

Fondo garanzia prodotti e fondo buoni sconto e concorsi a premio: aspetti operativi e contabili

di [Enrico Larocca](#)

Pubblicato il 26 Gennaio 2010

Lo svolgimento dell'attività economica sottopone l'impresa ad una serie di rischi che incombono sul ciclo vendite, con la conseguenza che ai fini della completezza del Bilancio d'esercizio, occorrerà stimare il valore economico di questi rischi e procedere all'iscrizione di opportuni accantonamenti. In molti casi, stante il principio di specialità degli accantonamenti fiscalmente deducibili, questi non saranno ammessi in deduzione e conseguentemente ripresi a tassazione, in sede di compilazione del modello di dichiarazione dei redditi.

Aspetti generali del fondo garanzia prodotti e del fondo buoni sconto e concorsi a premio

Lo svolgimento dell'attività economica, sottopone l'azienda ad una serie di rischi e oneri che in futuro possono determinare effetti sulla redditività. La correlazione ricavi-costi richiede, l'iscrizione nel Passivo di bilancio, di appositi accantonamenti finalizzati ad evitare che questi costi possano incidere in un periodo di competenza diverso da quello in cui sono stati conseguiti i ricavi ad essi correlati. La questione non è di poco conto, specie in un periodo come quello attuale, in cui le condizioni di crisi che affliggono molti settori

dell'economia impongono verifiche particolarmente accurate e, spesso, accantonamenti consistenti. Determinare gli accantonamenti da porre in essere a fronte di rischi o oneri futuri, è questione attinente al rispetto del principio di prudenza, così come disciplinato dal [principio contabile 11](#). Alla chiusura dell'esercizio, alcune tipologie di accantonamenti si renderanno particolarmente frequenti e consistenti, ed è quindi opportuno riprenderne quantomeno i tratti salienti, pur limitando l'analisi alla disciplina dei principi contabili nazionali. Da questo punto di vista, appare utile richiamare alcune categorie generali, attinenti la classificazione degli accantonamenti e le relative regole generali di valutazione. In particolare, secondo il principio contabile 19, distinguiamo:



- a. **fondi per oneri**, che accolgono accantonamenti relativi ad eventi certi, la cui quantificazione o momento di manifestazione finanziaria è comunque solo stimata;
- b. **fondi per rischi**, che accolgono invece l'effetto economico di un evento solo probabile o addirittura remoto, secondo una stima che alla data di redazione del bilancio di esercizio sia possibile sulla base della disponibilità di elementi valutativi sufficientemente concreti;
- c. **fondi per imposte**, anche differite fondi di quiescenza i quali accolgono oneri rispettivamente per imposte che non trovano collocazione tra i debiti tributari, e per la quota previdenziale e sociale della gestione delle risorse umane.

Altre tipologie di accantonamenti, specie ove non rispondenti a questi requisiti, **non sono ammessi** e se effettuati possono costituire eccesso di prudenza al punto da configurare un errore, anche significativo, nella redazione del bilancio di esercizio¹. In questo primo intervento, tuttavia, ci occuperemo esclusivamente *degli accantonamenti relativi ai rischi che incombono sul ciclo vendite finalizzati alla costituzione del Fondo garanzia prodotti e del Fondo per buoni sconto e per concorsi a premio*, con le relative implicazioni contabili e fiscali.

Aspetti giuridici del fondo garanzia prodotti e del fondo buoni sconto e concorsi a premio

Le relazioni tra garanzia e fondo di garanzia prodotti anche alla luce del Codice del Consumo

Il venditore deve garantire il bene venduto sia dai *vizi occulti* sia dall' *evizione* (art 1476), ossia che la cosa venduta non appartiene ad altri che la possano rivendicare. La *garanzia per l'evizione* è funzionale alla tutela del compratore per eventuali "vizi giuridici", non conosciuti al momento della conclusione del contratto, che limitano il godimento del diritto o del bene. E' noto che si distinguono tre tipi di evizione:

- Totale
- Parziale
- Limitativa

Inoltre, importanti appaiono le novità introdotte in materia di vendita e di garanzie sui beni di consumo dal *decreto legislativo 2 febbraio 2002, n. 24* che recependo la direttiva comunitaria 1999/44/CE, ha introdotto nel codice civile, *gli articoli da 1519-bis a 1519-nonies*. La disciplina in commento ha precisato che:

- *Il consumatore* è colui il quale, al di fuori della sua attività professionale, acquista beni o servizi;

- *Il professionista* è colui il quale nell'esercizio della sua attività imprenditoriale o professionale, offre beni o servizi;
- *Il bene di consumo* è un bene mobile (anche da assemblare o futuro) destinato ad essere messo sul mercato e consumato. Fanno eccezione acqua, gas ed energia, a meno che non siano confezionati.

La *ratio legis* di questi articoli risiede nella necessità di dover garantire il consumatore da eventuali squilibri contrattuali che i venditori possono compiere. Infatti il consumatore si trova in una posizione subordinata, si tratta di un soggetto che aspira a conseguire un bene che pochi offrono, mentre i professionisti si trovano nella posizione di offrire i beni o i servizi a una molteplicità di persone. La disciplina sancisce la nullità di alcune *clausole c.d. vessatorie* che determinano gravi squilibri contrattuali a meno che queste non siano state oggetto di una seria trattativa (non semplicemente di sottoscrizione). È stata introdotta anche una disciplina volta a garantire la *conformità del bene al contratto* (articolo 129 del Codice del Consumo). La conformità va valutata non soltanto in relazione al contratto, ma anche con riguardo all'informazione pre-contrattuale e alle descrizioni del professionista, nonché alla pubblicità o all'etichettatura del bene. La conformità è comunque fondata su:

- l'idoneità all'uso quale servono abitualmente beni dello stesso tipo;
- la sussistenza di qualità che il consumatore può ragionevolmente aspettarsi tenuto conto della natura del bene e delle dichiarazioni fatte al riguardo dal venditore, dal produttore o dal suo agente o dal suo rappresentante (nella pubblicità ed etichettatura);
- l'idoneità all'uso particolare voluto e segnalato dal consumatore e che il venditore abbia accettato *per fatti concludenti*, ovvero tacitamente.

E' evidente che a fronte dei costi prospettici ipotizzabili per fornire la garanzia di assistenza gratuita, siano appostati specifici «Fondi rischi», da definire in maniera congrua rispetto a prodotti venduti. La stima dei costi iscrivibili nei fondi rischi può essere in funzione:

1. del valore del danno temuto per l'eventualità che il prodotto venduto possa incorrere in guasti o malfunzionamenti, determinando la necessità di una manutenzione gratuita o la sostituzione del prodotto;
2. del costo stimato della garanzia che è di competenza del periodo in cui si è perfezionata la vendita in ossequio al *matching principle*, in quanto elemento accessorio;
3. del costo stimato relativo alle garanzie che deve essere determinato sulla scorta di elaborazioni storico-statistiche.

Il Fondo per buoni sconti e per concorsi a premio

Le imprese mercantili e industriali, utilizzano come strumento di sostegno alle vendite, il sistema dei buoni sconto e dei concorsi a premio. In pratica, l'impresa che rilascia i buoni premio o che indice il

concorso a premi, si impegna a riconoscere uno sconto su determinati prodotti o a erogare premi in denaro o in natura al consumatore che faccia pervenire entro una certa data, un certo numero di tagliandi di acquisto di determinati prodotti. Rispetto all'impegno di erogare specifici premi da acquistare, l'impresa organizzatrice, stanziando in bilancio in apposito fondo denominato «*Fondo per buoni sconto e per concorsi a premio*» un accantonamento, pari ai costi stimati per premi da erogare, definito sulla scorta di elaborazioni storico-statistiche. L'erogazione del premio postula il rispetto di un regolamento che definisca:

- i premi da erogare;
- il numero dei buoni da consegnare per ottenere il premio;
- il rapporto tra premi ottenibili e numero di buoni da consegnare o le altre condizioni per la partecipazione al concorso a premi;
- la data di scadenza del concorso o di consegna ai rivenditori convenzionati dei buoni sconto o premio.

Aspetti fiscali del fondo garanzia prodotti e del fondo buoni sconto e concorsi a premio

La fiscalità del Fondo garanzia prodotti

L'art. 107, co. 4 del TUIR, stabilisce *il principio di tipicità degli accantonamenti deducibili*, con la conseguenza che non sono fiscalmente ammessi in deduzione, accantonamenti diversi da quelli stabiliti dal TITOLO II del TUIR. *Ne deriva che l'accantonamento al Fondo garanzia prodotti, non è fiscalmente deducibile*. Qualora appostato in contabilità, deve essere ripreso a tassazione in sede di dichiarazione dei redditi.

La fiscalità del Fondo per buoni sconto e concorsi a premio

L'art. 107, co. 3 del TUIR, invece, stabilisce che *gli accantonamenti finalizzati a fronteggiare gli oneri per gli impegni assunti con l'emissione di buoni sconto o con l'indizione di concorsi a premio, sono fiscalmente deducibili, rispettivamente, nella misura del 30% e del 70%*. La norma, inoltre, dispone che occorre distinguere gli impegni per esercizio di formazione. *In caso di eccedenza o d'insufficienza del Fondo stanziato, occorre appostare la differenza come sopravvenienza attiva o passiva*. Aggiungiamo che, il mancato utilizzo del fondo, entro il 3° esercizio successivo a quello di formazione (di qui l'esigenza di disporre di una tabella dei fondi per buoni sconto o per concorsi a premio distinta per

esercizio di formazione) obbliga ad una ripresa a tassazione del residuo, in sede di dichiarazione dei redditi.

Aspetti contabili del fondo garanzia prodotti e del fondo buoni sconto e concorsi a premio

Casi contabili

Si supponga di dover rilevare a P.D. un accantonamento per Fondo garanzia prodotti di 10.000 Euro, calcolato sulla scorta della stima dei prodotti sostitutivi o dei servizi di manutenzione gratuita che si presume di consegnare o di effettuare, elaborati su base storico-statistica. A partita doppia si avrà :

Accantonamento al Fondo garanzia prodotti

Sottoconti	BiCEE	Dare	Avere
Accantonamenti a Fondo garanzia prodotti Fondo garanzia prodotti	CE – B 12) P – B 3)	10.000,00	10.000,00

Accantonamento a fondo concorsi a premio

Si supponga, inoltre, che la S&A S.p.A. abbia bandito un concorso a premi. Il periodo di svolgimento del concorso va dal 01/10/2009 al 01/04/2010 e il regolamento prevede che la consegna dei premi ai vincitori avvenga in un'unica soluzione. L'azienda ha stabilito un montepremi di 50.000 Euro (Iva inclusa). Al 31/12/2009, occorre iscrivere l'accantonamento a fondo concorsi a premio sapendo che sono stati distribuiti tagliandi o buoni, pari circa all'80 % del montepremi. Per cui in previsione dei premi che si presume di consegnare, si stabilisce al 31/12/2009, un accantonamento nella misura di 30.000 Euro, rilevando a P.D. quanto segue:

Sottoconti	BiCEE	Dare	Avere
------------	-------	------	-------

Accantonamenti a Fondo concorsi a premio Fondo concorsi a premio	CE – B 13) P – B 3)	30.000,00	30.000,00
---	------------------------	-----------	-----------

In considerazione del risultato del concorso, l'impresa nell'anno 2010 procede:

- all'acquisto di beni da consegnare come premi, per 000 Euro (iva compresa);
- all'acquisto di beni da consegnare come premi, per 000 Euro (iva compresa).

Nel primo caso, avendo sovrastimato l'accantonamento per premi da consegnare a seguito dell'esito del concorso, dovrà appostare la differenza in più rispetto all'accantonamento operato come Sopravvenienza Attiva; mentre nel secondo caso dovrà, avendo sottostimato l'accantonamento necessario per far fronte agli impegni di acquisto dei premi, calcolare ed appostare in bilancio una Sopravvenienza passiva. Le scritture a partita doppia, nei due casi, saranno alternativamente nell'ordine:

Caso di sovrastima dell'accantonamento a fondo operazioni a premio

Sottoconti	BiC	EE	Dare	Avere
Fondo concorsi a premio	P – B 3)		30.000,00	20.000,00 10.000,00
Debiti verso Fornitori Sopravvenienze attive	P – D 7) CE ? E 20			

Caso di sottostima dell'accantonamento a fondo operazioni a premio

Sottoconti	BiC	EE	Dare	Avere
Fondo concorsi a premio	P – B 3)		30.000,00 1.000,00	31.000,00

Debiti verso Fornitori Sopravvenienze passive	P ? D 7) CE – E 21
--	-----------------------

a cura di Enrico Larocca 20/01/2010 **NOTE**¹ Cfr. Claudio Ceradini e Annalisa Valentini, in Guida alla Contabilità e al Bilancio, ed. Frizzera, n. 24/2009, pag. 27 e ss.