



REGIONE ABRUZZO
Azienda Sanitaria Locale n. 2 Lanciano-Vasto-Chieti

Via dei Vestini s.n.c - Palazzina N (ex palazzina Se.Bi) - 66100 CHIETI_

Cod. Fisc. Part. IVA 02307130696

DELIBERAZIONE DEL DIRETTORE GENERALE

N. 679/2024

Del 03/05/2024

**Oggetto: REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE
NELLA ASL 02 LANCIANO-VASTO-CHIETI.**

Il presente atto viene pubblicato all'Albo Pretorio informatico della Asl 2 Abruzzo – Lanciano Vasto Chieti per 15 gg. consecutivi a partire dal 03/05/2024

Allegati:

- allegato (firmato: Si, riservato: No)

Hash:

DEL_736791.pdf.p7m

ABF2F2D730069C29C6BAB0737E29190133760A16ED6F99583A6F4AE7E523F53F2583F7F22FA78975841C6DBFE721D0F82F47AE6C738265530A255BCD53EEEB9E

Regolamento contratti di sponsorizzazione2.pdf.p7m

37BADD545A29D0BCA089891D04A972033FEEA6B5ED33F95C9B30346E627CE00B6B8C8B145A1E6F28AF600F1E4AB1A16B4D517276719479C9D6328071C6D90C1D



REGIONE ABRUZZO

Azienda Sanitaria Locale n. 2 LANCIANO VASTO CHIETI

Via dei Vestini, snc – 66100 Chieti

C.F. e P. Iva 02307130696

DELIBERAZIONE DEL DIRETTORE GENERALE

OGGETTO: REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE NELLA ASL 02 LANCIANO-VASTO-CHIETI.

IL DIRETTORE GENERALE

Thomas Schael, nominato con delibera della Giunta Regionale D'Abruzzo n. 571 dell'11 settembre 2023 ai sensi del vigente Decreto Legislativo n. 502 del 30 dicembre 1992 e successive modifiche e integrazioni

VISTA l'allegata proposta di deliberazione di pari oggetto del Direttore dell'U.O. AFFARI GENERALI, GESTIONE DOCUMENTALE E CONVENZIONI - DIREZIONE, datata 03/05/2024;

DATO ATTO delle risultanze dell'attività istruttoria svolta dal Responsabile del Procedimento, fatte proprie dal Direttore della predetta Unità Operativa, e dall'attestazione di legittimità e regolarità tecnica dell'atto annotata in calce alla proposta medesima;

ACQUISITI i pareri espressi ed attestati in calce dal Direttore Amministrativo Aziendale e dal Direttore Sanitario Aziendale, per quanto di rispettiva competenza

DELIBERA

Di fare integralmente propria la menzionata proposta di deliberazione, che forma parte integrante e sostanziale del presente atto e di disporre in conformità alla stessa.

Parere favorevole

II DIRETTORE AMMINISTRATIVO

GIAMPAOLO GRIPPA

Parere favorevole

II DIRETTORE SANITARIO

FLAVIA SIMONETTA PIROLA

IL DIRETTORE GENERALE

THOMAS SCHAEEL

(atto firmato digitalmente ai sensi delle vigenti disposizioni di legge)



REGIONE ABRUZZO

Azienda Sanitaria Locale n. 2 LANCIANO VASTO CHIETI

Via dei Vestini, snc – 66100 Chieti

Proposta di deliberazione per il Direttore Generale Asl 2 Lanciano Vasto Chieti

Oggetto: REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE NELLA ASL 02 LANCIANO-VASTO-CHIETI.

Il Direttore dell'unità operativa AFFARI GENERALI, GESTIONE DOCUMENTALE E CONVENZIONI, nel fare proprie le risultanze dell'attività istruttoria svolta dal Responsabile del procedimento ed attestata la legittimità e regolarità tecnica del provvedimento,

PREMESSO:

- che con la legge n. 449 del 27.12.1997 (finanziaria del 1998) il legislatore ha attribuito espressamente alle Amministrazioni Pubbliche la facoltà di stipulare contratti di sponsorizzazione al fine di favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa e la realizzazione di maggiori economie, una migliore qualità dei servizi prestati, nonché un risparmio di spesa rispetto agli stanziamenti disposti;
- che analogamente, l'art. 28 della legge n. 448/1998 (finanziaria del 1999), come modificato dall'art. 30 della legge n. 448/1999 (finanziaria del 2000) ha ricondotto lo strumento negoziale del contratto di sponsorizzazione nel novero delle azioni virtuose per il raggiungimento degli obiettivi del patto di stabilità interno e, in particolare, la norma in esame richiama esplicitamente i contratti di sponsorizzazione di cui all'art. 43 della legge n. 449/1997 tra le azioni mirate a realizzare maggiori economie nella gestione e a ridurre le spese.

CONSIDERATO:

- che la sponsorizzazione, pertanto, nell'ottica del perseguimento del pubblico interesse, altro non è che uno strumento di finanza alternativa, tramite cui è possibile trasformare una serie di voci di spesa, che l'Azienda è tenuta a sostenere, in risorse o risparmi da destinare alla realizzazione di ulteriori progetti;
- che la figura negoziale della sponsorizzazione descrive quella particolare forma di comunicazione pubblicitaria tramite cui un soggetto (il cd. *sponsee*) si obbliga, in virtù di un corrispettivo rappresentato da denaro, beni oppure servizi, ad associare a proprie attività il nome o un segno distintivo di un altro soggetto (il cd. *sponsor*);
- che per sponsorizzazione si intende ogni contributo di un'impresa privata, non impegnata in attività televisive o radiofoniche o di produzione di opere audiovisive o radiofoniche, al finanziamento di programmi, allo scopo di promuovere il suo nome, il suo marchio, la sua immagine, le sue attività o i suoi prodotti;
- che *“la sponsorizzazione non è un contratto a titolo gratuito, in quanto alla prestazione dello sponsor in termini di dazione del denaro o di acollo del debito corrisponde l'acquisizione, in favore dello stesso sponsor, del diritto all'uso promozionale dell'immagine della cosa di titolarità pubblica: il motivo che muove quest'ultimo è l'utilità costituita ex novo dall'opportunità di spendita dell'immagine, cioè la creazione*

di un nuovo bene immateriale. Per l'Amministrazione è finanziariamente non onerosa - cioè passiva: non comporta un'uscita finanziaria - ma comunque genera un interesse economico attivo per lo sponsor, insito in un prodotto immateriale dal valore aggiunto che va a suo vantaggio. In altri termini: la circostanza che vi sia verso lo sponsor una traslazione meramente simbolica, cioè di immagine, della cosa di titolarità pubblica non può essere considerata come vicenda gratuita, ma va posta in stretta relazione, nei termini propri dell'equilibrio sinallagmatico, con il valore della controprestazione, vale a dire della dazione dello sponsor. Con la sponsorizzazione si ha dunque lo scambio di denaro contro un'utilità immateriale, costituita dal ritorno di immagine (...)." (cfr. sentenza Consiglio di Stato n. 4614 del 3 ottobre 2017);

- che, pertanto, si tratta di un contratto sinallagmatico e non vi è estraneità sostanziale alla logica concorrenziale che presidia, per la matrice comunitaria, il codice degli appalti pubblici quando si bandisce una gara in cui l'utilità economica del potenziale contraente è insita nel fatto stesso di poter eseguire la prestazione contrattuale.

VISTI:

- l'art. 19 del D.Lgs. n. 50/2016 (Codice dei contratti pubblici), nel disciplinare i contratti di sponsorizzazione in generale, ha stabilito al comma 1 che *"l'affidamento di contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi o forniture per importi superiori a quarantamila euro, mediante dazione di danaro o accollo del debito, o altre modalità di assunzione del pagamento dei corrispettivi dovuti, è soggetto esclusivamente alla previa pubblicazione sul sito internet della stazione appaltante, per almeno trenta giorni, di apposito avviso, con il quale si rende nota la ricerca di sponsor per specifici interventi, ovvero si comunica l'avvenuto ricevimento di una proposta di sponsorizzazione, indicando sinteticamente il contenuto del contratto proposto. 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'articolo 80"*;
- le Linee Guida n. 4 ANAC, di attuazione del Decreto Legislativo 18 aprile 2016, n. 50, recanti *"Procedure per l'affidamento dei contratti pubblici di importo inferiore alle soglie di rilevanza comunitaria, indagini di mercato e formazione e gestione degli elenchi di operatori economici"*, nella parte in cui chiariscono la portata del principio di rotazione, affermando che tale principio trova applicazione nell'ambito *"degli affidamenti e degli inviti, con riferimento all'affidamento immediatamente precedente a quello di cui si tratti, nei casi in cui i due affidamenti, quello precedente e quello attuale, abbiano ad oggetto una commessa rientrante nello stesso settore merceologico, ovvero nella stessa categoria di opere, ovvero ancora nello stesso settore di servizi"*;
- l'art. 134 del D.Lgs. 31 marzo 2023, n. 36, recante *"Contratti gratuiti e forme speciali di partenariato"*, il quale dispone testualmente:
 1. *"Per tutte le attività finalizzate alla tutela e alla valorizzazione dei beni culturali, l'amministrazione può stipulare contratti gratuiti, ai sensi dell'articolo 8, comma 1, del codice, ferme restando le prescrizioni dell'amministrazione preposta alla loro tutela in ordine alla progettazione e all'esecuzione delle opere e delle forniture e alla direzione dei lavori e al loro collaudo.*
 2. *Per assicurare la fruizione del patrimonio culturale della nazione e favorire altresì la ricerca scientifica applicata alla sua tutela o alla sua valorizzazione, lo Stato, le regioni e gli enti territoriali possono, con le risorse umane, finanziarie e strumentali disponibili a legislazione vigente, attivare forme speciali di partenariato con enti e organismi pubblici e con soggetti privati, dirette a consentire il recupero, il restauro, la manutenzione programmata, la gestione, l'apertura alla pubblica fruizione e la valorizzazione di beni culturali, attraverso procedure semplificate di individuazione del partner privato analoghe o ulteriori rispetto a quelle previste dall'articolo 8.*
 3. (...).
 4. *L'affidamento di contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi o forniture per importi superiori a 40.000 euro, mediante dazione di danaro o accollo del debito, o altre modalità di assunzione del pagamento dei corrispettivi dovuti, ivi compresi quelli relativi a beni culturali nonché ai contratti di sponsorizzazione finalizzati al sostegno degli istituti e dei luoghi della cultura, di cui all'articolo 101 del codice dei beni culturali e del paesaggio, di cui al decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42, delle fondazioni lirico-sinfoniche e dei teatri di tradizione, è soggetto esclusivamente alla previa pubblicazione sul sito internet della stazione appaltante, per almeno trenta*

giorni, di apposito avviso, con il quale si rende nota la ricerca di sponsor per specifici interventi, ovvero si comunica l'avvenuto ricevimento di una proposta di sponsorizzazione, indicando sinteticamente il contenuto del contratto proposto. 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 degli articoli 66, 94, 95, 97 e 100 in ordine alla verifica dei requisiti degli esecutori e della qualificazione degli operatori economici. Nel caso in cui lo sponsor intenda realizzare i lavori, prestare i servizi o le forniture direttamente a sua cura e spese, resta ferma la necessità di verificare il possesso dei requisiti degli esecutori, nel rispetto dei principi e dei limiti europei in materia e non trovano applicazione le disposizioni nazionali e regionali in materia di contratti pubblici di lavori, servizi e forniture, ad eccezione di quelle sulla qualificazione dei progettisti e degli esecutori. La stazione appaltante e l'amministrazione preposta alla tutela dei beni culturali impartiscono opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere o forniture e alla direzione dei lavori e collaudo degli stessi".

CONSIDERATO che questa ASL intende avvalersi delle proposte di sponsorizzazione eventualmente provenienti da parte di soggetti privati, pubblici ed associazioni prive di scopo di lucro quale strumento di finanza alternativa per la realizzazione di iniziative di interesse pubblico, nonché per migliorare il livello qualitativo dei servizi già offerti.

ATTESO che requisito propedeutico ed essenziale alla stipula di eventuali contratti di sponsorizzazione è la preventiva approvazione, da parte dell'Ente *sponsee*, di un apposito regolamento avente natura di atto amministrativo specifico ed autonomo con funzione normativa, disciplinante una serie di vincoli di ordine procedimentale e sostanziale da osservare nella stipula del negozio giuridico in parola.

RICHIAMATA la deliberazione n. 804 del 16.07.2021, con la quale si è provveduto, fra l'altro, a riformare, a stralcio dell'Atto Aziendale adottato con deliberazione n. 322 del 14.03.2018, l'assetto organizzativo dell'Area Professionale, Tecnica ed Amministrativa e le funzioni di Staff amministrative dell'Azienda, nonché a ridefinire un nuovo funzionigramma delle singole Unità Operative, ed in particolare l'art. 17 del regolamento aziendale concernente l'organizzazione, le funzioni e le competenze dei Servizi dell'Area P.T.A., laddove è stabilito che *"la U.O.C. Acquisizione Beni e Servizi ha la funzione di garantire la programmazione e la progettazione relativa all'acquisizione di tutti i beni ed i servizi necessari al regolare andamento delle attività aziendali, nonché la gestione e il controllo in fase di esecuzione dei servizi generali ed economici esternalizzati, ove non riservati ad altra U.O.C. nella delibera di aggiudicazione"*.

VISTO l'allegato Regolamento, che disciplina in dettaglio la fattispecie negoziale delle sponsorizzazioni, nonché l'*iter* burocratico-amministrativo da seguire per la stipula di eventuali contratti.

DATO ATTO che lo schema di regolamento per la disciplina e gestione dei contratti di sponsorizzazione è stato formalmente approvato all'unanimità anche dalla Commissione Paritetica ASL/Università nella seduta del 16.04.2024, giusta verbale in atti.

EVIDENZIATO, altresì, che l'allegato Regolamento è da intendersi comunque etero-integrato dalle disposizioni normative vigenti in materia, sia da quelle allo stato già esistenti e non espressamente ivi richiamate che da quelle sopravvenute.

RITENUTO quindi, per tutto quanto innanzi ampiamente esplicitato, di dover adottare un regolamento per la disciplina e gestione dei contratti di sponsorizzazione, nel testo integrato e coordinato con le vigenti disposizioni normative di settore e che si allega al presente provvedimento quale parte integrante e sostanziale, anche al fine di ottenere delle economie di spesa nella realizzazione di iniziative di interesse pubblico, nonché per innescare un graduale processo di innovazione e miglioramento del livello qualitativo dei servizi già offerti, sempre nel pieno rispetto delle condizioni previste dalla legge n. 449/1997.

PROPONE DI DELIBERARE QUANTO SEGUE:

per tutti i motivi esplicitati in narrativa e che debbono intendersi per integralmente riportati e trascritti nel presente dispositivo,

- 1. di fare proprio e adottare** il regolamento aziendale per la disciplina e gestione dei contratti di sponsorizzazione, nel testo che, integrato e coordinato con le vigenti disposizioni normative di settore *medio tempore* intervenute in materia, si allega al presente provvedimento quale parte integrante e sostanziale;
- 2. di precisare** che il citato Regolamento ha natura di atto amministrativo tramite il quale la ASL 02 Lanciano-Vasto-Chieti pone a sé medesima una serie di vincoli di ordine procedimentale e sostanziale da osservare nella stipula di tali negozi e cui non può derogarsi se non tramite un atto di segno contrario e di pari valore;
- 3. di evidenziare** che l'allegato Regolamento è da intendersi comunque etero-integrato dalle disposizioni normative vigenti in materia, sia da quelle allo stato già esistenti e non espressamente ivi richiamate che da quelle sopravvenute;
- 4. di revocare**, per l'effetto, ogni altra precedente disposizione e/o provvedimento per quanto in contrasto con il presente atto deliberativo;
- 5. di dichiarare** il presente provvedimento immediatamente eseguibile;
- 6. di disporre** che la presente deliberazione venga pubblicata sull'Albo Pretorio on-line di questa ASL, ai sensi dell'art. 32, comma 1, della Legge 18 giugno 2009, n. 69;
- 7. di trasmettere** copia del presente provvedimento, per opportuna conoscenza e per quanto di competenza, a tutte le UU.OO. dell'Area Amministrativa, Tecnica e Professionale aziendali, nonché al Collegio Sindacale.

La presente proposta di deliberazione consta di n. 05 pagine e di n. 01 allegato.

L'Estensore/Istruttore
(firmato elettronicamente)
ANTONIO SCIORILLI

Il Responsabile del procedimento
(Firmato elettronicamente)
ANTONIO SCIORILLI

Il Direttore dell'Unità operativa

ERRICO D'AMICO
(Sottoscritto digitalmente ai sensi
dell'art. 21 D.L.gs n 82/2005 e s.m.i.)

Attestazione contabile

Si attesta che il presente atto non dispone costi / investimenti diretti

Il Direttore dell'Unità operativa proponente
(Firmato digitalmente)

REGOLAMENTO DELL'ASL 2 LANCIANO VASTO CHIETI RECANTE DISCIPLINA PER LA GESTIONE DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE

Art. 1- Finalità e contenuto delle sponsorizzazioni

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione dell'ASL 2 Lanciano Vasto Chieti in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997 e s.m.i., nonché nell'art. 19 del D.Lgs. n. 50/2016 e nell'art. 134 del D.Lgs. n. 36/2023.
2. Le iniziative di sponsorizzazione sono definite in seguito ad una valutazione strategica da parte della Asl, devono tendere a realizzare o acquisire a titolo gratuito interventi, servizi, prestazioni, forniture, beni o attività inseriti nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio dell'ente.
3. Il risultato della sponsorizzazione si deve concretizzare nella realizzazione di un'economia di bilancio totale o parziale, rispetto alla previsione di spesa, in relazione alla totale o parziale acquisizione, senza oneri per l'ente, del previsto risultato da parte dello sponsor ed in generale deve favorire l'innovazione dell'organizzazione e la realizzazione di una migliore qualità dei servizi istituzionali.

Art. 2 - Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
 - a) per "contratto di sponsorizzazione": un contratto mediante il quale l'ASL 2 Lanciano Vasto Chieti - (sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor) - che si obbliga a fornire a titolo gratuito ed a vantaggio dell'ASL 2 Lanciano Vasto Chieti, una predeterminata prestazione, costituita da una somma di denaro ovvero da forniture di beni e/o servizi e/o prestazioni - la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale in appositi e predefiniti spazi pubblicitari nell'ambito delle varie estrinsecazioni della propria attività;
 - b) per "sponsorizzazione": ogni contributo in beni, servizi, prestazioni, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale e/o alla divulgazione del proprio marchio;
 - c) per "sponsor": il soggetto privato che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione;
 - d) per "spazio pubblicitario": lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dall'ASL 2 Lanciano Vasto Chieti per la pubblicità dello sponsor (compreso il sito web dell'Azienda Sanitaria).

Art. 3 - Destinatari

1. Possono assumere la veste di sponsor i seguenti soggetti:
 - a) qualsiasi persona fisica, purché in possesso dei requisiti di legge per contrattare ordinariamente con la pubblica Amministrazione;
 - b) qualsiasi persona giuridica, avente o meno scopo o finalità commerciali, quali le società di persone e di capitali, le imprese individuali, quelle cooperative (ex art. 2511 cod. civ.), le mutue di assicurazioni e i consorzi imprenditoriali (ex art. 2602 cod. civ.);
 - c) le Associazioni senza fini di lucro, generalmente costituite con atto notarile, le cui finalità statuarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali di questo Ente.
2. Sono ammesse sia le sponsorizzazioni plurime di una singola manifestazione o iniziativa ovvero con diritto di "esclusiva" secondo quanto stabilito dall'apposito avviso.

Art. 4 - Iniziativa spontanea o per azione di terzi

1. La sponsorizzazione può avere origine per:
 - a) iniziativa spontanea dell'Azienda Sanitaria;
 - b) iniziativa di uno qualsiasi dei soggetti indicati nel precedente art. 3, comma 1 del presente Regolamento.
2. Qualora l'iniziativa si correli alla proposta di soggetti terzi, essa - ferme restando le modalità di scelta del contraente di cui all'art. 5 che segue - deve essere riconosciuta e valutata come utile agli interessi e confacente agli scopi istituzionali di questo Ente con riferimento alle sue componenti economiche, qualitative ed organizzative.

Art. 5 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor è effettuata dall'ASL 2 Lanciano Vasto Chieti o tramite Azienda Sanitaria specializzata.
2. La scelta avviene, di norma, mediante procedura ad evidenza pubblica o altre procedure previste dalla normativa, ovvero descritte nel decreto di avvio della singola procedura e comunque precedute dalla pubblicazione di apposito avviso; tali procedure devono essere conformi alla peculiare atipicità dei rapporti in questione e devono garantire la parità di trattamento tra i soggetti potenzialmente interessati alle iniziative oggetto di sponsorizzazione.
3. È ammessa la diretta sponsorizzazione senza procedura ad evidenza pubblica, previa adeguata motivazione, con specifico riferimento:
 - a) alle ipotesi di iniziative che per le loro peculiarità e caratterizzazioni facciano fondatamente ritenere previa valutazione documentale che ove anche si procedesse tramite pubblicizzazione dell'avviso questo andrebbe verosimilmente deserto, o in ogni caso, risulterebbe di un improbabile buon esito;
 - b) alle ipotesi in cui si tratti di forniture di beni e servizi che un solo soggetto sia in grado di offrire con quelle specifiche caratteristiche;
 - c) alle ipotesi in cui l'urgenza dell'iniziativa non consenta l'indugio delle procedure ivi previste;
 - d) ad ogni altra situazione in cui ricorrano speciali ed eccezionali circostanze per le quali non appaia né utile né congruo il ricorso alle procedure descritte nel presente regolamento; alle ipotesi di modico valore economico dell'iniziativa, da indicarsi entro il limite di € 40.000,00.
4. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo per almeno 30 giorni e l'inserimento nel sito internet dell'ASL 2 Lanciano Vasto Chieti; qualora la scadenza coincida con un giorno festivo, la scadenza è posticipata al giorno lavorativo immediatamente successivo. Qualora il Dirigente Responsabile lo ritenga opportuno, in aggiunta a quanto previsto dal comma precedente, è possibile provvedere alla trasmissione dell'avviso ad associazioni di categoria/soggetti interessati con modalità di volta in volta individuate.
5. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:
 - a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico *progetto di sponsorizzazione*;
 - b) l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario;
 - c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
6. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;

7. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
- A) per le persone fisiche:
1. l'esistenza delle condizioni a contrattare con la pubblica amministrazione, di cui agli artt. 120 e seguenti della legge 24.11.1981, n. 689, e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
 2. l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
 3. l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese);
 4. la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.
- B) per le persone giuridiche:
1. oltre alle autocertificazioni sopra elencate riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza, deve essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.
8. L'offerta deve, inoltre, contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.
9. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal Direttore dell'ASL 2 Lanciano Vasto Chieti di concerto con i Dirigenti interessati, nel rispetto dei criteri definiti nell'avviso pubblico o nella lettera d'invito.
10. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Direttore Generale dell'Azienda Sanitaria; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'eventuale utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nell'avviso.

Art. 6 - L'offerta di sostanziale mecenatismo

1. Le sponsorizzazioni prive di finalità di lucro offerte o proposte da soggetti giuridici pubblici e privati, specie ove il valore di ritorno di natura pubblicitaria appaia del tutto minimale rispetto al valore della sponsorizzazione e prevalga, pertanto, l'aspetto di un sostanziale contratto a prestazioni economicamente unilaterali, con la prevalenza di profili cd. di "mero mecenatismo" da parte dello sponsor, sono formalizzate con la procedura di cui all'art. 5, comma 3 del presente regolamento, qualunque sia il valore della prestazione resa.

Art. 7 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito dei progetti già avviati dall'Azienda Sanitaria.
2. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni previsti a carico del bilancio dell'ente nei capitoli di spesa ordinaria.

Art. 8 - Contratto di sponsorizzazione

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto scritto nel quale sono, in particolare, stabiliti:
 - a) il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario;
 - b) la durata del contratto di sponsorizzazione/eventuale rinnovabilità;
 - c) gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
 - d) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze;
 - e) eventuali cause di risoluzione.

Art. 9 - Utilizzo dei ricavi derivanti dalle sponsorizzazioni

1. Le somme derivanti dalle sponsorizzazioni saranno destinate ad attività istituzionali non ricomprese nei L.E.A..

Art. 10 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

1. L'amministrazione, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:
 - a) ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
 - b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
 - c) la reputi inaccettabile per motivi di inopportunità generale.
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:
 - a) propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale e ad ogni altro contenuto della salute pubblica;
 - c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

Art. 11 - Recesso

1. In ogni contratto deve essere prevista la facoltà per l'ASL 2 Lanciano Vasto Chieti di recedere dal contratto prima della scadenza, subordinata alla tempestiva comunicazione e le modalità con cui tale comunicazione deve avvenire.
2. Nel contratto di sponsorizzazione deve essere prevista, inoltre, la clausola risolutiva espressa nel caso in cui il soggetto privato rechi danni d'immagine dell'ASL 2 Lanciano Vasto Chieti o non siano perseguiti i fini sociali e di pubblica utilità cui l'Azienda Sanitaria deve attenersi, fermo restando l'eventuale risarcimento del danno.

Art. 12 - Inadempienze

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

Art. 13 - Responsabilità

1. Il soggetto sponsorizzato è sollevato da qualsiasi responsabilità civile e penale conseguente all'allestimento e allo svolgimento delle attività sponsorizzate da parte dello sponsor.

Art. 14 - Trattamento dei dati personali ai sensi del D. Lgs. 30 giugno 2003 n. 196 e s.m.i.

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste.
2. Titolare del trattamento dei dati è l'ASL 2 Lanciano Vasto Chieti in persona del Direttore *pro tempore* che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge citata.
3. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici tenuti alla applicazione del presente regolamento.
4. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento.

Art. 15 - Aspetti fiscali

1. Il valore della fatturazione per la "sponsorizzazione" corrisponde all'Importo della somma stanziata in bilancio per la specifica iniziativa; la fatturazione può coincidere con l'intero stanziamento o con una quota dello stesso, in relazione alla totale o parziale copertura, mediante sponsorizzazione, dei risultati del capitolo interessato.
2. Il valore della fatturazione correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor ("spazio pubblicitario") è pari all'Importo specificato al comma 1.

Art. 16 - Verifiche e controlli

1. Le "sponsorizzazioni" sono soggette a periodiche verifiche da parte dei Dirigenti che saranno individuati di volta in volta, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi.
2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor; la notifica e l'eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

Art. 17 - Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Azienda Sanitaria secondo la disciplina del presente regolamento.
2. È tuttavia facoltà dell'ASL 2 LANCIANO VASTO CHIETI, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare in convenzione l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario o altri soggetti operanti nel campo sociosanitario.

Art. 18 - Modalità applicative

1. Resta ferma la facoltà dell'Ente di decidere di volta in volta i tempi di attuazione degli accordi di sponsorizzazione nonché la forma e le caratteristiche per l'applicazione dello spazio pubblicitario concordato con le parti interessate.
2. La pubblicità può avvenire anche attraverso il sito web dell'ASL 2 LANCIANO VASTO CHIETI a mezzo di apposite pagine dedicate ai progetti in corso ed anche attraverso tabelloni pubblicitari da installarsi su suolo di proprietà.

Art. 19 - Normativa di rinvio

1. Per quanto non esplicitamente previsto e specificatamente stabilito negli articoli di questo Regolamento che precedono, si fa formale rinvio alle leggi e normative vigenti in materia di regolamento dei rapporti con la pubblica Amministrazione e specialmente:
 - alle normative recate dal codice civile e dalle altre leggi vigenti riguardanti la peculiare materia dei contratti e, più genericamente, delle obbligazioni;
 - alla normativa contenuta nello Statuto e nei Regolamenti adottati dall'ASL 2 LANCIANO VASTO CHIETI.