

ACCERTAMENTO

Set fotografico e deducibilità spese di sponsorizzazione

di Marco Bargagli



Per valutare la **deducibilità delle spese di sponsorizzazione** e, più in generale, delle **spese di pubblicità** sostenute dall'impresa, occorre, in via preliminare, richiamare le **principali disposizioni** introdotte dal legislatore in *subiecta materia*.

Anzitutto, sotto il profilo **dell'inerenza dei costi**, il principale riferimento normativo è costituito dalle **norme generali sui componenti del reddito di impresa** (ex [articolo 109 Tuir](#)), a mente del quale i ricavi, le spese e gli altri componenti positivi e negativi **concorrono a formare il reddito nell'esercizio di competenza**; tuttavia i ricavi, le spese e gli altri componenti di cui nell'esercizio di competenza non sia ancora **certa l'esistenza o determinabile in modo obiettivo l'ammontare, concorrono a formarlo nell'esercizio in cui si verificano tali condizioni**.

Inoltre, le **spese e gli altri componenti negativi sono deducibili** se e nella misura in cui si riferiscono ad attività o beni da cui derivano ricavi o altri proventi che **concorrono a formare il reddito** o che non vi concorrono in quanto **esclusi**.

Di contro, le **spese di pubblicità** seguono i **criteri generali** previsti per le **spese riferite a più esercizi** le quali, per espressa disposizione normativa, sono **deducibili nel limite della quota imputabile a ciascun esercizio**.

Infine le **spese di sponsorizzazione**, che a determinate condizioni sono assimilabili alle **spese di pubblicità**, risultano correlate a uno **specifico contratto** la cui caratterizzazione è costituita da un **"rapporto sinallagmatico"** tra lo **sponsor** e il **soggetto sponsorizzato**, in base al quale le parti interessate **fissano le clausole contrattuali** in relazione agli **scopi che esse intendono raggiungere**.

Come chiarito dalla **prassi amministrativa**, con il contratto di sponsorizzazione lo **sponsor** si obbliga ad effettuare una **prestazione in denaro o in natura nei confronti del soggetto sponsorizzato** che, a sua volta, si impegna a **pubblicizzare e/o a propagandare il prodotto**, il

marchio, i servizi, o comunque, l'attività produttiva dello sponsor ([risoluzione 9/204 del 17 giugno 1992](#)).

Di conseguenza, le **spese di sponsorizzazione** sostenute con l'intento di **conseguire maggiori ricavi** sono, in linea di principio, conformi al **principio di inerenza** sopra illustrato e, conseguentemente, risulteranno **deducibili dal reddito d'impresa**.

L'[articolo 90, comma 8, L. 289/2002](#) recante “*Disposizioni per l'attività sportiva dilettantistica*” conferma la **possibilità di dedurre i costi sostenuti** tenuto conto che: “*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 mediante una specifica attività del beneficiario*”.

In relazione ai **criteri di deducibilità dal reddito d'impresa** delle **spese di sponsorizzazione**, si cita il **recente orientamento espresso dalla Corte di cassazione**, con l'[ordinanza n. 29707/19 emessa in data 14.11.2019](#), nella quale i Supremi giudici di legittimità hanno confermato che, per dimostrare l'inerenza delle **spese sostenute**, non è sufficiente esibire **le fotografie relative alla sponsorizzazione**.

Il contenzioso prendeva le mosse da una **verifica effettuata** da parte della **Agenzia delle entrate**, nel corso della quale venivano **ripresi a tassazione i costi indeducibili e l'Iva indetraibile**, a fronte dell'inesistenza oggettiva di un'operazione di **sponsorizzazione**, descritta nella **fattura emessa da parte di un'associazione sportiva dilettantistica** nei confronti del **contribuente ispezionato**.

Gli Ermellini, **sconfessando l'orientamento** espresso da parte del **giudice di merito**, hanno **accolto la tesi dell'Amministrazione finanziaria**, affermando che l'Ufficio può **contestare la veridicità delle operazioni dichiarate** sulla **base di presunzioni semplici gravi, precise e concordanti**, con successiva **inversione dell'onere della prova a carico del contribuente**, che dovrà provare la **reale esistenza delle attività risultanti dalla fattura**.

Sul punto, nel corso del **giudizio di legittimità** erano emersi i **seguenti elementi di criticità**:

- **genericità del contenuto dei contratti di sponsorizzazione** stipulati;
- **presenza di gravi violazioni commesse dall'associazione sportiva concernenti, in particolare, la violazione degli obblighi dichiarativi e l'emissione di fatture false per operazioni inesistenti.**

Di contro, il giudice del gravame ha **valorizzato elementi** totalmente privi di **valenza presuntiva**, quali i **documenti bancari** attestanti il versamento del **corrispettivo in denaro dell'operazione**, richiamando genericamente le **riproduzioni fotografiche** dell'evento

sponsorizzato, senza individuarne il contenuto e specificarne il contesto e la collocazione spazio temporale.