

Sulla inerenza delle spese per sponsorizzazioni alle ASD

di [Danilo Sciuto](#)

Pubblicato il 12 Luglio 2024

Una recente ordinanza della Corte di Cassazione ha apportato novità significative in tema di sponsorizzazioni sportive e loro deducibilità fiscale, indipendentemente dal legame territoriale con l'attività dello sponsor. Scopriamo come queste nuove interpretazioni possono influenzare le imprese che investono in eventi sportivi e quali sono le condizioni per garantire la deducibilità delle spese. Approfondiamo la disputa tra l'Agenzia delle Entrate e i contribuenti e le implicazioni pratiche di queste decisioni giuridiche.

La disputa giurisprudenziale tra Agenzia delle entrate e aziende contribuenti che effettuano sponsorizzazioni di eventi sportivi, è sicuramente molto sentita. Oggi analizziamo il problema dell'inerenza, quindi della deducibilità dal reddito d'impresa, delle spese per sponsorizzazioni a favore di ASD.

Sponsorizzazione alle ASD: quando sono inerenti?

E' interessante dare notizia del contenuto di una recente [ordinanza, n. 18726/2024](#) con la quale la Corte di Cassazione è intervenuta ancora sull'argomento, ma, e questo è un elemento di novità assoluto negli ultimi anni, a quanto ci consta, sul tema del legame territoriale tra l'offerta pubblicitaria e l'area geografica in cui lo sponsor svolge la propria attività.

L'ordinanza in commento afferma che **l'inerenza prescinde dalla riconducibilità delle spese di sponsorizzazione alla percezione di ricavi da parte dell'impresa che sostiene il costo**, sicché occorre escludere che, nell'attuale mercato "globalizzato", ai fini della sussistenza del requisito dell'inerenza delle spese di pubblicità, debba sussistere un legame territoriale tra l'offerta pubblicitaria e l'area geografica in cui l'impresa svolge la propria attività.



Un precedente di Cassazione

Si ricorda che in tema di spese per sponsorizzazioni ASD un assunto simile si rinviene nella **giurisprudenza della [Suprema Corte](#)**, con la sentenza n. 3770/2015, con la quale è stata **ammessa la deducibilità delle spese pubblicitarie di una società**, anche se sostenute in zone nelle quali il marchio non è pubblicizzato, ovvero in aree geografiche nelle quali l'impresa non esercita attività. Cogliamo l'occasione per precisare qualcosa sulla quale si è detto molto, ma forse non chiaramente, per una particolarità.

Inerenza e congruità delle sponsorizzazioni

Ci riferiamo alla tesi per cui l'inerenza e la congruità sono definite *ex se* come spese di pubblicità (e quindi assolutamente deducibili), per le sponsorizzazioni di importo non superiore a 200.000 euro. Al riguardo, infatti, occorre precisare che ciò è valido a condizione che gli importi erogati siano necessariamente destinati alla promozione dell'immagine o dei prodotti del soggetto erogante, e sia riscontrata, a fronte dell'erogazione, una specifica attività dell'ASD. In assenza di tali condizioni, infatti, non si potrebbe nemmeno parlare di sponsorizzazione. Ricordiamo altresì, in tema di inerenza, che un costo è inerente, non tanto se esiste una relazione tra la spesa e l'impresa (come taluni verificatori vorrebbero affermare), quanto se esiste la semplice correlazione con un'attività potenzialmente idonea alla produzione di utili. Il mancato c.d. ritorno commerciale, in altre parole, non legittima l'Agenzia a negare la deducibilità dei costi di sponsorizzazione.

NdR: potrebbe interessarti anche... [Associazioni Sportive Dilettantistiche e proventi pubblicitari percepiti: sono davvero tassabili? prima parte](#) e [seconda parte Società e associazioni sportive dilettantistiche in regime ex L. 398/91: l'esclusione di alcuni proventi](#)

Danilo Sciuto Venerdì 12 luglio 2024