

Ai gentili Clienti
Loro sedi

OGGETTO: Spese di pubblicità e sponsorizzazioni

Gentile Cliente, con la stesura del presente documento informativo intendiamo metterLa a conoscenza del fatto che i controlli sulle spese di pubblicità e sponsorizzazione stanno diventando più stringenti e severi. Pertanto è opportuno osservare alcune accortezze per mettersi al riparo da eventuali contestazioni.

Premessa

Durante i controlli, l'amministrazione finanziaria spesso contesta l'indeducibilità di tali costi. Uno dei principali punti a favore della difesa è rappresentata **dalla prova dell'inerenza dell'esborso sostenuto rispetto all'attività svolta**. Ma vediamo nel dettaglio.

Contestazioni

Oltre alle ipotesi in cui viene posta in dubbio l'esistenza stessa della operazione o la sua sovrapproduzione (rilevanti anche penalmente), di norma i verificatori ritengono poco credibile la corresponsione di somme ad associazioni ed enti per sponsorizzazioni e/o pubblicità, qualora non riconducibili direttamente all'attività esercitata o alla clientela dello sponsor. **In sostanza spesso tali spese non vengono ritenute idonee a incrementare il fatturato, in considerazione dei luoghi in cui la pubblicità viene eseguita, del numero limitato e della tipologia degli spettatori che partecipano agli eventi.** Il fisco poi può ritenere antieconomico (se non «inutile») l'importo speso per il conseguimento degli obiettivi aziendali. **Questi costi vengono, spesso, ritenuti antieconomici sia per la loro entità sia per l'apparente sproporzione rispetto all'utile conseguito in quel periodo di imposta**, o nei successivi.

Accorgimenti

Per predisporre un'adeguata difesa in vista di eventuali contestazioni è opportuno programmare preventivamente delle valutazioni e, soprattutto, conservarne traccia. È buona regola conservare sempre documenti che attestano le modalità di esecuzione della sponsorizzazione/pubblicità: foto di eventi, di striscioni, di tabelloni, di magliette, riprese televisive.

A questo proposito è conveniente all'atto della sottoscrizione dell'accordo motivare in dettaglio il costo della sponsorizzazione e/o pubblicità, soprattutto se prevede varie forme e modalità (per esempio striscioni sul campo sportivo, evidenze su automezzi, indicazioni su abbigliamento, passaggi televisivi).

Altra cautela sicuramente utile sarebbe quella di effettuare la registrazione del contratto presso l'Ufficio del Registro competente. Per le sponsorizzazioni di importo considerevole, si consiglia la scrittura privata autenticata (cioè sottoscritta in presenza di notaio) in modo che il contratto acquisti maggior valore probatorio.

Risvolti penali

Le contestazioni legate alle sponsorizzazioni possono avere una ricaduta anche in ambito penale qualora i verificatori concludano che la pubblicità non è esistita o che il costo realmente sostenuto è stato inferiore rispetto a quanto documentato nella fattura. Per difendersi occorre, in linea di massima, dimostrare sia il reale sostenimento del costo e sia la materiale esecuzione della pubblicità. La certezza del costo può essere dimostrata dall'esistenza di un contratto tra le parti, dal quale si evincano le modalità di esecuzione, i tempi, i metodi di pagamento e le relative scadenze.

Fondamentale, anche se non sufficiente, è la tracciabilità dei pagamenti eseguiti a saldo delle fatture, escludendo quindi i pagamenti per contanti. Quanto all'esistenza dell'operazione, può essere necessario documentare la sponsorizzazione con fotografie, stampe di pagine web. In sostanza va provato anche visivamente in che modo il marchio dell'impresa sia stato promosso dalla società/associazione che ha emesso le fatture.

Distinti Saluti