenti/rimborsi ai docenti/tutor sono effettuati esclusivamente dall'IZSve e non dallo sponsor;
- è necessaria una dichiarazione formale sottoscritta delle fonti di finanziamento acquisite negli ultimi due anni da parte di coloro che sono coinvolti nella organizzazione e/o gestione e/o erogazione di eventi formativi (es docenti, moderatori, responsabile scientifico);
- al fine di consentire una verifica sulla qualità e obiettività scientifica dell'evento, il Provider si farà carico di sottoporre a docenti e discenti uno specifico questionario in cui questi potranno esprimere i propri commenti, indicando, fra l'altro, se hanno percepito un'influenza di conflitto d'interessi nel materiale distribuito o nella gestione stessa dell'evento.

8. PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE E SCELTA DELLA SPONSOR

L'affidamento dei contratti di sponsorizzazione avviene nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità.

All'interno del sito istituzionale (www.izsvenezie.it) nella sezione "sponsorizzazioni" è presente l'elenco delle iniziative per le quali è prevista la possibilità di attivare sponsorizzazioni.

8.1 Soggetti sponsor

Possono assumere la qualifica di sponsor i seguenti soggetti:

- qualsiasi persona fisica, purché in possesso dei requisiti di legge per contrarre ordinariamente con la Pubblica Amministrazione;
- qualsiasi persona giuridica, avente o meno scopo o finalità commerciali;
- associazioni senza fini di lucro le cui finalità statutarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali dell'IZSVE;
- fondazioni anche Onlus;
- qualsiasi soggetto che non svolga attività in conflitto con l'interesse pubblico e con le finalità e competenze proprie dell'IZSve.

8.2 Plurispensorizzazione e sponsorizzazione esclusiva

La selezione dei potenziali sponsor è effettuata tenendo conto:

1. della possibilità di acquisire anche più sponsorizzazioni per lo stesso evento, al fine di ottimizzare la gestione delle risorse disponibili, modulando le forme di veicolazione dell'immagine del logo o del marchio degli sponsor in modo differenziato;
2. della necessità di massimizzare le proposte in termini di valore, anche sollecitando un confronto sulla base di criteri imparziali e non discriminatori, quando le peculiarità delle iniziative richiedano l'utilizzo dell'esclusiva.

Ove l'IZSve intenda concludere contratti di sponsorizzazione con più sponsor o in esclusiva, evidenzia la sussistenza di dette clausole in tutti gli atti preliminari alla conclusione dei contratti.

8.3 Procedure per l'acquisizione di sponsorizzazioni di valore inferiore a €. 40.000,00 oltre IVA

La scelta dello sponsor è effettuata mediante:

- a) Procedura selettiva concorrenziale;
- b) Recepimento di iniziative spontanee di terzi attraverso una proposta di sponsorizzazione;
- c) Affidamento diretto.

La proposta di sponsorizzazione deve essere presentata in forma scritta e deve essere accompagnata dalle seguenti dichiarazioni, redatte ai sensi della vigente normativa e sottoscritte dal soggetto munito di poteri di rappresentanza attestanti:

- l'inesistenza delle condizioni di incapacità anche temporanea a contrattare con le pubbliche amministrazioni di cui agli artt. 120 e ss della Legge n. 689/1981 e 32^{ter} e 32^{quater} e ss. del codice penale ed ogni altra ipotesi considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
- l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia art. 67 Decreto n. 159/2011;
- l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese);
- l'inesistenza di sanzioni amministrative di cui all'art. 9 decreto n. 231/2001 e all'art. 14 del decreto n. 81/2008;
- la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- il possesso dei requisiti di legge per contrarre con la Pubblica amministrazione (art. 80 d.lgs. n. 50/2016 e s.m.i.);
- l'assenza di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e privata, svolta dall'offerente;
- l'assenza di contenzioso con l'Amministrazione;
- l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni;
- l'accettazione delle condizioni previste nell'avviso e delle disposizioni del presente Regolamento;
- di essere a conoscenza di tutte le prescrizioni, norme ufficiali, leggi e regolamenti attualmente vigenti che disciplinano le sponsorizzazioni e in particolare quelle inerenti la pubblicità e attività promozionali nel materia informatico/digitale/cartaceo dell'evento FAD/*blended*/residenziale;
- di impegnarsi a corrispondere e a garantire quanto previsto nella propria offerta e di sottoscrivere apposito contratto di sponsorizzazione;
- di fornire e consentire la pubblicazione e la divulgazione del logo dello Sponsor su _____ (es pagine *web*/materiale durevole/*web* invito ecc);
- di essere informato, ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 13 del D.Lgs n. 196 del 30 giugno 2003, che i dati personali raccolti saranno trattati, anche con strumenti informatici, esclusivamente nell'ambito del procedimento all'interno del quale le dichiarazioni vengono rese;
- di aver letto ed esaminato con attenzione il contenuto del Codice di Comportamento dei dipendenti pubblici di cui al D.P.R. n. 62 del 16.04.2013 e del Codice Etico e di Comportamento dell'IZSve approvato con DCA n. 12/2017, consultabili nella sezione "Amministrazione trasparente/Disposizioni Generali" del sito *web* dell'Istituto: www.izsvenezie.it, di aderire ai principi in esso contenuti e di osservare, per quanto

compatibili, le regole previste dal Codice medesimo. La violazione degli obblighi derivanti dal Codice di Comportamento comporterà la risoluzione del contratto stipulato.

La proposta di sponsorizzazione deve contenere:

- il riferimento all'iniziativa oggetto di sponsorizzazione;
- il bene/servizio o il corrispettivo in denaro che intende sponsorizzare.

Gli aspetti organizzativi di tutte le attività sponsorizzate restano di competenza della SCS4 – Epidemiologia, servizi e ricerca in sanità pubblica veterinaria gli aspetti scientifici, l'individuazione dei docenti e dei partecipanti sono di competenza del responsabile scientifico dell'evento.

a) Procedura selettiva concorrenziale

Qualora l'IZSVE valuti un proprio progetto meritevole di interesse, per stimolare l'adesione di potenziali sponsor, sollecita i soggetti potenzialmente interessati a rappresentare il loro interesse tramite la pubblicazione di un avviso.

Qualora nel Piano Formativo Aziendale annuale non sia stata prevista la sponsorizzazione di uno o più eventi formativi, l'avvio della procedura di sponsorizzazione deve essere approvata con deliberazione del Direttore generale.

L'avviso, pubblicato nel sito internet dell'IZSVE e/o con altre eventuali forme di pubblicità ritenute di volta in volta più adeguate in relazione alla specifica procedura, al corrispettivo atteso e ai potenziali partecipanti, dovrà contenere i seguenti dati:

- l'/gli evento/i formativo/i da sponsorizzare;
- l'elenco dei beni, dei servizi, delle attività o le prestazioni per i quali si accettano sponsorizzazioni e delle relative stime economiche;
- la durata di pubblicazione dell'avviso, stabilita in ragione della natura e del valore della sponsorizzazione e , comunque, non può essere inferiore a 8 giorni solari consecutivi dall'avvenuta pubblicazione;
- gli impegni dell'IZSVE nei confronti dello sponsor secondo quanto previsto dal presente Regolamento;
- l'esatta determinazione dello spazio pubblicitario utilizzabile e la durata della sponsorizzazione;
- gli obblighi dello sponsor;
- le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione;
- l'eventuale importo minimo, a base di procedura selettiva, richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione/valorizzazione della sponsorizzazione;
- eventuali specifiche condizioni, come, in particolare, la plurisponsorizzazione o la sponsorizzazione esclusiva;
- i criteri di valutazione delle offerte.

All'avviso vengono allegati:

- fac simile di proposta di sponsorizzazione;
- schema di contratto di sponsorizzazione;
- eventuale brochure/programma dell'evento.

Scaduto il termine fissato dall'avviso, si procede alla valutazione delle offerte pervenute nel rispetto dei criteri stabiliti nell'avviso medesimo.

Il criterio di scelta dello sponsor nel rispetto dei principi di imparzialità e di parità di trattamento fra gli operatori che abbiano manifestato interesse, potrà avvenire sulla base del miglior prezzo offerto ovvero privilegiando quelle che presentano il maggior finanziamento possibile da intendersi come valore economico della sponsorizzazione in denaro o controvalore della prestazione tecnica.

Resta salva, comunque, la facoltà dell'IZSVE di scegliere altro criterio più idoneo (quale ad es. il criterio cronologico in ordine di arrivo fino ad esaurimento delle opportunità oggetto di sponsorizzazione o, nel caso in cui la sponsorizzazione abbia ad oggetto la prestazione di

servizi o la fornitura di beni, il criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa - prezzo/qualità).

Le offerte pervenute sono valutate dal Dirigente della SCS4 – Epidemiologia, servizi e ricerca in sanità pubblica veterinaria, o da suo delegato, previa istruttoria a cura del Laboratorio Formazione e Sviluppo delle Professioni. Qualora in presenza di più offerte vi sia la necessità di selezionare un solo sponsor, e/o in caso di particolare complessità, e/o qualora in fase di valutazione fosse richiesta una specifica competenza tecnico-scientifica, la valutazione verrà effettuata da una commissione giudicatrice all'uopo nominata, composta da esperti nello specifico settore cui afferisce la sponsorizzazione e costituita da un numero dispari di commissari, non superiore a cinque.

Le offerte di sponsorizzazione sono approvate con provvedimento. I responsabili scientifici degli eventi/progetti sponsorizzati vigilano sul rispetto del Regolamento garantendo l'obiettività scientifica e la correttezza delle informazioni e dei contenuti presentati nell'ambito di detti eventi.

b) Recepimento di iniziative spontanee di terzi

Qualora pervenga all'IZSVe un'offerta spontanea di sponsorizzazione da terzi in relazione ad un determinato evento, appurata l'accogliibilità della proposta pervenuta, il Direttore della SCS4 potrà avviare la procedura di selezione di cui al punto 8.3.a) con la pubblicazione dell'avviso che preveda come importo minimo a base di selezione quello offerto dal soggetto promotore, ovvero procedere all'affidamento diretto ai sensi dell'art. 8.3.c) del presente Regolamento.

c) Affidamento diretto

Si può procedere all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazione nei seguenti casi:

- a) sia stata esperita infruttuosamente la procedura selettiva;
- b) in casi, adeguatamente motivati, legati all'urgenza e/o in cui le caratteristiche dell'evento, o iniziativa oggetto di sponsorizzazione, limitino la trattativa ad un unico determinato soggetto;
- c) nel caso di ricevimento di proposte spontanee di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore a €. 5.000,00 + IVA

In ogni caso, l'affidamento diretto avviene previa valutazione di congruità.

Il Direttore della SCS4 valuta i contenuti dell'offerta, al fine di verificare la rilevanza dei propri obblighi come soggetto sponsorizzato e la congruità del valore rispetto alle prestazioni specificate. Qualora la proposta spontanea di sponsorizzazione comporti obblighi eccessivamente onerosi per l'Amministrazione o sproporzionati rispetto al valore offerto, l'Amministrazione richiede al potenziale sponsor una modifica delle condizioni e termini ad essa più favorevole e, in caso di rifiuto da parte del soggetto proponente, la rigetta.

8.4 Acquisizione di sponsorizzazioni di valore superiore a €. 40.000,00

Per l'affidamento di contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi o forniture per importi superiori a €. 40.000,00 si rinvia a quanto disposto dall'art. 19 del d.lgs. n. 50/2016 s.m.i.

9. CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE

La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante un apposito contratto sottoscritto dal Direttore Generale dell'IZSVe o suo delegato e il legale rappresentante o diverso soggetto munito dei poteri di firma della ditta sponsor.

Il contratto di sponsorizzazione deve indicare i seguenti elementi:

- finalità della sponsorizzazione e oggetto del contratto;
- definizione degli aspetti economici della sponsorizzazione, con particolare riguardo alla forma del corrispettivo, realizzabile con finanziamento, messa a disposizione di beni o servizi, esecuzione di lavori;

- impegni ed obblighi dell'IZSVe;
- impegni ed obblighi dello sponsor;
- indicazione di clausole specifiche inerenti il rapporto contrattuale;
- durata del contratto di sponsorizzazione;
- facoltà di recesso;
- inadempimenti e risoluzione del contratto;
- altri oneri.

Nel caso di specifiche richieste da parte dello sponsor, non contemplate nello schema di contratto di sponsorizzazione, ma comunque non in contrasto con la normativa regionale e nazionale in materia, si procederà alla stipula di specifico contratto adottato con atto deliberativo.

Per la redazione del contratto si fa riferimento allo standard pubblicato da Agenas.

I contratti di sponsorizzazione stipulati dall'IZSVe prevedono necessariamente 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'IZSVe può definire in relazione ai contratti di sponsorizzazione specifiche clausole relative alla tutela del proprio logo e dei propri segni distintivi.

I contratti per sponsorizzazioni di valore inferiore a €. 40.000,00 sono stipulati mediante corrispondenza secondo l'uso del commercio, consistente nello scambio, anche mediante posta elettronica certificata della proposta e accettazione.

10. DIRITTO DI RIFIUTO DELLE SPONSORIZZAZIONI

L'IZSVe, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:

- lo sponsor abbia in corso un contenzioso con l'Amministrazione;
- ritenga che possa derivare un conflitto di interessi tra l'attività pubblica e quella privata;
- ravvisi nel messaggio un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
- la reputi inaccettabile per motivi di opportunità generale;
- sia ritenuta incompatibile con il ruolo istituzionale dell'Ente;
- sia ritenuta non coerente con le finalità dell'iniziativa;
- ogni altra ragione debitamente motivata.

Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni che fanno specifico riferimento a:

- prodotti farmaceutici;
- la fornitura di attrezzature/beni per il funzionamento/manutenzione/uso dei quali sia previsto l'acquisto di materiale di consumo o assistenza per cui non esista mercato concorrenziale;
- prodotti dannosi per la salute e lesivi della dignità umana;
- propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, medicinali, materiale pornografico o a sfondo sessuale ecc.
- pubblicità che possa offendere la dignità della persona, evocare discriminazioni di razza, sesso e nazionalità, offendere convinzioni religiose ed ideali, indurre a comportamento pregiudizievoli per la salute, la sicurezza e l'ambiente;
- cartomanzia e attività similari;
- servizi di onoranze funebri.

11. OBBLIGHI DI TRACCIABILITÀ DEI FLUSSI FINANZIARI

La sponsorizzazione finanziaria, consistente nel riconoscimento di un contributo economico (in cambio del diritto di sfruttare spazi per fini pubblicitari), 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 dell'IZSVe.

Al contrario, la sponsorizzazione tecnica, in cui l'oggetto del contratto è l'acquisizione o la realizzazione di lavori, servizi, o forniture direttamente a cura e spese dello sponsor, è soggetta alla disciplina sulla tracciabilità, in quanto l'apporto di denaro privato è correlato alla realizzazione di lavori, servizi o forniture ed integra la fattispecie di cui all'art. 3, comma 1, secondo periodo, della Legge n. 136/2010.

12. PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE TRAMITE AFFIDAMENTO DI INCARICO DI RICERCA SPONSOR

La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'IZSVe.

E' tuttavia facoltà dell'Istituto, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale e/o per particolari tipologie commerciali, affidare l'incarico per il reperimento di possibili sponsor ad agenzie di pubblicità, secondo le procedure per gli appalti di servizi previste dal d.lgs. n. 50/2016 e s.m.i.

13. RECESSO

In ogni contratto deve essere prevista la clausola risolutiva espressa per il caso in cui lo sponsor faccia un uso improprio del nome e del logo dell'IZSVe, rechi danni all'immagine della stessa o non siano perseguiti i fini di pubblica utilità cui l'Ente deve attenersi, fermo restando l'eventuale risarcimento del danno.

14. INADEMPIENZE

Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di risoluzione del contratto, fatto salvo il risarcimento di ogni maggiore danno.

15. CORRISPETTIVO DELLA SPONSORIZZAZIONE

Nel caso in cui il corrispettivo della sponsorizzazione consista in somme in denaro, le somme incassate dall'IZSVe sono utilizzate per le finalità specificate nell'avviso e definite nei singoli contratti. Tali introiti sono sempre diretti al perseguimento di interessi pubblici, al miglioramento della qualità dei servizi e alla riduzione delle spese. Le somme eventualmente non utilizzate al termine della realizzazione di quanto previsto nello specifico contratto di sponsorizzazione, saranno destinate al finanziamento di altre iniziative formative, salvo diverso accordo tra le parti.

Nel caso in cui dalla pluri-sponsorizzazione si ottenga un risultato superiore al costo stimato, l'IZSVe si riserva la facoltà, sulla base di proprie specifiche esigenze, di rivalutare il costo stimato e/o di richiedere eventuali modifiche alle proposte di sponsorizzazione offerte, senza alcun vincolo per lo sponsor.

Qualora per ragioni organizzative sopravvenute l'evento non potesse essere realizzato ovvero intervengano prescrizioni normative o regolamentari che lo rendano incompatibile o improseguibile, la proposta di sponsorizzazione potrà essere destinata al supporto di altre attività, previa comunicazione ed assenso del proponente a modalità alternative di impiego.

16. ASPETTI CONTABILI E FISCALI

Nel caso di sponsorizzazione finanziaria, l'IZSVe emetterà fattura allo sponsor intestatario del contratto per l'importo corrispondente all'impegno assunto, oltre IVA.

Nel caso di sponsorizzazione tecnica (prestazione di servizi o forniture di beni), è fatto obbligo di doppia fatturazione ovvero:

- fatturazione dello sponsor all'IZSve del valore del servizio o del bene, soggetto a IVA;
- fatturazione dell'IZSve allo sponsor di un pari importo, sempre soggetto a IVA, per l'attività di veicolazione svolta a favore dei segni distintivi dello sponsor.

Il trattamento fiscale delle sponsorizzazioni è regolato dalle normativa vigente, secondo quanto previsto dalla disciplina sull'IVA ai sensi del DPR del 26 ottobre 1972 n. 633 e s.m.i., nonché dei regolamenti, pareri e circolari espressi dall'Agenzia delle Entrate in materia.

17. SPESE CONTRATTUALI

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

18. TRATTAMENTO DATI PERSONALI

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

I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dal d.lgs. 196/2003 ai sensi dell'art. 7 e ss.

Titolare del trattamento dei dati è l'Istituto Zooprofilattico Sperimentale delle Venezie, nella persona del Direttore generale *pro tempore*, domiciliato per la carica in Legnaro.

I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti (art. 11 d.lgs. n. 196/2003) dal personale degli uffici tenuti all'applicazione del regolamento medesimo.

19. CLAUSOLA GENERALE DI RINVIO

Per ogni aspetto che non trovi esplicita disciplina nel presente Regolamento si fa riferimento alle disposizioni del Codice Civile e alla norma di legge applicabile.

20. ENTRATA IN VIGORE

Il presente regolamento entra in vigore ad intervenuta esecutività della deliberazione di approvazione.

Allegati:

- Allegato 1 - Fac simile avviso di sponsorizzazione
- Allegato 2 - Fac simile proposta di sponsorizzazione
- Allegato 3 - Fac simile contratto di sponsorizzazione