

Spesso viene confuso il contratto di sponsorizzazione con quello di pubblicità. In realtà esistono delle differenze formali e sostanziali tra i due contratti.

La sponsorizzazione consiste in un contributo erogato da un'impresa pubblica o privata al finanziamento di uno spettacolo o manifestazione, allo scopo di promuovere:

- nome, ragione o denominazione sociale;
- marchio;
- immagine;
- attività e prodotti.

La sponsorizzazione avviene tramite un contratto a prestazioni corrispettive con il quale lo sponsorizzato si impegna, dietro pagamento di un corrispettivo in denaro o in natura, ad associare (abbinare) per un certo periodo di tempo, nel corso di manifestazioni sportive, artistiche, culturali o scientifiche, il nome (il prodotto, il marchio, i servizi o comunque l'attività produttiva) dello sponsor al proprio, rendendo esplicito che la manifestazione o la partecipazione alla manifestazione è conseguente all'onere sostenuto dallo sponsor.

Si ha quindi sponsorizzazione quando viene istituito uno specifico abbinamento tra l'avvenimento agonistico e la promozione del nome/marchio dello sponsor, allo scopo di trasmettere un'immagine più positiva dell'impresa ed aumentare di riflesso le sue vendite. Non è prevista la forma scritta obbligatoria per il contratto di sponsorizzazione obbligatoria, ma resta sempre la forma più consigliabile.

La pubblicità è occasionale rispetto all'evento sportivo: si pensi, ad es., a cartelloni, manifesti, striscioni pubblicitari che sono collocati stabilmente (e non in occasione di un particolare evento sportivo) a bordo campo o ai margini di una palestra per promuovere in modo diretto ed esplicito la vendita di un prodotto o di un servizio.

Seppur non esista alcuna disposizione di legge che obblighi a redigere un contratto di sponsorizzazione o di pubblicità, è comunque consigliabile stipulare il contratto nella forma di scrittura privata ed effettuarne la sua registrazione presso l'Ufficio del Registro competente. Se poi il contratto prevede un impegno economico considerevole da parte dello sponsor, è preferibile optare per una forma di scrittura privata autenticata (cioè sottoscritta alla presenza di un pubblico ufficiale), in modo tale che il contratto acquisti maggiore valore probatorio.