

Circolare n.1 del 2/3/2012

*Ai gentili Clienti
Loro sedi*

OGGETTO: Sponsorizzazioni e pubblicità antieconomiche sotto la lente del Fisco

Gentile dottore, gentile dottoressa,

*con la stesura del presente documento informativo intendiamo informarLa che **l’Agenzia delle Entrate, nei giorni scorsi, ha cominciato ad effettuare su tutto il territorio nazionale dei controlli sulle sponsorizzazioni e sui costi pubblicitari “antieconomici”.***

Il nuovo filone di indagini dell’Agenzia delle Entrate riguarda le **sponsorizzazioni e i costi pubblicitari “antieconomici”**. L’iniziativa è partita dall’Emilia Romagna per poi estendersi ad altre regioni quali Marche, Umbria e Toscana.

I controlli partono dai dati risultanti dalle **fatture emesse dagli enti non commerciali e dalle associazioni sportive dilettantistiche**. Tali soggetti determinano sia il reddito sia l’IVA in modo forfettario. Le imprese che ricevono le fatture, invece, deducono ordinariamente le imposte, da qui nasce l’interesse di chi riceve la fattura a richiedere la certificazione di importi superiori rispetto al valore delle prestazioni.

L’Agenzia, una volta eseguito lo screening, si è mossa sul dichiarato presupposto che «appare poco credibile rinunciare a parte del profitto aziendale per corrispondere somme ad associazioni ed enti per sponsorizzazioni e/o pubblicità, talvolta anche incomprensibili se riferite all’attività esercitata e alla clientela dello sponsor, e non in grado di favorire l’incremento del fatturato, anche in considerazione dei luoghi in cui la pubblicità o sponsorizzazione viene eseguita, ed il numero limitato e tipologia degli spettatori che assistono all’evento sportivo».

In tal caso i costi vengono ritenuti antieconomici, e quasi per intero indeducibili per difetto del requisito di inerenza, per le seguenti motivazioni:

- o entità del costo troppo elevata. Il costo è ritenuto più elevato facendo riferimento sia alle fatture emesse dalla medesima associazione ad altre imprese di importo

inferiore sia alla mancata produzione da parte del soggetto sottoposto al controllo di documentazione attestante l'avvenuta sponsorizzazione /pubblicità.

- sproporzione del costo rispetto all'utile conseguito nello stesso periodo d'imposta. Gli accertamenti confrontano l'utile con le spese in questione, ed evidenziano che l'impresa avrebbe incredibilmente rinunciato a un profitto per destinarlo a "un'attività senza prospettive concrete di ritorno pubblicitario, concretizzando quindi un comportamento chiaramente antieconomico".

Lo Studio ringrazia per l'attenzione riservatagli e rimane a disposizione per ogni ulteriore chiarimento, riservandosi la facoltà di tenervi costantemente aggiornati sulle novità e relativi adempimenti di Vostro interesse.

Distinti saluti