



Kielce, dnia 5 grudnia 2023 r.
WI.54.61.2023

Pan Marek Materek
Prezydent Miasta Starachowice

Szanowny Panie Prezydencie,

Wnioskiem przesłanym do Regionalnej Izby Obrachunkowej w Kielcach 6 listopada 2023 r. zwrócił się Pan o udzielenie odpowiedzi na pytanie: czy Gmina Starachowice może zawrzeć umowę sponsoringu z prywatnym przedsiębiorstwem, które chce przekazać środki finansowe w kwocie poniżej 130.000,00 złotych w związku z jubileuszem 400-lecia przywileju lokacyjnego dla Wierzbnika.

Z przedstawionego we wniosku opisu stanu faktycznego wynika, iż Gmina Starachowice planuje zawrzeć umowę sponsoringu z prywatnym przedsiębiorstwem, które chce przekazać środki finansowe w związku z jubileuszem 400-lecia wydania przywileju lokacyjnego dla Wierzbnika (obecnie części Miasta Starachowice), w szczególności na wykonanie muralu na budynku gminnym, w zamian za umieszczenie na tym muralu swojego logotypu oraz ewentualnie dodatkowo w zamian za inne działania typu m.in.: umieszczenie logotypu sponsora na projektach graficznych i materiałach promocyjnych gminy, na stronie internetowej gminy, w Informatorze Urzędu Miejskiego; wymienienie nazwy sponsora w oficjalnych komunikatach prasowych i telewizji kablowej; możliwość prezentacji firmy podczas miejskich imprez i wydarzeń kulturalnych odbywających się w ramach jubileuszu. Środki przekazane przez sponsora byłyby o wartości poniżej 130.000,00 złotych.

W oparciu o przedstawiony we wniosku stan faktyczny, Regionalna Izba Obrachunkowa w Kielcach przedstawia następujące stanowisko w sprawie.

Umowa sponsoringu jest umową nienazwaną, funkcjonującą w obrocie prawnym lecz nie uregulowaną w przepisach ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (Dz.U. z 2023 poz. 1610 ze zm.). Cechą tej umowy jest odpłatne przysporzenie majątkowe przez podmiot gospodarczy na rzecz sponsorowanego w zamian za dokonywanie na rzecz sponsora określonych w umowie czynności ukierunkowanych na osiągnięcie przez niego korzyści kształtujących jego pozytywny wizerunek. Umowa sponsoringu występuje w obrocie gospodarczym w związku z obowiązującą zasadą swobody zawierania umów. Zasada ta jednak w przypadku umów zawieranych przez jednostki samorządu terytorialnego doznaje ograniczeń z uwagi na zapisy zawarte w innych aktach prawnych albowiem wszelkie zdarzenia ekonomiczno - finansowe muszą znaleźć odzwierciedlenie w budżecie jednostki samorządu terytorialnego. Zgodnie z art. 211 ust. 4 ustawy z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych (Dz.U. z 2023 r. poz. 1270 ze zm.) podstawą gospodarki finansowej jednostki samorządu terytorialnego w danym roku budżetowym jest uchwała budżetowa, a jej elementy składowe wyznacza art. 212 tej ustawy. Stosownie do art. 212 ust. 1 pkt 1 ww. ustawy uchwała budżetowa określa łączną kwotę planowanych dochodów budżetu jednostki samorządu terytorialnego, z wyodrębnieniem dochodów bieżących i majątkowych. Gospodarka finansowa tych jednostek oparta jest o operacje finansowe, które muszą mieć odzwierciedlenie w budżecie. Ustawodawca precyzyjnie określił zasady finansowania gmin wskazując w art. 3 oraz w art. 4 ustawy z dnia 13 listopada 2003 r. o dochodach

jednostek samorządu terytorialnego (Dz.U. z 2022 r. poz. 2267 ze zm.) źródła ich finansowania. Środki ze sponsoringu nie należą do tego katalogu. W oparciu o wskazane wyżej przepisy nie istnieje zatem możliwość zaplanowania środków z tego tytułu. Dochodów z tytułu sponsoringu nie przewidują również inne ustawy. Nie wydaje się więc prawnie dopuszczalnym zawieranie przez gminę umów sponsoringu z obopólnymi korzyściami ekonomicznymi, które nie mają ponadto odzwierciedlenia w pozycjach budżetu. W ślad za stanowiskiem Regionalnej Izby Obrachunkowej we Wrocławiu zaprezentowanym w uchwale nr 2/2015 z 13 stycznia 2015 r., tutejsza Izba wyraża tożsamy pogląd, iż zadaniami użyteczności publicznej w świetle art. 9 ust. 4 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (Dz.U. z 2023 r. poz. 40 ze zm.) są zadania własne gminy, określone w art. 7 ust. 1 tej ustawy, których celem jest bieżące i nieprzerwane zaspokajanie potrzeb ludności w drodze świadczenia usług powszechnie dostępnych, a usługi sponsoringu, których celem jest podniesienie renomy sponsora i zwiększenie jego popularności na rynku lokalnym wykraczają poza zadania użyteczności publicznej.

Jednocześnie pragnę podkreślić, że jest to jedynie stanowisko Regionalnej Izby Obrachunkowej w Kielcach, która nie posiada uprawnień do dokonywania powszechnie obowiązującej wykładni przepisów prawa.

Z poważaniem,

ZASTĘPCA PREZESA

Regionalnej Izby Obrachunkowej w Kielcach

Zbigniew Rękas

(podpisano elektronicznym podpisem kwalifikowanym)