



Roma, 7 aprile 2017
Protocollo: 6159/CS/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°59

Oggetto: Deducibilità in capo allo sponsor del costo di sponsorizzazione e pubblicità –
Ordinanza della Corte di Cassazione depositata il 6 aprile 2017 –

Con Ordinanza n. 8991/2017, depositata il 6 aprile 2017, la Corte di Cassazione è tornata ancora una volta sull'argomento in oggetto confermando l'indirizzo più volte in precedenza assunto – si veda, da ultimo, la sentenza n. 5720 del 23 marzo 2016 – circa la presunzione assoluta della deducibilità in capo allo sponsor dei costi per prestazioni di pubblicità e sponsorizzazione rese da una Società Sportiva Dilettantistica, derivante da una corretta lettura del comma 8, dell'art. 90, della legge n. 289/2002.

Secondo la Suprema Corte, non necessita la dimostrazione dell'inerenza né può essere addotta l'anticonomicità del costo in presenza del costo sopportato nel limite dei 200.000,00 euro annui.

Malgrado l'Agenzia delle Entrate continui a disconoscere la deducibilità delle spese in argomento, la giurisprudenza, ormai costante, è di avviso contrario.

Con l'Ordinanza in oggetto è stato ancora una volta ribadito che, ai sensi del comma 8, dell'art. 90 sopra citato, il corrispettivo in denaro o in natura in favore di Società e Associazioni Sportive Dilettantistiche riconosciute dalle Federazioni Sportive Nazionali o da Enti di Promozione Sportiva, costituisce per il soggetto erogante e fino al limite di 200.000,00 euro annui, spesa di pubblicità volta alla promozione dell'immagine o dei prodotti.

La norma disciplina una **presunzione legale di inerenza/deducibilità della spesa** in argomento sempre che il soggetto che rende la prestazione sia una Società o Associazione Sportiva Dilettantistica, sia rispettato il limite di 200.000,00 euro annui, la sponsorizzazione sia volta a promuovere l'immagine e/o i prodotti dello sponsor e che l'Associazione o Società Sportiva percipiente ponga in essere una specifica attività promozionale quale ad esempio, l'apposizione del marchio sulle divise di giuoco e/o di manifesti o tabelloni pubblicitari sul campo di giuoco.

La Suprema Corte ha negato, poi, che possa essere invocata l'**antieconomicità** della spesa qualora vi sia sproporzione tra il costo ed il fatturato dello sponsor, dal momento che la norma ha introdotto una presunzione assoluta non solo della natura pubblicitaria della spesa fino a 200.000,00 euro annui ma anche dell'inerenza della spesa medesima.

Se ne deduce, pertanto, che gli uffici dell'amministrazione finanziaria non possono operare in contrasto con la legge, adottando una diversa valutazione.

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
Cosimo Sibia