



STUDIO PIZZANO

COMMERCIALISTA E REVISORE LEGALE

www.studiopizzano.it

SPONSORIZZAZIONI SPORTIVE: CONFERMATA PRESUNZIONE DI DEDUCIBILITÀ

Publicato il 16 Settembre 2025 di Sabatino Pizzano



La Suprema Corte, con ordinanza del 4 settembre 2025 n. 24516, torna a pronunciarsi su una questione che - francamente - dovrebbe ormai considerarsi risolta da tempo. Eppure l'Agenzia delle Entrate persiste nel contestare la **deducibilità delle sponsorizzazioni sportive dilettantistiche**, nonostante una giurisprudenza consolidata che parla chiaro.

Il caso specifico vede la Cassazione accogliere il ricorso del contribuente, ribadendo quello che nella prassi applicativa è ormai un principio granitico: le spese per sponsorizzazioni verso associazioni sportive dilettantistiche godono di presunzione assoluta di inerenza fino a 200.000 euro annui. Non si tratta di una semplice agevolazione, ma di una vera e propria scelta di politica fiscale che il legislatore ha voluto cristallizzare.

□ Cosa sapere in un minuto

- Le spese di sponsorizzazione verso **associazioni sportive dilettantistiche** godono di una presunzione assoluta di deducibilità fino a **200.000 euro annui**.
- La presunzione copre sia la **natura pubblicitaria** della spesa che la sua inerenza, purché siano rispettati tutti i **requisiti formali e sostanziali**.
- Le verifiche dell'Agenzia delle Entrate riguardano spesso l'effettività dell'attività promozionale: è sufficiente un'idonea documentazione contrattuale e promozionale.
- L'imprenditore è libero di scegliere di sponsorizzare senza dover dimostrare "congruità", entro i limiti normativi: la soglia di **200.000 €** è un confine non sindacabile.
- La giurisprudenza della Corte di Cassazione è ormai consolidata e favorevole al contribuente, nonostante la persistente resistenza dell'Amministrazione finanziaria.

La norma di riferimento e i suoi effetti

Secondo quanto stabilito dall'art. 90, comma 8 della L. 289/2002, il corrispettivo erogato (in denaro o natura) a favore del soggetto sponsorizzato costituisce spesa di pubblicità per il "soggetto erogante". È interessante notare come il legislatore abbia introdotto una **presunzione legale assoluta** che tocca due aspetti: la natura pubblicitaria (e non di rappresentanza) della spesa e la sua inerenza quantitativa.

Si consideri che questa disposizione - ora confluita nell'art. 12, comma 3 del D.Lgs. 36/2021 - rappresenta una deroga specifica ai principi generali dell'inerenza. Come spesso accade nella casistica tributaria, il legislatore ha preferito definire un perimetro normativo preciso anziché lasciare spazio a valutazioni discrezionali.

I requisiti che non ammettono deroghe

Le condizioni per beneficiare di questa presunzione sono quattro e devono essere rispettate tutte: il soggetto sponsorizzato deve essere una compagine sportiva dilettantistica; occorre rispettare il limite quantitativo di spesa (200.000 euro); la sponsorizzazione deve mirare a promuovere l'immagine e i prodotti dello sponsor; il soggetto sponsorizzato deve aver effettivamente posto in essere una specifica attività promozionale.

È proprio su quest'ultimo punto che talvolta si concentrano le verifiche. Nella pratica professionale si osserva come l'amministrazione finanziaria tenti di aggirare la presunzione contestando l'effettività dell'attività promozionale. Ma anche qui la

giurisprudenza si è mostrata chiara: è sufficiente che vi sia una documentazione adeguata del rapporto contrattuale e dell'attività svolta.

La ratio di tale impostazione emerge con particolare evidenza dall'esempio contenuto nella circolare di prassi n. 21/E/2003. Se un imprenditore eroga 250.000 euro ad un'associazione sportiva dilettantistica, i primi 200.000 euro rappresentano automaticamente spese di pubblicità, mentre per i residui 50.000 euro si applicano i normali scrutini di inerenza.

L'impossibilità di sindacare la scelta imprenditoriale

Il principio che ne deriva - e che l'ordinanza in commento riafferma - è che **non è sindacabile la scelta dell'imprenditore** di promuovere nome, marchio o immagine attraverso iniziative nel settore sportivo dilettantistico. Si tratta di una decisione gestionale che l'ordinamento considera meritevole di tutela, senza necessità di dimostrare un ritorno economico diretto.

Come ha chiarito la Cassazione con la precedente sentenza n. 21452 del 27 luglio 2021, nel campo delle sponsorizzazioni è "improponibile, se non impossibile" individuare l'ammontare "congruo". Queste spese vengono sostenute nella prospettiva di aumentare i ricavi, senza garanzie sul conseguimento dell'obiettivo.

La soglia dei 200.000 euro: un confine invalicabile

La natura convenzionale dell'importo di 200.000 euro non può essere sottovalutata. Se anche le somme erogate entro soglia dovessero rimanere assoggettate al normale scrutinio dell'inerenza, non si renderebbe identificabile lo spartiacque pecuniario stabilito dal legislatore. Omettere di assegnare la necessaria rilevanza a tale ammontare significherebbe - nelle parole della Corte - "stravolgere l'affidamento delle regole alla base dell'interpretazione della legge".

La presunzione assoluta preclude qualsiasi contestazione dell'incongruità o antieconomicità del costo. È una scelta normativa precisa che ha trovato in questi anni una costante applicazione giurisprudenziale.

Criticità ricorrenti e orientamento erariale

Nell'esperienza applicativa emerge un aspetto che lascia perplessi: l'ostinazione dell'amministrazione finanziaria nel perseguire processualmente una tesi "manifestatamente insostenibile", come la definisce la stessa Cassazione. Siamo di fronte a un **orientamento granitico** della Corte di legittimità che, eppure, continua a essere messo in discussione.

La giurisprudenza di legittimità ha talvolta interpretato questa persistenza dell'amministrazione come un tentativo di aggirare una norma che limita significativamente i poteri di accertamento. Ma la ratio della disposizione è chiara: favorire il sostegno allo sport dilettantistico attraverso la leva fiscale.

Un quadro normativo consolidato

Trattasi ormai di un punto fermo nel diritto tributario italiano. La disciplina delle **sponsorizzazioni sportive dilettantistiche** rappresenta una delle poche certezze in un panorama fiscale spesso caratterizzato da incertezze interpretative. La presunzione assoluta di deducibilità entro il limite di 200.000 euro costituisce uno strumento di politica fiscale che il legislatore ha voluto rendere non aggirabile.

È importante e fondamentale che i professionisti del settore conoscano questi principi per orientare correttamente la consulenza ai clienti. La norma offre alle imprese uno strumento di marketing con vantaggi fiscali certi, purché si rispettino i requisiti formali e

sostanziali previsti.

www.studiopizzano.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA