

EAPC - Gestió i control de subvencions i ajuts



Relacions i diferències entre els contractes de patrocini i les subvencions

25-01-2024

L'article 22 de la Llei 34/1988 general de publicitat defineix el contracte de patrocini publicitari com "aquell pel qual el patrocinat, a canvi d'una ajuda econòmica per a la realització de la seva activitat esportiva, benèfica, cultural, científica o d'una altra índole, es compromet a col·laborar en la publicitat del patrocinador" i estableix que es regeix "per les normes del contracte de difusió publicitària quan li siguin aplicables".

En l'àmbit de les administracions públiques, aquests contractes tenen per objecte una publicitat de caràcter indirecte que es podria anomenar "retorn publicitari", és a dir, el patrocinat (entitat esportiva, cultural, benèfica, associació etc.) permet que el patrocinador faci pública la seva col·laboració econòmica en l'activitat del patrocinat i que aquesta aparegui en els seus esdeveniments (esportius, educatius, culturals, científics, socials etc.). El patrocinador, a canvi, gaudeix de la notorietat i del ressò de l'activitat que desenvolupa el patrocinat, amb la finalitat d'incrementar entre el públic el coneixement del seu nom i d'afavorir o enaltir la seva imatge.

El contracte de patrocini no és un dels contractes administratius típics recollits a l'article 12 i següents de la LCSP, i tampoc no es presenta com un contracte administratiu especial, ja que no està vinculat al trànsit específic de l'Administració ni satisfà de forma directa i immediata una finalitat pública de la competència específica d'aquesta, sens perjudici de l'interès general que sempre ha de ser present en l'activitat administrativa. Això no obstant, es tracta d'un negoci contractual que implica el desemborsament de fons públics que en part financen una actuació privada.

Concretament, els contractes de patrocini tenen naturalesa privada i, per tant, la preparació i l'adjudicació, si no hi ha normes específiques (que en qualsevol cas hauran d'observar els principis de publicitat, concurrència, confidencialitat, igualtat i no-discriminació), es regeixen per la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de contractes del sector públic, per la qual es transposen a l'ordenament jurídic espanyol les directives del Parlament Europeu i del Consell 2014/23/UE i 2014/24/UE, de 26 de febrer de 2014. Pel que fa als efectes i l'extinció, aquests contractes es regeixen per les normes del dret privat.

D'altra banda, mentre que en el contracte de patrocini l'administració pública busca un retorn publicitari, una notorietat, una imatge de marca, etc., en la subvenció pública el que es busca és fomentar l'execució d'una activitat d'utilitat pública, d'interès social o de promoció d'una finalitat pública, sense contraprestació directa dels beneficiaris.

Així, podem dir, per exemple, que si una administració pública vol fomentar l'esport ajudant a sobreviure a una entitat esportiva, li hauria de concedir una subvenció, i en canvi si el que vol és obtenir un retorn publicitari de la seva imatge de marca, hauria de formalitzar un contracte de patrocini.

Per tant, subvenció pública i contracte de patrocini es confonen quan s'utilitza aquest últim per col·laborar amb entitats de les quals no s'espera obtenir un retorn publicitari, una imatge de marca, sinó que l'objectiu és ajudar al manteniment de l'activitat que desenvolupen. També hi contribueix la ràpida i senzilla tramitació d'aquests contractes privats de patrocini, tan allunyats de la rigidesa administrativa que suposa la tramitació de les subvencions públiques.

Existeix doctrina emesa pels òrgans consultius o de resolució de recursos contractuals de les diferents administracions públiques, amb la qual s'ha advertit sobre la utilització inadequada de la figura del patrocini mitjançant veritables activitats de foment, com per exemple la sentència del Jutjat Contenciós Administratiu n. 4 d'Oviedo (Sentència de 22 de gener de 2021, procediment ordinari 45/2020), que declara nuls tant l'acord pel qual es van aprovar l'expedient i els plecs del contracte de patrocini, com el d'adjudicació del contracte (per procediment negociat sense publicitat), perquè no es tractava realment d'un contracte de patrocini, sinó que es volia donar suport a una determinada activitat privada que l'Ajuntament en qüestió considerava favorable per als interessos públics.

Per tant, és important tenir en compte que en els contractes de patrocini l'equivalència entre les prestacions de les parts ha de quedar clara als plecs del contracte, de manera que la col·laboració en la publicitat de l'administració pel patrocinat tingui entitat suficient per constituir una contraprestació a l'aportació econòmica que percep, per descartar que darrere de la figura d'un contracte es pugui amagar la concessió d'una subvenció.

Ateses les diferències que hi ha entre un contracte de patrocini i una subvenció té una importància vital analitzar cadascun dels elements del negoci jurídic que es projecta per qualificar-lo degudament i aplicar el règim jurídic que sigui procedent en cada cas.



Marta Mas Valentí

Tècnica de serveis econòmics amb adscripció a Intervenció - Control Financer de la Diputació de Girona