



REGOLAMENTO PER LA CONCESSIONE DI EROGAZIONI LIBERALI E SPONSORIZZAZIONI

Approvato con Determina dell'Amministratore Unico n. 1 del 19/02/2026

Sommario

Art. 1 - Scopo e Campo di Applicazione	3
Art. 2 – Principi Etici e di Riferimento	3
Art. 3 – Requisiti di Ammissibilità	4
Art. 4 – Budget e Limiti finanziari	4
Art. 5 - Modalità Operative e Istruttoria.....	4
Art. 6 - Trasparenza e Pubblicità.....	5
Art. 7 - Obblighi del Beneficiario	5
Art. 8 - Flussi Informativi e Controllo	5
Art. 9 - Norme Transitorie e Finali	6

Art. 1 - Scopo e Campo di Applicazione

- 1) Il presente Regolamento disciplina l'erogazione di contributi, sponsorizzazioni ed erogazioni liberali da parte di Farma.Co S.r.l. (di seguito "*Società*"), nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità.
- 2) Le attività disciplinate dal presente regolamento sono finalizzate alla promozione dell'immagine della Società e al perseguimento degli scopi statuari, con particolare riferimento all'educazione sanitaria, alla prevenzione e al supporto di iniziative a carattere sociale rivolte alle fasce deboli della popolazione, in coerenza con l'art. 4 dello Statuto Sociale.
- 3) Le attività disciplinate dal presente regolamento possono essere attuate sia su iniziativa autonoma della Società, sia a seguito di richiesta formale da parte di soggetti terzi.
- 4) Il presente regolamento si applica a:
 - a) Sponsorizzazioni (economiche o tecniche): contratti a prestazioni corrispettive in cui la Società eroga risorse o beni/servizi in cambio di un ritorno di immagine;
 - b) Erogazioni liberali: contributi a fondo perduto destinati a scopi benefici, scientifici o sociali senza obblighi di controprestazione pubblicitaria.
- 5) Le sponsorizzazioni, a differenza delle erogazioni liberali, necessitano dell'uso del logo aziendale.
- 6) Le attività di sponsorizzazione e di erogazione liberale non devono in alcun modo nuocere l'integrità o la reputazione dell'azienda, e devono rispettare quanto previsto dai principi generali di comportamento indicati nel Codice Etico, anche al fine di prevenire la commissione dei reati ex D. Lgs. 231/01.
- 7) Sono inoltre condizioni imprescindibili che:
 - a) che le attività rientranti nella casistica siano destinate solo ad eventi che offrano garanzia di qualità o per i quali Azienda possa eventualmente collaborare alla progettazione, in modo da garantirne originalità ed efficacia;
 - b) che l'impegno di risorse sia coerente con la previsione ed il rispetto del budget annuale.

Art. 2 – Principi Etici e di Riferimento

- 1) Le attività di sponsorizzazione ed erogazione liberale non devono in alcun modo compromettere l'integrità o la reputazione della Società, devono rispettarne il Codice Etico, il Modello di Organizzazione e Gestione ex D.Lgs. 231/01 e, per quanto compatibile, il Codice di Comportamento dei dipendenti del Comune di Mirandola, recepito dalla Società ai sensi del Contratto di Servizio.
- 2) È fatto divieto assoluto di effettuare erogazioni o sponsorizzazioni a favore di partiti politici, movimenti, organizzazioni sindacali o candidati a cariche elettive, né direttamente né indirettamente.
- 3) È inoltre fatto divieto, di offrire direttamente o indirettamente denaro, regali o benefici di qualsiasi natura a titolo personale a dirigenti, funzionari o impiegati di clienti, fornitori, Enti appartenenti alla Pubblica Amministrazione, Istituzioni Pubbliche o altre Organizzazioni, allo scopo di trarre indebiti vantaggi.
- 4) Devono essere evitati conflitti di interesse di ordine personale o aziendale, in conformità alla normativa anticorruzione (L. 190/2012) e al PTPCT vigente.
- 5) Devono essere evitati comportamenti volti ad esercitare pressioni dirette o indirette su esponenti politici o soggetti istituzionali, e su soggetti privati che possano, per i compiti che svolgono, favorire in alcun modo l'attività della Società. Devono essere altresì adottati

comportamenti idonei a prevenire/respingere pressioni dirette o indirette provenienti dagli stessi.

Art. 3 – Requisiti di Ammissibilità

- 1) Possono essere erogati contributi a soggetti pubblici o privati, associazioni, fondazioni ed enti senza scopo di lucro (No Profit).
- 2) Le iniziative devono soddisfare le seguenti condizioni essenziali:
 - a) Territorialità: Gli eventi o le iniziative devono svolgersi nel territorio del Comune di Mirandola o comunque avere una ricaduta diretta e significativa sulla comunità locale servita dalla Farmacia Comunale;
 - b) Attinenza: Le iniziative devono essere coerenti con la *mission* aziendale (salute, benessere, sociale, sport, cultura);
 - c) Qualità: L'evento deve garantire un ritorno di immagine adeguato o un alto valore sociale.
- 3) Sono escluse iniziative che:
 - a) Riguardino pubblicità di tabacco, alcolici, gioco d'azzardo o materiale pornografico;
 - b) Abbiano contenuti discriminatori, offensivi o contrari all'ordine pubblico;
 - c) Possano generare conflitto di interessi con l'attività della Società o del Socio Unico Comune di Mirandola.
- 4) Non devono essere erogati contributi ad organizzazioni con le quali può ravvisarsi un conflitto di interessi di ordine personale o aziendale (ad esempio, rapporti di parentela/coniugio con i soggetti interessati).
- 5) In ogni caso non possono essere conclusi contratti di sponsorizzazione qualora si ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno all'immagine o alle iniziative dell'Azienda.

Art. 4 – Budget e Limiti finanziari

- 1) L'ammontare complessivo destinato annualmente a sponsorizzazioni ed erogazioni liberali è definito nel Budget Economico Previsionale, sottoposto all'approvazione preventiva del Socio Unico Comune di Mirandola ai sensi dell'art. 8 dello Statuto.
- 2) L'Organo Amministrativo non può assumere impegni di spesa per sponsorizzazioni che eccedano il plafond stanziato nel budget approvato, salvo espressa autorizzazione o variazione di budget approvata dal Socio Unico.

Art. 5 - Modalità Operative e Istruttoria

- 1) Le eventuali richieste devono pervenire alla Società via PEC o consegna presso la sede legale di Via Fogazzaro n. 8, Mirandola, corredate da una descrizione dettagliata dell'iniziativa, il budget previsto e l'indicazione del ritorno d'immagine (in merito alle sponsorizzazioni).
- 2) La mancata risposta entro 30 giorni dal ricevimento della richiesta equivale a non accoglimento della stessa.
- 3) La Società ha la facoltà di individuare autonomamente eventi o progetti da sostenere, purché strettamente coerenti con la propria mission aziendale. Qualora l'importo della sponsorizzazione superi € 1.000,00, l'Amministratore Unico è tenuto a redigere una determina motivata che espliciti l'interesse strategico per l'azienda e la conformità ai requisiti dell'Art. 3., senza necessità di istruttoria per la ricezione della domanda.

- 4) Per le sponsorizzazioni di importo superiore a € 1.000,00, la determina motivata dell'Amministratore Unico di cui al punto precedente deve essere preventivamente trasmessa al Comune. Il Comune ha facoltà di formulare osservazioni o esprimere la propria opposizione alla sponsorizzazione proposta entro il termine di 10 (dieci) giorni dalla ricezione della determina. Al fine di accelerare l'iter, la Società potrà procedere anche prima della scadenza del termine qualora il Comune esprima anticipatamente un parere favorevole.
- 5) L'istruttoria è curata dalla struttura amministrativa della Società che verifica la regolarità formale e la capienza di budget.
- 6) L'approvazione è di competenza dell'Amministratore Unico.
- 7) La Società si riserva la totale discrezionalità nel valutare l'opportunità delle iniziative, fermo restando il rispetto dei principi di imparzialità.
- 8) Per le sponsorizzazioni di importo superiore a € 1.000,00, il rapporto sarà regolato da apposita scrittura privata; per importi inferiori è sufficiente uno scambio di corrispondenza commerciale.
- 9) L'erogazione del contributo avviene esclusivamente tramite bonifico bancario su conto corrente intestato al soggetto beneficiario, previa presentazione di regolare documento fiscale (fattura per sponsorizzazione o ricevuta per erogazione liberale).

Art. 6 - Trasparenza e Pubblicità

- 1) In ottemperanza al D.Lgs. 33/2013 e all'art. 13 del Contratto di Servizio, la Società pubblica sul proprio sito istituzionale, nella sezione "*Società Trasparente*", gli atti di concessione di sovvenzioni, contributi, sussidi e vantaggi economici di importo superiore a € 1.000,00.
- 2) La pubblicazione comprende i dati del beneficiario, l'importo erogato e la causale, secondo le modalità previste dalle linee guida ANAC vigenti.

Art. 7 - Obblighi del Beneficiario

- 1) In caso di sponsorizzazione, il beneficiario ha l'obbligo di dare evidenza della partecipazione di Farma.Co S.r.l. tramite l'esposizione del logo sociale o del nome dell'Azienda su tutto il materiale informativo e promozionale dell'evento.
- 2) Al termine dell'iniziativa, l'avvenuta prestazione pubblicitaria e il corretto utilizzo del marchio aziendale devono essere comprovati tramite idonea documentazione (quali fotografie, rassegna stampa o materiali promozionali). Tale rendicontazione è richiesta per le sponsorizzazioni di importo superiore a € 1.000,00.
- 3) Per le erogazioni liberali, il beneficiario si impegna a utilizzare le somme esclusivamente per gli scopi dichiarati nella richiesta.
- 4) La Società si riserva di revocare il contributo (o chiedere la restituzione) se il beneficiario viola il Codice Etico o danneggia l'immagine dell'azienda durante lo svolgimento dell'evento.

Art. 8 - Flussi Informativi e Controllo

- 1) L'Amministratore Unico predispone annualmente un report riepilogativo delle sponsorizzazioni ed erogazioni liberali effettuate.
- 2) Tale report è trasmesso all'Organo di Controllo (Revisore Unico) e all'Organismo di Vigilanza (se nominato ai sensi del D.Lgs 231/01).

Art. 9 - Norme Transitorie e Finali

- 1) Il presente Regolamento entra in vigore a seguito dell'approvazione da parte dell'Amministratore Unico, previa comunicazione al Socio Unico nell'ambito dei poteri di indirizzo e controllo.
- 2) I contratti di sponsorizzazione e le erogazioni regolarmente stipulati o deliberati in data antecedente all'entrata in vigore del presente Regolamento mantengono la loro validità ed efficacia fino alla loro naturale scadenza.
- 3) In conformità ai principi di evidenza pubblica e rotazione, per i contratti di cui al comma 1 non è ammesso il rinnovo tacito, né la proroga automatica. Alla scadenza, eventuali nuove richieste dovranno essere sottoposte all'iter istruttorio previsto dal presente Regolamento.
- 4) Le richieste di contributo o sponsorizzazione pervenute alla Società prima dell'entrata in vigore del presente Regolamento, e per le quali non sia ancora stato assunto un impegno formale di spesa, devono essere valutate secondo i criteri e le modalità stabiliti nel presente atto.
- 5) Per quanto non espressamente previsto dal presente Regolamento, si rinvia alle norme del Codice Civile, allo Statuto Sociale e alle vigenti disposizioni di legge in materia di società a controllo pubblico (*TUSP*).