



SPONSORIZZAZIONI SPORTIVE DEDUCIBILI SOLO SE E' DIMOSTRATA L'INERENZA

La sentenza n. 116/4/12 della Commissione Tributaria Provinciale di Reggio Emilia del 18 settembre e depositata nei giorni scorsi dà lo spunto per ritornare nuovamente sul tema della deducibilità della sponsorizzazione sportiva. Secondo la sentenza in commento le sponsorizzazioni sportive sono deducibili solo se c'è inerenza tra l'attività economica svolta dallo sponsor e la capacità da parte dell'associazione sportiva beneficiaria di promuovere l'immagine dello sponsor.

L'inerenza richiesta dall'articolo 109 del Tuir deve essere accertata «non solo in ordine al reddito, ma anche all'attività stessa» dello sponsor.

Qualora non sia dimostrabile i costi non possono essere computati in diminuzione dalla base imponibile.

Il caso esaminato dalla CTP di Reggio Emilia riguarda il ricorso presentato da una società operante nel settore degli impianti di depurazione e dei servizi ambientali all'accertamento dell'Agenzia delle Entrate in cui, tra l'altro, veniva contestata la deduzione dei costi di pubblicità conseguenti a contratti di sponsorizzazione pubblicitaria sottoscritti con due associazioni sportive dilettantistiche della zona.

L'ufficio accertatore, considerando che il 96% della clientela del contribuente era costituito da enti locali, società pubbliche e imprese private, ha ritenuto che la capacità delle sponsorizzazioni (peraltro di natura localistica) di attrarre nuovi clienti era pressoché nulla.

A giudizio della ricorrente, invece, tali spese erano deducibili in quanto «l'inerenza non deve essere funzionale al reddito ma all'attività dell'impresa» e poiché, in ogni caso, la deducibilità era assicurata dall'articolo 90, comma 8 della legge n. 289/2002.

La Finanziaria 2003 ha previsto infatti come per le spese di sponsorizzazione sostenute nei confronti di associazioni e società sportive dilettantistiche vi sia la presunzione assoluta che, fino a un massimo di 200 mila euro annui, esse siano di pubblicità.

E quindi deducibili, a due condizioni:

- 1) gli oneri devono essere destinati a promuovere l'immagine del soggetto erogante;
- 2) deve essere riscontrata una specifica attività del beneficiario in questo senso.

La CTP di Reggio Emilia ha parzialmente accolto il ricorso confermando, tuttavia, le riprese fiscali per costi di sponsorizzazioni ritenuti non inerenti ammontanti a 300 mila euro