

ASSOCIAZIONI SPORTIVE DILETTANTISTICHE E SPORT

di **ANTONINO MARINO****Sponsorizzazione, i limiti di deducibilità secondo le Entrate**

Il Fisco subisce rilevanti limitazioni in tema di recuperi erariali riferibili alla deducibilità delle spese di sponsorizzazione e la giurisprudenza della Cassazione in materia ha assunto una posizione non sempre rispettata.

Per espressa previsione legislativa le spese sostenute per la **sponsorizzazione di associazioni sportive dilettantistiche e di società sportive dilettantistiche** sono ammesse in **deduzione** dal reddito prodotto fino a concorrenza della somma di **200.000 euro** qualificabili come **spese di pubblicità**. Si tratta, in tal caso, di una manifesta previsione di *"presunzione legale assoluta"*, la quale non consente margini valutativi rispetto alla possibile deduzione di antieconomicità della spesa.

Da un punto di vista normativo, infatti, tenuto conto della decisione contenuta **nell'art. 90, c. 8 L. 289/2002**, il corrispettivo in denaro o in natura in favore di società e associazioni sportive dilettantistiche e fondazioni costituite da istituzioni scolastiche, nonché di associazioni sportive scolastiche che svolgono attività nei settori giovanili riconosciuta dalle Federazioni sportive nazionali o da enti di promozione sportiva, costituisce, per il soggetto erogante, fino a 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. Questa disposizione, prima abrogata nel contesto della riforma del *"Terzo settore"* è stata **interamente reintrodotta nel provvedimento di riforma (art. 12 D.Lgs. 36/2021)**.

In pratica, le condizioni per rendere pienamente legittima la deduzione di tali tipologie di costi appare **condizionata dalla sussistenza dei seguenti elementi**: i corrispettivi erogati devono essere necessariamente destinati alla promozione dell'immagine o dei prodotti del soggetto erogante; deve essere riscontrata, a fronte dell'erogazione, una specifica attività del beneficiario della medesima. **Altri fattori essenziali** riguardano la necessità che il soggetto sponsorizzato sia una compagine sportiva dilettantistica, sia rispettato il limite quantitativo di spesa, la sponsorizzazione miri a promuovere l'immagine e i prodotti dello sponsor e il soggetto sponsorizzato abbia effettivamente posto in essere una specifica attività promozionale, senza che rilevino, pertanto, requisiti ulteriori.

L'impostazione appena evidenziata, oltre a essere chiaramente contenuta nelle norme di riferimento ha avuto ripetutamente conferma nel contesto della produzione della giurisprudenza di legittimità. Ultima tra tutte, solo in ordine di tempo, si colloca la **Cass. Civile, Sez. V, ord. 7.02.2024, n. 3470** che ha avuto modo di ribadire come nel caso di sponsorizzazioni a favore di associazioni o società sportive dilettantistiche, stante la presunzione assoluta della natura pubblicitaria di tali spese sancita dall'art. 90, c. 8 L. 289/2002, **non occorrerebbe neanche accertare la sussistenza di alcun tipo di correlazione tra attività del soggetto erogante che interviene quale finanziatore/sponsor e il soggetto sponsorizzato**. Viene riconosciuta una sorta di inerenza diretta e automatica fino alla soglia di 200.000 euro, mai assoggettabile a valutazioni in termini di coerenza e congruità della spesa.

La *ratio* di tale conclusione, pienamente condivisibile, è nel combinato disposto degli artt. 108 e 109 del Tuir, nonché dell'art. 90, c. 8 L. 289/2002. **La presunzione legale di inerenza e congruità delle spese in favore delle ASD, in pratica, preclude ogni tipo di sindacato del Fisco.**