

Giurisprudenza

Senza una vera attività promozionale, sponsorizzazioni pro Asd indeducibili

25 Marzo 2021

Le condizioni dettate dalla norma, per accedere al regime fiscale agevolato, devono sussistere tutte congiuntamente. Non basta che la destinataria del “sussidio” sia una compagine dilettantistica



Le spese di sponsorizzazioni, di cui all'articolo 90 comma 8, della legge n. 289/2002, sono assistite da una presunzione legale assoluta circa la loro natura pubblicitaria e non di rappresentanza, soltanto qualora il soggetto sponsorizzato assuma la natura di compagine sportiva dilettantistica, la sponsorizzazione miri a promuovere l'immagine e i prodotti dello *sponsor* e lo sponsorizzato abbia effettivamente svolto

una specifica attività promozionale. Nel caso in cui manchi anche solo una di queste condizioni decade il regime agevolativo. È questo il principio ribadito dalla Corte di cassazione, con l'ordinanza n. 2990 dell'8 febbraio 2021.

La vicenda

La controversia in commento prendeva il via dall'impugnazione, da parte del contribuente, di un avviso di accertamento con cui l'Agenzia aveva ritenuto non detraibili costi per 50mila euro, erogati dal ricorrente in favore di un'associazione sportiva dilettantistica, per una presunta attività di sponsorizzazione, atteso che non risultava dimostrato (dal contribuente) l'effettivo svolgimento della promozione dell'immagine o dei prodotti del soggetto erogante.

La successiva impugnazione dell'atto impositivo, dopo essere stata rigettata dal giudice di primo

grado, trovava l'accoglimento della Ctr della Toscana. Secondo i giudici d'appello le spese di sponsorizzazione sostenute dalla ditta del ricorrente, a favore dell'associazione sportiva dilettantistica, erano da ritenere detraibili, in quanto contenute entro il limite di 200mila euro.

L'ufficio impugnava la sentenza in Cassazione, lamentando la violazione dell'articolo 90 comma 8, della legge n. 289/2002, in quanto erroneamente la Ctr aveva ritenuto detraibili i suddetti costi erogati dal contribuente per una presunta attività di sponsorizzazione. In particolare, l'Agenzia motivava il proprio ricorso deducendo la mancata dimostrazione, da parte del contribuente, dell'elemento soggettivo (erogazione in favore di associazione sportiva dilettantistica) e dell'elemento oggettivo (finalità di promuovere l'immagine e i prodotti dello sponsor a fronte di specifiche attività promozionali svolte dal beneficiario), richiesti dal legislatore ai fini della detraibilità delle spese di sponsorizzazione, essendo la Ctr tenuta a esprimere un giudizio di inerenza e di congruenza della citata attività promozionale.

La decisione della suprema Corte

La Corte di cassazione, con la decisione in commento, ha confermato l'orientamento giurisprudenziale prevalente sul tema, affermando che *"le spese di sponsorizzazioni, di cui all'art. 90 comma 8 della legge n. 289 del 2002, sono assistite da una presunzione legale assoluta circa la loro natura pubblicitaria e non di rappresentanza solo in presenza di alcune precise condizioni, quali: - la natura di compagine sportiva dilettantistica rivestita dal soggetto sponsorizzato; - l'accertamento che la sponsorizzazione miri a promuovere l'immagine ed i prodotti dello sponsor; - l'accertamento che il soggetto sponsorizzato abbia effettivamente posto in essere una specifica attività promozionale, quali, ad esempio, l'apposizione del marchio della ditta sponsor sulle divise, ovvero l'esibizione di striscioni o tabelloni sui campi di gioco"*. I giudici di legittimità hanno concluso affermando che *"la sentenza impugnata non si è attenuta a detti principi giurisprudenziali, avendo ritenuto detraibili le spese di sponsorizzazione sostenute dal contribuente solo perché erano state erogate in favore di una compagine sportiva dilettantistica ed erano comprese nel limite massimo di euro 200.000,00, senza valutare, com'era suo compito, la sussistenza degli altri requisiti sopra specificati, in particolare l'effettiva esecuzione di specifiche attività promozionali"*.

Osservazioni

Con l'ultimo arresto giurisprudenziale, i giudici di legittimità tornano a pronunciarsi sul discusso tema della deducibilità o no delle spese di sponsorizzazione sostenute nei confronti di soggetti che svolgono attività sportiva dilettantistica.

L'articolo 90 della legge n. 289/2002 - rubricato *"Disposizioni per l'attività sportiva dilettantistica"* - introduce, al comma 8, ai fini delle imposte sui redditi, una presunzione legale in forza della quale

tali spese costituiscono, nel limite d'importo annuo complessivamente non superiore ai 200mila euro, spese di pubblicità, volte alla *"promozione dell'immagine o del prodotto del soggetto erogante"* integralmente deducibili dal reddito d'impresa.

Con riferimento a tale disposizione, nella circolare n. 21/2003, al paragrafo 8 - rubricato *"Agevolazioni concernenti le spese di pubblicità - art. 90, comma 8"* - dopo aver premesso che la stessa disposizione *"introduce, in sostanza, ai fini delle imposte sui redditi, una presunzione assoluta circa la natura di tali spese, che vengono considerate - nel limite del predetto importo - comunque di pubblicità e, pertanto, integralmente deducibili per il soggetto erogante ai sensi dell'art. 74, comma 2, del TUIR nell'esercizio in cui sono state sostenute o in quote costanti nell'esercizio medesimo e nei quattro anni successivi"*, l'Agenzia ha chiarito che *"la fruizione dell'agevolazione in esame è subordinata alla sussistenza delle seguenti condizioni: 1) i corrispettivi erogati devono essere necessariamente destinati alla promozione dell'immagine o dei prodotti del soggetto erogante; 2) deve essere riscontrata, a fronte dell'erogazione, una specifica attività del beneficiario della medesima"*.

La Corte di cassazione è intervenuta in più occasioni a precisare il contenuto della presunzione prevista nella norma di cui al comma 8 del richiamato articolo 90, affermando, in particolare, che la stessa, fermo restando il necessario riscontro preliminare circa la sua effettività, opera al congiunto ricorrere delle seguenti condizioni: a) il soggetto sponsorizzato deve essere una compagine sportiva dilettantistica; b) è rispettato il limite quantitativo di spesa; c) la sponsorizzazione mira a promuovere l'immagine e i prodotti dello sponsor; d) il soggetto sponsorizzato ha effettivamente posto in essere una specifica attività promozionale.

Laddove siano riscontrate dette condizioni, nessun ulteriore sindacato circa la deducibilità delle spese di sponsorizzazione quali spese di pubblicità è ammesso, atteso che le stesse debbono considerarsi *"inerenti e congrue all'esercizio dell'attività commerciale"* (cfr Cassazione, ordinanze nn. 21333 e 21578 del 2017) .

Da ultimo, sul tema, segnaliamo l'importante ordinanza n. 7202/2017, con cui i giudici di legittimità affermano che *"non rileva, ai fini dell'esclusione della presunzione di cui alla menzionata L. n. 289 del 2002, art. 90, comma 8, l'iscrizione o meno alle rispettive federazioni delle società beneficiarie del corrispettivo in denaro erogato con le sponsorizzazioni, ma (...) la destinazione del contributo ad associazioni sportive o società che, secondo la citata norma, possano essere qualificate come "dilettantistiche"(...)"*.

I giudici inoltre ritengono che *"se è vero che l'iscrizione presso detto registro è divenuta obbligatoria successivamente all'anno d'imposta (2007) cui si riferisce l'accertamento per le a.s.d. (associazioni sportive dilettantistiche) che vogliono essere riconosciute come tali ai fini fiscali, è"*

altrettanto vero che il suddetto registro, in relazione a quanto previsto dal D.Lgs. n. 242 del 1999, art. 5, lett. c) e d) sul riordino del CONI, risulta istituito sin dal 2005. A ciò consegue che la mancata iscrizione nel suddetto registro comporta il difetto di prova in capo alle beneficiarie dello status di società o associazione sportiva dilettantistica e quindi il difetto di prova in ordine ad uno dei requisiti in relazione ai quali la L. n. 289 del 2002, art. 90 cit., comma 8, consente, in via di presunzione legale assoluta, di ritenere applicabile ai contributi erogati, entro il limite sopra indicato, in favore di società o associazioni sportive dilettantistiche, la qualificazione di spese di pubblicità volta alla promozione dell'immagine o dei prodotti del soggetto erogante mediante una specifica attività del beneficiario".

di

Marco Viti

URL: [https://www.fiscooggi.it/rubrica/giurisprudenza/articolo/senza-vera-attivita-promozionale-sponsorizzazioni-pro-
asd](https://www.fiscooggi.it/rubrica/giurisprudenza/articolo/senza-vera-attivita-promozionale-sponsorizzazioni-pro-asd)