



UNIVERSITÀ  
DI TORINO

DI TORINO  
UNIVERSITÀ

# IL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

*A cura dell'Avv. Daniele Perrucca*

# CARATTERISTICHE DEL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

- ❑ Contratto atipico (art. 1322, comma 2, Codice Civile: *«Le parti possono anche concludere contratti che non appartengono ai tipi aventi una disciplina particolare, purché siano diretti a realizzare interessi meritevoli di tutela secondo l'ordinamento giuridico»*)
- ❑ Contratto «alieno»
- ❑ Contratto a prestazioni corrispettive
- ❑ Art. 1325 Codice Civile: *accordo, causa, oggetto, forma*
- ❑ Forma libera, anche se praticamente tutti i contratti di sponsorizzazione sono redatti in forma scritta

# SOGGETTI

- ❑ **Sponsor** (es. Nike, Adidas, Puma, ecc..)
- ❑ **Sponsee** (es. atleta, associazione/società sportiva)
- ❑ Casi particolari:
  - ❑ Professionista (Avvocato, commercialista, ecc..) o Società di management
  - ❑ Federazione (alcune si «sostituiscono» ai tesserati)
  - ❑ Sponsee minore d'età

# OGGETTO

## ❑ **Obbligazioni *Sponsee***

- ❑ Sfruttamento immagine, nome, segni distintivi
- ❑ Obbligo utilizzo marchio dello sponsor (es. su maglie, giacche, borsoni, ecc..)
- ❑ Partecipazione a manifestazioni / eventi

## ❑ **Obbligazioni *Sponsor***

- ❑ Corrispettivo (fee, bonus, minimo garantito)
- ❑ Fornitura materiali e/o prodotti (abbigliamento, scarpe, borsoni, ecc..)

In caso di contrasto tra sponsor tecnico individuale e sponsor tecnico del club o della Nazionale:

- ❑ Accordi Collettivi
- ❑ Contratti di prestazione sportiva
- ❑ Intervento Federazioni

# ELEMENTI DEL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

## □ Generalità delle Parti

## □ Premesse

- Definizioni (sponsor, sponsee, periodo contrattuale, territorio, diritti di immagine, segni distintivi, sfruttamento commerciale, ecc..) → Es. «Territorio»: indica le aree geografiche nelle quali il Contratto è valido ed in particolare l'Italia.
- Motivazioni che hanno condotto le Parti alla stipula del contratto → Es. «Lo Sponsor svolge attività nel settore ...; lo Sponsee è un atleta / società / associazione che milita nel campionato ...; è interesse delle Parti instaurare una collaborazione che preveda ...»
- Va sempre indicato che «Le premesse e gli allegati formano parte integrante e sostanziale del presente Contratto»

## □ Durata

- Termine iniziale e finale (previsione eventuale possibilità di recesso → Es. «Le Parti avranno facoltà di recedere dal contratto mediante comunicazione a mezzo raccomandata a/r o PEC e con un preavviso di almeno 30 giorni»)
- Possibilità di prevedere un «rinnovo tacito» in caso di mancata disdetta entro un determinato termine prima della scadenza

# CLAUSOLE PRINCIPALI

- ❑ **Richiamo norme dell'ordinamento sportivo** (CONI, Federazioni) → devono essere necessariamente accettate dallo Sponsor
- ❑ **«Silenzio olimpico»** (Rule 40 – Carta Olimpica)
- ❑ **Esclusiva:** no collaborazioni con altri brand che siano direttamente o indirettamente in concorrenza con lo Sponsor
  - ❑ «Unico sponsor»
  - ❑ «Esclusiva merceologica»
- ❑ **Prelazione**
  - ❑ Periodo di negoziazione esclusivo (es. *Le parti si impegnano ad incontrarsi almeno ...giorni prima della scadenza per verificare la possibilità di rinnovare il Contratto. Entro ...giorni prima della scadenza è fatto assoluto divieto allo Sponsee di avviare trattative con altri sponsor concorrenti*).
  - ❑ Obbligo trasmissione offerte ricevute dallo Sponsee (es. *Lo Sponsee si impegna a comunicare allo Sponsor qualsiasi offerta eventualmente ricevuta da sponsor concorrenti nei ...giorni prima della scadenza. Lo Sponsor avrà ...giorni dalla predetta comunicazione per pareggiare la proposta dello sponsor concorrente. A parità di offerta preverrà quella dello Sponsor*).

# CLAUSOLE PRINCIPALI

- ❑ Clausola di «**Previa approvazione**» (Es. «Lo Sponsor dovrà informare l'Atleta ogni qualvolta intenda acquisire, divulgare, diffondere e/o altrimenti utilizzare foto, video, registrazioni audio ed in generale tutto ciò che inerisca all'immagine del medesimo e ottenere dall'Atleta il consenso scritto per tale utilizzo» N.B. Normalmente si prevede l'obbligo dell'Atleta a prestare il consenso ovvero a negarlo solo in particolari casi (deve fornire giustificazione).
- ❑ **Clausola Risolutiva espressa**
  - ❑ Precostituzione inadempimento (art. 1456 Codice Civile)
  - ❑ Nulla se prevede tutte le clausole indistintamente (Trib. Milano 2015)
  - ❑ Esempi: (i) omesso/ritardato pagamento; (ii) mancato rispetto esclusiva; (iii) mancato utilizzo abbigliamento Sponsor; (iv) mancata partecipazione ad un determinato numero di eventi; (v) condanna per doping o per delitti non colposi; (vi) fallimento; (vii) violazione del silenzio olimpico; ecc..
- ❑ **Penale**
  - ❑ Quantificazione preventiva del danno
  - ❑ Importante specificare che «è fatto salvo l'eventuale maggior danno»
- ❑ **Legge applicabile e Foro competente**
- ❑ **Clausola compromissoria** (art. 808 c.c.)→ arbitrato «rituale» e «irrituale»

# ALTRE CLAUSOLE

- ❑ **Limitazione di responsabilità** (Es. *Lo Sponsor non sarà responsabile per la mancata fornitura allo Sponsee di abbigliamento, salvo i casi di dolo e colpa grave*)
- ❑ **Privacy** (Regolamento UE n. 679/2016 – GDPR)
- ❑ **Riservatezza** (Non Disclosure Agreement – N.D.A.), con cui le Parti si impegnano a mantenere segrete e strettamente riservate determinate informazioni.
- ❑ Le c.d. «**Morality clauses**»
  - ❑ Utilizzate per preconstituire inadempimento (risoluzione contratto)
  - ❑ Disciplinano particolari condotte (es. condanne penali, doping, illeciti/frode sportivi, ecc..)
  - ❑ Si era diffusa prassi di inserire per disciplinare comportamenti di vita «privata» (**Tribunale di Milano 9/02/2015** → *«l'aver concluso un contratto di sponsorizzazione non può comportare, per il testimonial, la rinuncia a scelte di vita e, pur essendo del tutto legittime, potrebbero provocare un offuscamento della propria immagine pubblica... tali comportamenti non possono certo considerarsi inadempimenti di obblighi nascenti dal contratto di sponsorizzazione, in quanto sono espressione del diritto di autodeterminazione del singolo e l'eventuale assunzione da parte del testimonial... dell'obbligazione di astenersi da condotte di tal genere sarebbe nulla e priva di effetti perché in contrasto con i principi generali – sanciti anche dalla Costituzione – in tema di diritti della personalità»*)

# CLAUSOLE VESSATORIE

**Art. 1341 Codice Civile:** «Le condizioni generali di contratto predisposte da uno dei contraenti sono efficaci nei confronti dell'altro, se al momento della conclusione del contratto questi le ha conosciute o avrebbe dovuto conoscerle usando l'ordinaria diligenza. In ogni caso non hanno effetto, se non sono specificamente approvate per iscritto, le condizioni che stabiliscono, a favore di colui che le ha predisposte, limitazioni di responsabilità, facoltà di recedere dal contratto o di sospenderne l'esecuzione, ovvero sanciscono a carico dell'altro contraente decadenze, limitazioni alla facoltà di opporre eccezioni, restrizioni alla libertà contrattuale nei rapporti coi terzi, tacita proroga o rinnovazione del contratto, clausole compromissorie o deroghe alla competenza dell'autorità giudiziaria»

**Art. 1342 Codice Civile:** «Nei contratti conclusi mediante la sottoscrizione di moduli o formulari, predisposti per disciplinare in maniera uniforme determinati rapporti contrattuali, le clausole aggiunte al modulo o al formulario prevalgono su quelle del modulo o del formulario qualora siano incompatibili con esse anche se queste ultime non sono state cancellate. Si osserva inoltre la disposizione del secondo comma dell'articolo precedente»

- Necessità della doppia sottoscrizione -

# CLAUSOLE VESSATORIE

- ❑ Esclusiva
  - ❑ Rinnovo tacito
  - ❑ Prelazione
  - ❑ Clausole limitative della responsabilità
  - ❑ Clausole risolutive espresse
  - ❑ Penali
  - ❑ Foro competente / Clausola compromissoria
  - ❑ *Morality Clauses*
- 
- A series of three parallel white diagonal lines are positioned in the bottom right corner of the slide, extending from the middle of the right edge towards the bottom left.

# ASPETTI TRIBUTARI DELLA SPONSORIZZAZIONE NEL DILETTANTISMO

**Art. 90, comma 8, L. 289/2002:** «Il corrispettivo in denaro o in natura in favore di società, associazioni sportive dilettantistiche e fondazioni costituite da istituzioni scolastiche, nonché di associazioni sportive scolastiche che svolgono attività nei settori giovanili riconosciuta dalle Federazioni sportive nazionali o da enti di promozione sportiva costituisce, per il soggetto erogante, fino ad un importo annuo complessivamente non superiore a 200.000 euro, spesa di pubblicità, volta alla promozione dell'immagine o dei prodotti del soggetto erogante mediante una specifica attività del beneficiario, ai sensi dell' articolo 74, comma 2, del testo unico delle imposte sui redditi, di cui al decreto del Presidente della Repubblica 22 dicembre 1986, n. 917»

N.B. A decorrere dal 1° gennaio 2023 (salvo proroghe) il predetto comma verrà abrogato e interamente riprodotto nell'art. 12, comma 3, D.lgs. 36/2021 (Riforma dello Sport).

# ASPETTI TRIBUTARI DELLA SPONSORIZZAZIONE NEL DILETTANTISMO

Art. 74, comma 2, D.p.r. 917/1986 (T.U.I.R.): «Non costituiscono esercizio dell'attività commerciale: a) l'esercizio di funzioni statali da parte di enti pubblici; b) l'esercizio di attività previdenziali, assistenziali e sanitarie da parte di enti pubblici istituiti esclusivamente a tal fine, comprese le aziende sanitarie locali nonché l'esercizio di attività previdenziali e assistenziali da parte di enti privati di previdenza obbligatoria»

Art. 108, comma 1, D.p.r. 917/1986 (T.U.I.R.): «Le spese relative a più esercizi sono deducibili nel limite della quota imputabile a ciascun esercizio»

# ASPETTI TRIBUTARI DELLA SPONSORIZZAZIONE NEL DILETTANTISMO

**Cass. n. 5720/2016:** «In sintesi, è proprio il comma 8 dell'art. 90 a qualificare ex lege tali spese come pubblicitarie, se (a) il soggetto sponsorizzato sia una compagine sportiva dilettantistica, (b) sia rispettato il limite quantitativo di spesa, (c) la sponsorizzazione miri a promuovere l'immagine ed i prodotti dello sponsor, (d) il soggetto sponsorizzato abbia effettivamente posto in essere una specifica attività promozionale (es. apposizione del marchio sulle divise, esibizione di striscioni e/o tabelloni sul campo da gioco, etc.)»

**Cass. n. 8981/2017:** «...deve infatti ribadirsi che quella sancita dalla L. n. 289 del 2002, art. 90, comma 8, è una "presunzione assoluta" oltre che della natura di "spesa di pubblicità", altresì di inerenza della spesa stessa fino alla soglia, normativamente prefissata, dell'importo di euro 200.000 (400.000), trattandosi nel caso di specie di esborsi che sono pacificamente ben al di sotto di tale limite»

**Cass. n. 8540/2020:** «precisato preliminarmente che non è contestata l'effettività delle prestazioni di sponsorizzazione avendo la CTR espressamente affermato che "Come correttamente sostenuto dall'Ufficio l'accertamento non ha messo in discussione la effettività del costo sostenuto per la sponsorizzazione o la sua sovrapproduzione" (sentenza, pag. 4) - osserva il Collegio che la fattispecie rientra nell'ambito di applicazione della L. n. 289 del 2000, art. 90, comma 8...Orbene, pur in presenza di tutte le sopra indicate condizioni, per come desumibile dallo stesso contenuto della sentenza impugnata, i giudici di appello hanno violato la citata disposizione con una statuizione non conforme ai suesposti arresti giurisprudenziali, ritenendo legittima la ripresa fiscale per difetto di inerenza di quei costi all'attività esercitata dalla società contribuente e la non congruità degli stessi con i ricavi conseguiti, ovvero sulla base di valutazioni circa l'inerenza e la congruità di quei costi, nella specie del tutto irrilevanti»