

Giurisprudenza

Sponsorizzazioni: deducibili, se producono maggiori ricavi

15 Marzo 2012

Promuovere un'auto da corsa con il nome dell'impresa non rientra nelle spese di pubblicità ma in quelle di rappresentanza, se non viene dimostrato l'incremento commerciale

Thumbnail
Image not found or type unknown

Le spese di sponsorizzazione per l'attività di un pilota professionista attraverso l'apposizione della scritta sociale sulla vettura sono idonee ad accrescere il prestigio dell'impresa più che a incrementare la vendita dei prodotti commercializzati e hanno, dunque, una deducibilità limitata.

È quanto deciso dall'ordinanza della Cassazione 3433 del 5 marzo.

La Suprema corte risolve ancora una volta a favore dell'Amministrazione finanziaria il contrasto fra quest'ultima e i contribuenti, relativamente alla diversa natura giuridica e finanziaria delle spese di pubblicità e quelle di rappresentanza.

I fatti di causa

L'Amministrazione finanziaria ricorre in Cassazione contro la sentenza di appello che, nel rigettare il gravame dalla stessa proposto, aveva confermato l'annullamento degli atti di accertamento di maggior reddito Iva, Ires e Irap (anno 2004) impugnati dalla società accertata.

Nel merito, i giudici di secondo grado avevano ritenuto che i costi sostenuti dalla contribuente per la sponsorizzazione dell'attività di un pilota professionista attraverso l'apposizione, sulla vettura da corsa di quest'ultimo, della scritta sociale fruivano, per la loro totalità, della detrazione fiscale prevista per le spese pubblicitarie e non della detrazione minore prevista, invece, per le spese di rappresentanza.

L'Amministrazione eccepisce l'erroneità di tale interpretazione in quanto emessa in violazione dell'articolo 108, comma 2, secondo periodo, del Tuir, nel testo vigente *ratione temporis* (articolo 74, comma 2, del vecchio Tuir), secondo cui le spese di rappresentanza - come quelle in trattazione - sono ammesse in deduzione nella misura di un terzo del loro ammontare e sono deducibili per

quote costanti nell'esercizio in cui sono state sostenute e nei quattro successivi (a differenza delle spese di pubblicità e di propaganda che - secondo il disposto dell'articolo 108, comma 2, primo periodo, del TUIR - sono deducibili nell'esercizio in cui sono state sostenute o in quote costanti nell'esercizio stesso e nei quattro successivi).

L'ordinanza della Cassazione

La Corte suprema accoglie il ricorso e conferma un orientamento oramai consolidato in giurisprudenza (Cassazione, sentenze 8679/2011, 21270/2008, 17602/2008, 9567/2007).

Sulla scorta di tali precedenti pronunce, i giudici di legittimità affermano *"...che costituiscono spese di rappresentanza quelle affrontate per iniziative volte ad accrescere il prestigio e l'immagine dell'impresa ed a potenziarne le possibilità di sviluppo, mentre vanno qualificate come spese pubblicitarie o di propaganda quelle erogate per la realizzazione di iniziative tendenti, prevalentemente anche se non esclusivamente, alla pubblicizzazione di prodotti, marchi e servizi, o comunque dell'attività svolta"*.

Secondo i giudici di piazza Cavour, quindi, mentre le spese di rappresentanza non sono finalizzate a incrementare l'attività commerciale ma a diffondere tra il pubblico il nome e/o il marchio della società, quelle di pubblicità o propaganda, invece, sono sostenute per determinare un incremento delle vendite, attraverso l'acquisizione di nuova clientela o l'incremento delle vendite verso la clientela già esistente. I messaggi promozionali possono essere diffusi, non solo tramite strumenti mediatici, ma anche attraverso altri mezzi di propaganda (*dépliant* illustrativi, cataloghi descrittivi dei prodotti commercializzati, campioni gratuiti eccetera).

La differenza, pertanto, va individuata *"...nella diversità, anche strategica, degli obiettivi che, per le spese di rappresentanza, può farsi coincidere con la crescita d'immagine ed il maggior prestigio nonché con il potenziamento delle possibilità di sviluppo della società; laddove, per le spese di pubblicità o propaganda, di regola, consiste in una diretta finalità promozionale e di incremento commerciale, normalmente, concernente la produzione realizzata in un determinato contesto"*.

Tanto premesso, nel caso di specie, la Cassazione ritiene che la società contribuente - che opera nel settore degli imballaggi - non ha provato il "ritorno commerciale" che la sponsorizzazione di un pilota professionista avrebbe apportato alla stessa, né ha spiegato *"...quale potesse essere la concreta finalità d'incremento commerciale, concernente la produzione di impiantistica per imballaggi, nel contesto delle corse automobilistiche"*.

Alla luce di tali principi, le spese di sponsorizzazione in questione - in quanto idonee al più ad accrescere il prestigio dell'impresa, piuttosto che a incrementarne la vendita dei prodotti dalla stessa commercializzati - vanno considerate come spese di rappresentanza, deducibili nei limiti di

cui al richiamato articolo 108 del Tuir, vigente *ratione temporis*.

Pertanto, conclude la Corte, la sentenza di appello deve essere cassata senza rinvio, anche con riferimento all'Iva, *"...atteso che non è ammessa in detrazione l'imposta relativa alle spese di rappresentanza, come definite ai fini delle imposte sul reddito..."*.

Osservazioni

I contrasti giurisprudenziali richiamati sono sorti dai dubbi interpretativi legati alla differenza, in termini fiscali, tra spese di pubblicità e spese di rappresentanza, dubbi originati dal fatto che entrambe queste spese sono disciplinate dall'articolo 108, comma 2, del Tuir (rispettivamente, primo e secondo periodo).

Per completezza di trattazione, si fa presente che, a decorrere dal 1° gennaio 2008, l'articolo 108 del Tuir, nella parte relativa alle spese di rappresentanza, è stato modificato dall'articolo 1 della legge 244/2007, con l'effetto che le stesse sono state sostanzialmente equiparate a quelle di pubblicità.

In virtù di tale modifica, all'attualità, le spese di rappresentanza *"...sono deducibili nel periodo d'imposta di sostenimento se rispondenti ai requisiti di inerenza e congruità stabiliti con decreto del Ministro dell'economia e delle finanze, anche in funzione della natura e della destinazione delle stesse, del volume dei ricavi dell'attività caratteristica dell'impresa e dell'attività internazionale dell'impresa. Sono comunque deducibili le spese relative a beni distribuiti gratuitamente di valore unitario non superiore a euro 50"*.

Al riguardo, secondo l'articolo 1 del decreto ministeriale del 19 novembre 2008 - di attuazione della norma succitata - *"...si considerano inerenti, sempreché effettivamente sostenute e documentate, le spese per erogazioni a titolo gratuito di beni e servizi, effettuate con finalità promozionali o di pubbliche relazioni e il cui sostenimento risponda a criteri di ragionevolezza in funzione dell'obiettivo di generare anche potenzialmente benefici economici per l'impresa ovvero sia coerente con pratiche commerciali di settore..."*.

Si tratta, in particolare, delle spese sostenute: per viaggi turistici in occasione dei quali siano programmate e in concreto svolte significative attività promozionali dei beni o dei servizi la cui produzione o il cui scambio costituisce oggetto dell'attività caratteristica dell'impresa; per feste, ricevimenti e altri eventi di intrattenimento organizzati in occasione di ricorrenze aziendali o di festività nazionali o religiose; per feste, ricevimenti e altri eventi di intrattenimento organizzati in occasione dell'inaugurazione di nuove sedi, uffici o stabilimenti dell'impresa; per feste, ricevimenti e altri eventi di intrattenimento organizzati in occasione di mostre, fiere, ed eventi simili in cui sono esposti i beni e i servizi prodotti dall'impresa; in generale, di ogni altra spesa per beni e servizi distribuiti o erogati gratuitamente, inclusi i contributi erogati gratuitamente per convegni, seminari

e manifestazioni simili il cui sostenimento risponda ai criteri di inerenza precedentemente indicati.

Tali spese, tuttavia, sono deducibili nel periodo d'imposta di sostenimento, in misura percentuale rispetto all'ammontare dei ricavi e proventi della gestione caratteristica dell'impresa, risultanti dalla dichiarazione dei redditi relativa allo stesso periodo.

di

Marco Denaro

URL: <https://www.fiscooggi.it/rubrica/giurisprudenza/articolo/sponsorizzazioni-deducibili-se-producono-maggiori-ricavi>