



REPUBBLICA ITALIANA
IN NOME DEL POPOLO ITALIANO

LA COMMISSIONE TRIBUTARIA REGIONALE
DI ROMA

SEZIONE 1

riunita con l'intervento dei Signori:

- | | | | |
|--------------------------|-----------|-----------|------------|
| <input type="checkbox"/> | ODDI | FRANCESCO | Presidente |
| <input type="checkbox"/> | TERRINONI | PAOLA | Relatore |
| <input type="checkbox"/> | MOLINO | PIETRO | Giudice |
| <input type="checkbox"/> | | | |

ha emesso la seguente

SENTENZA

- sull'appello n. 3994/2015
- depositato il 08/06/2015

- avverso la sentenza n. 1159/2014 Sez:1 emessa dalla Commissione Tributaria Provinciale VITERBO
contro:

difeso da:

DOTT. BARLOZZINI MAURO
VIA ISONZO 10 01017 TUSCANIA

proposto dall'appellante:

AG. ENTRATE DIREZIONE PROVINCIALE DI VITERBO

Atti impugnati:

AVVISO DI ACCERTAMENTO n°
AVVISO DI ACCERTAMENTO n°
AVVISO DI ACCERTAMENTO n°

IRES-ALTRO 2011
IVA-ALTRO 2011
IRAP 2011

SEZIONE

N° 1

REG.GENERALE

N° 3994/2015

UDIENZA DEL

15/03/2016 ore 15:00

N°

3030/2016

PRONUNCIATA IL:

15/3/2016

DEPOSITATA IN
SEGRETARIA IL

17/5/2016

Il Segretario

Mauro

FATTO

La Guardia di Finanza avviava una verifica fiscale nei confronti della società “ ” ed all’esito, si individuava la voce "Servizi Amministrativi" che riportava costi complessivi pari ad €. 39.693,52 e la voce "Pubblicità e propaganda" che riportava complessivi costi pari ad €. 96.000,00.

I due rilievi della G.F. venivano elaborati dall’Ufficio che emetteva l’Avviso di Accertamento in epigrafe con cui si rettificava in €. 178.409,00 il reddito dichiarato dalla società in €. 42.715,00, recuperando a tassazione i costi per €. 39.693,52, in quanto non documentati e recuperando i costi per €. 96.000,00, in quanto non inerenti.

Avverso l’atto proponeva ricorso la società contestando la fondatezza della pretesa impositiva.

L’Ufficio, in esito al riesame dell’atto impositivo, depositava memorie in giudizio, con cui dichiarava di abbandonare il rilievo dei costi non documentati per €. 39.693,52, mentre confermava il recupero dei costi di pubblicità e sponsorizzazione, in quanto non inerenti, perchè eccessivi.

La C.T.P. adita dichiarava parzialmente cessata la materia del contendere con riferimento al recupero a tassazione dei costi per €. 39.693,52, mentre accoglieva il ricorso della contribuente in riferimento ai costi per sponsorizzazione, anche ai sensi dell’art. 90 co. 8 L. 289/02 che tende a facilitare il sovvenzionamento di organizzazioni sportive dilettantistiche.

Avverso la sentenza propone appello l’Ufficio, lamentandone la carenza di motivazione. Osserva infatti che il costo di €. 96.000,00 aveva inciso sull’utile di bilancio per €. 17.012,00 nell’anno in accertamento e quindi censura quella parte della sentenza ove si afferma che la sponsorizzazione sarebbe in linea con il fatturato annuo. Precisa altresì che la sponsorizzazione è stata rivolta nei confronti dell’Associazione Sportiva Dilettantesca “ ” che svolge attività nel settore del calcio a cinque (Campionato provinciale di serie D) e tale sponsorizzazione ammonta a quasi il doppio di quanto speso per omologhe serie di calcio a undici. Inoltre il ristretto ambito locale e lo scarso numero di spettatori raggiungibile dal messaggio pubblicitario non giustificano tali costi. Conclusivamente l’Ufficio chiede sul punto di soccombenza la riforma dell’impugnata sentenza con conferma della fondatezza del proprio operato.

Con proprie controdeduzioni la società chiede per il rigetto del proposto appello, insistendo che la presunzione assoluta prevista dalla legge in favore della società, non può essere prevaricata da una

presunzione semplice che in questo caso è priva di indizi gravi, precisi e concordanti. Osserva altresì che, ai fini della deducibilità di tale costo per sponsorizzazioni, occorre che i corrispettivi erogati siano necessariamente destinati alla promozione dell'immagine e dei prodotti del soggetto erogante e che, a fronte dell'erogazione, si riscontri un effettivo beneficio economico per l'erogante, condizioni che, nel caso di specie, si sarebbero verificate, perchè nei tre anni dal 2010 al 2012, il fatturato sarebbe sensibilmente aumentato.

Durante la discussione pubblica, l'Ufficio insiste che l'antieconomicità di certe poste di bilancio, consente il disconoscimento del costo. La parte osserva per contro, che vi è stato un considerevole aumento di fatturato a motivo delle sponsorizzazioni, pertanto il costo è giustificato ed inerente.

DIRITTO

La Commissione, preso atto di quanto dedotto dalle parti, ritiene meritevole di accoglimento la censura mossa dall'Ufficio sul punto di scoombenza dell'impugnata sentenza.

Osserva infatti che l'aumento del fatturato negli anni precedenti ed in quello in accertamento (2011), considerato dai primi giudici indicativo del beneficio economico derivato alla società "

" dai costi di sponsorizzazione, non può in effetti ritenersi la misura più adatta a valutare l'impatto dell'investimento pubblicitario, dovendosi piuttosto considerare, a questo scopo, l'utile di bilancio della società sponsorizzante il quale costituisce la vera finalità cui tende l'imprenditore. Orbene, sotto questo profilo, si osserva che, nell'anno in accertamento, l'utile di bilancio della società è stato, invece, pari ad €. 17.012,00 e, nel successivo anno 2012, stato addirittura in perdita, per cui non si comprende quale incremento economico abbia determinato il costo di €.96.000,00, sostenuto a titolo di sponsorizzazione. A ciò si aggiunga che la società vende il carburante con il proprio marchio, nell'unica Stazione di sua proprietà, sita a _____, al Km. _____ della via _____, e che le società sportive sponsorizzate svolgono attività dilettantistica nel settore del calcio a5 (campionato provinciale di serie D); conseguentemente si deve avere anche riguardo allo scarso numero di potenziale clientela raggiungibile dal messaggio pubblicitario, soprattutto in ragione del ristretto ambito locale in cui l'attività sponsorizzata si svolge e, in considerazione di questo fatto, si ritiene che il costo sostenuto dalla società " _____ " per la controprestazione ottenuta, sia stato antieconomico, tanto da doversene ritenere legittimo il disconoscimento operato dall'Ufficio. Si osserva altresì al riguardo, che anche la Corte di Cassazione (sent. n. 25100 del 25/9/14) ha ritenuto che ai fini dell'inerenza e della deducibilità del costo, deve essere provata la congruità della spesa.

In considerazione della materia trattata e delle alterne vicende processuali, si ritiene di compensare tra le parti le spese di giudizio.

P.Q. M.

Accoglie l'appello dell'Agenzia delle Entrate e, per l'effetto, dichiara non inerenti i costi di pubblicità sostenuti dalla società contribuente; Spese compensate.

Così deciso in Roma il 15 marzo 2016

Il Relatore

Paola Terrinoni

Il Presidente

Francesco Oddi

Il Segretario

Maurizio Marrapese