

# Norme & Tributi

## Domani in edicola

Arriva il Codice del 110%: con il Sole tutte le norme per fare la scelta giusta



Tutte le regole che servono per capire i nuovi incentivi per la casa, in particolare il superbonus, e sciogliere i dubbi situazione per situazione. Dalle disposizioni del decreto Rilancio ai provvedimenti attuativi del ministero dello Sviluppo economico e dell'agenzia delle Entrate, le norme sono state raccolte in «Bonus 110% - Il Codice», un fascicolo speciale di 128 pagine che Il Sole 24 Ore propone domani in edicola. Si tratta uno strumento di consultazione rapida, che consente di avere sempre sottomano tutte le misure essenziali, come le indicazioni che spiegano i singoli interventi agevolati e le asseverazioni dei professionisti, oltre alle regole sul visto di conformità e sulla cessione del credito. Un vademecum normativo che aiuta contribuenti e professionisti a scoprire la soluzione giusta per la propria situazione e per quella dei propri clienti.

— In vendita a 0,50 euro oltre al prezzo del quotidiano

# Il credit 50% e Cassazione: una spinta ai nuovi sponsor

## I NODI DELLA RIPRESA

### DECRETO AGOSTO



L'incentivo vale per spese da 10mila euro. La dote sarà divisa tra i richiedenti

La Corte ha confermato la presunzione assoluta sulla natura degli esborsi

Pagina a cura di **Giorgio Gavelli** e **Renato Sebastianelli**

Un credito d'imposta pari al 50% delle spese sostenute nel secondo semestre 2020 in campagne pubblicitarie (sponsorizzazione incluse) a favore di leghe, società sportive professionistiche e società ed associazioni sportive dilettantistiche, tranne quelle in regime 398/1991. È quanto prevede l'articolo 81 del decreto Agosto (Dl 104/2020), che stanziò allo scopo 90 milioni di euro, da ripartire eventualmente tra i beneficiari. In parallelo, la Corte di cassazione (ordinanza 15179/2020) conferma la natura di presunzione legale assoluta circa la natura pubblicitaria - e non di rappresentanza - delle spese di sponsorizzazione, in applicazione di quanto previsto dall'articolo 90, comma 8, legge 289/2002.

Sono due elementi di cui tener conto nel pianificare i prossimi investimenti pubblicitari.

### L'incentivo

Dal lato soggettivo, l'incentivo è riconosciuto a favore di imprese, lavoratori autonomi ed enti non commerciali. Per beneficiarne, questi soggetti

devono effettuare investimenti in campagne pubblicitarie, incluse le sponsorizzazioni, nei confronti di: ● leghe che organizzano campionati nazionali a squadre nell'ambito delle discipline olimpiche; ● società sportive professionistiche; ● società e associazioni sportive dilettantistiche iscritte al registro Coni, operanti in discipline ammesse ai Giochi olimpici e che svolgono attività sportiva giovanile, con esclusione degli enti che optano per il regime speciale di cui alla legge 398/1991.

Oltre alla deducibilità ordinaria, per le spese sostenute dal 1° luglio 2020 e fino al 31 dicembre 2020 è riconosciuto «un contributo, sotto forma di credito d'imposta, pari al 50 per cento degli investimenti effettuati», con un tetto di spesa di 90 milioni di euro, ed un limite soggettivo del 5% di tale somma.

Nel caso di insufficienza delle risorse disponibili rispetto alle richieste ammesse, si procede alla ripartizione tra i beneficiari in misura proporzionale al credito di imposta astrattamente spettante.

L'incentivo, che può essere usato solo in compensazione, spetta a condizione che i pagamenti siano effettuati con versamento bancario o postale o mediante altri sistemi di pagamento di cui all'articolo 23 del Dlgs 241/1997 (mezzi tracciabili).

Sarà il dipartimento dello Sport della presidenza del Consiglio dei ministri a ricevere le istanze, dopo che un decreto ministeriale avrà fissato le modalità e le regole di dettaglio, nel rispetto della normativa europea sugli aiuti di Stato (de minimis comprese).

Per essere agevolato, l'investimento pubblicitario deve essere di importo complessivo non inferiore a 10mila euro e rivolto a leghe, società o associazioni con ricavi (articolo 85, comma 1, lettere a e b, Tuir), relativi al periodo d'imposta 2019, prodotti in Italia, almeno pari a 200mila euro e fino a un massimo di 15 milioni di euro.

I beneficiari della spesa devono certificare di svolgere attività sportiva

giovanile. La norma stabilisce che il corrispettivo sostenuto costituisce, per il soggetto erogante, spesa di pubblicità, volta alla promozione dell'immagine, dei prodotti o servizi del soggetto erogante mediante una specifica attività della controparte.

Il testo richiama quanto previsto dall'articolo 90, comma 8, della legge 289/2002, secondo cui per il soggetto erogante costituisce spesa di pubblicità il corrispettivo in denaro o in natura fino a un importo annuo complessivamente non superiore a 200mila euro versato in favore di società, associazioni sportive dilettantistiche e fondazioni costituite da istituzioni scolastiche, nonché di associazioni sportive scolastiche che svolgono attività nei settori giovanili riconosciuti dalle Federazioni sportive nazionali o da enti di promozione sportiva.

La Corte di Cassazione, più volte anche nel 2020 (si veda la scheda), ha affermato che la norma introduce una «presunzione legale assoluta» circa la natura pubblicitaria, non di rappresentanza, e non di sponsorizzazione, ponendo le seguenti condizioni per la sua applicabilità: a) il soggetto sponsorizzato sia una compagine sportiva dilettantistica; b) venga rispettato il limite quantitativo di spesa fissato dalla legge; c) la sponsorizzazione miri a promuovere l'immagine ed i prodotti dello sponsor; d) il soggetto sponsorizzato abbia effettivamente posto in essere una specifica attività promozionale (marchio sulle divise, striscioni e/o tabelloni sul campo da gioco, etc.).

Non viene richiesta la prova del successo commerciale della sponsorizzazione e, diversamente dalla disposizione del decreto Agosto, non vengono esclusi gli enti in regime di legge 398/1991 e non sono posti limiti ai ricavi realizzati da chi incassa il corrispettivo. Molti accertamenti non tengono conto dell'orientamento oramai consolidato della Cassazione, generando evitabili contenziosi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## LA RECENTE GIURISPRUDENZA

### 1 NATURA PUBBLICITARIA DELLE SPESE

#### Presunzione legale assoluta

Entro il limite dei 200mila euro su base annua, l'articolo 90, comma 8 della legge 229/2002, ha introdotto una presunzione legale assoluta circa la natura pubblicitaria, e non di rappresentanza, delle spese di sponsorizzazione verso gli enti ivi citati, ponendo tuttavia precise condizioni per la sua applicabilità e precisamente che: a) il soggetto sponsorizzato sia una compagine sportiva dilettantistica; b) sia rispettato il limite quantitativo di spesa; c) la sponsorizzazione miri a promuovere l'immagine ed i prodotti dello sponsor; d) il soggetto sponsorizzato abbia effettivamente posto in essere una specifica attività promozionale. **Cassazione, ordinanze:** 15179/2020, 14626/2020, 13793/2020, 13719/2020, 5428/2020, 11797/2019, 22855/2018, 17973/2018, 21333/2017, 14235/2017, 14232/2017 e 8981/2017. **Merito:** Ctr Toscana 435/8/2020 e 1863/13/2017, Ctr Emilia-Romagna 39/11/2019 e 1186/1/2017 e Ctr Veneto 1290/1/2018

### 2 IL LIMITE È DI 200MILA EURO

#### La presunzione legale opera senza ulteriori requisiti

Entro il limite dei 200.000 euro si ritiene applicabile l'integrale deducibilità delle spese di sponsorizzazione verso l'associazione sportiva dilettantistica, «senza che

rilevino, pertanto, requisiti ulteriori». **Cassazione, ordinanze:** 5428/2020, 22855/2018 e 1420/2018. **Merito:** Ctr Veneto 1290/1/2018 e Ctr Macerata 73/1/2018.

### 3 NECESSARIA L'ISCRIZIONE AL CONI

#### I requisiti dell'associazione sportiva dilettantistica

L'iscrizione al Coni della Asd è necessaria per dedurre l'applicazione della norma. L'associazione sportiva dev'essere regolarmente iscritta al Coni per far sì che la società

erogante possa dedursi i costi sostenuti per la sponsorizzazione (si veda l'articolo 7 del D136/2004). **Cassazione, ordinanze:** 33557/2019, 13508/2018 e 7202/2017

### 4 STOP ALLE CONTESTAZIONI

#### Antieconomicità e inerenza, stop alle contestazioni

Entro il limite dei 200mila euro su base annua, si ritiene applicabile l'integrale deducibilità delle spese di sponsorizzazione verso l'associazione sportiva dilettantistica, senza possibilità di contestazione

dell'antieconomicità e dell'inerenza. **Cassazione, ordinanze:** 15179/2020, 13508/2018 e 8981/2017. **Merito:** Ctr Toscana 435/8/2020, Ctr Emilia-Romagna 39/11/2019 e Ctr Emilia Romagna 3004/11/2017

## LA DISTINZIONE CON LE SPESE DI RAPPRESENTANZA

# Qualificazione importante anche ai fini Iva

È importante che l'articolo 81 del decreto Agosto definisca esplicitamente - come per l'articolo 90, comma 8, della legge 289/2002 - le spese agevolate come di pubblicità, eliminando qualunque dubbio che si possa trattare di spese di rappresentanza. Ciò per due motivi.

In primo luogo, ai fini Iva (articolo 19-bis1, comma 1, lettera h) del Dpr 633/1972), non è ammessa in detrazione l'imposta relativa alle spese di rappresentanza, come definite ai fini delle imposte sul reddito,

tranne quelle sostenute per l'acquisto di beni di costo unitario non superiore a 50 euro. Analoga restrizione alla detraibilità non è invece prevista per l'imposta assolta sulle spese pubblicitarie.

In secondo luogo, perché così si supera l'orientamento della Cassazione che (talvolta anche per casi successivi al 2008: ordinanza 14473/2018 e sentenza 3087/2016) include le sponsorizzazioni tra le spese di rappresentanza piuttosto che tra quelle di pubblicità e propaganda. Nonostante il decreto del 19 novembre 2008 stabilisca

molto chiaramente che una delle caratteristiche essenziali delle spese di rappresentanza consista proprio nella gratuità (concetto più volte affermato dalla relazione al decreto e dalla circolare 34/E/2009). Nel contratto di sponsorizzazione non vi è alcuna prestazione gratuita di beni o servizi, a meno di non voler considerare, assai opinabilmente, in luogo del rapporto tra lo sponsor e il beneficiario (sponsee), quello tra lo sponsor e il pubblico che fruisce della manifestazione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il Sole **24 ORE**

DIRETTORE RESPONSABILE **Fabio Tamburini**  
VICEDIRETTORE: **Roberto Bernabò** (sviluppo digitale e multimediale)  
**Jean Marie Del Bo**  
**Alberto Orioli**

CAPOREDATTORE CENTRALE **Roberto Iotti**  
CAPO DELLA REDAZIONE ROMANA **Giorgio Santilli**  
UFFICIO CENTRALE **Fabio Carducci** (vice Roma)  
**Balduino Ceppetelli**, **Giuseppe Chiellino**, **Laura Di Pillo**, **Mauro Meazza** (segretario di redazione), **Federico Momoli**, **Alfredo Sessa**

LUNEDÌ **Marco Mariani**  
**Franca Deponi** (vice caporedattore)  
UFFICIO GRAFICO CENTRALE **Adriano Attus** (creative director)  
**Francesco Narracci** (art director)  
RESPONSABILI DI SETTORE **Marco Alfieri** (Online), **Luca De Biase** (nba.tech), **Maria Carla De Cesari** (Norme & Tributi), **Marco Ferrando** (Finanza & Mercati), **Attilio Geroni** (Mondo)

**Alberto Grassani** (Economia & Imprese)  
**Lello Naso** (Rapporti)  
**Christian Martino** (Plus24)  
**Francesca Padula** (moda)  
**Stefano Salls** (Commenti)  
**Marco Carminati** (Domenica)  
**Giovanni Uggeri** (casa e food)  
SOCIAL MEDIA EDITOR **Michela Finizio**, **Marco lo Conte** (coordinatore)  
**Vito Lops**, **Francesca Milano**

GRUPPO 24 ORE

PROPRIETARIO ED EDITORE **Il Sole 24 ORE S.p.A.**  
PRESIDENTE **Edoardo Garrone**  
VICE PRESIDENTE **Carlo Robiglio**  
AMMINISTRATORE DELEGATO **Giuseppe Cerbone**

SEDE LEGALE - DIREZIONE E REDAZIONE **Via Monte Rosa, 91 - 20149 Milano - Tel. 02.3022.1 - Fax 02.43510862**  
AMMINISTRAZIONE **Via Monte Rosa, 91 - 20149 Milano**  
REDAZIONE DI ROMA **P.zza dell'Indipendenza 23b - 00185 - Tel. 06.3022.1 - Fax 06.3022.6390 e-mail: letterecard@ilsoloz24ore.com**  
PUBBLICITÀ **Il Sole 24 ORE S.p.A. - SYSTEM**  
DIREZIONE E AMMINISTRAZIONE **Via Monte Rosa, 91 - 20149 Milano - Tel. 02.3022.1 - Fax 02.3022.214 e-mail: segreteria@redazione.system@ilsoloz24ore.com**

PREZZI con "Mangia come parli" € 14,90 in più; con "Matematica per i più piccoli" € 9,90 in più; con "Scienza per i più piccoli" € 9,90 in più; con "Io sono il cattivo" € 12,90 in più; con "Il potere della gratitudine" € 10,90 in più; con "Capi Colleghi Carriere questi sconosciuti" € 12,90 in più; con "La vedova nera" € 9,90 in più; con "La casa delle spie" € 9,90 in più; con "Il nostro viaggio in Italia" € 12,90 in più; con "Adesso" € 6,90 in più; con "Norme & Tributi" € 12,90 in più; con "Aspenia" € 12,90 in più; con "Amministrazione Straordinaria d'Impresa" € 9,90 in più; con "How To Spend It" € 2,90 in più; con "Il Maschile" € 4,00 € 0,50 in più.

Prezzi di vendita all'estero: Monaco P. € 2 (dal lunedì al sabato), € 2,5 (la domenica), Svizzera Sfr 3,20

