

Spese di pubblicità e propaganda: disciplina contabile-fiscale

di [Paolo Parisi](#)

Publicato il 17 Giugno 2021

Come vanno trattate contabilmente e fiscalmente le spese di pubblicità e propaganda? Si tratta di costi fondamentali per le aziende ma che generano sempre dubbi nella fase contabile e dichiarativa.

In questo articolo puntiamo il mouse sulle spese a durata pluriennale e sul concetto di inerenza.

Premessa sulle spese di pubblicità e propaganda

Nell'ambito delle spese relative a più esercizi, intese come costi sostenuti in un esercizio ma la cui "utilizzazione economica" si protrae in almeno due esercizi, particolari e specifiche regole di deducibilità sono previste per le spese di pubblicità (e propaganda). Mentre le spese di ricerca e sviluppo sono deducibili per l'intero importo nell'esercizio di sostenimento, nel limite della quota imputabile a ciascun esercizio, quella di pubblicità e propaganda sono deducibili per l'intero importo: le spese di rappresentanza, infine, sono deducibili se effettivamente sostenute e documentate nonché se inerenti. Rispetto alle immobilizzazioni

immateriali propriamente dette, le spese pluriennali sono contraddistinte da un maggior carattere di indeterminatezza che ne rende l'identificazione non sempre agevole ed immediata.



Inquadramento delle spese di pubblicità e propaganda

Considerata l'assenza di una specifica definizione normativa, le spese di pubblicità e di propaganda sono individuate in via residuale rispetto alle spese di rappresentanza; i caratteri distintivi delle spese di pubblicità e di propaganda sono stati individuati, in passato, dalla giurisprudenza di merito e di legittimità. Secondo un consolidato orientamento giurisprudenziale della Corte di Cassazione ([sentenze](#)

nn. [8981/2017](#), 7202/2017 e 24911/2016) il criterio distintivo va individuato nella **diversità**, anche **strategica**, degli **obiettivi perseguiti** con il sostenimento delle spese: mentre, infatti, le **spese di pubblicità o propaganda** mirano ad un incremento, più o meno immediato, della vendita dei prodotti e dei servizi, in quanto erogate per la realizzazione di iniziative tendenti, *“prevalentemente anche se non esclusivamente”*, alla pubblicizzazione di prodotti, marchi e servizi, o comunque all’attività svolta, o comunque *“al fine diretto di incrementare le vendite”*, le **spese di rappresentanza** mirano invece ad accrescere il prestigio e l’immagine dell’impresa e, quindi, indirettamente creano una mera aspettativa di maggiori vendite, essendo tese a potenziarne le possibilità di sviluppo.

In tale ultimo contesto rientrano le spese di s

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