

Sponsor, logo doc per deducibilità

DI DEBORA ALBERICI

Le spese di sponsorizzazione non sono deducibili se il logo esposto non è idoneo a diffondere il messaggio pubblicitario presso la fetta di mercato e i consumatori, clienti dell'azienda. Con la sentenza n. 25100 del 26 novembre 2014, la Corte di cassazione ha infatti chiarito che ai fini del beneficio fiscale è necessaria la stretta inerenza con l'attività d'impresa e la dimostrazione delle potenzialità e utilità per la società.

La sezione tributaria ha quindi accolto il ricorso presentato dall'amministrazione contro una società di Milano che, nonostante operasse solo in Lombardia, aveva sponsorizzato una manifestazione sportiva in Austria. Fra l'altro il logo non era neppure particolarmente chiaro.

Queste due circostanze sono state sufficienti a far spiccare l'atto impositivo oggi reso definitivo dalla Suprema corte.

I giudici del Palazzaccio hanno motivato la decisione scrivendo che in tema di imposte dei redditi e sul valore aggiunto, la deducibilità esige la previa dimostrazione, a carico del contribuente, del requisito dell'inerenza, consistente non solo nella giustificazione della congruità dei costi, rispetto ai ricavi o all'oggetto sociale, ma soprattutto nell'allegazione delle potenziali utilità per la propria attività commerciale o dei futuri vantaggi conseguibili attraverso la pubblicità svolta dall'impresa in favore del terzo ovvero che i costi di sponsorizzazione di un marchio sono deducibili anche da chi, pur non essendo titolare del marchio, tragga comunque un'utilità dallo sfruttamento del segno distintivo altrui.

