



Roma, 1 aprile 2016

Protocollo: 5285/AC/MC/sc

Ai Presidenti dei Comitati L.N.D.
Alla Divisione Calcio a Cinque
Al Dipartimento Interregionale
Al Dipartimento Calcio Femminile
LORO SEDI

CIRCOLARE N°62

Oggetto: Spese di pubblicità e sponsorizzazione- Deducibilità – Sentenza n.5720 della Corte di Cassazione, depositata il 23 marzo 2016-

Le somme che lo sponsor/impresa corrisponde alla società o associazione sportiva dilettantistica a titolo di spese di pubblicità o di sponsorizzazione sono interamente deducibili ai fini della determinazione del reddito del soggetto erogante, a nulla rilevando che si verifichi o meno un effettivo ritorno in termini di ricavi.

Questo il contenuto della sentenza n. 5720, della Corte di Cassazione, depositata il 23 marzo u.s., che riconosce all'impresa committente la pubblicità o la sponsorizzazione il diritto alla detrazione ai sensi e nei limiti previsti dall'art. 90, comma 8, della legge n. 289/2002.

La questione esaminata dalla Corte prende l'avvio da un avviso di accertamento notificato dall'Agenzia delle Entrate ad una impresa, recuperando nella base imponibile le somme erogate ad una società sportiva dilettantistica a titolo di sponsorizzazione con l'impegno di quest'ultima ad apporre sulle proprie divise il marchio dell'impresa, motivando la ripresa a tassazione con la mancanza di rilevanti e significativi incrementi di vendite a fronte dei costi sostenuti a titolo di sponsorizzazione.

La Società vinse il ricorso in primo grado ma, in secondo grado, trovò accoglimento l'appello dell'Agenzia delle Entrate.

La Corte di Cassazione adita ha, invece, precisato che ai sensi dell'art. 90, comma 8, della legge n. 289/2002, il corrispettivo in denaro o in natura in favore di società e associazioni sportive dilettantistiche costituisce per il soggetto erogante, nel limite di 200.000,00 euro l'anno, spesa di pubblicità, sempre che i corrispettivi erogati siano destinati alla promozione dell'immagine e/o del prodotto dell'impresa, che il soggetto beneficiario sia una compagine sportiva dilettantistica, che si impegni a promuovere il marchio e/o il prodotto e che l'attività promozionale si verifichi concretamente, come, ad esempio, l'apposizione del marchio sulle divise.

Tra l'altro, la stessa Agenzia delle Entrate, con la Circolare n. 21/E del 22 aprile 2003, aveva affermato che la disposizione di cui al comma 8, dell'art. 90 citato, costituisce una presunzione assoluta sulla natura delle spese in argomento, dal momento che è la legge a prevedere l'integrale deducibilità delle spese medesime.

Ancora una volta, quindi, la Cassazione è intervenuta eliminando incertezze sulla ventilata antieconomicità dell'operazione di sponsorizzazione di una società sportiva dilettantistica, basata sulla ridotta risonanza pubblicitaria del soggetto sponsorizzato o sul mancato incremento di ricavi per lo sponsor; né può considerarsi valida la pretesa dell'Amministrazione finanziaria che i medesimi costi possano essere considerati spese di rappresentanza, e come tali, volti ad accrescere il prestigio e l'immagine dell'impresa e, quindi, deducibili in quote annuali entro determinati limiti di legge.

Pertanto, le società/associazioni sportive affiliate a questa Lega, possono rassicurare i loro sponsor che le somme erogate nei modi e nei limiti di cui all'art. 90, comma 8, della legge n. 289/2002, sono deducibili ai fini della determinazione del reddito dell'impresa sponsor.

Si invitano i Comitati, la Divisione ed i Dipartimenti in indirizzo di darne puntuale e sollecita informativa alle proprie Società affiliate mediante pubblicazione sui rispettivi Comunicati Ufficiali.

Cordiali saluti.

IL SEGRETARIO GENERALE
Massimo Ciaccolini

IL PRESIDENTE
Antonio Cosentino