



ASD, DEDUCIBILITÀ FISCALE DELLE SPESE DI SPONSORIZZAZIONE SECONDO LA CASSAZIONE

Pubblicato il 9 Febbraio 2024 di Sabatino Pizzano



Nel tessuto economico odierno, la sponsorizzazione sportiva rappresenta una leva di marketing significativa per le aziende. La recente sentenza della Corte di Cassazione ha portato una ventata di chiarezza in materia, gettando una nuova luce sulla deducibilità fiscale delle spese di sponsorizzazione.

La sentenza in oggetto, ordinanza n. 3470 del 7 febbraio 2024, ha segnato una pietra miliare nell'interpretazione dell'articolo 90, comma 8, della Legge n. 289 del 2002. La Corte ha riconosciuto che le spese di sponsorizzazione sostenute dalle aziende sono dotate di una presunzione legale assoluta di natura pubblicitaria, purché il soggetto beneficiario delle spese sia un'associazione sportiva dilettantistica (ASD).

IL CASO IN ESAME

Il caso portato davanti alla Corte derivava da un avviso di accertamento emesso dall'Agenzia delle Entrate, che contestava la deducibilità di alcune spese pubblicitarie sostenute da una società di capitali per la sponsorizzazione di due ASD. L'Ufficio finanziario aveva messo in dubbio la congruità e l'inerenza delle spese, basandosi su presunzioni quali la mancanza di corrispondenza geografico-territoriale tra l'utenza della società e il pubblico raggiunto dal messaggio pubblicitario, la diversità tipologica tra l'utenza della società e i destinatari del messaggio, e la sproporzione della spesa in relazione agli utili conseguiti.

Il Verdetto delle Corti Inferiori

Le corti di merito avevano dato ragione all'Amministrazione finanziaria, stabilendo che l'Ufficio aveva il diritto di valutare la congruità e l'inerenza dei costi dedotti dalla società. Questo approccio metteva in una posizione di incertezza le aziende che, pur volendo investire in attività di sponsorizzazione, temevano possibili contestazioni.

La Rivoluzione Giurisprudenziale

Con la propria decisione, la Corte di Cassazione ha ribaltato le precedenti sentenze, stabilendo che l'articolo 90, comma 8, della Legge n. 289 del 2002 non lascia spazio a interpretazione: se le spese sono state sostenute a favore di ASD, queste sono per legge presumibilmente pubblicitarie e, pertanto, pienamente deducibili. Questo principio impedisce all'Amministrazione fiscale di effettuare un controllo sulla natura delle spese, a meno che non siano in atto situazioni di abuso o di evidente artificiosità.

I PRINCIPI RIBADITI DALLA CASSAZIONE

La Corte di Cassazione ha ribadito alcuni principi fondamentali:

- **Presunzione di Pubblicità:** La sentenza stabilisce che le spese di sponsorizzazione verso ASD godono di una presunzione legale assoluta di deducibilità, in quanto intrinsecamente dirette a promuovere l'immagine aziendale.
- **Inerenza e Congruità:** Non spetta all'Amministrazione finanziaria mettere in discussione l'inerenza e la congruità delle spese di sponsorizzazione, purché queste siano state effettivamente sostenute e documentate.
- **Onere della Prova:** In caso di contestazione, l'onere della prova non grava sull'impresa, ma sull'Amministrazione finanziaria, che dovrà dimostrare l'esistenza di eventuali abusi o situazioni di artificiosità.

IMPLICAZIONI PER LE IMPRESE

Grazie a questa sentenza, le aziende possono ora pianificare le proprie attività di sponsorizzazione con maggiore sicurezza fiscale. Investire in associazioni sportive dilettantistiche non solo serve a promuovere l'immagine aziendale, ma diventa anche un'azione fiscalmente più sicura e conveniente.

ESEMPI PRATICI

Per illustrare meglio la situazione attuale, consideriamo alcuni esempi:

Esempio #1: Una azienda manifatturiera sponsorizza una squadra di calcio giovanile locale. Le spese per l'acquisto di divise e la stampa del logo aziendale sui materiali promozionali sono ora deducibili senza ambiguità.

Esempio #2: Un'azienda operante nel settore alimentare decide di sponsorizzare un evento sportivo dilettantistico, includendo nei materiali pubblicitari informazioni sui propri prodotti. Le spese relative a tali materiali, così come le quote di partecipazione, rientrano nella deducibilità confermata dalla sentenza della Cassazione.

CONCLUSIONE

La sentenza della Corte di Cassazione costituisce un punto di riferimento per la deducibilità delle spese di sponsorizzazione. Le aziende possono ora considerare questi investimenti non solo come uno strumento di marketing, ma anche come una scelta fiscalmente vantaggiosa, con minori rischi di contestazioni da parte dell'Agenzia delle Entrate.

La recente ordinanza della Cassazione tributaria rappresenta un cambiamento significativo per le aziende che investono in sponsorizzazioni. La certezza sul trattamento fiscale di queste spese permette una pianificazione più accurata e una maggiore libertà nell'investimento in attività che possono avere un impatto positivo sia sul business che sulla comunità. Le aziende possono ora guardare alle sponsorizzazioni non solo come a un'azione di marketing, ma anche come a un vantaggio fiscale concreto, rafforzando la loro immagine e contribuendo allo sviluppo dello sport dilettantistico.

Domande e Risposte

1. Qual è la natura delle spese di sponsorizzazione di cui all'art. 90, comma 8, della Legge n. 289 del 2002?

Le spese di sponsorizzazione di cui all'art. 90, comma 8, della Legge n. 289 del 2002 sono assistite da una presunzione legale assoluta circa la loro natura pubblicitaria.

2. Quali sono i requisiti che devono essere rispettati affinché le spese di sponsorizzazione siano deducibili?

I requisiti che devono essere rispettati affinché le spese di sponsorizzazione siano deducibili sono i seguenti:

- il soggetto sponsorizzato deve essere una compagine sportiva dilettantistica;
- deve essere rispettato il limite quantitativo di spesa;
- la sponsorizzazione deve mirare a promuovere l'immagine ed i prodotti dello sponsor;
- il soggetto sponsorizzato deve aver effettivamente posto in essere una specifica attività promozionale.

3. Qual è la conseguenza del fatto che le spese di sponsorizzazione sono assistite da una presunzione legale assoluta circa la

loro natura pubblicitaria?

La conseguenza del fatto che le spese di sponsorizzazione sono assistite da una presunzione legale assoluta circa la loro natura pubblicitaria è che l'Amministrazione finanziaria non può sindacare l'inerenza e la congruità di tali spese.

4. Quali sono le finalità che la norma in questione intende perseguire?

Le finalità che la norma in questione intende perseguire sono le seguenti:

- approntare un regime agevolativo per quei soggetti che decidono di investire nello sport amatoriale;
- favorire - tramite la leva fiscale - la diffusione di questo genere di attività giudicate socialmente utili e degne di protezione.

5. Qual è il regime di deducibilità delle spese di sponsorizzazione?

Il regime di deducibilità delle spese di sponsorizzazione è quello previsto dall'art. 109 del T.U.I.R., trattandosi di disposizione che detta peculiari condizioni di deducibilità delle spese di pubblicità che rispondono alle specifiche esigenze del settore di riferimento, ossia delle compagini sportive dilettantistiche.

www.studiopizzano.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA