

**N. 871 del Reg. Deliberazioni**

**del 27/10/2021**

**DELIBERAZIONE  
DEL DIRETTORE GENERALE**

**- Dott.ssa Patrizia Simionato -  
nominato con Decreto del Presidente della Giunta Regionale del Veneto  
n. 24 del 26.02.2021**

**OGGETTO: Adozione del "Regolamento per la disciplina e la gestione della pubblicità all'interno dell'Azienda e delle sponsorizzazioni" dell'Azienda Ulss 5 Polesana**

Struttura Ufficio comunicazione relazioni pubbliche e transizione al digitale

Si attesta l'avvenuta regolare istruttoria del presente provvedimento proposto per l'adozione in ordine alla legittimità con ogni altra disposizione regolante la materia.

Il Direttore della Unità Operativa Complessa  
Dott. Alberto Busson

-----

Il Responsabile dell'Ufficio Comunicazione, Relazioni Pubbliche e Transizione al Digitale, Dr. Alberto Busson, riferisce quanto segue:

Premesso che

- il mercato è in continua evoluzione e vi è la necessità di potenziare l'utilizzo degli strumenti offerti dal marketing per il reperimento di risorse finanziarie;
- nella società contemporanea sono emerse dalla prassi nuove figure contrattuali, mutate dai sistemi anglo-americani, nello specifico il contratto di sponsorizzazione;
- i contratti pubblicitari contemplano la mera promozione del marchio o prodotto commerciale, attraverso la diffusione di un messaggio pubblicitario. Il titolare del mezzo di informazione, dietro controprestazione economica, veicola in appositi spazi la pubblicità della controparte. Nel caso della sponsorizzazione, si instaura un collegamento tra sponsorizzante e sponsorizzato, avvalendosi il primo della notorietà del secondo allo scopo di diffondere la propria immagine: il marchio dello *sponsor*, verso pagamento di un corrispettivo, è associato a quello dello *sponsee*, così da ottenere un ritorno pubblicitario;
- l'Azienda ULSS 5 Polesana (di seguito Azienda) si presenta come ambito ideale per l'inserimento di comunicazioni pubblicitarie rivolte al pubblico: all'interno della stessa, infatti, transitano quotidianamente migliaia di persone;
- l'Azienda si prefigge di assicurare una corretta gestione dei contratti nel rispetto delle norme vigenti nonché dei criteri di efficienza, efficacia, economicità, trasparenza e buon andamento.

Visti

- l'art. 1, comma 1-bis, della Legge n. 241/1990 conferma la libertà negoziale dell'Amministrazione pubblica e la piena fruibilità degli strumenti civilistici;
- l'art. 43 della Legge n. 449/1997 consente alle pubbliche amministrazioni di stipulare contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione con soggetti pubblici e privati, al fine di favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa e di realizzare maggiori economie, nonché di migliorare i servizi prestati. Le iniziative suddette debbono essere dirette al perseguimento di interessi pubblici, debbono escludere forme di conflitto di interesse fra l'attività pubblica e quella privata e debbono comportare risparmi di spesa rispetto agli stanziamenti disposti;
- l'art. 28, comma 2 bis, della Legge n. 448/1998 individua, quale misura da adottare dagli enti per realizzare maggiori economie nella gestione "lo sviluppo di iniziative per la stipula di contratti di sponsorizzazione, accordi e convenzioni previsti dall'art. 43 della L. 27 dicembre 1997, n. 449";
- il D. Lgs. n.74/1992 - attuazione della direttiva 84/450/CEE, come modificata dalla direttiva 97/55/CE in materia di pubblicità ingannevole e comparativa.

Tenuto conto che le disposizioni normative sopra riportate rappresentano un'opportunità per l'Azienda di reperire risorse economiche aggiuntive e che le medesime saranno principalmente convogliate ed utilizzate per il miglioramento degli standard organizzativi e gestionali dei servizi erogati all'utenza; per iniziative e progetti aziendali di formazione professionale, di ricerca e di sviluppo anche per il personale dipendente, nonché per le campagne di comunicazione istituzionale e per quelle di informazione ed educazione alla salute.

Ravvisata la necessità di garantire la più ampia trasparenza alle attività sponsorizzate e pubblicitarie, si ritiene opportuno disciplinare in modo chiaro ed uniforme le attività stesse attraverso l'adozione di un apposito Regolamento, allegato al presente provvedimento quale parte integrante e sostanziale.

Per quanto premesso, il Dr. Alberto Busson, nella riferita qualità di Responsabile dell'Ufficio Comunicazione, Relazioni Pubbliche e Transizione al Digitale, propone di adottare l'allegato Regolamento per la disciplina e la gestione della pubblicità all'interno dell'Azienda e delle sponsorizzazioni, dandone diffusione e informazione a tutte le strutture dell'Azienda, curandone altresì la pubblicazione nel portale web.

Attestata l'avvenuta regolare istruttoria della pratica, anche in ordine alla compatibilità con la vigente legislazione statale e regionale

### **IL DIRETTORE GENERALE**

In relazione a quanto sopra riferito e preso atto che il Responsabile dell'Ufficio Comunicazione, Relazioni Pubbliche e Transizione al Digitale, competente dell'istruzione dell'argomento in questione, ha attestato l'avvenuta regolare istruttoria della pratica, anche in ordine alla compatibilità con la vigente legislazione regionale e statale;

Visti

- l'art. 1, comma 1-bis, della Legge n. 241/1990 conferma la libertà negoziale dell'Amministrazione pubblica e la piena fruibilità degli strumenti civilistici;
- l'art. 43 della Legge n. 449/1997 consente alle pubbliche amministrazioni di stipulare contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione con soggetti pubblici e privati, al fine di favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa e di realizzare maggiori economie, nonché di migliorare i servizi prestati. Le iniziative suddette debbono essere dirette al perseguimento di interessi pubblici, debbono escludere forme di conflitto di interesse fra l'attività pubblica e quella privata e debbono comportare risparmi di spesa rispetto agli stanziamenti disposti;
- l'art. 28, comma 2 bis, della Legge n. 448/1998 individua, quale misura da adottare dagli enti per realizzare maggiori economie nella gestione "lo sviluppo di iniziative per la stipula di contratti di sponsorizzazione, accordi e convenzioni previsti dall'art. 43 della L. 27 dicembre 1997, n. 449";
- il D. Lgs. n. 74/1992 - attuazione della direttiva 84/450/CEE, come modificata dalla direttiva 97/55/CE in materia di pubblicità ingannevole e comparativa.

Sentito il parere favorevole dei Direttori Amministrativo e Sanitario ai sensi dell'art. 3 del D. Lgs. 502/92, nonché del Direttore dei Servizi Socio Sanitari ai sensi dell'art. 16 della L. R. 56/94 e smi;

### **DELIBERA**

In base alle premesse, parte integrante e sostanziale del presente atto

1. di adottare il Regolamento per la disciplina e la gestione della pubblicità all'interno dell'Azienda e delle sponsorizzazioni dell'Azienda ULSS 5 Polesana allegato al presente atto quale parte sostanziale ed integrante;
2. di incaricare l'Ufficio proponente di occuparsi della sua diffusione a tutte le strutture aziendali e comunicazione mediante la pubblicazione sul portale web;
3. di stabilire che il Regolamento per la disciplina e la gestione della pubblicità all'interno dell'Azienda e delle sponsorizzazioni dell'Azienda ULSS 5 di cui al punto 1) entrerà in vigore alla data di adozione del presente atto.

Il Responsabile del Procedimento:  
Dr. Alberto Busson

\* \* \* \* \*

*Pareri favorevoli in quanto di competenza:*

IL DIRETTORE AMMINISTRATIVO

Dott. Urbano Brazzale

IL DIRETTORE SANITARIO

Dott. Alberto Rigo

IL DIRETTORE DEI SERVIZI SOCIO-SANITARI

Dott.ssa Paola Casson

II DIRETTORE GENERALE

Dott.ssa Patrizia Simionato

Il presente atto, eseguibile dalla data di adozione:

- è soggetto a controllo  ;
- non è soggetto a controllo  X

Rovigo, 28/10/2021

Il Direttore UOC Affari Generali

Dr.ssa Patrizia Davì

*Attestazione di pubblicazione*

Copia del presente atto è pubblicata all'Albo on line dell'Azienda per 15 giorni consecutivi da oggi.

Rovigo, 28/10/2021

Il Direttore UOC Affari Generali

Dr.ssa Patrizia Davì

Copia del presente atto viene inviata in data odierna al Collegio Sindacale ( ex art. 10, comma 5, L.R. 56 del 14.9.94)

Rovigo, 28/10/2021

Il Direttore UOC Affari Generali

Dr.ssa Patrizia Davì

Copia conforme all'originale, per uso amministrativo

Rovigo,

Il Direttore UOC Affari Generali

Dr.ssa Patrizia Davì

Da distribuire a:			
DIRETTORE GENERALE	-	UOC GESTIONE RISORSE UMANE	-
DIRETTORE AMMINISTRATIVO	-	UOC DIREZIONE AMM.VA TERRITORIALE	-
DIRETTORE SANITARIO	-	UOC DIREZIONE AMM.VA OSPEDALIERA	-
DIRETTORE SERVIZI SOCIO-SANITARI	-	UOC CONTROLLO DI GESTIONE	-
COLLEGIO DI DIREZIONE	-	UOC DIREZ. PROFESSIONI SANITARIE	-
DIREZIONE FUNZIONE OSPEDALIERA	-	UOC ASS. FARMACEUTICA TERRITORIALE	-
DIREZIONE FUNZIONE TERRITORIALE	-	UOC FARMACIA OSPEDALIERA	-
DIPARTIMENTO SALUTE MENTALE	-	UOC DISABILITA' NON AUTOSUFFICIENZA	-
DIPARTIMENTO DI PREVENZIONE	-	UOC INFANZIA, ADOL.E FAM.DISTRETTO 1	-
UOC DISTRETTO 1 ROVIGO	-	UOC INFANZIA, ADOL.E FAM.DISTRETTO 2	-
UOC DISTRETTO 2 ADRIA	-	UNITA' OPERATIVA PER IL SOCIALE	-
UOC DIREZIONE MEDICA OSP. RO-TRE	-	UOC PSICHIATRIA	-
UOC DIREZIONE MEDICA OSP. ADRIA	-	UOC SERD	-
POLO FORMATIVO	-	UOS QUALITA' E RISCHIO CLINICO	-
UOC AFFARI GENERALI	-	UOS ASSISTENZA SPECIALISTICA AMB.	-
UOC CONTABILITA' E BILANCIO	-	UOS MEDICO COMPETENTE	-
UOC PROV. ECONOM. LOGISTICA	-	UOS INTERNAL AUDITING E CERT.BIL.	-
UOC SERVIZI TECNICI PATRIMONIALI	-		-
		UFFICIO PROTEZIONE DATI	-
		UFF. TRASPARENZA E ANTICORRUZIONE	-
		UFF. RELAZIONI CON IL PUBBL.E COMUNICAZIONE	-

# REGOLAMENTO AZIENDALE PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLA PUBBLICITÀ ALL'INTERNO DELL'AZIENDA E DELLE SPONSORIZZAZIONI

Indice:

Premessa

Art. 1 Oggetto

Art. 2 Fonti normative

Art. 3 Finalità

Art. 4 Definizioni

Art. 5 Profili procedurali generali

Art. 6 Gestione del servizio e modalità organizzative

Art. 7 Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

Art. 8 Luoghi esclusi

Art. 9 Prodotti esclusi

Art. 10 Trattamento dei dati

Art. 11 Trasparenza

Art. 12 Norma finale

## Premessa

L'Azienda ULSS 5 Polesana (nel prosieguo "Azienda"), nella consapevolezza della continua evoluzione del mercato e della conseguente necessità di implementare l'utilizzo degli strumenti di marketing per il reperimento di risorse finanziarie, si propone come ambito potenziale per l'inserimento di comunicazioni pubblicitarie rivolte al proprio bacino di utenza ed iniziative di sponsorizzazione.

L'Azienda, infatti, è un luogo in cui transitano quotidianamente migliaia di persone.

Le imprese private possono dunque fruire di nuove opportunità di sviluppo commerciale; sono difatti disponibili spazi, luoghi e canali di comunicazione di forte impatto verso il pubblico, nei quali è possibile inserire la pubblicità di prodotti, servizi e/o attività.

## Art. 1 Oggetto

Il presente regolamento disciplina le condizioni e le modalità operative per la gestione delle attività di pubblicità interna all'Azienda e di sponsorizzazione.

## Art. 2 Fonti normative

Il presente Regolamento attua la disciplina contenuta, tra l'altro, nella seguente normativa (nella versione vigente):

- Art. 43 della Legge n. 449/1997 – norme di legge in materia di sponsorizzazione con riguardo alla Pubblica Amministrazione in generale;

- D. Lgs. n. 502/1992 – riordino della disciplina in materia sanitaria, a norma dell'art. 1 della Legge n. 421/1992;

- D. Lgs. n. 50/2016 – Codice dei contratti pubblici;

- D. Lgs. n. 74/1992 – attuazione della direttiva 84/450/CEE, come modificata dalla direttiva 97/55/CE in materia di pubblicità ingannevole e comparativa;

- l'art. 1, comma 1-bis, della Legge n. 241/1990 (comma aggiunto dall'art. 1, comma 1, lett. b), Legge n. 15/2015) – ~~nuove norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi, testo coordinato ed aggiornato, da ultimo, dal D. L. n. 76/2020 convertito, con modificazioni, dalla Legge n. 120/2020.~~

### **Art. 3 Finalità**

La cessione di spazi pubblicitari e le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa e a conseguire maggiori economie nonché ad una migliore qualità dei servizi istituzionali, purché siano orientati all'interesse pubblico e sempreché non nascano conflitti d'interesse tra attività pubblica ed attività privata.

### **Art. 4 Definizioni**

Ai fini del presente regolamento si intende:

- per “contratto di pubblicità”: un contratto atipico finalizzato a propagandare il messaggio commerciale di un'impresa, rientrante nei contratti di pubblicità bilaterale a prestazioni corrispettive con regime riconducibile alle norme generali sui contratti (art. 1323 c. c.);
- per “contratto di sponsorizzazione”: il contratto a prestazioni corrispettive, a titolo oneroso, mediante il quale l'Azienda (soggetto sponsorizzato o *sponsee*) si impegna ad offrire ad un terzo (*sponsor*), a fronte di un corrispettivo in denaro, beni o servizi, spazi per la pubblicità del nome (denominazione sociale e commerciale, logo e marchio) e di eventuali messaggi scritti o audiovisivi in forme diverse entro appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
- per “*sponsee*”: l'Azienda titolare dei benefici economici apportati dalla stipula di contratti di sponsorizzazione;
- per “*sponsor*”: il soggetto privato o pubblico che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione e/o collaborazione con l'Azienda;
- per “spazio pubblicitario”: lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione per la pubblicità dello sponsor.

Il contratto di sponsorizzazione può avere ad oggetto la sponsorizzazione tecnica o pura (altrimenti detta di puro finanziamento). Si intende:

- “sponsorizzazione tecnica”: la progettazione e la realizzazione di lavori, servizi o forniture, a cura e a spese dello sponsor;
- “sponsorizzazione pura”: l'erogazione di un contributo in denaro.

Nel caso in cui siano contemplate ambedue le modalità adempitive si parla di “sponsorizzazione mista”.

### **Art. 5 Profili procedurali generali**

Il rapporto tra l'Azienda e il cliente che desidera reclamizzare i propri prodotti, servizi e/o attività avviene con la stipulazione di un contratto, anche per il tramite di un eventuale intermediario, individuato con gara pubblica.

Le iniziative di sponsorizzazione sono attuabili mediante la stipula di appositi contratti, anche nella forma di accordi di collaborazione, con soggetti privati, società, imprese individuali, fondazioni e associazioni costituite con atto notarile, singoli cittadini, oppure enti pubblici.

### **Art. 6 Gestione del servizio e modalità organizzative**

La gestione del servizio di pubblicità, in relazione alla sua dimensione organizzativa nonché alla rilevanza e alla convenienza economica-imprenditoriale, è effettuata dall'Azienda in forma diretta.

Per il reperimento della pubblicità, tuttavia, rientra nella facoltà dell'Azienda, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare l'incarico, anche in via non esclusiva, ad agenzie di settore, tramite apposito contratto stipulato a seguito di gara pubblica.

## **Art. 7 Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor**

La scelta è effettuata mediante una selezione preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso contenente l'oggetto e/o le iniziative da sponsorizzare, le modalità ed i termini entro i quali i terzi possono manifestare all'Azienda l'interesse e la volontà di attivare contratti di sponsorizzazione. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione sul sito internet/portale aziendale.

## **Art. 8 Luoghi esclusi**

Le attività di pubblicità e di sponsorizzazione di cui al presente regolamento non sono consentite all'interno delle Unità Operative di degenza, presso i locali dei servizi di emergenza quali Pronto Soccorso e Rianimazione, le celle mortuarie, le cappelle e gli altri luoghi di culto.

## **Art. 9 Prodotti esclusi**

Nell'effettuazione delle varie forme di pubblicità e di sponsorizzazione devono essere osservate le norme stabilite dalle Leggi vigenti e dal presente regolamento.

In particolare, non possono essere oggetto di contratti di pubblicità o di sponsorizzazione:

- servizi di onoranze funebri, cartochiromanzia, magia ed occultismo;
- prodotti farmaceutici;
- prodotti e/o servizi di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di fumo, tabacco, prodotti alcolici, droghe, armi;
- materiale pornografico o a sfondo sessuale, relazioni personali e ogni materiale contrario alla morale, alla coscienza etica e più in generale alla decenza;
- messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia;
- attività di gestione infortuni e sinistri in ambito sanitario;
- prodotti e/o servizi in reale o potenziale conflitto di interesse con l'attività e gli scopi istituzionali dell'Azienda.

L'Azienda a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi forma di pubblicità qualora:

- ritenga la sussistenza di incompatibilità e/o conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
- ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o all'attività istituzionale;
- reputi la pubblicità non opportuna e/o in contrasto con i principi etici dell'Azienda stessa.

Non è prevista la collocazione di spazi pubblicitari sul parco autovetture dell'Azienda, considerati i compiti istituzionali, anche di polizia giudiziaria, di verifica e controllo ispettivo per i quali possono venire utilizzate le auto in questione.

L'Azienda si riserva l'utilizzo gratuito di una quota percentuale da definire degli spazi disponibili, da destinare a proprie campagne di pubblicità istituzionale.

## **Art. 10 Trattamento dei dati**

Ai sensi del Regolamento UE 2016/679, noto come GDPR (General Data Protection Regulation), i dati trasmessi all'Azienda verranno utilizzati esclusivamente per lo svolgimento di funzioni istituzionali, nelle modalità e nei limiti stabiliti dal GDPR medesimo.

Titolare del trattamento dei dati personali è l'Azienda ULSS 5 Polesana, con sede in Rovigo – Viale Tre Martiri 89. Il Titolare ha nominato un Responsabile della protezione dei dati (DPO), ai sensi dell'art. 37 del GDPR, contattabile all'indirizzo e mail: [rpd@aulss5.veneto.it](mailto:rpd@aulss5.veneto.it).



I dati sono trattati, in conformità alle leggi vigenti, dagli addetti agli uffici tenuti all'applicazione del presente regolamento.

I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alla finalità del regolamento.

#### **Art. 11 Trasparenza**

Il presente regolamento e la relativa modulistica sono pubblicati sul sito aziendale [www.aulss5.veneto.it](http://www.aulss5.veneto.it).

#### **Art. 12 Clausola generale di rinvio**

Per quanto non espressamente previsto nel presente regolamento si fa riferimento alle vigenti disposizioni nazionali e regionali.