

## Sponsorizzazioni sportive deducibili con inerenza

Sponsorizzazioni sportive deducibili solo se c'è inerenza. Qualora non sia dimostrabile il nesso tra l'attività economica svolta dal soggetto erogatore e la capacità di promuovere l'immagine dello sponsor da parte della società sportiva beneficiaria i costi non possono essere computati in diminuzione dalla base imponibile. L'inerenza richiesta dall'articolo 109 del Tuir deve essere accertata «non solo in ordine al reddito, ma anche all'attività stessa» dello sponsor. Ad affermarlo è la Ctp di Reggio Emilia con la sentenza n. 116/4/12, emessa il 18 settembre e depositata nei giorni scorsi, che si aggiunge alle numerose pronunce di merito e di legittimità intervenute negli anni sul tema (si veda *ItaliaOggi Sette* del 4 giugno 2012). Il caso in esame era piuttosto articolato e vedeva una società operante nel settore degli impianti di depurazione e dei servizi ambientali opporsi a una rettifica complessiva da oltre un milione di euro. Diverse le fattispecie contestate dal fisco, dall'indebito ammortamento di un fabbricato ritenuto non strumentale alla deduzione giudicata illegittima dei costi di pubblicità conseguenti a contratti di sponsorizzazione pubblicitaria sottoscritti con due associazioni sportive dilettantistiche della zona. Secondo l'ufficio accertatore, poiché il 96% della clientela del contribuente era costituito da enti locali, società pubbliche e imprese private, la capacità delle sponsorizzazioni (peraltro di natura localistica) di attrarre nuovi clienti era pressoché nulla. A giudizio della ricorrente, invece, tali spese erano deducibili in quanto «l'inerenza non deve essere funzionale al reddito ma all'attività dell'impresa» e poiché, in ogni caso, la deducibilità era assicurata dall'articolo 90, comma 8 della legge n. 289/2002. La Finanziaria 2003 ha previsto infatti come per le spese di sponsorizzazione sostenute nei confronti di associazioni e società sportive dilettantistiche vi sia la presunzione assoluta che, fino a un massimo di 200 mila euro annui, esse siano di pubblicità. E quindi deducibili, a due condizioni: primo, gli oneri devono essere destinati a promuovere l'immagine del soggetto erogante; secondo, deve essere riscontrata una specifica attività del beneficiario in questo senso. Con la sentenza in commento i ricorsi vengono parzialmente accolti. Le riprese fiscali confermate dalla Ctp per costi di sponsorizzazioni ritenuti non inerenti ammontano a 300 mila euro.

# IN EDIC

GUIDA  
GIURIDICA

## ItaliaO

### CREDITO

GESTIONE FINANZIARIA  
MONITORAGGIO DEI RENDIMENTI  
SEGNALAZIONI OBBLIGATORIE

La crisi e i finanziamenti  
La valutazione del busin  
L'utilizzo della central  
I nuovi strumenti di finan  
La ristrutturazione del  
La disciplina antiricic  
Gli accertamenti fiscali

In collaborazione con

BUSINESS  
RISERVE

INTE

www.italiao

Valerio Stroppa

© Riproduzione riservata

ITALIA 0661 3/10/2012