

**Risposta all'interrogazione n. 148-Potenziale conflitto di interessi contratti docenti e ricercatori-
Cons. Frediani**

In relazione all'interrogazione n. 148 del 20 dicembre 2019 (prima firmataria la Consigliera regionale Frediani Francesca) si comunica che nell'ambito della Direzione Sanità è attivo un gruppo di lavoro regionale costituito dai Responsabili della Prevenzione della Corruzione e Trasparenza delle Aziende Sanitarie regionali che sta predisponendo le linee guida per la redazione dei regolamenti delle aziende sanitarie in materia di sponsorizzazione.

L'esigenza di predisporre linee guida regionali nasce dalla necessità di uniformare le modalità di ricorso alle sponsorizzazioni tra le diverse Aziende Sanitarie, al fine di assicurare una chiara e trasparente collaborazione con le aziende private.

Le norme sulla trasparenza e anticorruzione pongono una rinnovata attenzione in materia di conflitto di interessi e incompatibilità. La Regione Piemonte con il documento *in itinere* si prefigge di esplicitare le modalità di realizzazione della sponsorizzazione, le possibili tipologie e le aree cui può essere destinata.

L'emanando documento costituirà riferimento indicativo per ciascuna Azienda sanitaria, ai fini dell'aggiornamento dei singoli regolamenti in tema di sponsorizzazione.

Le adottande linee guida faranno riferimento, dal punto di vista della normazione specifica di settore, all'art. 26 del D. Lgs. 12 aprile 2006 n. 163, all'art. 43 della Legge 449/97, all'art. 30 comma 8 lettera C della Legge 488/99, all'art. 1 comma 108 lettera e) della Legge n. 228 del 24 dicembre 2012 s.m.i. Esse si prefiggono di indicare gli atti e le condizioni necessarie per assicurare alle singole Aziende una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione nel rispetto 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.

Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione e a realizzare maggiori entrate o economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali prestati. A titolo esemplificativo possono, dunque, essere indirizzate a:

- rendere più confortevole l'ambiente sanitario, attraverso l'ammodernamento degli arredi e degli spazi destinati all'assistenza;
- realizzare progetti di umanizzazione;
- facilitare l'accesso alle strutture sanitarie e alle prestazioni;
- contribuire alla realizzazione di eventi e all'aggiornamento del personale;
- finanziare campagne di comunicazione, prevenzione e informazione rivolte ai cittadini;
- finanziare l'acquisizione di nuove tecnologie informatiche o di nuove attrezzature sanitarie.

Per quanto riguarda la realizzazione di eventi e all'aggiornamento del personale sanitario attraverso eventi formativi accreditati dal sistema regionale ECM, si rimanda alla regolamentazione contenuta nell'allegato 1c del manuale di accreditamento dei Provider della Regione Piemonte, di cui alla deliberazione di Giunta regionale n. 21-778 del 20 dicembre 2019: "Pubblicità, conflitto di interessi, sponsorizzazioni-definizione, violazioni e sanzioni".

In particolare, il conflitto di interessi in ambito ECM è ogni situazione nella quale un interesse secondario interferisce o potrebbe interferire con l'interesse primario consistente nell'obiettività, imparzialità, indipendenza della formazione professionale del settore della salute connessa allo svolgimento e partecipazione a corsi di formazione in ambito ECM. Pertanto, il Provider di eventi ECM adotta un regolamento interno che definisce le modalità per prevenire ed escludere le situazioni di conflitto; non può organizzare e gestire eventi in partnership con soggetti che producono, distribuiscono, commercializzano e pubblicizzano prodotto di interesse sanitario, ecc..

Non sussiste conflitto d'interesse quando l'evento formativo non contrasti con i fini istituzionali dell'Azienda/Ente e l'impresa sponsor si astenga da comportamenti idonei ad ingenerare od accrescere la propensione all'acquisto o al consumo di prodotti dalla stessa fabbricati o commercializzati.

Nel caso di una sponsorizzazione commerciale, finalizzata alla realizzazione di un'iniziativa formativa, il soggetto terzo si impegna a contribuire in tutto o in parte al finanziamento di un'iniziativa formativa ricompresa nel Piano di Formazione Aziendale del Provider (per i Provider pubblici il finanziamento non deve essere superiore al 10% del budget stanziato per la formazione); a fornire beni che costituiscono elementi strettamente specialistici inerenti lo svolgimento dell'iniziativa e a fornire beni o prestazioni di servizi più generici, utilizzati in occasione dell'iniziativa (es. locali, grafica, manifesti, *brochure*, *catering*, ecc..).

Gli eventi possono essere sponsorizzati, mediante apposito contratto, da imprese commerciali operanti anche in ambito sanitario purché ciò non influenzi i contenuti formativi dell'evento.

Il Provider deve comunicare all'Ente Accreditante l'esatto supporto finanziario o di risorse fornite dallo sponsor commerciale contestualmente all'accREDITAMENTO dell'evento.

Non è consentito indicare lo sponsor commerciale nell'esposizione dei contenuti formativi. E' consentito indicare il logo dello sponsor commerciale prima dell'inizio e dopo il termine dell'evento; nell'ultima pagina del materiale durevole (anche nella formazione a distanza – FAD), dei pieghevoli e del programma dell'evento.

Qualora la sponsorizzazione avvenga da parte di impresa farmaceutica e l'iniziativa verta su tematiche comunque attinenti all'impiego di medicinali, l'impresa dovrà attestare la prevista autorizzazione dell'Agenzia Italiana del Farmaco.