



**REPUBBLICA ITALIANA
LA CORTE SUPREMA DI CASSAZIONE
SEZIONE TRIBUTARIA**

Composta dagli Ill.mi Sigg.ri Magistrati

dott. Paolo Di Marzio	Presidente
dott. Federico Lume	Consigliere
dott. Sabrina Serrelli	Consigliere rel.

dott. Angelo Napolitano	Consigliere
-------------------------	-------------

dott. Giuliano Tartaglione	Consigliere
----------------------------	-------------

Oggetto:
sponsorizzazione
pubblicitaria -
deducibilità del costo -
antieconomicità -
inerenza.

R.G.N. 389/2025

A-C 23/01/2026

ha pronunciato la seguente

ORDINANZA

sul ricorso proposto da:

████████ SRL in liquidazione volontaria, in persona del rappresentante legale *pro tempore*, rappresentato e difeso dall'Avv. ██████████, come da procura allegata al ricorso;

-ricorrente-

contro

Agenzia delle Entrate, in persona del legale rappresentante, rappresentata e difesa ex lege dall'Avvocatura Generale dello Stato;

-controricorrente -

avverso

la sentenza n. 340 depositata dalla Corte di giustizia tributaria di secondo grado della Basilicata, sezione 2, in data 30/09/2024;
ascoltata la relazione svolta dal Consigliere Sabrina Serrelli;

la Corte osserva:

Fatti di causa



1. L'Agenzia delle Entrate notificava alla società contribuente l'avviso di accertamento n. [REDACTED] relativo all'anno d'imposta 2016, con il quale intimava il pagamento di euro 31.726,40, contestando l'indeducibilità dal reddito d'impresa del componente negativo costituito dalle spese di pubblicità sostenute per euro 20.000,00, oltre IVA, per prestazione pubblicitaria ricevuta da un'associazione sportiva dilettantistica come da contratto stipulato tra le parti in data 1/09/2016.

In particolare, l'Agenzia non condivideva la prospettazione della società in ordine al richiamo all'art. 90, comma 8, della L. 289/2002, che introduce una presunzione legale assoluta circa la natura delle spese di sponsorizzazione, e rilevava che nella vicenda in esame non era in discussione la natura di tali spese, bensì la loro inerenza e, quindi, la sussistenza dei presupposti per la deducibilità del costo ai sensi dell'art. 109 del d.P.R. 917/1986.

2. Con ricorso presentato alla Corte di giustizia tributaria di primo grado la società rilevava la nullità dell'atto impugnato in conseguenza della violazione della norma speciale regolatrice della fattispecie e cioè dell'art. 90, comma 8, della L. 289/2002. L'Agenzia delle Entrate si costituiva evidenziando che, esaminando il contratto stipulato con la associazione sportiva (che prevedeva l'esposizione di uno striscione con il logo durante le partite e l'inserimento del logo sulle maglie dei giocatori) e la situazione reddituale della società nell'anno in quesitone, con un reddito conseguito di euro 1.397,00, la condotta della contribuente doveva ritenersi antieconomica, non essendo le spese sostenute idonee a favorire l'incremento del fatturato per una società esercente attività di consulenza del lavoro e fiscale.

La Corte di giustizia tributaria di primo grado accoglieva il ricorso ritenendo sussistenti tutti i requisiti previsti dall'art. 90, comma 8, della L. 289/2002 e, quindi, invocabile la presunzione legale di



inerenza/deducibilità delle spese di sponsorizzazione oggetto del contestato rilievo.

3. L'Agenzia delle Entrate proponeva appello, chiedendo la riforma della pronuncia impugnata. A tal fine rilevava che non era in discussione la natura delle spese bensì la loro inerenza all'attività della società: in particolare, dall'analisi della fattura e del contratto di prestazione pubblicitaria non risultava riscontrato quel legame logico-necessario tra l'attività esercitata dalla società e la promozione. La semplice esposizione del logo non aveva i requisiti per incrementare la clientela della società tenuto conto della tipologia di attività svolta fondata sulla fiducia nella professionalità acquisita; la società aveva conseguito un reddito di euro 1397.00 nell'anno di riferimento, per cui non era verosimile che avesse rinunciato a parte del profitto aziendale per corrispondere somme per pubblicità; non risultava effettuato il pagamento delle fatture. L'antieconomicità e l'incongruità della spesa dovevano ritenersi indici rivelatori della mancanza di inerenza.

La società appellata non si costituiva.

La Corte di giustizia tributaria di secondo grado accoglieva l'appello dell'Ufficio e compensava le spese, rilevando come in contestazione non vi fosse la natura pubblicitaria di tali spese, bensì l'inerenza delle stesse in assenza di prova contraria della società contribuente; all'uopo, richiamava le pronunce della Corte di cassazione n. 1326/2019 e n. [REDACTED]

4. La società contribuente propone ricorso affidandolo ad un unico motivo. L'Agenzia delle Entrate si costituisce con controricorso.

5. Non risultano depositate memorie.

Motivi della decisione

1. Con l'unico motivo di ricorso la società contribuente deduce, in relazione all'art. 360, primo comma num. 3 c.p.c., la violazione e la



falsa applicazione dell'art. 90, comma 8, della l. 289/2002, per errata applicazione del giudizio di inerenza e congruità del costo rispetto all'attività di impresa della società ricorrente.

A tal fine, la ricorrente rileva che l'art. 90, comma 8, della l. 289/2002 attiene all'inerenza e alla congruità del costo e, quindi, la presunzione assoluta prevista in tema di deducibilità dal reddito delle spese di pubblicità opera nei giudizi sia in tema di inerenza all'attività di impresa del componente negativo, sia in tema di congruità del costo rispetto a qualsiasi altro profilo gestionale e/o economico dell'attività stessa. Inoltre, la decisione impugnata non ha tenuto conto della motivazione contenuta nell'avviso di accertamento che ha fondato la contestazione sul mancato c.d. ritorno commerciale, laddove il profilo quantitativo dell'inerenza non è più meritevole di valutazione essendo stato superato dal profilo qualitativo.

I giudici di merito, muovendo dal presupposto che l'Amministrazione Finanziaria potesse sindacare le scelte economiche dell'imprenditore al fine di negare l'inerenza dei costi di sponsorizzazione manifestamente sproporzionati rispetto all'utilità conseguibile dalla pubblicità, non si sono adeguati ai principi espressi sul punto dalla Corte di cassazione escludendo la deducibilità dei costi di sponsorizzazione in forza della ritenuta antieconomicità dell'operazione.

2. Il motivo è fondato.

2.1. La censura attiene alla violazione ed alla falsa applicazione dell'art. 90, comma 8, della l. 289/2002.

L'art. 90, comma 8, della l. 289 del 2002 (legge finanziaria 2003), abrogato dall'art. 52, comma 2, lett. a, d.lgs. n. 36 del 2021, prevedeva "Il corrispettivo in denaro o in natura in favore di società, associazioni sportive dilettantistiche e fondazioni costituite da istituzioni scolastiche, nonché di associazioni sportive scolastiche che



svolgono attività nei settori giovanili riconosciute dalle Federazioni sportive nazionali o da enti di promozione sportiva, costituisce, per il soggetto erogante, fino ad 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, ai sensi dell'articolo 74, comma 2, del testo unico delle imposte sui redditi, di cui al decreto del Presidente della Repubblica 22 dicembre 1986, n. 917".

2.2. Questa Corte ha ripetutamente affermato che «in tema di detrazioni fiscali, le spese di sponsorizzazione di cui all'art. 90, comma 8, della legge n. 289 del 2002, sono assistite da una "presunzione legale assoluta" circa la loro natura pubblicitaria, e non di rappresentanza, a condizione 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» (Cass. 14232/2017, Cass. 18510/2022, Cass. 21387/2024 e Cass. 29127/2024), mentre non rilevano requisiti ulteriori (Cass. 1420/2018, Cass. 8540/2020, Cass. 26368/2023 e Cass. 7823/2025, Cass.375/2026).

La disposizione fissa una presunzione assoluta d'inerenza e congruità delle sponsorizzazioni rese a favore d'impresе sportive dilettantistiche laddove i corrispettivi erogati siano destinati alla promozione dell'immagine o dei prodotti del soggetto erogante e venga riscontrata, a fronte dell'erogazione, una specifica attività del beneficiario della medesima, consentendo di dedurre integralmente le spese dal reddito del soggetto sponsor (Cass. 4612/2023, 30036/2025).



2.3. Se, dunque, ai costi di sponsorizzazione è applicabile la norma speciale dell'art. 90 cit., a nulla rileva il richiamato art. 109, comma 5, t.u.i.r..

Si tratta, infatti, di norma speciale destinata a derogare anche al regime generale di deducibilità dei costi previsto dall'art. 109 t.u.i.r., avente la finalità di approntare un regime agevolativo per quei soggetti che investono nello sport amatoriale nonché di favorire, tramite il regime fiscale, la diffusione di attività giudicate socialmente utili e meritevoli di protezione (Cass. 21452/2021).

In termini analoghi si era espressa anche l'Agenzia delle entrate con la circolare n. 21/E del 22 aprile 2003, laddove ha affermato quanto segue: «La disposizione in esame introduce, in sostanza, ai fini delle imposte sui redditi, una presunzione assoluta circa la natura di tali spese, che vengono considerate -nel limite del predetto importo- comunque di pubblicità e, pertanto, integralmente deducibili per il soggetto erogante ai sensi dell'art. 74, comma 2, del t.u.i.r. nell'esercizio in cui sono state sostenute o in quote costanti nell'esercizio medesimo e nei quattro anni successivi» [...] la fruizione dell'agevolazione in esame è subordinata alla sussistenza delle seguenti condizioni: 1) i corrispettivi erogati devono essere necessariamente destinati alla promozione dell'immagine o dei prodotti del soggetto erogante; 2) deve essere riscontrata, a fronte dell'erogazione, una specifica attività del beneficiario della medesima».

2.4. Nel caso in esame, dunque, la norma speciale di cui all'art. 90, comma 8, della L. 289/2002 prevale sulla disposizione di cui all'art. 109 del d.P.R. 917/1986.

Ritenuta sussistente la presunzione legale, in presenza dei requisiti previsti dal citato disposto normativo, non può porsi a carico del contribuente, come invece affermato dalla Corte di giustizia tributaria di secondo grado, l'onere di provare l'inerenza del costo pubblicitario.



Né può l'Agenzia sindacare la ritenuta inidoneità della sponsorizzazione con riferimento alle modalità concretamente poste in essere dalla società (l'esposizione di uno striscione con il logo della società durante le partite e la presenza del logo sulle magliette sportive indossate dai giocatori, ritenuti dall'Agenzia inidonei a pubblicizzare la società in considerazione dell'attività svolta di consulenza del lavoro ed in materia fiscale), mediante un giudizio prognostico opinabile che finisce per incidere sulla discrezionalità delle scelte aziendali, a fronte di pubblicità che non è in discussione sia stata effettivamente svolta, al fine di promuovere con le modalità prescelte l'immagine della società sponsorizzata.

3. Il ricorso va dunque accolto e, non essendo necessario svolgere ulteriori accertamenti di fatto, ai sensi dell'art. 384 c.p.c. la sentenza impugnata va cassata e l'originario ricorso proposto dalla società contribuente deve essere accolto, con conseguente regolamentazione delle spese del giudizio.

4. Le spese dei gradi di merito vanno compensate, tenuto conto del consolidamento dell'orientamento giurisprudenziale nel corso del giudizio, della complessità della questione in esame, nonché dell'accoglimento parziale in primo grado del ricorso proposto dalla società contribuente e della mancata costituzione di quest'ultima in grado di appello, come si evince dalla sentenza impugnata.

5. Le spese del giudizio di legittimità vanno invece poste a carico dell'Agenzia delle Entrate e sono liquidate come in dispositivo.

La Corte di cassazione,

P.Q.M.

accoglie il ricorso, cassa la sentenza impugnata e, decidendo nel merito, accoglie l'originario ricorso della società contribuente ed annulla l'avviso di accertamento n. [REDACTED]

Compensa le spese dei gradi di merito.



Condanna l'Agenzia delle Entrate al pagamento delle spese del giudizio di legittimità in favore della ricorrente, spese che liquida in euro 4.000,00 a titolo di compensi professionali ed in euro 200,00 per esborsi, oltre al 15% per spese generali ed oneri previsti per legge. Così deciso in Roma, nell'adunanza camerale del 23 gennaio 2026

Il Presidente

Paolo Di Marzio

