



DETERMINAZIONE

Numero 22 dell'11 settembre 2026

OGGETTO: sponsorizzazione attiva dell'evento sportivo automobilistico denominato «43^a Coppa del Chianti Classico». Affidamento a Targa Racing Club ASD Approvazione dello schema di contratto e impegno di spesa.

IL DIRETTORE

1. Quadro normativo e regolamentare di riferimento

Vista la legge 20 marzo 1975, n. 70 e la tabella ad essa allegata, categoria IV, nella quale è nominativamente incluso l'Automobile Club d'Italia, nonché il d.P.R. 16 giugno 1977, n. 665, che ha dichiarato enti pubblici necessari, inserendoli nella medesima categoria, gli Automobile Club provinciali;

Visto l'articolo 35, comma 1, della legge 2 dicembre 2025, n. 182, che espressamente lascia *«ferme restando la natura giuridica di ente pubblico non economico a base associativa e le competenze dell'Automobile Club d'Italia (ACI)»*, e il comma 3 del medesimo articolo, ai sensi del quale *«L'ACI, gli Automobile Club federati e le società in house da essi controllate sono soggetti agli obblighi di pubblicità e trasparenza di cui al decreto legislativo 14 marzo 2013, n. 33»*;

Visto l'articolo 1, comma 2, del decreto legislativo 30 marzo 2001, n. 165, che ricomprende fra le amministrazioni pubbliche *«tutti gli enti pubblici non economici nazionali, regionali e locali»*, e visto l'articolo 2, comma 2-bis, del decreto-legge 31 agosto 2013, n. 101, convertito, con modificazioni, dalla legge 30 ottobre 2013, n. 125, in tema di adeguamento degli enti a base associativa ai principi ivi richiamati;

Visto l'articolo 1, comma 2, della legge 31 dicembre 2009, n. 196, che individua le amministrazioni pubbliche destinatarie delle disposizioni in materia di finanza pubblica e che si chiude includendovi *«le Autorità indipendenti e, comunque, le amministrazioni di cui all'articolo 1, comma 2, del decreto legislativo 30 marzo 2001, n. 165, e successive modificazioni»*;

Vista la legge 7 agosto 1990, n. 241 e, in particolare, gli articoli 1, 3, 6-bis e 12;



Visti gli articoli 3, 6 e 17 del regio decreto 18 novembre 1923, n. 2440, recante nuove disposizioni sull'amministrazione del patrimonio e sulla contabilità generale dello Stato;

Visto il decreto legislativo 31 marzo 2023, n. 36 e, in particolare, gli articoli 1, 2, 3, 12, 13, 16, 52, 94 e seguenti;

Visto l'articolo 6, comma 9, del decreto-legge 31 maggio 2010, n. 78, convertito, con modificazioni, dalla legge 30 luglio 2010, n. 122, e visto l'articolo 1, comma 590, della legge 27 dicembre 2019, n. 160, con il relativo Allegato A;

Visto il decreto legislativo 14 marzo 2013, n. 33 e vista la legge 13 agosto 2010, n. 136;

Visto lo Statuto dell'Automobile Club d'Italia e, in particolare, l'articolo 4, che annovera fra le finalità istituzionali dell'ente la promozione dello sport automobilistico;

Visto il Regolamento di organizzazione dell'Automobile Club Siena, deliberato dal Consiglio Direttivo dell'ente e, in particolare, gli articoli 2 e 4, che individuano le competenze e i poteri di spesa del Direttore;

Vista la delibera ANAC n. 208 del 6 maggio 2026, depositata il 5 giugno 2026, in materia di contratti di sponsorizzazione attiva;

Viste le sentenze del Consiglio di Stato, sez. IV, 1° settembre 2015, n. 4094 e sez. V, 31 dicembre 2024, n. 10508;

2. Premesse in fatto

Premesso che il Consiglio Direttivo dell'ente, con deliberazione n. 4 adottata nella seduta del 16 luglio 2026, ha deliberato di concedere il patrocinio e di procedere alla stipula di un contratto di sponsorizzazione attiva della manifestazione sportiva denominata «43^a Coppa del Chianti Classico», in programma nei giorni 18, 19 e 20 settembre 2026;

Premesso che la manifestazione, valevole ai fini del *campionato italiano velocità in salita auto storiche*, riveste rilievo nazionale ed è giunta alla 43^a edizione, essendo stata organizzata per la prima volta dallo stesso Automobile Club Siena il 29 ottobre 1961;

Premesso che l'evento si svolge interamente nel territorio della provincia di Siena e coinvolge il tessuto associativo, sportivo e turistico locale, con ricadute promozionali dirette sull'ambito territoriale nel quale l'ente esercita le proprie funzioni;



Vista l'offerta presentata dall'organizzatore dell'evento, ASD TARGA RACING CLUB, acquisita in data 10 settembre 2026, avente ad oggetto le seguenti prestazioni di carattere pubblicitario da eseguirsi nel corso delle giornate dell'evento:

- a) esposizione di n. 8 striscioni recanti il logo istituzionale dell'Automobile Club Siena;
- b) una pagina riservata all'ente nel «numero unico» della manifestazione;
- c) uno stallo riservato al posizionamento del gazebo istituzionale dell'ente;
- d) inserimento del logo dell'Automobile Club nel tabellone ufficiale delle premiazioni;
- e) inserimento del logo dello sponsor nella locandina ufficiale della manifestazione

a fronte di un corrispettivo di euro 2.500,00 oltre IVA;

Dato atto che l'organizzatore è titolare in via esclusiva dei diritti organizzativi, mediatici e commerciali relativi alla manifestazione e alle iniziative promozionali ad essa connesse, come risulta dalla dichiarazione acquisita in data 10 settembre 2026;

3. Qualificazione soggettiva dell'ente e finalità istituzionale perseguita

Considerato che l'Automobile Club Siena è ente pubblico non economico a base associativa, secondo la qualificazione da ultimo ribadita dall'articolo 35, comma 1, della legge n. 182 del 2025 e costantemente affermata dalla giurisprudenza amministrativa, avendo il Consiglio di Stato rilevato che *«In base a quanto previsto dalla L. n. 70/1975, c.d. legge sul parastato, l'ACI è pacificamente classificato quale ente pubblico non economico a base associativa, essendo costituito da una federazione di Automobil Club. Come tale, altrettanto pacificamente, rientra tra le amministrazioni soggette al D. L.vo 165/2001»* (Cons. Stato, sez. V, 31 dicembre 2024, n. 10508);

Considerato che da tale qualificazione discende, per il tramite di una catena normativa testuale, l'appartenenza dell'ente al perimetro delle amministrazioni pubbliche destinatarie delle disposizioni in materia di finanza pubblica: l'articolo 1, comma 2, del decreto legislativo n. 165 del 2001 vi ricomprende *«tutti gli enti pubblici non economici nazionali, regionali e locali»* e a tale disposizione rinvia espressamente la clausola finale dell'articolo 1, comma 2, della legge n. 196 del 2009, sicché l'Automobile Club è da ritenersi inserito nel conto economico



consolidato di cui alla medesima legge ancorché non figuri nominativamente nell'elenco pubblicato annualmente dall'ISTAT ai sensi del comma 3 dello stesso articolo;

Considerato che tale conclusione è stata affermata dal Consiglio di Stato tanto in materia di riduzione della spesa per consumi intermedi, avendo la sez. IV rilevato, quanto all'articolo 1, comma 2, della legge n. 196 del 2009, che *«Sulla portata generale di tale disposizione, pare al Collegio non possa dubitarsi: esso contiene, alla fine, una norma di chiusura»*, la quale *«integra disposizione generale, che riempie di contenuto (ai fini della individuazione degli Enti ad esse soggette) tutte le “disposizioni in materia di finanza pubblica”, fossero le stesse antevigenti, che successive»* (sentenza 1° settembre 2015, n. 4094), quanto, con specifico riferimento all'ACI, in materia di tetto retributivo, avendo la sez. V osservato che *«l'art. 1, comma 2, del D. L.vo 165/2001 include tutti gli enti pubblici non economici, senza precisare che si deve trattare di enti pubblici “a carico della finanza pubblica”»* (sentenza n. 10508 del 2024);

Valutata la coerenza dell'iniziativa con la missione istituzionale dell'ente, quale definita dall'articolo 4 dello Statuto, che assegna all'Automobile Club la promozione dello sport automobilistico, e considerato che l'ente concorre, quale articolazione territoriale della Federazione sportiva nazionale automobilistica, all'esercizio delle competenze in materia di potere sportivo, organizzazione di manifestazioni e regolamentazione delle attività del settore;

Ritenuto che il sostegno economico a una manifestazione agonistica di rilievo nazionale che si svolge nel territorio di competenza costituisce modalità di diretta attuazione di tale finalità istituzionale e non già mera spesa di promozione dell'immagine dell'ente;

4. Qualificazione del contratto e disciplina applicabile

Considerato che il rapporto negoziale in esame si configura come sponsorizzazione attiva pura, nella quale l'ente assume la veste di sponsor e l'organizzatore, quale sponsee, si obbliga ad associare stabilmente il nome e i segni distintivi dell'ente all'iniziativa realizzata, senza che siano dedotti in contratto ulteriori servizi strumentali;

Considerato che, in coerenza con il consolidato orientamento della Corte di cassazione, il Consiglio di Stato ha affermato che *«La sponsorizzazione deve essere qualificata come contratto atipico, essendo evidenti le forzature dei*



tentativi di ricondurre il fenomeno a figure contrattuali tipiche, quali l'appalto di servizi, il contratto d'opera, il contratto associativo, il contratto di locazione, di vendita o di mandato» (Cons. Stato, sez. VI, 31 luglio 2013, n. 4034), orientamento richiamato dall'ANAC nella delibera n. 208 del 2026;

Considerato che, ai sensi dell'articolo 13, comma 2, del decreto legislativo n. 36 del 2023, *«Le disposizioni del codice non si applicano ai contratti esclusi, ai contratti attivi e ai contratti a titolo gratuito, anche qualora essi offrano opportunità di guadagno economico, anche indiretto»*, e che la sponsorizzazione attiva non rientra in alcuna delle tre categorie ivi indicate, non trattandosi di contratto gratuito, posto che è previsto un esborso a carico dell'ente, né essendo compresa nell'elenco dei contratti esclusi di cui all'articolo 56, né costituendo contratto attivo, non ricavandone l'ente alcun introito;

Considerato che le pubbliche amministrazioni, nel perseguimento delle proprie finalità istituzionali, sono dotate di autonomia negoziale e possono concludere contratti atipici non necessariamente volti ad acquisire dal mercato lavori, servizi o forniture, e che la riconducibilità di tali contratti nell'ambito di applicazione del codice dipende proprio dalla loro funzione acquisitiva, nella specie insussistente;

Considerato che la giurisprudenza amministrativa ha chiarito che non sussiste l'obbligo di ricorrere alla procedura di evidenza pubblica per la stipula di sponsorizzazioni attive, in quanto esse sono il frutto di una decisione strettamente connessa alle caratteristiche della vicenda da sponsorizzare, che presuppone un ritorno di immagine, e che ciò vale, in particolare, quando il ritorno di immagine costituisce l'unica finalità del contratto e non sono previste altre prestazioni, come nel caso di specie;

5. Insussistenza di divieti di spesa

Considerato che l'articolo 6, comma 9, del decreto-legge n. 78 del 2010 stabiliva che *«A decorrere dall'anno 2011 le amministrazioni pubbliche inserite nel conto economico consolidato della pubblica amministrazione, come individuate dall'Istituto nazionale di statistica (ISTAT) ai sensi del comma 3 dell'articolo 1 della legge 31 dicembre 2009, n. 196, incluse le autorità indipendenti, non possono effettuare spese per sponsorizzazioni»*;

Considerato che, per quanto esposto al precedente punto 3, l'ente è da ritenersi ricompreso fra le amministrazioni pubbliche di cui all'articolo 1, comma



2, della legge n. 196 del 2009 e che, pertanto, il predetto divieto ha cessato di trovare applicazione nei suoi confronti per effetto dell'articolo 1, comma 590, della legge 27 dicembre 2019, n. 160, a mente del quale *«Ai fini di una maggiore flessibilità gestionale, di una più efficace realizzazione dei rispettivi obiettivi istituzionali e di un miglioramento dei saldi di finanza pubblica, a decorrere dall'anno 2020, agli enti e agli organismi, anche costituiti in forma societaria, di cui all'articolo 1, comma 2, della legge 31 dicembre 2009, n. 196, ivi comprese le autorità indipendenti, con esclusione degli enti del Servizio sanitario nazionale, cessano di applicarsi le norme in materia di contenimento e di riduzione della spesa di cui all'allegato A annesso alla presente legge. Resta ferma l'applicazione delle norme che recano vincoli in materia di spese di personale»*, e che l'Allegato A indica espressamente, fra le norme che cessano di trovare applicazione, l'articolo 6, comma 9, del decreto-legge n. 78 del 2010;

Rilevato che la norma abrogatrice individua i propri destinatari mediante rinvio all'articolo 1, comma 2, della legge n. 196 del 2009, e dunque al perimetro comprensivo della clausola di chiusura (...e comunque le amministrazioni di cui all'art. 1 c. 2 del D.Lgs 165/2001 e s.m.), e non già all'elenco ISTAT di cui al comma 3 del medesimo articolo, sicché essa opera nei confronti dell'ente a prescindere dalla sua menzione nel predetto elenco;

Considerato, in ogni caso, che la Corte dei conti aveva già circoscritto la portata del divieto, avendo la Sezione regionale di controllo per il Veneto affermato che *«alle fattispecie in cui la promozione dell'immagine dell'amministrazione non costituisca la finalità principale del contratto, diretto, invece, a realizzare, attraverso l'apporto di soggetti privati, un interesse pubblico, non possa applicarsi il divieto di cui all'art. 6, comma 9, del D.L. n. 78/2010»* (deliberazione 16 gennaio 2018, n. 30/2018/PAR), in coerenza con quanto già statuito dalla Sezione regionale di controllo per la Lombardia con la deliberazione n. 1075/2010/PAR;

Dato atto che, per simmetria rispetto a quanto rilevato al precedente punto 3, l'ente resta destinatario dei vincoli di finanza pubblica che condividono il medesimo ambito soggettivo, e che la spesa oggetto del presente provvedimento è compatibile con i limiti complessivi di spesa gravanti sull'ente e con gli stanziamenti del budget dell'esercizio in corso;

6. Rispetto dei principi generali e motivazione della scelta del contraente



Considerato che, come affermato dall'ANAC nella delibera n. 208 del 2026, *«i contratti di sponsorizzazione attiva, pur non potendo essere ricondotti nell'ambito di applicazione del codice dei contratti, al pari di qualsiasi contratto atipico che prevede l'esborso di denaro pubblico sono, comunque, sottoposti ai principi generali che regolano l'azione della pubblica amministrazione, i quali impongono l'esperimento di una selezione trasparente e motivata del contraente prima della sottoscrizione»*, e che a tali principi l'ente intende conformarsi;

Considerato che l'articolo 3, secondo comma, del regio decreto n. 2440 del 1923 prevede che *«I contratti dai quali derivi una spesa per lo Stato debbono essere preceduti da gare mediante pubblico incanto o licitazione privata, a giudizio discrezionale dell'amministrazione»*, e che il successivo articolo 6, primo comma, consente la conclusione del contratto a trattativa privata *«Qualora, per speciali ed eccezionali circostanze, che dovranno risultare nel decreto di approvazione del contratto, non possano essere utilmente seguite le forme indicate negli articoli 3 e 4»*;

Ritenuto che nella specie ricorrano le speciali circostanze che giustificano l'affidamento diretto, e ciò in quanto la prestazione dedotta in contratto, consistente nell'associazione del nome e del logo dell'ente a una specifica manifestazione sportiva, è oggettivamente infungibile: essa può essere resa unicamente dal soggetto che di quella manifestazione è organizzatore e titolare esclusivo dei diritti organizzativi, mediatici e commerciali, non essendo la visibilità sull'evento reperibile presso altri operatori;

Ritenuto, tuttavia, che l'infungibilità della prestazione non esaurisce l'onere motivazionale, il quale, secondo l'ANAC, si sposta a monte, sulla scelta della manifestazione da sponsorizzare, e che occorre pertanto dare conto delle ragioni per le quali l'evento prescelto è da preferire ad altri di analogo impatto promozionale presenti nel medesimo ambito territoriale;

Dato atto che l'ente ha condotto una ricognizione delle manifestazioni automobilistiche di rilievo nazionale in programma nella provincia di Siena nell'anno 2026 e che la scelta è caduta sulla «43^a Coppa del Chianti Classico» per l'inserimento nel calendario del campionato italiano, il numero di partecipanti e di spettatori attesi, la copertura mediatica, la specifica pertinenza rispetto al settore delle auto storiche;

7. Congruità del corrispettivo



Considerato che, secondo la Corte dei conti, *«l'eventuale attribuzione deve risultare conforme al principio di congruità della spesa mediante una valutazione comparativa degli interessi complessivi dell'ente»* (Sezione regionale di controllo per la Lombardia, deliberazione n. 218/2014/PAR);

Ritenuta congrua l'offerta di euro 2.500,00 oltre IVA, avuto riguardo al numero e alla collocazione dei supporti pubblicitari offerti, alla visibilità assicurata dal «numero unico», all'affluenza attesa e alla copertura mediatica della manifestazione;

8. Verifiche sul contraente e copertura della spesa

Dato atto che l'ente, pur non trovando applicazione il codice dei contratti pubblici, ha inteso conformarsi in via di autovincolo allo standard di verifica ivi previsto, avendo richiesto allo sponsee apposita autodichiarazione resa ai sensi del d.P.R. 28 dicembre 2000, n. 445, attestante il possesso dei requisiti di carattere generale di cui agli articoli 94 e seguenti del medesimo decreto e l'insussistenza di situazioni di conflitto di interessi, coerentemente con l'articolo 52, comma 1, del decreto legislativo n. 36 del 2023, a mente del quale *«Nelle procedure di affidamento di cui all'articolo 50, comma 1, lettere a) e b), di importo inferiore a 40.000 euro, gli operatori economici attestano con dichiarazione sostitutiva di atto di notorietà il possesso dei requisiti di partecipazione e di qualificazione richiesti. La stazione appaltante verifica le dichiarazioni, anche previo sorteggio di un campione individuato con modalità predeterminate ogni anno»*;

Dato atto che, come attestato nella dichiarazione sostitutiva acquisita in data 10 settembre 2026 la Targa Racing Club ASD non ha dipendenti e non è soggetta a iscrizione presso l'INPS o presso l'INAIL, né all'obbligo di attestare la regolarità contributiva mediante il documento unico di regolarità contributiva;

Dato atto dell'insussistenza di situazioni di conflitto di interessi, anche potenziale, in capo al sottoscritto e al responsabile del procedimento, ai sensi dell'articolo 6-bis della legge n. 241 del 1990;

Dato atto che il budget annuale consente di accogliere la spesa e che la stessa trova copertura nel budget dell'esercizio 2026;

DETERMINA



1. di approvare le premesse, che costituiscono parte integrante e sostanziale del presente provvedimento;
2. di qualificare il rapporto negoziale in oggetto quale contratto atipico di sponsorizzazione attiva pura, non riconducibile all'ambito di applicazione del decreto legislativo n. 36 del 2023 e nondimeno soggetto ai principi generali che regolano l'azione amministrativa;
3. di affidare a Targa Racing Club ASD con sede in Cerda (PA) Piazza Dott. Ilardi 9 , P.I e C. F. 045899270828 l'esecuzione delle prestazioni promozionali descritte in premessa, consistenti nell'apposizione di n. 8 striscioni recanti il logo istituzionale dell'ente, in una pagina riservata nel «numero unico» della manifestazione e in uno stallo riservato al posizionamento del gazebo istituzionale;
4. di dare atto che l'affidamento diretto è disposto in ragione dell'oggettiva infungibilità della prestazione e delle ulteriori ragioni indicate in premessa, ricorrendo le circostanze di cui all'articolo 6, primo comma, del regio decreto n. 2440 del 1923;
5. di ritenere congruo il corrispettivo di euro 2.500,00 oltre IVA, per gli elementi di valutazione esposti in premessa;
6. di approvare lo schema di contratto di sponsorizzazione allegato al presente provvedimento sotto la lettera A, che ne costituisce parte integrante, e di provvedere alla relativa stipula in forma scritta;
7. di impegnare, in favore di Targa Racing Club ASD., la somma di euro 2.500,00 oltre IVA, pari a complessivi euro 3050,00 , sulla voce CP 01020042 Altre spese per la prestazione di servizi del budget dell'esercizio 2026, dando atto della sussistenza della relativa copertura;
8. di individuare se stesso quale responsabile del procedimento ;
9. di dare atto che il pagamento sarà disposto a seguito dell'esecuzione della prestazione, previa acquisizione di regolare fattura, nel rispetto degli obblighi di tracciabilità dei flussi finanziari di cui alla legge n. 136 del 2010, e di dare mandato agli uffici di acquisire il codice identificativo di gara ove dovuto;
10. di disporre la pubblicazione del presente provvedimento e dei dati ad esso relativi nella sezione «Amministrazione trasparente» del sito istituzionale dell'ente, ai sensi del decreto legislativo n. 33 del 2013, cui l'ente è soggetto per espressa previsione dell'articolo 35, comma 3, della legge n. 182 del 2025;



Automobile Club Siena

11. di trasmettere il presente provvedimento agli uffici competenti per gli adempimenti conseguenti .

F.to IL DIRETTORE

Dr. Riccardo Sansoni