

Spese di sponsorizzazione o pubblicità?

di [Martina Di Giacomo](#)

Pubblicato il 13 Luglio 2024

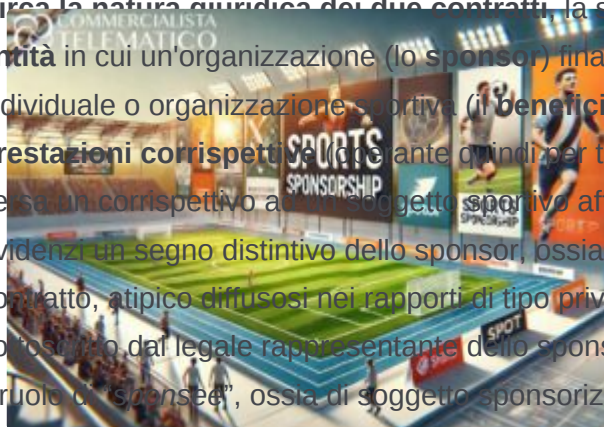
La distinzione tra sponsorizzazione e pubblicità sportiva è cruciale per comprendere le diverse deduzioni fiscali applicabili. Questo articolo approfondisce le specificità di entrambi i contratti, analizzando le relative deduzioni e i criteri di valutazione e rivelando come le aziende possono ottimizzare la promozione attraverso eventi sportivi. La corretta qualificazione del contratto ha chiaramente effetti fiscali: esame di un caso che incide sull'IVA.

Si verifica un **rapporto giuridico di sponsorizzazione** quando sussiste uno specifico **abbinamento tra l'avvenimento sportivo e la promozione del nome dello sponsor**, mentre la **pubblicità sportiva** si verifica in modo **occasionale rispetto all'evento sportivo**. Nelle due ipotesi descritte sussiste una **detrazione forfettaria al 50% per le prestazioni di pubblicità** mentre per quelle di **sponsorizzazione** è prevista nella misura del **10%**, restando in carico all'ufficio l'onere di provare le violazioni contestate. È quanto espressamente chiarito dalla CGT 2° gr Lazio.

La differenza fra spese di sponsorizzazione o pubblicità

La sponsorizzazione

Circa la natura giuridica dei due contratti, la sponsorizzazione sportiva rappresenta un'intesa tra due entità in cui un'organizzazione (lo sponsor) finanzia o fornisce risorse a un evento, squadra, atleta individuale o organizzazione sportiva (il beneficiario); è in sostanza un **negozio giuridico a prestazioni corrispettive** (e pertanto quindi per tutte le parti) in forza del quale un'impresa o un ente versa un corrispettivo ad un soggetto sportivo affinché quest'ultimo, durante le manifestazioni sportive, evidenzi un segno distintivo dello sponsor, ossia il nome o il marchio. Trattasi in sostanza, di un contratto, atipico diffuso nei rapporti di tipo privatistico, tendenzialmente bilaterale che viene sostenuto dal legale rappresentante dello sponsor. L'amministrazione, attraverso tale contratto, assume il ruolo di "sponsor", ossia di soggetto sponsorizzato, può ottenere da un operatore privato, che diviene "sponsor", un contributo finanziario ossia il compimento di un intervento a cura e spese dell'operatore stesso, in cambio di prestazioni di carattere p



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