



**CÂMARA MUNICIPAL DE  
SÃO PAULO**

**Projeto de Lei Nº /2022, da Vereadora Cris Monteiro**

*Autoriza o Poder Executivo a celebrar contratos de cessão onerosa de direito à nomeação de eventos e equipamentos públicos municipais na cidade de São Paulo (“Naming Rights”).*

A CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO DECRETA:

Art. 1º - Fica o Poder Executivo autorizado a celebrar contratos de cessão onerosa de direito com a iniciativa privada à nomeação de eventos e equipamentos públicos municipais que desempenhem atividades dirigidas à saúde, cultura, esportes, educação, assistência social, lazer e recreação, meio ambiente, mobilidade urbana e promoção de investimentos, competitividade e desenvolvimento, atendidos os requisitos previstos nesta Lei.

Art. 2º - O contrato de cessão onerosa de direito à nomeação será precedido de procedimento licitatório e edital para seleção dos interessados, mediante critérios previamente estabelecidos pelo Poder Executivo Municipal, observadas as normativas municipais, estaduais e federais que versem sobre contratações públicas.

§1º - Poderão participar do procedimento licitatório, as empresas em dia com a legislação federal, estadual e municipal, isoladamente ou em consórcio.

§2º - As cessões onerosas de direito à nomeação terão obrigatoriamente prazo determinado de duração a ser definido em edital.

Art. 3º - O contrato deverá prever contrapartida pela associação de nome ou marca na forma de pagamento anual em pecúnia ao município.

Parágrafo único - Desde que previstas em edital, a realização de benfeitorias, promoção de atividades de interesse coletivo, incentivos da ação e dos participantes pertencentes ao equipamento parceiro, bem como outras ações de interesse público, poderá ensejar desconto no valor anualmente devido pela cessionária.

Art. 4º - A cessionária incluirá na placa de anúncio indicativo, presente nas testadas do equipamento público, sua marca após o nome do equipamento.



**CÂMARA MUNICIPAL DE  
SÃO PAULO**

§1º - Para a inclusão da marca nas placas de anúncio indicativo do imóvel, a cessionária deverá cumprir as regras presentes no manual de comunicação da prefeitura, bem como garantir a manutenção das placas durante a vigência contratual.

§2º - A responsabilidade pelos custos relacionados à troca das placas de anúncio indicativo serão sempre da cessionária.

Art. 5º As despesas decorrentes da execução desta lei correrão por conta das dotações orçamentárias próprias, suplementadas se necessário.

Art. 6º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

**CRIS MONTEIRO**  
**VEREADORA (NOVO/SP)**



## CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

### JUSTIFICATIVA

O conceito de *Naming Rights* é definido como o direito de nomear um bem, evento ou atividade. Essa cessão onerosa é um modelo já bastante difundido mundo afora, mas pouco explorado pelo poder público brasileiro. Enquanto empresas e marcas vêm fazendo uso desse modelo de maneira natural em arenas que recebem jogos esportivos e shows musicais, por exemplo, a Prefeitura de São Paulo ainda não explora essa oportunidade alternativa de geração de receita.

Trata-se de uma oportunidade com aderência de interesse nos dias de hoje para que ambas as partes, poder público e iniciativa privada, atinjam seus objetivos finais. Pensando nos benefícios para a municipalidade, a partir do momento em que há uma nomeação disciplinada de determinado equipamento público com a possibilidade de investimento de recursos privados, haverá melhoria na infraestrutura oferecida aos usuários, intensificação do uso dos equipamentos pela população e aumento da oferta de atividades exercidas no equipamento nomeado.

No que tange aos benefícios para a Prefeitura, há um aumento da diversificação das receitas públicas e a possibilidade de exploração econômica de um ativo público com valor comercial. Ou seja, quando o nome do equipamento faz referência à atividade ali exercida cria-se um potencial econômico para impacto social.

Essa iniciativa, apesar de pouco utilizada, não é novidade no município de São Paulo. Em 2021, a Prefeitura da cidade, sob a liderança da Secretaria de Desestatização e da SP Parcerias, apresentou um projeto de concessão administrativa de equipamentos municipais. A proposta ainda em curso, pretende oferecer à iniciativa privada o direito de nomear, por um prazo de cinco anos, equipamentos de esporte e lazer no município de São Paulo. No processo, estão sendo selecionados três representantes da iniciativa privada para concederem a nomeação (i) do Modelódromo do Ibirapuera, ao lado do clube militar; (ii) do Centro de Esportes Radicais e; (iii) do Centro Esportivo Brasil-Japão, ambos próximos à Marginal Tietê.

Em linha similar, a Faculdade de Direito da USP lançou o programa *Adote uma Sala* que permite que ex-alunos, por meio de suas antigas turmas, escritórios de advocacia ou empresas, adotem salas de aula para reforma, compra de equipamentos e manutenção durante um período de tempo.



## CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Atualmente, 26 salas de aula da Faculdade de Direito da USP fazem parte do projeto, sendo que 6 já foram integralmente reformadas. Outras 5 salas já estão prontas para iniciar as obras, aguardando apenas autorização de organizações como Conpresp e Condephaat, e mais 7 espaços já têm doações comprometidas. Até o momento foram investidos R\$ 1,8 milhão e, ao todo, estima-se um montante de R\$ 8,5 milhões para as reformas.<sup>1</sup>

As principais paradas dos Metrô de São Paulo e Rio de Janeiro já fazem uso da prática do *Naming Rights*. O caso mais recente é o da estação Saúde do metrô, que ganhou o “apelido” de Ultrafarma em março. No Rio, a estação Botafogo virou “Botafogo Coca-Cola”, enquanto em São Paulo a estação Carrão divide o nome com o atacarejo Assaí. Na capital paulista, trata-se de um projeto amplo: o objetivo da administração é chegar a dez estações com nomes de marcas.<sup>2</sup>

O “rebatismo” faz parte do projeto do metrô paulistano de alavancar as receitas não relacionadas à cobrança de tarifa. O presidente do Metrô de São Paulo, Silvani Pereira, diz que o modelo é o do metrô de Hong Kong, que tem mais de 50% das receitas provenientes de exploração imobiliária, comercial e de marketing.

Em 2020, as receitas não tarifárias representaram 21,6% do faturamento do Metrô paulistano. Isso é importante porque a direção não tem controle sobre o valor da tarifa, definido pelo governo do Estado, que muitas vezes não consegue repor a inflação do período. A empresa de marketing DSM, que venceu os leilões, fechou contrato para desembolsar R\$ 71,9 mil mensais na estação Saúde, R\$ 168 mil no Carrão e R\$ 102 mil na Penha. Os acordos são válidos por dez anos, renováveis por mais dez.

O time de futebol Corinthians também firmou uma parceria com a empresa Hypera Pharma, que “batizou” o estádio com o nome Neo Química Arena que paga ao clube uma quantia de R\$300 milhões divididos em 20 parcelas anuais, ou seja R\$15 milhões por temporada. Em Pernambuco temos a *Itaipava Arena Pernambuco*, com contrato avaliado em R\$10 milhões anuais; na Bahia, a *Itaipava Arena Fonte Nova*, com contrato válido por 10 anos, sendo R\$10 milhões pagos anualmente; e em São Paulo o *Allianz Parque*, estádio do time do Palmeiras, que firmou parceria com a seguradora alemã paga ao time R\$ 15 milhões por ano.

<sup>1</sup> “Ex-alunos “adotam salas” e ajudam a modernizar prédio histórico da USP”. Disponível em: <<https://jornal.usp.br/universidade/ex-alunos-adotam-salas-e-ajudam-a-modernizar-predio-historico-da-usp/>>

<sup>2</sup> “Mais estações de metrô recebem nomes de marcas em São Paulo e no Rio”. Disponível em: <<https://economia.estadao.com.br/noticias/negocios,marketing-metro-renomear-estacoes-assai-ultrafarma-,70004035190>>



## CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

É muito importante esclarecer que o nome do equipamento público não é alterado nesse tipo de parceria, o que o Poder Público cede é o direito ao sobrenome. A marca, empresa ou entidade que participar da licitação e vier a ganhar esse processo de cessão de direitos, irá adicionar o seu nome após o nome do equipamento substituindo as placas de anúncio indicativo nas testadas do imóvel para a inclusão do “sobrenome” seguindo o que consta no manual de comunicação da prefeitura. A cessionária deverá garantir a manutenção das placas durante a vigência contratual.

Toda parceria entre setor público e privado que prevê o uso do *Naming Rights* é regulamentada via edital, em que é previsto o valor do montante anual a ser pago pela iniciativa privada ao poder público em decorrência da parceria. Existe também a possibilidade de abatimento do pagamento do valor anual caso sejam realizadas ações sociais que envolvam requalificação de alguma parte do equipamento ou investimentos em realização de eventos e atividades abertas ao público.

Caros colegas, a prática do *Naming Rights* nos equipamentos públicos da cidade de São Paulo pode ser uma grande oportunidade para geração de novas fontes de receita para nossa cidade e, conseqüentemente, para o desenvolvimento dos serviços oferecidos à população. A partir do momento em que a Prefeitura passa a receber “valores extras” advindos dessas parcerias, a administração pública consegue usar tal verba não prevista em orçamento anteriormente para investir em melhorias na infraestrutura e na própria atividade exercida no local selecionado.

Tendo em vista nossa função primordial de zelar pelo bem estar da população paulistana adotando medidas estratégicas, conto com o apoio de todos os pares.