Le sponsorizzazioni alle associazioni sportive, criticità fiscali

di Gianfranco Antico

Pubblicato il 5 Marzo 2025

Torniamo sull'annoso contenzioso relativo alla deducibilità delle sponsorizzazioni erogate ella associazioni sportive. Tali spese sono sono deducibili solo con requisiti chiari: la dimostrazione di un'effettiva attività promozionale a favore dello sponsor e una corretta contabilizzazione dei pagamenti. Una recente sentenza della Cassazione chiarisce come questi criteri possano impattare sulla deducibilità fiscale e sulle strategie aziendali nel settore sportivo dilettantistico.

E' particolarmente interessante una recente ordinanza della Corte di Cassazione (vedi sotto), in ordine ai **criteri di deducibilità dei costi** per sponsorizzazioni versate alle associazioni sportive.

La controversia per disconoscimento costi di pubblicità

La controversia verte sull'impugnativa di avviso di accertamento con cui sono stati **disconosciuti costi per pubblicità versati a una associazione non riconosciuta**, in assenza di idonea prova del contratto di sponsorizzazione, delle prestazioni effettuate e degli effettivi pagamenti. L'Agenzia delle Entrate, pertanto, rideterminava l'imponibile, con liquidazione di maggiori imposte dirette ed Iva per complessivi € 42.700,00. Avverso tale avviso proponeva ricorso la società dinanzi alla allora CTP, che accoglieva integralmente il ricorso. Pronuncia ribaltata in appello. Da qui il ricorso della contribuente in Cassazione, per non aver la CTR ritenuto deducibili le spese di sponsorizzazione intercorse nei rapporti con l'associazione sportiva dilettantistica, nonostante ricorressero gli elementi previsti per l'applicazione della presunzione legale di inerenza/deducibilità delle spese.

Riproduzione riservata © www.commercialistatelematico.com
Documento riservato alla consultazione da parte di: N/D

Il pensiero della Cassazione sulla deducibilità delle sponsorizzazioni erogate alle associazioni sportive

Il ragionamento dei massimi giudici prende avvio dal dettato normativo di riferimento, l'art. 90, comma 8, della legge n. 289 del 2002, secondo cui

> *«Il corrispettivo in denaro o in natura in favore di società, associazioni sportive dilettantistiche e fondazioni costituite da istituzioni scolastiche nonché di associazioni sportive scolastiche che svolgono attività nei settori giovanili riconosciuta dalle Federazioni sportive nazionali o da enti di promozione sportiva costituisce, per il soggetto erogante, fino ad un importo annuo complessivamente non superiore a 200.000 euro, spesa di pubblicità, volta alla promozione dell'immagine o dei prodotti del soggetto erogante me*

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

Riproduzione riservata © www.commercialistatelematico.com
Documento riservato alla consultazione da parte di: N/D