

del direttore dell'Agenzia delle entrate del 31.01.2013, del 15.02.2013 e del 20.05.2013.

22

Asd e studi di settore

Una Asd che esercita attività commerciale è tenuta alla compilazione e presentazione degli studi di settore?

R.G.

Risponde Maurizio Mottola

Le Asd che svolgono anche attività commerciale (in regime di contabilità semplificata o ordinaria), il cui codice attività rientra nell'ambito di uno studio di settore e che non hanno optato per il regime forfettario di cui alla legge 398/91 devono procedere alla compilazione del relativo modello, con riferimento alla sola attività commerciale svolta.

Nel caso specifico si tratta dei codici attività 93.11.20 (Gestione di piscine), 93.11.30 (Gestione di impianti sportivi polivalenti), 93.11.90 (Gestione di altri impianti sportivi nca) 93.13.00 (Gestione di palestre) ai quali è abbinato lo studio di settore VG83U.

Le Asd che hanno optato per il regime forfettario di cui alla legge 398/91 e il cui codice attività rientra in uno dei codici sopra indicati dovranno compilare il modello VG83U (con esclusione dei dati relativi agli elementi contabili) e indicare la causa di esclusione «determinazione del reddito con criteri forfettari». Questo significa che i dati forniti non potranno essere utilizzati dall'Amministrazione Finanziaria per valutare la congruità e coerenza di quanto dichiarato con i dati strutturali attribuiti al settore.

22

Spese di sponsorizzazione/pubblicità

Si chiede di conoscere la differenza tra spese di sponsorizzazione/pubblicità e di rappresentanza e se esistono norme di favore nel caso in cui il beneficiario delle spese di sponsorizzazione/pubblicità sia una Asd.

S.A.

Risponde Maurizio Mottola

Sulla base di consolidate posizioni assunte dall'Agenzia delle entrate e dalla Corte di cassazione si configura mera pubblicità se l'attività promozionale è rispetto all'evento stesso in rapporto di semplice «occasionalità» (il caso della cartellonistica pubblicitaria disposta a bordo campo in occasione di manifestazioni sportive).

Si configura invece sponsorizzazione se fra la promozione di un nome o di un marchio e l'avvenimento sportivo viene istituito uno specifico abbinamento, ovvero quando la sponsorizzazione è in relazione non di mera occasionalità, ma di «connessione» con la manifestazione sportiva (il marchio di una azienda sulle maglie da gioco o l'abbinamento del nome dell'azienda con quello della squadra sportiva). In entrambi i casi i contratti (di pubblicità o di sponsorizzazione) sono «a titolo oneroso», ovvero prevedono un corrispettivo a fronte del servizio

offerto. Si considerano infine «di rappresentanza» le spese sostenute per erogazioni «a titolo gratuito» di beni e servizi aventi finalità promozionali o di pubbliche relazioni (le spese per viaggi turistici in occasione dei quali siano programmate attività promozionali, le spese per feste e ricevimenti in occasione di festività, ricorrenze aziendali, inaugurazioni di nuove sedi e di mostre, fiere ed eventi e ogni altra spesa per beni e servizi distribuiti o erogati gratuitamente per convegni, seminari e manifestazioni simili). È di fondamentale importanza distinguere le spese di pubblicità/sponsorizzazione dalle spese di rappresentanza in quanto le prime beneficiano di un trattamento fiscale particolare se il soggetto beneficiario è costituito da associazione sportiva dilettantistica (asd) o da una società sportiva dilettantistica. Ai sensi dell'art. 90, co.8, l. 289/2002, il corrispettivo in denaro o in natura in favore di società e associazioni sportive dilettantistiche costituisce, per il soggetto erogante, fino ad un importo annuo complessivamente non superiore a € 200.000, spesa di pubblicità, volta alla promozione dell'immagine o dei prodotti del soggetto erogante mediante una specifica attività del beneficiario.

Tali spese sono pertanto, per presunzione assoluta, interamente deducibili (per intero nell'esercizio in cui sono sostenute o in quote costanti, nell'esercizio in cui sono sostenute e nei quattro successivi) in capo al soggetto erogante. La fruizione dell'agevolazione è subordinata alla sussistenza delle seguenti condizioni: i corrispettivi erogati devono essere necessariamente destinati alla promozione dell'immagine o dei prodotti; deve essere riscontrata, a fronte dell'erogazione, una specifica attività del beneficiario della medesima.

Iva

1.2

Fattura Ue omessa

Sono circa due mesi che nonostante lo abbia più volte sollecitato un mio (nuovo) fornitore non mi ha ancora inviato la fattura. Come devo comportarmi? Aspettare ancora o autofatturarmi subito?

M.F.

Risponde Giovanni Zangrilli

La normativa vigente prevede che, qualora la fattura del fornitore non sia pervenuta entro il secondo mese successivo a quello di effettuazione dell'operazione, il cessionario deve, ai sensi del comma 5 dell'art. 46, del dl n. 331/93, emettere autofattura entro il giorno 15 del terzo mese successivo a quello di effettuazione dell'operazione; autofattura che, emessa in unico esemplare, dovrà riportare anche l'indicazione del numero di identificazione Iva attribuito al cedente dal suo Stato membro d'appartenenza ed essere annotate nel registro vendite entro il termine di emissione e con riferimento al mese precedente. Si precisa che, giusta circolare n. 35/12, tale procedura è da eseguirsi anche per i servizi resi da prestatori residenti in un altro Stato Ue e che, ai sensi dell'art. 7-ter del dpr n. 633/72, scontano l'Iva in Italia.