

ENTI NON COMMERCIALI

La deducibilità delle sponsorizzazioni secondo la Corte di Cassazione

di Guido Martinelli

Dopo un lungo periodo di incertezze sull'imputazione come **spese pubblicitarie** (a deducibilità piena) o di **rappresentanza** (a deducibilità limitata), **delle spese di sponsorizzazione sportiva**, la previsione di cui all'[articolo 90, comma 8, L. 289/2002](#) aveva apparentemente chiarito il problema.

Infatti la norma (*"8. Il corrispettivo in denaro o in natura in favore di società, associazioni sportive dilettantistiche...costituisce, per il soggetto erogante, **fino ad un importo annuo complessivamente non superiore a 200.000 euro, spesa di pubblicità**, volta alla promozione dell'immagine o dei prodotti del soggetto erogante mediante una specifica attività del beneficiario,..."*) sembrava stabilire, almeno per le **sponsorizzazioni di valore non superiore ai 200.000 euro**, una sorta di **presunzione assoluta in favore della spesa pubblicitaria**.

La Suprema Corte, sez. VI, con [ordinanza n. 16113 del 19.06.2018](#), sulla falsariga dei propri analoghi precedenti (vedi **sent. n. 5720/2016** e **nn. 8981, 14232, 14235/2017**) aveva confermato che la disciplina di cui all'[articolo 90, comma 8, L. 289/2002](#) ha introdotto una **presunzione legale assoluta circa la natura pubblicitaria e non di rappresentanza di dette spese di sponsorizzazione** a condizione che il **beneficiario** sia una associazione o società sportiva dilettantistica, che sia rispettato il **limite complessivo di spesa di duecentomila euro**, che la sponsorizzazione miri a **promuovere l'immagine e i prodotti dello sponsor** e che il soggetto sponsorizzato abbia effettivamente posto in essere una specifica **attività promozionale quale controprestazione**.

Anche successivamente la **Corte di Cassazione**, sez. V, con [ordinanza n. 26590 del 22.10.2018](#) ha confermato il consolidato orientamento della giurisprudenza che *"ha delimitato l'ambito delle detrazioni fiscali delle **spese di sponsorizzazione**, di cui all'articolo 90, comma 8, della L. n. 289 del 2002, statuendo che **esse sono assistite da una presunzione legale assoluta circa la loro natura pubblicitaria e non di rappresentanza**"* condizionatamente alla **ricorrenza, congiunta**, della natura di **compagine sportiva dilettantistica** dello sponsorizzato, del rispetto del **limite quantitativo di spesa** volta alla promozione dell'immagine o dei prodotti del soggetto erogante, dell'effettivo svolgimento da parte dello sponsorizzato di una **specificità attività promozionale**.

Su questa situazione, apparentemente consolidata, si pone una recente ordinanza (**Corte di Cassazione – sez. V – [ordinanza n. 1326 del 18.01.2019](#)**) che sembra **rimettere in discussione il**

principio.

Nel caso in esame, l'Ufficio aveva contestato l'**antieconomicità** della spesa, rispetto ai **ricavi per vendite sul mercato nazionale**, considerato il **mercato di riferimento dello sponsor**, marginale rispetto a quello del soggetto sponsorizzato, ovvero una compagine sportiva dilettantistica "**attiva solo al livello locale, nell'ambito di discipline sportive lontane dal grande pubblico**" così da diminuire grandemente le aspettative di aumento delle vendite.

La contestazione era ritenuta "efficace" in considerazione dell'**attività imprenditoriale della società sponsor, rivolta al 99% al mercato estero**, avente ad oggetto il commercio all'ingrosso di medicinali e l'intermediazione nel commercio nei prodotti farmaceutici.

La specifica contestazione dell'Erario era incentrata sulla **inerenza dei costi ovvero su un requisito di deducibilità; investiva, quindi, il presupposto costitutivo della presunzione di deducibilità introdotta dalla disposizione di cui all'[articolo 90, comma 8, L. 289/2002](#).**

È chiaro che l'**inerenza** è un presupposto per la deducibilità e quindi i costi sono deducibili se sono inerenti; diversamente non può operare la disciplina di favore.

La disposizione di cui all'[articolo 90, comma 8, L. 289/2002](#) introduce una presunzione legale di qualificazione, come spese di pubblicità, delle spese di sponsorizzazione a condizione che il soggetto sponsorizzato sia una associazione sportiva dilettantistica, che sia rispettato il limite dell'importo massimo predeterminato, che l'erogazione sia diretta a promuovere l'immagine ed i prodotti dello sponsor **mediante una specifica attività del beneficiario.**

Entro tali limiti opera la presunzione *ex lege*, che è una **presunzione di deducibilità, non di inerenza.**

Qualora l'Erario contesti in radice **l'inerenza dei costi e quindi l'esistenza di un presupposto di deducibilità, il contribuente è gravato dell'onere di fornire prova della congruenza ed inerenza di tali costi.**

Tanto non significa che "cade" la presunzione legale di deducibilità ma che essa non "scatta" qualora sono dubitati gli elementi costitutivi.

La **presunzione legale assoluta** assiste le spese di cui all'[articolo 90, comma 8, L. 289/2002](#) se è data prova dei presupposti e del pieno rispetto delle condizioni previste dalla norma; **la presunzione non opera sulla verità dei fatti** ma sulla **qualificazione di un fatto** o di un atto sulla base di un ragionamento presuntivo che è la stessa norma a premettere. Quindi, se sono rispettati i **parametri di esistenza, competenza ed inerenza** del costo e quindi dell'imponibile maturato e ricorrono le condizioni individuate dalla norma in esame il costo è deducibile; se vi è contestazione in radice e non soccorre la prova positiva da parte del contribuente, deve concludersi per la **mancanza di elementi giustificativi necessari ai fini della deducibilità.**

E, come in un interminabile gioco dell'oca, anche per la **deducibilità fiscale delle spese di sponsorizzazione** si è tornati alla **casella di partenza**.



Master di specializzazione

ENTI NON PROFIT: PROFILI GIURIDICI E FISCALI

[Scopri le sedi in programmazione >](#)