



excellence | experience | education

Premiazione e sponsorizzazione di marchi - guard rail

e-log

www.e-log.ch

Contato: info@e-log.ch

Nel regolamento e-log al punto 4.1 f) si afferma che gli enti di formazione che richiedono un marchio e-log devono rispettare le condizioni di sponsorizzazione di cui al punto 4.1.1:

4.1.1 Disposizione per la sponsorizzazione

I requisiti riguardanti la sponsorizzazione sono i seguenti:

- a) gli sponsor devono essere resi noti al mandante e ai partecipanti
- b) il contenuto dell'offerta di formazione deve essere definito dal fornitore di formazione e non dagli sponsor
- c) manifestazioni degli sponsor durante un corso di formazione – ad es. nelle pause o ai margini di un congresso – devono essere contraddistinte come tali e non saranno ricompensate con punti log
- d) docenti/organizzatori non hanno alcun interesse personale e/o commerciale riguardo agli sponsor
- e) gli sponsor figurano sulla pubblicazione dell'offerta di formazione

Questi principi del regolamento generano ripetutamente confusione tra le associazioni professionali di e-log partecipanti (clienti) in merito a quando una richiesta di etichetta deve essere respinta a causa dei requisiti dello sponsor.

Per questo motivo, i clienti hanno concordato i seguenti **principi** (guard rail) per l'assegnazione di un'etichetta e-log:

Se un'offerta formativa presenta uno o più dei seguenti punti, le persone operativamente attive dei clienti sono invitate a esaminare attentamente la richiesta di etichetta per quanto riguarda la sponsorizzazione.

Può (ma non deve) essere una sponsorizzazione se:

- l'offerta formativa è gratuita
- a richiedere l'etichetta è un'azienda e non una scuola o un ente di formazione tradizionale
- non ha un obiettivo di apprendimento o è molto "vago" ("Diventa un professionista in X")
- non è esattamente visibile chi è l'ente di formazione
- vengono visualizzati e presentati solo prodotti o attrezzature dell'azienda che offre la formazione
- molti servizi aggiuntivi gratuiti (pranzo, cena, aperitivo, ecc.) fanno parte dell'offerta
- i relatori sono tutti dell'azienda offerente
- c'è un solo grande sponsor

L'assegnazione del marchio e l'applicazione di queste linee guida sono **sempre** responsabilità e discrezione del cliente (principale).

Domande guida (lista di controllo) per il cliente (principale) in merito alla sponsorizzazione per la valutazione delle domande di etichettatura

Rifiutare la richiesta di etichetta a causa della sponsorizzazione:

Se alle seguenti domande si risponde con uno o due "sì", la richiesta di etichetta deve essere respinta:

1) I docenti/organizzatori hanno interessi personali e/o commerciali in relazione agli sponsor?

SI NO

2) C'è un solo sponsor (monosponsorizzazione)? ¹

SI NO

⇒ In **casi eccezionali, che devono essere giustificati**, è possibile assegnare un marchio anche in caso di monosponsorizzazione.

Se a più di 5 domande si deve rispondere NO, si consiglia al cliente (principale) di rifiutare la richiesta di etichetta in quanto si tratta di una sponsorizzazione.

(1) Gli sponsor sono noti al cliente e agli operatori sanitari?

SÌ NO

(2) Il contenuto dell'offerta formativa è determinato dal fornitore dell'offerta formativa e non dallo sponsor?

SÌ NO

(3) Vengono presentati prodotti e attrezzature di aziende diverse dal fornitore di formazione?

SÌ NO

(4) Gli eventi organizzati dagli sponsor durante un'attività formativa (ad esempio, durante le pause o i momenti marginali di un congresso) sono contrassegnati come tali?

SÌ NO

(5) Tutti gli sponsor sono elencati nell'annuncio di un evento formativo?

SÌ NO

(6) L'offerta formativa è a pagamento?

SÌ NO

(7) Il fornitore di istruzione è una scuola o un fornitore di istruzione tradizionale?

SÌ NO

(8) L'offerta formativa ha un obiettivo di apprendimento?

SÌ NO

(9) È chiaro chi è l'ente di formazione?

SÌ NO

(10) I relatori provengono da aziende/organizzazioni diverse?

SÌ NO

(11) Non ci sono offerte aggiuntive gratuite (pranzo, cena, aperitivo, ecc.) oltre all'evento principale?

SÌ NO

Questi guard rail sono stati approvati dagli operatori di e-log il 31.10.2022.

¹ Secondo il capitolo 4.3.5 della [linea guida dell'ASSM Cooperazione degli operatori sanitari con l'industria \(2022\)](#), le offerte formative dovrebbero essere finanziate attraverso il multisponsoring. La monosponsorizzazione è un'eccezione che deve essere giustificata in ogni caso. In questo caso, il carattere di formazione continua dell'offerta formativa deve essere chiaramente dimostrato.