

Gli omaggi natalizi: trattamento fiscale e contabile

di [Gianfranco Costa](#)

Publicato il 18 Dicembre 2018

Quando parliamo di omaggi natalizi si pone il problema del loro inquadramento giuridico-tributario: trattandosi di regalie offerte a soggetti che in qualche modo intrattengono rapporti economici con l'impresa o lo studio professionale assumono la veste giuridica di spese di rappresentanza. Infatti, tutte le spese sostenute allo scopo di promuovere l'immagine e il prestigio dell'impresa o del professionista sono a queste riconducibili. Approfondiamo la questione...

Gli omaggi natalizi per la clientela - Premessa

È prassi consolidata che nel periodo natalizio imprese e professionisti cerchino di consolidare la propria clientela anche con interventi che, di fatto, non producono reddito immediato, ma che dovrebbero in qualche maniera coinvolgere e rafforzare il rapporto già esistente.

Ciò può avvenire anche con la politica degli **omaggi e regalie natalizie**.

Ma, quando parliamo di omaggi natalizi, la **prima problematica che si pone riguarda il loro inquadramento giuridico – tributario**. In realtà, **trattandosi di regalie offerte a soggetti che in qualche modo intrattengono rapporti economici con l'impresa o lo studio professionale, questi beni assumono la veste giuridica di spese di rappresentanza**. Infatti, tutte quelle spese sostenute allo scopo di **promuovere l'immagine e il prestigio dell'impresa o del professionista** sono riconducibili alla categoria delle spese di rappresentanza.

L'**obiettivo** di queste spese, sostenute dall'impresa o dal professionista, è quello di **intrattenere pubbliche relazioni al fine di conseguire**, anche potenzialmente, dei **risultati economici**.

Pur non esistendo una precisa definizione civilista delle spese di rappresentanza, è possibile delinearne il profilo dall'analisi della disciplina tributaria.



Importanti elementi di identità emergono dalla **disciplina del trattamento IVA**, sulla **possibilità di detrazione dell'imposta** nonché dal trattamento riservato dalle imposte sui redditi, circa i limiti della loro deducibilità.

In base alle disposizioni dell'[articolo 108 del TUIR](#), del **D.M. 19.11.2008** attuativo della **Legge Finanziaria 2008** e della **Circolare n. 34/2009**, queste spese, per essere definite tali, devono soddisfare i seguenti requisiti:

- **gratuità**: carattere fondante la spesa, consiste nella totale assenza di un corrispettivo o qualsiasi altra controprestazione da parte dei soggetti destinatari e beneficiari dei beni o servizi erogati;
- **inerenza**: diretta correlazione con l'obiettivo della promozione dell'immagine e del prestigio dell'erogante direttamente nell'attività commerciale. Allo stesso modo sono considerati terzi anche gli associati in partecipazione con apporto di solo lavoro;
- **finalità promozionali o di pubbliche relazioni**: scopo della spesa è quello accrescere il prestigio dell'impresa nel pubblico, intendendo sia privati, che imprese, associazioni, Amministrazioni statali, Enti locali;
- **ragionevolezza**: il sostenimento della spesa deve essere ragionevole e adeguata in relazione allo scopo di trarre utilità, anche se solo potenziale, per l'impresa. In altri termini una spesa ragionevole deve essere idonea a generare ricavi d'impresa;
- **coerenza**: la spesa deve risultare in linea con le pratiche commerciali del settore in cui opera l'impresa.

Altro elemento distintivo è dato dalla necessità di individuare con precisione il **soggetto beneficiario della liberalità**.

È necessario che egli sia identificato o identificabile; non vengono considerate di rappresentanza quelle spese rivolte ad un pubblico generico, a differenza delle spese di pubblicità.

Le spese di rappresentanza vengono suddivise in fattispecie ad opera dell'articolo 1, comma 1, del D.M. 19.11.2008:

==> spese per viaggi turistici, nelle quali siano programmate e svolte in concreto attività per promuovere i beni e i servizi;

==> spese per feste, ricevimenti, ed altri eventi di intrattenimento organizzati in occasione di:

- festività religiose, nazionali ed eventi aziendali ;
- inaugurazioni di nuove sedi, uffici o stabilimenti;
- mostre, fiere ed eventi simili in cui sono esposti i beni e i servizi prodotti dall'impresa;
- contributi erogati gratuitamente per convegni, seminari e manifestazioni simili;
-
- ==> ogni altra spesa per beni e servizi distribuiti o erogati gratuitamente.

Gli omaggi

L'individuazione della categoria degli omaggi avviene quindi in via residuale rispetto al più ampio ambito delle spese di rappresentanza. Gli omaggi vanno a costituire, infatti, un sottoinsieme delle spese di rappresentanza e sono richiamati dall'articolo 1, comma 1, lettera e), D.M. 19.11.2008 figurando quali "ogni altra spesa per beni e servizi ...".

Si configurano come cessioni di beni, generalmente di modesto valore, distribuiti a titolo gratuito da parte delle imprese e dei professionisti senza alcun corrispettivo in contropartita.

Come la categoria generale cui f

Abbonati per poter continuare a leggere questo articolo

Progettato e realizzato da professionisti, per i professionisti, ogni piano di abbonamento comprende:

- contenuti autorevoli, puntuali, chiari per aiutarti nel tuo lavoro di tutti i giorni
- videoconferenza, per aggiornarti e ottenere crediti formativi

- una serie di prodotti gratuiti, sconti e offerte riservate agli abbonati
- due newsletter giornaliere

A partire da 15€ al mese

Scegli il tuo abbonamento