

Associazioni sportive: spese di pubblicità e requisito di inerenza, sentenza favorevole

di [Nicola Forte](#)

Publicato il 11 Ottobre 2017

La Cassazione interviene in materia di Associazioni sportive per affrontare il delicato tema dell'inerenza. Ancora una volta entrano in gioco le spese di pubblicità la cui deducibilità è spesso fonte di contestazione da parte del Fisco.

La Corte di Cassazione interviene ancora una volta in materia di Associazioni sportive per affrontare il delicato tema dell'inerenza. Ancora una volta entrano in gioco le spese di pubblicità la cui deducibilità è spesso fonte di contestazione da parte del Fisco.

In questo caso, come in passato, la Suprema Corte ha sostenuto una tesi estremamente favorevole alle società ed associazioni sportive dilettantistiche. Secondo l'ordinanza n.

21333 depositata il 14 settembre scorso le somme corrisposte ai predetti soggetti, entro il limite di 200.000 euro, sono spese di pubblicità deducibili nell'anno.

Si tratta, secondo del collegio giudicante, di una presunzione assoluta che non ammette la prova contraria. Pertanto, ai fini della deducibilità della spesa non è necessario dimostrare l'inerenza dei predetti oneri.

Nel caso preso in esame alla Cassazione la contestazione dell'inerenza della spesa era fondata, come spesso accade, sulla localizzazione territoriale delle società sportive.



Trattandosi di società dilettantistiche che operavano in un ambito territoriale molto lontano rispetto alla localizzazione geografica e al relativo mercato “coperto” dallo sponsor, ben difficilmente sarebbero conseguite delle entrate a seguito del messaggio pubblicitario rivolto al pubblico. In pratica, nonostante la rilevante cifra corrisposta dallo sponsor ben difficilmente sarebbe conseguito un vantaggio dal messaggio pubblicitario.



La Commissione Tributaria provinciale e quella Regionale hanno accolto le eccezioni del contribuente e quindi l'Agenzia delle entrate si è rivolta alla Corte di Cassazione.

Secondo il giudice di legalità è l'art. 90 della legge n. 289/2002 che, sia pure entro il limite massimo di 200.000 euro, qualifica come inerenti e congrue le spese di pubblicità. Pertanto non è necessario alcun riscontro in tal senso.

In realtà in passato è stata la stessa Agenzia delle entrate a sostenere la tesi della presunzione assoluta con la Circ. n. 21/2003.

Tale presunzione opera a condizione che i corrispettivi erogati siano destinati alla promozione dell'immagine/prodotto dell'impresa. Inoltre il soggetto che riceve la somma deve avere natura di società o associazione sportiva dilettantistica e deve assumere l'impegno a promuovere il marchio o il prodotto. A tal fine sarà essenziale l'iscrizione del contribuente nel registro telematico gestito dal CONI.

L'iscrizione ha natura sostanziale in quanto attribuisce alla compagine sociale la qualificazione di società o associazione sportiva dilettantistica meritevole di fruire delle agevolazioni previste dal sistema (cfr art. 90 della L. n. 289/2002). Inoltre, affinché trovi applicazione la predetta presunzione di inerenza la società sportiva deve avere concretamente svolto l'attività promozionale rispetto alla somma ricevuta. Ad esempio deve aver apposto il marchio dello sponsor sulle divise sociali o aver affisso a bordo campo lo striscione che promuove l'attività.

Questo genere di contestazioni è molto frequente.

L'Agenzia delle entrate fonda la propria pretesa su due argomentazioni. Da una parte la mancanza di inerenza in quanto il messaggio pubblicitario non può arrivare a destinazione in considerazione del mercato in cui opera lo sponsor rispetto alla localizzazione geografica dell'associazione sportiva. Dall'altra l'antieconomicità del costo.

L'orientamento della Corte di Cassazione non è però isolato. A questo punto è auspicabile che l'Agenzia delle entrate riveda la propria posizione concentrando le proprie risorse in altra direzione. D'altra parte la norma nasce con la finalità di incentivare le sponsorizzazioni che in passato sono costantemente diminuite non solo in ragione della crisi economica, che ha attraversato il Paese, ma anche in relazione alle frequenti contestazioni fiscali che rappresentavano un rilevante ostacolo alla sponsorizzazione delle società ed associazioni sportive dilettantistiche.

La norma in rassegna dovrebbe aver eliminato alla radice le ragioni di contrasto, ma il Fisco insiste nell'affermare che la disposizione in commento non abbia fatto venire meno la necessità di verificare l'inerenza della spesa.

Nicola Forte

11 ottobre 2017