

Approvato con la deliberazione n. 257 del 4 aprile 2013

REGOLAMENTO

Sponsorizzazione di iniziative formative interne

Art. 1

OGGETTO E FINALITA'

Il presente regolamento disciplina la sponsorizzazione da parte di terzi di iniziative formative dell'ASL TO 4 (di seguito denominata Azienda), definendo regole e modalità operative al fine di garantire il rispetto della vigente normativa ed una gestione improntata a trasparenza.

Art. 2

DEFINIZIONI

Sponsorizzazione in ambito formativo

E' un contratto mediante il quale una parte (Sponsor) fornisce risorse finanziarie o beni/servizi inerenti lo svolgimento dell'iniziativa (attrezzature, materiale sanitario, materiale didattico, locali, manifesti, catering...) ad un Provider (Sponsee) in cambio di spazi di pubblicità per il proprio marchio o per i propri prodotti.

Sponsor

E' il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o pubblico che stipula un contratto di sponsorizzazione con un Provider

Sponsee

E' l'Azienda Sanitaria che si impegna ad offrire spazi di pubblicità a fronte di benefici economici

Provider

E' il soggetto, attivo e qualificato nel campo della formazione continua in Sanità, abilitato a realizzare attività formative riconosciute idonee per l'ECM individuando e attribuendo direttamente i crediti ai partecipanti

Partner

Per Partner si intende un ente/organizzazione che apporti un qualsiasi contributo scientifico e/o organizzativo all'attività di formazione realizzata dal Provider senza richiedere uno specifico corrispettivo.

Art. 3

CONDIZIONI E PRESUPPOSTI

Le iniziative sponsorizzate devono essere dirette al perseguimento di interessi pubblici, non essere in contrasto con i fini istituzionali dell'Azienda, non realizzare forme di conflitto di interessi e comportare risparmi di spesa rispetto agli stanziamenti disposti a bilancio.

L'Azienda, quale Provider, ha il compito di tutelare la formazione ECM da influenze di chi ha interessi commerciali diretti o indiretti nel settore della Sanità, che ne possano pregiudicare la finalità esclusiva di educazione/formazione dei professionisti della Sanità.

La gestione economica dell'evento è in ogni caso affidata all'Azienda, che ne risponde in termini di trasparenza, indipendenza del contenuto formativo e legittimità ed è obbligata a conservare tutti i contratti di Sponsorizzazione (e la relativa documentazione) presso la propria sede legale per cinque anni, rendendoli disponibili in occasione di eventuali controlli da parte degli organismi preposti. Gli Sponsor devono essere indicati nel Piano di Formazione.

Art. 4

REGOLE GENERALI PER LE SPONSORIZZAZIONI DI PRIVATI

L'industria farmaceutica e quella degli strumenti e presidi medici può essere Sponsor di un evento ECM, a condizione che il supporto finanziario o di risorse sia dichiarato e non sia in alcun modo condizionante l'organizzazione, la definizione dei contenuti o la gestione delle attività ECM.

Lo Sponsor può essere coinvolto nella distribuzione del materiale promozionale relativo all'evento Sponsorizzato e del materiale durevole FAD e può concorrere totalmente o parzialmente alle spese inerenti l'evento.

L'Azienda può ricorrere, contemporaneamente per la stessa iniziativa, a più Sponsor (evento formativo Multi Sponsor).

La sponsorizzazione può effettuarsi con le seguenti modalità:

- sponsorizzazione indistinta del Piano di Formazione: l'Azienda costituisce un fondo indistinto di risorse provenienti da sponsor per sostenere i costi del Piano di Formazione, con la possibilità di evidenziare i marchi delle aziende sponsorizzatrici in maniera indistinta nelle diverse iniziative formative e in misura proporzionale alle diverse quote di finanziamento
- sponsorizzazione di attrezzature e beni utili all'organizzazione di eventi formativi: l'Azienda può acquistare beni utili all'organizzazione di eventi formativi (strumentazioni, arredi, materiale didattico, etc.) con la partecipazione di contributi provenienti da soggetti privati e gli stessi potranno comparire con i propri marchi sui beni acquistati
- sponsorizzazione di specifici progetti formativi: l'Azienda può accettare sponsorizzazioni per la realizzazione di particolari iniziative formative ricomprese nel piano di formazione aziendale, con il vincolo che complessivamente nel corso dell'anno la quota di risorse messe a disposizione da soggetti privati per tali iniziative non superi il 5% del budget aziendale destinato alla formazione del personale.

Art. 5

PARTNER E PATROCINI

Il Partner può essere accreditato ECM (caso di presenza di un Provider Partner) o meno (caso di una semplice Segreteria organizzativa Partner).

Non può assumere il ruolo di Partner dell'Azienda un soggetto che produca, distribuisca, commercializzi e pubblicizzi prodotti farmaceutici, omeopatici, fitoterapici, dietetici, dispositivi e strumenti medici.

Rientrano nella tipologia "Partner" i patrocini, i quali rappresentano un sostegno non finanziario, un riconoscimento etico, un particolare apprezzamento nei confronti di iniziative di rilievo.

Il Patrocinio va richiesto con riferimento all'evento specifico e può essere indicato, oltre che nelle locandine, anche sull'attestato dei crediti formativi, previa verifica circa l'assenza di conflitto d'interessi; non può essere chiesto a partiti politici, sindacati, enti portatori di interessi commerciali.

Le richieste/concessioni di patrocinio devono essere indicate nel Piano di formazione.

Art. 6
FINANZIATORI

Non ricorre la fattispecie della Sponsorizzazione ma quella del Finanziamento quando un soggetto privato o pubblico non chiede alcuna pubblicità a fronte della propria prestazione (in denaro, beni o servizi) e non contribuisce all'erogazione dell'attività formativa; rientra in tale situazione il caso in cui un soggetto privato acquista dall'Azienda delle quote di partecipazione senza chiedere alcuna pubblicità.

In tale fattispecie non è dunque richiesta la stipula di un contratto di Sponsorizzazione, ma in ossequio al principio di trasparenza, l'accordo intercorrente tra l'Azienda ed il soggetto finanziatore va formalizzato.

Art. 7
CONFLITTO DI INTERESSI E TRASPARENZA

Il Conflitto di interessi è la condizione in cui un soggetto svolge contemporaneamente due ruoli differenti con possibilità di interferenza dell'uno sull'altro, a prescindere dall'effettivo verificarsi dell'interferenza stessa.

Esso si verifica se l'iniziativa formativa non è obiettiva ma è influenzata da interessi diretti o indiretti che ne possano pregiudicare la finalità esclusiva di educazione/formazione dei professionisti.

Dal principio di trasparenza della Sponsorizzazione deriva che:

- è necessaria la stesura di contratti formali tra l'Azienda Provider e 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'Azienda e non dallo Sponsor
- lo Sponsor può sostenere direttamente i costi di viaggio e alloggio dei relatori e moderatori di eventi formativi organizzati dall'Azienda, indicandone specificatamente le modalità nel contratto di Sponsorizzazione
- è necessaria una dichiarazione formale sottoscritta delle fonti di finanziamento acquisite negli ultimi 2 anni dallo Sponsor da parte di tutti coloro che a qualsiasi titolo sono coinvolti nella organizzazione e/o gestione e/o erogazione di eventi ECM
- l'Azienda deve assicurare, in ogni caso, la presenza di uno specifico questionario sulla qualità percepita in cui i discenti possano indicare se hanno rilevato eventuali influenze dello Sponsor o altri interessi commerciali nel programma svolto e nel materiale ECM
- la compilazione del questionario da parte di ciascuno dei partecipanti è condizione indispensabile affinché il Provider possa attestare, al discente che ha superato il test di valutazione, l'assegnazione dei crediti ECM

Tutta la documentazione relativa alle Sponsorizzazioni ed al Conflitto di interessi deve essere conservata dall'Azienda per almeno 5 anni.

Art. 8
PRIVACY

I dati raccolti in applicazione del presente regolamento sono trattati esclusivamente per le finalità in esso previste.

L'Azienda non può condividere con lo Sponsor i risultati della scheda di valutazione dell'evento formativo (rilevanza degli argomenti trattati, qualità educativa, efficacia dell'evento, etc...); lo

Sponsor non può dunque venire a conoscenza dall'Azienda dei risultati della valutazione dell'evento, emersi dalle schede anonime compilate dai partecipanti.

Analogamente lo Sponsor non può ricevere da parte del Provider l'elenco dei partecipanti e di coloro che hanno acquisito i crediti formativi.

Art. 9

RECLUTAMENTO DEI DISCENTI

Gli Sponsor/finanziatori devono fornire all'Azienda l'elenco dei nomi degli eventuali discenti invitati a un'iniziativa formativa interna, di cui sostengono direttamente le spese di iscrizione, previa formalizzazione del relativo contratto; per gli eventi FAD il reclutamento diretto è vietato.

Se invece un soggetto giuridico acquista delle quote di partecipazione ad un evento ECM, senza chiedere in cambio all'Azienda alcuna pubblicità, non si configura un'ipotesi di Sponsorizzazione e quindi non occorre il contratto di Sponsorizzazione ma un accordo tra l'Azienda stessa ed il soggetto acquirente.

L'Azienda conserva per 5 anni copia della suddetta documentazione.

Art. 10

RESPONSABILITA'

In caso di Sponsorizzazione di un evento di formazione continua, l'Azienda può delegare a terzi (Segreteria organizzativa/Agenzia di servizi) alcuni servizi (come ad esempio la gestione amministrativa dell'evento formativo) consentendo a questo terzo oggetto di instaurare rapporti economici diretti (es. fatturazione, incassi, gestione pagamenti) con lo Sponsor; la responsabilità rimane sempre e comunque dell'Azienda.

Art. 11

PUBBLICITA' NEGLI EVENTI FORMATIVI

È vietato qualsiasi tipo di pubblicità di prodotti di interesse sanitario (farmaci, strumenti, dispositivi medici, etc.) nelle sedi in cui si svolge l'attività formativa, nei depliant/programmi e nei materiali durevoli (nel caso di eventi FAD).

La pubblicità di prodotti di interesse sanitario può invece essere realizzata in sedi adiacenti a quelle dedicate alle attività formative, a condizione che:

- il prodotto/presidio sia già in uso o aggiudicato presso l'azienda
- l'impresa sia l'unico produttore/distributore del prodotto
- nelle altre ipotesi, sia garantita la facoltà di partecipazione di più imprese sponsorizzatrici

Ugualmente la Cartella congressuale con informazioni relative ai prodotti di interesse sanitario (farmaci, strumenti, dispositivi medici, etc.) può essere consegnata fuori dall'aula in cui si svolgono le attività formative, possibilmente al termine dell'evento.

Relativamente al materiale cartaceo, nessuna pubblicità può essere presente nelle pagine dedicate alle attività ECM, nè nelle pagine adiacenti al programma e/o agli strumenti didattici correlati come, ad esempio, le pagine dedicate alla valutazione.

Lo Sponsor può essere indicato, in modo discreto, nell'ultima pagina di depliant/ programmi ed all'inizio e/o alla fine del materiale durevole FAD.

Non può essere indicato nelle diapositive né all'interno del materiale durevole FAD.

È consentita l'apposizione del logo dello Sponsor (e non comunque loghi di prodotti dello Sponsor) su:

- programma e locandina dell'evento accompagnato dal ringraziamento
- cartellonistica e segnaletica congressuale purché non condizionante
- lettera d'accompagnamento al programma
- laccetti porta badge
- penne, blocchi notes e cartelle
- atti congressuali
- cavalierini con ringraziamento sui tavoli durante i servizi di catering

Tutti gli strumenti di tecnologie dell'informazione/trasmissione dati, non finalizzati direttamente ad attività sanitarie (come ad esempio computer, videocamere, etc.), non sono considerati prodotti di interesse sanitario e quindi non rientrano in tale divieto.

Nelle attività formative residenziali e FAD, devono essere indicati i nomi generici (di farmaci, strumenti, presidi) e non può essere riportato alcun nome commerciale, neanche se non correlato con l'argomento trattato.

Nell'ambito di un evento è possibile per un relatore utilizzare dei prodotti elettromedicali dello Sponsor per effettuare un esempio pratico, purché sia opportunamente oscurato il logo dello Sponsor.

Nell'ipotesi in cui l'operazione di oscuramento non sia attuabile, l'utilizzo di tali prodotti sarà possibile solo nel caso in cui il relatore non limiti la dimostrazione unicamente al prodotto promosso dall'impresa Sponsor ma si avvalga anche di strumenti prodotti da imprese concorrenti per lo stesso.

L'etichetta di piccole dimensioni non costituisce una violazione del Regolamento (caso, ad esempio, nella Formazione sul campo, di strumenti del docente/tutor con il marchio della ditta produttrice).

Nel corso di un evento ECM, nel caso in cui le tecniche e gli strumentari siano considerabili unici, è possibile citare occasionalmente il nome registrato accanto a quello dello strumento; l'unicità deve essere garantita dall'Azienda, che ne assume la responsabilità.

Art. 12

SCELTA DELLO SPONSOR E CONTRATTO

L'ASL TO 4 pubblicizza, attraverso il proprio sito web, il presente regolamento ed annualmente predisporre un avviso per la ricerca di possibili Sponsor del Piano di formazione aziendale; si riserva inoltre di accogliere richieste spontanee presentate da Imprese anche in relazione a singole iniziative formative, nel rispetto dei principi di cui ai precedenti articoli.

La manifestazione di interesse a sponsorizzare deve essere presentata in forma scritta e riportare l'indicazione dei corrispettivi economici previsti e la tipologia di prodotto da pubblicizzare e/o di pubblicità richiesta.

L'ASL TO 4, previo parere favorevole del Comitato Scientifico, accoglie la/le richieste pervenute, ove coerenti con la presente regolamentazione ed economicamente congrue, mediante delibera di approvazione dello schema di contratto.

L'ASL TO 4 emette fattura allo Sponsor intestatario del contratto per l'importo corrispondente all'impegno assunto, oltre ad IVA; il pagamento avviene nei termini stabiliti nel contratto.

Ogni eventuale spesa correlata alla stipula del contratto è a carico dello Sponsor.

Art. 13
PRODOTTI ESCLUSI DALLE SPONSORIZZAZIONI

Non possono essere oggetto di sponsorizzazione prodotti e/o servizi in conflitto di interesse con gli scopi istituzionali dell'azienda.

L'azienda si riserva comunque la facoltà di rifiutare qualsiasi richiesta di sponsorizzazione, qualora la ritenga potenzialmente lesiva della propria immagine o inopportuna.

Art. 14
NORMA FINALE

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

**REGOLAMENTO AZIENDALE SULLA PARTECIPAZIONE DEI SINGOLI
DIPENDENTI AD EVENTI FORMATIVI ESTERNI ALL'AZIENDA CON SPESE A
CARICO DI SOGGETTI PRIVATI**

1. Il personale dipendente può partecipare ad eventi formativi (corsi, convegni, congressi, giornate di studio, seminari etc.) sponsorizzati, anche con l'intermediazione di Agenzie di Servizi, ed esterni all'Azienda/Ente a condizione che l'evento formativo:
 - 1.1 non contrasti con i fini istituzionali dell'Azienda/Ente;
 - 1.2 sia coerente rispetto ai bisogni formativi individuati nel piano di formazione aziendale e/o rispetto agli obiettivi sanitari nazionali e regionali, nonché strategici aziendali o, comunque, sia ritenuto "prioritario" a fronte di sopravvenute esigenze di innovazione scientifica o legislativa;
 - 1.3 abbia preferibilmente ottenuto o, perlomeno, richiesto, ove previsto, i crediti formativi E.C.M.;
 - 1.4 abbia ottenuto l'autorizzazione ai sensi del D.Lg.vo 24.04.2006 n. 219 art. 124, laddove prevista;
 - 1.5 tra lo sponsor, da un lato, e il partecipante e il proponente, dall'altro, non devono esistere rapporti finanziari (quali consulenza, possesso di azioni (1), onorati (2), perizie retribuite, licenze, etc.) personali o familiari, tali da generare un potenziale conflitto di interesse.
 - 1.5.1 a tal fine il partecipante dovrà compilare apposita modulistica per dichiarare assenza di conflitto di interessi.
2. Per sponsorizzazione si intende il contributo economico, offerto da un Ente privato, alle spese che il dipendente deve sostenere per la partecipazione ad attività di aggiornamento: quota iscrizione, viaggio, vitto e alloggio.
 - 2.1 non possono essere autorizzate proposte personali e dirette avanzate al personale dipendente da parte di privati che intendono sponsorizzare la partecipazione a Corsi/Convegni/Congressi/Seminari
3. La partecipazione dei dipendenti del S.S.R. ad iniziative formative con spese a carico dei privati è così regolamentata:
 - 3.1. le imprese disposte a finanziare la partecipazione di personale del S.S.R. (a corsi, convegni, congressi e altre iniziative) devono formalizzare tale intenzione con comunicato scritto, che dovrà essere indirizzata al Direttore Generale e dovrà contenere i seguenti elementi:
 - 3.1.1. denominazione e ragione sociale dell'impresa, codice fiscale e sede;
 - 3.1.2. sede e data della manifestazione formativa;
 - 3.1.3 destinatari dell'iniziativa (tipo di qualifica professionale e requisiti richiesti);
 - 3.1.4. preventivo analitico delle spese;
 - 3.1.5. pieghevole del programma in allegato;
 - 3.1.6. sulla comunicazione non dovranno essere indicati nominativi specifici di dipendenti, ma solo la qualifica, il numero degli operatori invitati, struttura e sede;
 - 3.2 Le imprese disponibili potranno assumere gli oneri relativi alle spese di iscrizione, viaggio ed ospitalità solo per operatori qualificati del settore inerente al corso o congresso. Gli eventuali oneri per spese di viaggio o per ospitalità non potranno essere estesi ad accompagnatori. L'ospitalità non potrà eccedere il periodo di tempo compreso tra le dodici ore precedente l'inizio della manifestazione e le dodici ore successive alla

conclusione della medesima né presentare caratteristiche tali da prevalere sulle finalità tecnico-scientifiche dell'iniziativa.

- 3.3 Ricevuta la comunicazione il Direttore della S.C. Formazione, delegato dal Direttore Generale, su proposta del Direttore del Dipartimento/Distretto/Struttura/Servizio designerà i partecipanti tra i dipendenti che operano nel settore specifico inerente alla manifestazione. La partecipazione è consentita ai soli dipendenti a tempo indeterminato e prioritariamente a tempo pieno, fatti salvi i casi di personale dirigente titolare di incarico ex art. 15 septies D.Lg.vo 502/1992 s.i.m. di durata almeno biennale.
- 3.4 Il personale dipendente autorizzato secondo i criteri di cui sopra, potrà partecipare al Corso/Convegno/Congresso/Seminario oggetto della proposta, usufruendo, nell'ambito dell'aggiornamento facoltativo, dell'istituto del permesso retribuito oppure, per il personale dell'Area della Dirigenza, delle ore destinate ad attività di aggiornamento professionale, partecipazione alla didattica, ricerca finalizzata etc., secondo le modalità previste dal presente regolamento.
- 3.5 Il personale dipendente non autorizzato secondo i criteri in precedenza elencati, non potrà partecipare ad iniziative formative sponsorizzate.
- 3.6 Ciascun dipendente non potrà partecipare, in qualità di discente, a più di 2 iniziative formative annue per singola azienda sponsorizzatrice.

(1) Per “possesso di azioni” si intende il possesso di pacchetti azionari che diano diritto a partecipare all'amministrazione della società.

(2) Per “onorati” si intendono attività pagate regolarmente o impegni recanti un reciproco vantaggio.