



Martedì 18/10/2011

LE SPONSORIZZAZIONI E LE PUBBLICITÀ

A cura di: Studio Dott.ssa Laura Bertozzi

Sono contratti atipici, in quanto non disciplinati codicisticamente, non è richiesta la forma scritta, ma si consiglia di stipulare sempre un contratto ai fini probatori.

Spesso si confondono o si trattano indifferentemente le sponsorizzazioni e la pubblicità che, pur essendo simili, tuttavia hanno una loro precisa e differente definizione sia civilistica sia fiscale. La distinzione, sotto quest'ultimo profilo, è importante soprattutto per le associazioni in regime forfetario ex lege 398/91 per quanto riguarda la determinazione della percentuale di IVA a debito.

La sponsorizzazione è l'azione svolta per sostenere ed incentivare un'attività altrui. Il suo nome deriva dal latino spondeo, che significa "rendersi garante, obbligarsi". Non bisogna confonderla col "mecenatismo", in quanto si tratta di un contratto a prestazioni corrispettive. La pubblicità, invece, si sostanzia nella diffusione di un messaggio diretto, veicolato su mezzi di comunicazione di massa, attraverso la gestione diretta del promotore stesso.

Sotto il profilo fiscale, il Ministero delle Finanze con la R.M.137/E del 9 agosto 1999 ha chiarito che le prestazioni sono considerate pubblicitarie se "l'attività promozionale è, rispetto all'evento stesso, in rapporto di semplice occasionalità" (per esempio sono affissi dei manifesti al campo sportivo tutto l'anno, non solo durante lo svolgimento della manifestazione sportiva), mentre c'è sponsorizzazione qualora "fra la promozione di un nome o di un marchio e l'avvenimento agonistico si ha un rapporto di stretta connessione" (è il caso della cartellonistica posta a bordo campo solo durante le partite oppure delle scritte sull'abbigliamento della squadra).

Come dicevamo la differenza fra le due fattispecie è rilevante per le associazioni sportive dilettantistiche in regime ex lege 398/91, visto che l'IVA incassata sui proventi si versa trimestralmente con una detrazione forfetaria del 50% ad esclusione di:

- IVA sulle sponsorizzazioni, che si detrae al 10%;
- IVA sulle cessioni o concessioni di ripresa televisiva e di trasmissione radiofonica, che si detraggono per 1/3

Pertanto l'IVA per ricavi pubblicitari beneficia di una maggiore detrazione.

Dott.ssa Laura Bertozzi