

DEDUCIBILITA' SPONSORIZZAZIONI IN AMBITO SPORTIVO

E' di assoluto e pratico rilievo la recente Ordinanza n. 3470/2024 della Corte di Cassazione, che ha riconosciuto la piena deducibilità dalle imposte delle sponsorizzazioni effettuate a favore di Associazioni Sportive Dilettantistiche (A.S.D.) e Società Sportive Dilettantistiche (S.S.D.).

La Corte ha così cassato l'interpretazione della Agenzia delle Entrate e dei Giudici Tributari - che ritenevano deducibili solo al 20% le sponsorizzazioni effettuate da una S.R.L. a favore di due A.S.D. - sottolineando che i pagamenti, sia in denaro sia in natura, effettuati a favore di A.S.D., S.S.D. ed altre entità riconosciute, fino a un importo annuo di 200.000 euro, sono da considerarsi spese pubblicitarie completamente deducibili.

L'articolo 90, comma 8, della legge 289/2002 - secondo il quale *“il corrispettivo in denaro o in natura in favore di società, associazioni sportive dilettantistiche e fondazioni costituite da istituzioni scolastiche [...] 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”* - rappresenta, secondo la Corte, una normativa speciale destinata a derogare anche al regime generale di deducibilità dei costi previsto dall'[art. 109 del TUIR](#), trattandosi di disposizione che detta peculiari condizioni di deducibilità delle spese di pubblicità che rispondono alle specifiche esigenze del settore di riferimento, ossia delle compagini sportive dilettantistiche

La Corte di Cassazione ha precisato che la deducibilità piena è assunta in modo indiscutibile quando lo sponsor decide di promuovere la propria immagine o prodotti attraverso lo sport dilettantistico, rendendo di fatto non sindacabile la scelta dell'imprenditore di promuovere il proprio nome, marchio o immagine attraverso iniziative pubblicitarie nel settore sportivo dilettantistico.

Per applicare tale principio, devono essere soddisfatti i seguenti requisiti:

- lo sponsor deve finanziare un'entità sportiva dilettantistica;
- l'obiettivo della sponsorizzazione deve essere la promozione dell'immagine o dei prodotti dello sponsor;
- deve essere rispettato un limite massimo di spesa;
- l'entità sponsorizzata deve aver attuato effettivamente un'attività promozionale concreta.

In altre parole, secondo la Corte di Cassazione, il legislatore ha stabilito una presunzione assoluta di deducibilità del costo, rendendo non sindacabile la scelta dell'imprenditore di promuovere il nome, il marchio o l'immagine attraverso iniziative pubblicitarie nel settore sportivo dilettantistico. Non è ammessa, quindi, l'indeducibilità di tali costi sulla base di una asserita assenza di una diretta aspettativa di ritorno commerciale.

Al contempo non è consentita alcuna contestazione circa la incongruità o l'antieconomicità del costo, dal momento che nel campo delle sponsorizzazioni è improponibile, se non impossibile, individuare l'ammontare “congruo” di una sponsorizzazione, poiché queste spese, di solito, sono sostenute nella prospettiva di aumentare i ricavi, senza la garanzia che tale obiettivo possa essere davvero conseguito.

Quanto esposto nell'articolo è una disamina generale a fini divulgativi, dovendosi sempre verificare il caso particolare in ragione degli elementi di fatto specifici e della giurisprudenza in materia.

Avv. Michele Coceani