

PROTOCOLLO D'INTESA
(di seguito il "Protocollo")

tra

- 1) **Roche S.p.A.**, con sede legale ed amministrativa in Monza, via G.B. Stucchi 110, codice fiscale e partita IVA numero 00747170157, in persona del legale rappresentante Dott. Maurizio de Cicco (di seguito "Roche");
- 2) **Associazione Italiana Sclerosi Multipla**, con sede legale in Roma, via Cavour 179, codice fiscale 96015150582, in persona del Presidente Nazionale Angela Martino (di seguito, "AISM");
- 3) **Circuito Cinema**, con sede legale in Roma, via delle Quattro Fontane 23, codice fiscale e partita IVA 05099391004, in persona dell'Amministratore Delegato Dott. Andrea Occhipinti (di seguito "Circuito Cinema");
- 4) **Eleven Finance S.r.l.**, con sede legale in Roma, partita IVA 01310810526, in persona del legale rappresentante dott.ssa Vanessa Ferrero (di seguito "Ferrero Cinemas");
- 5) **Fondazione Pubblicità Progresso**, con sede legale in via Giuseppe Mercalli 11, codice fiscale 97418260150, in persona del presidente Dott. Alberto Contri (di seguito "Pubblicità Progresso");
- 6) **Friendz S.r.l.**, con sede legale in Mainate (VA), via Giordano Bruno 5A, partita Iva 03478870128, in persona del procuratore autorizzato Dott.ssa Cecilia Nostro (di seguito, "Friendz");
- 7) **Lotus Production S.r.l.**, con sede legale in Roma, Viale Giuseppe Mazzini 55, codice fiscale e partita IVA numero 06343071004, in persona del legale rappresentante Dott. Marco Belardi (di seguito "Lotus");
- 8) **Mediaset S.p.A.**, con sede legale in Milano, via Paleocapa 3, codice fiscale e numero di iscrizione nel Registro delle Imprese della Camera di Commercio di Milano 09032310154, in persona del Direttore delle reti tematiche free, Dott. Marco Costa (di seguito "Mediaset");
- 9) **UCI Italia S.p.A.**, con sede legale in Fiumicino (Roma), via Bramante 18, in persona del Managing Director Dott. Andrea Stratta (di seguito, "UCI");
- 10) **Vidlemme Consulting S.r.l.**, con sede legale in Milano, viale Andrea Doria 17, codice fiscale e partita iva 04363010960, in persona del Vicepresidente del Consiglio di Amministrazione Ing. Silvia Peviani (di seguito, "Vidlemme");

di seguito definiti congiuntamente come le "Parti".

PREMESSO CHE

- i. **Roche** è una società italiana, appartenente a un gruppo multinazionale, che da 120 anni opera nel settore farmaceutico portando, attraverso un grande impegno nel campo della ricerca medica e clinica, soluzioni concrete in gravi patologie, rispondendo così alle crescenti richieste di salute. Guidata da valori condivisi da tutte le Affiliate a livello globale, Roche in Italia ha confermato con

- integrità, coraggio e passione l'impegno in prima linea nel comprendere i bisogni dei pazienti, le loro problematiche, le speranze e le difficoltà quotidiane;
- ii. **AIMS** rappresenta da 50 anni il punto di riferimento per le persone con sclerosi multipla, per i loro familiari e per gli operatori sanitari e sociali. Impegnata nell'affermazione e tutela dei diritti di persone con sclerosi multipla, nonché nella diffusione di una corretta informazione sulla patologia, nella sensibilizzazione dell'opinione pubblica e nella promozione di servizi socio sanitari, organizza attività di volontariato volte a migliorare la qualità di vita dei pazienti, stimolando la partecipazione alle proprie iniziative e promuovendo la raccolta di fondi a sostegno delle sue attività istituzionali e della ricerca scientifica;
 - iii. **Circuito Cinema** è una società che svolge attività di distribuzione e noleggio di film italiani e stranieri in Italia e all'estero, nonché di acquisto, vendita, progettazione, distribuzione e noleggio di materiali audio visivi. È inoltre attiva nel campo della ricerca scientifica e applicata per l'adozione di tecniche e tecnologie avanzate in tutti i settori produttivi, nonché nel campo della propaganda, diffusione e commercio nel campo delle cinematografie;
 - iv. **Ferrero Cinemas** è una società di esercizio e produzione cinematografica;
 - v. **Friendz** è nuovo canale di *marketing*, che permette di veicolare messaggi alle aziende attraverso le persone comuni all'interno dei loro canali *social*. Nata nel 2015, vanta una *community* con più di 160.000 utenti e ad oggi collabora con più di 150 aziende (per la maggior parte multinazionali), mantenendo un costante *trend* di crescita;
 - vi. **Lotus** è una società di produzione e post produzione cinematografica e televisiva;
 - vii. **Mediaset**, principale operatore televisivo privato italiano, è attiva nel campo dei media e della comunicazione ed è primariamente specializzata in produzione e distribuzione televisiva in libera visione e a pagamento, oltre che in produzione e distribuzione cinematografica, multimediale e in raccolta pubblicitaria;
 - viii. **Pubblicità Progresso** è impegnata dal 1971 in attività di comunicazione sociale di qualità e ha contribuito, negli anni, ad accrescere la qualità e il valore della comunicazione italiana e degli operatori del settore. In aggiunta alle numerose campagne realizzate in 45 anni di attività, e che tutt'oggi la identificano, attualmente è anche impegnata nello sviluppo di innumerevoli attività di formazione per le università e il terzo settore;
 - ix. **UCI** è una società italiana, la cui *mission* consiste nel creare esperienze di intrattenimento per i propri clienti, ponendo costante attenzione al loro ascolto e a tutte le fasi della *customer journey*, attraverso un'accurata scelta della programmazione, delle strategie promozionali e di fidelizzazione e di nuovi prodotti e servizi per gli amanti del cinema;
 - x. **Videmme** sviluppa progetti in ambito digitale, *mobile*, *wearable* e *connected device*, offrendo ai propri clienti soluzioni tecnologiche integrate in grado di portare un valore aggiunto al loro business. È attiva nel settore sanitario mediante la propria *business unit* TechieHealth, focalizzata nella trasformazione digitale nel mondo *Pharma* e *Healthcare*.

Presente dal 2015 nella Silicon Valley con VDM Labs, persegue l'obiettivo di individuare nuovi trend tecnologici per metterli a disposizione dei propri clienti e di Brainy, laboratorio di ricerca e sviluppo interno al gruppo;

- xi. Roche, consapevole della rilevanza dei temi su cui è quotidianamente impegnata nell'ambito delle neuroscienze, considera l'informazione, il supporto e l'impegno verso i bisogni delle persone con sclerosi multipla un valore importante ed è interessata, pertanto, alla promozione in tale ambito di attività di responsabilità sociale e sensibilizzazione. In particolare, al fine di creare maggior consapevolezza sulla gestione di questa patologia e di promuovere un approccio diverso alla malattia, considerandola non solo un problema della persona che ne è affetta ma della collettività, nell'ambito delle iniziative promosse per la celebrazione dei suoi 120 anni di attività in Italia, intende nuovamente promuovere il progetto denominato "#afiancodelcoraggio" (di seguito il "Progetto"), finalizzato, per l'edizione 2017, alla premiazione del racconto di un uomo che abbia vissuto l'esperienza di condivisione della malattia con una donna affetta da sclerosi multipla. Il racconto vincitore sarà utilizzato quale idea per la realizzazione di uno spot (di seguito lo "Spot"), la cui regia sarà curata in collaborazione con Roche e che sarà trasmesso nelle sale cinematografiche italiane o mediante altri canali di diffusione ritenuti idonei;
- xii. per la realizzazione del Progetto, Roche intende avvalersi della collaborazione di Mediaset, in virtù della rilevanza e capillarità delle reti televisive rappresentate, per la diffusione dello Spot tratto dal racconto vincitore della prima edizione del premio #afiancodelcoraggio e per la pubblicizzazione del bando per la partecipazione all'edizione 2017 del premio;
- xiii. ai fini del Progetto e della realizzazione e diffusione dello Spot, Roche si avvale altresì della collaborazione di Lotus e Ferrero Cinemas, società in possesso dei requisiti tecnici ed organizzativi necessari per la produzione dello Spot tratto dal racconto vincitore e per le attività di post produzione per la divulgazione dello stesso;
- xiv. Roche intende collaborare inoltre con Circuito Cinema e UCI, in quanto società dotate di una rete di produzione e distribuzione capillare tale da garantire un'ottimale diffusione dello Spot nelle sale cinematografiche italiane;
- xv. Roche intende inoltre collaborare con Pubblicità Progresso, Friendz e Vidlemme al fine di sospendere il Progetto e le campagne di comunicazione che lo avranno ad oggetto, attraverso iniziative digitali e tecnologiche che ne massimizzino la diffusione nell'ambito dei *social media* e strategie comunicazionali innovative, efficaci e capillari;
- xvi. Roche si avvale altresì della collaborazione di AISM, sposandone appieno i valori e gli obiettivi comunicazionali, affinché il Progetto e lo Spot vengano promossi (previa condivisione degli stessi da parte di AISM) su tutto il territorio nazionale anche attraverso i canali e gli strumenti di comunicazione AISM, gli

- eventi e le attività da questa organizzate (in particolare in occasione della ricorrenza, nel 2018, dei 50 anni di AISM);
- xvii. le Parti intendono pertanto disciplinare e regolamentare tale rapporto di collaborazione, finalizzato alla realizzazione e alla promozione del Progetto, nel rispetto delle condizioni di seguito indicate.

**TUTTO CIÒ PREMESSO, TRA LE PARTI
SI CONVIENE E STIPULA QUANTO SEGUE**

1. PREMESSE E ALLEGATI

- 1.1 Le premesse e gli allegati costituiscono parte integrante e sostanziale del presente Protocollo.

2. OGGETTO

- 2.1 Per la realizzazione del Progetto, le Parti si impegnano, ciascuno nell'ambito delle proprie competenze, ad eseguire quanto segue, nel rispetto dei termini ed alle condizioni indicate nel presente Protocollo.

- 2.2 Roche, in qualità di ideatrice e promotrice del Progetto, si impegna:

2.2.1 a sostenere finanziariamente il Progetto;

2.2.2 a promuovere e divulgare il Progetto mediante la pubblicazione del relativo bando di concorso (Allegato A, il "Bando") sul sito www.afiancodelcoraggio.it nonché mediante tutti i mezzi di comunicazione idonei (e.g. sito web, *social network*).

- 2.3 Mediaset si impegna:

2.3.1 a mettere a disposizione di Roche e del Progetto - verso il pagamento di un corrispettivo significativamente agevolato rispetto alle tariffe del mercato - gli spazi televisivi, concordati mediante separato accordo, per la messa in onda dello spot che promuove il Bando, realizzato sulla base del racconto vincitore dell'edizione 2016 del premio;

- 2.4 Lotus si impegna:

2.4.1 a mettere a disposizione le proprie risorse professionali interne, che lavoreranno alla produzione dello Spot tratto dal racconto vincitore, nonché i mezzi tecnici per la realizzazione dello Spot;

2.4.2 a mettere a disposizione mezzi propri per la realizzazione dell'edizione e finalizzazione dello Spot, la cui regia sarà curata in collaborazione con

Roche e di cui quest'ultima si impegna a sostenere i costi vivi di produzione;

2.5 Ferrero Cinemas si impegna:

2.5.1 a mettere a disposizione di Roche e del Progetto, dal 19 al 30 ottobre 2017, a titolo gratuito, gli spazi cinematografici in cui potrà essere divulgato lo spot vincitore dell'edizione 2016 del premio;

2.5.2 a mettere a disposizione di Roche e del Progetto, durante tutto il mese di ottobre 2018, a titolo gratuito, gli spazi cinematografici in cui potrà essere divulgato lo Spot;

2.6 Circuito Cinema si impegna:

2.6.1 a mettere a disposizione di Roche e del Progetto, dal 19 al 30 ottobre 2017, a titolo gratuito, gli spazi cinematografici in cui potrà essere divulgato lo spot vincitore dell'edizione 2016 del premio;

2.6.2 a mettere a disposizione di Roche e del Progetto, durante tutto il mese di ottobre 2018, a titolo gratuito, gli spazi cinematografici in cui potrà essere divulgato lo Spot;

2.7 Pubblicità Progresso si impegna:

2.7.1 a concedere l'utilizzo del proprio marchio quale egida a supporto del Progetto;

2.7.2 a promuovere il Progetto attraverso il proprio sito internet e correlate attività di networking;

2.8 Friendz si impegna:

2.8.1 a diffondere il Progetto all'interno della propria *community*, attraverso la condivisione del *web-link* e la creazione di contenuti *user-generated*, con cui gli utenti potranno farsi diretti portavoce dell'iniziativa;

2.8.2 a sospendere il coinvolgimento della propria *community* nella votazione dei racconti presentati;

2.8.3 a massimizzare la diffusione del Progetto tramite la pagina Facebook "La sclerosi multipla non conosce le buone maniere", guidando, attraverso la condivisione di linee guida, la creazione di contenuti *ad hoc* volti ad aumentare la partecipazione all'iniziativa e alla successiva votazione;

2.9 Vidlemme si impegna:

2.9.1 ad aggiornare, a titolo gratuito, il sito internet www.afiancodelcoraggio.it, all'interno del quale verrà promossa l'edizione 2017 del premio e, a seguito della pubblicazione del Bando, saranno raccolte e votate tutte le storie partecipanti al Progetto;

2.10 UCI si impegna:

2.10.1 a mettere a disposizione di Roche e del Progetto, dal 19 al 30 ottobre 2017, a titolo gratuito, gli spazi cinematografici – come da elenco sale concordato tra Roche e UCI- in cui potrà essere divulgato lo spot vincitore dell'edizione 2016 del premio;

2.11 AISM si impegna:

2.11.1 a promuovere il Progetto mediante la divulgazione del Bando durante propri incontri ed eventi, sia tramite i propri canali di comunicazione (es. siti, blog, newsletter, edizioni speciali) sia con altre modalità idonee alla sua valorizzazione;

2.11.2 a promuovere gli eventi e le attività previste per il Progetto (es. presentazione, premiazione etc...);

2.11.3 a promuovere lo Spot, trasmettendolo in tutte le occasioni ed eventi idonei allo scopo, tramite i medesimi canali,

previa condivisione da parte di AISM di tutto il suddetto materiale relativo all'iniziativa e sulla base di un piano preventivamente condiviso con Roche, al fine di favorire la massima sinergia tra le attività della stessa AISM, di Roche e degli altri partner del Progetto.

2.12 Le Parti si impegnano, per quanto di propria competenza, a prestare le attività sopra indicate a titolo gratuito ovvero a fronte di un contributo simbolico, a copertura delle spese vive, nonché a realizzare le stesse attività a regola d'arte, nel rispetto delle normative vigenti, esonerando le altre Parti da ogni eventuale responsabilità o contestazione connessa alle attività realizzate nell'ambito Progetto.

2.13 Le Parti si riservano altresì di concordare ed organizzare iniziative congiunte, nell'ambito delle quali trasferire informazione alla collettività in merito al Progetto.

2.14 Resta inteso che il marchio Roche e i marchi delle Parti, visibili nell'ambito dello Spot e di ogni altra divulgazione/pubblicazione di materiale relativo al Progetto, dovranno rispettare rigorosamente gli standard grafici indicati dai titolari dei marchi stessi. Stante la natura non commerciale del Progetto e di ogni iniziativa allo stesso legata, la visualizzazione delle denominazioni e dei

segni identificativi della Parti è esclusivamente finalizzata a far conoscere al pubblico tale iniziativa di informazione sociale. Il presente Protocollo non configura pertanto alcuna licenza di marchio e non conferisce a alle Parti alcun diritto di utilizzazione del marchio al di fuori di quanto previsto dal Protocollo.

3. GARANZIE

- 3.1 Le Parti garantiscono che, nell'ambito delle attività previste dal Progetto, non violeranno diritti di terzi (Inclusi *copyrights*, diritti morali, marchi o qualsivoglia diritto di proprietà intellettuale).
- 3.2 In particolare, in conformità con quanto previsto dal bando di concorso, Roche avrà il diritto esclusivo di riproduzione e diffusione dello Spot con qualsiasi modalità (via web, in formato cartaceo..) in maniera gratuita, incondizionata ed illimitata; le altre Parti avranno il diritto di riproduzione e diffusione dello Spot secondo quanto indicato nel presente Protocollo ovvero in conformità a quanto concordato al riguardo in separati accordi tra Roche e le singole Parti. Resta salvo il riconoscimento della titolarità del diritto d'autore dei racconti in capo ai rispettivi autori.
- 3.3 Le Parti dichiarano di non essere a conoscenza dell'esistenza di alcun conflitto di interesse che possa precludere la sottoscrizione del presente Protocollo. Le Parti dichiarano che gli impegni assunti sulla base del Protocollo in alcun modo sono volti ad attribuire vantaggi o benefici personali, né perseguono lo scopo di aumentare, influenzare o raccomandare illecitamente la prescrizione, acquisto, fornitura o uso di prodotti e/o servizi di Roche.

4. RESPONSABILITA' AMMINISTRATIVA

- 4.1 Le Parti dichiarano che sono a conoscenza della normativa vigente in materia di responsabilità amministrativa delle società e dell'avvenuta adozione ed attuazione, da parte di Roche, di un "Modello di organizzazione, gestione e controllo" elaborato in conformità a quanto previsto dal D. Lgs. 231/2001.
- 4.2 Le Parti si obbligano a non porre in essere – e a far sì che anche i propri amministratori, dipendenti e/o collaboratori non pongano in essere, nell'ambito dell'esecuzione del Protocollo, atti o comportamenti tali da determinare la commissione, anche tentata, dei reati richiamati dal D. Lgs. 231/2001.
- 4.3 Le Parti garantiscono inoltre di aver adottato ed attuato – o di avere in corso l'iter per l'adozione di - modelli di organizzazione e gestione o misure idonee a prevenire la commissione di reati e, se già adottati, di aver debitamente

formato il proprio personale e istituito meccanismi di vigilanza e controllo del medesimo personale ai sensi del D. Lgs. 231/2001.

5. NORMATIVA ANTI-CORRUZIONE

- 5.1 Le Parti non intraprenderanno alcuna azione che possa determinare una violazione dei rispettivi codici etici o che possa determinare una violazione di leggi in materia di prevenzione delle frodi, corruzione, racket, riciclaggio di denaro o terrorismo.
- 5.2 Le Parti non possono né direttamente né indirettamente pagare, promettere o autorizzare il pagamento di denaro, né dare, promettere o autorizzare la concessione di qualsiasi bene di valore a qualunque persona o ente, compresi i professionisti operanti nel mondo della sanità a livello governativo, o a personale di una qualunque struttura sanitaria, per cercare di trarre un vantaggio illecito per una qualsiasi azienda del gruppo Roche.

6. TUTELA DEI DATI PERSONALI

- 6.1 Ogni parte si impegna a trattare eventuali dati personali, di cui dovesse venire a conoscenza nell'esecuzione delle attività di cui al presente Protocollo, nel rispetto delle previsioni del D. Lgs. 196/2003 e a non utilizzare tali dati per finalità ulteriori rispetto quelle di cui al presente Protocollo e dal bando di concorso (Allegato A).

7. DURATA

- 7.1 Il presente Protocollo avrà efficacia dalla sua sottoscrizione fino alla conclusione del Progetto, prevista per il 30 ottobre 2018.

8. MODIFICHE

- 8.1 Le Parti stabiliscono di comune accordo che ogni e qualsivoglia modifica ai contenuti del presente atto non potrà avvenire che a mezzo di atto scritto firmato da tutte le Parti.

9. FORO COMPETENTE

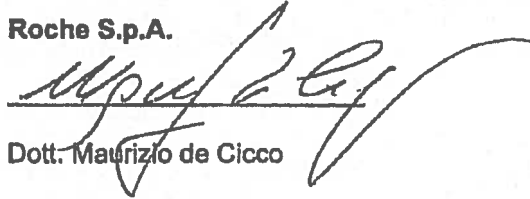
- 9.1 Tutte le controversie che dovessero insorgere in relazione al presente Protocollo, comprese quelle inerenti alla sua validità, interpretazione, esecuzione e risoluzione, saranno deferite alla competenza esclusiva del Foro di Milano.

Roma, 18 ottobre 2018

Allegati

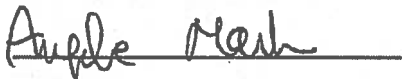
Allegato A: Bando di concorso #aflancodelcoraggio

Roche S.p.A.



Dott. Maurizio de Cicco

Associazione Italiana Sclerosi Multipla



Angela Martino

Circuito Cinema



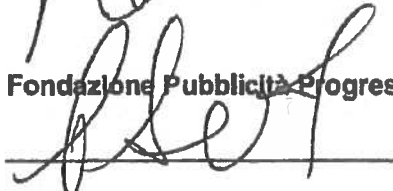
Dott. Andrea Occhipinti

Eleven Finanza S.r.l.



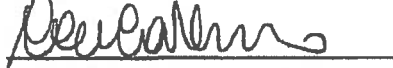
Dott. Vanessa Ferrero

Fondazione Pubblicità Progresso



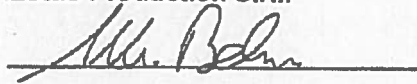
Dott. Alberto Contri

Friendz S.r.l.



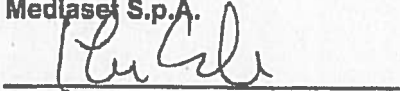
Dott.ssa Cecilia Nostro

Lotus Production S.r.l.



Dott. Marco Belardi

Mediaset S.p.A.



Dott. Marco Costa

UCI Cinema S.p.A.



Dott. Andrea Stratta

Videmme Consulting S.r.l.



Ing. Silvia Peviani

