

**IL COMITATO CONSULTIVO
PER L'APPLICAZIONE DELLE NORME ANTIELUSIVE**

PREMESSE DI FATTO

La soc. X S.r.l., con sede legale in -----, in persona del legale rappresentante -----, domiciliata, ai fini della istanza, presso il dottor -----, ha presentato interpello alla Direzione generale dell'Agenzia delle Entrate per ----- in data -----.

Rimasta senza risposta tale istanza, la società ha ripresentato l'istanza a questo Comitato in data -----, per il tramite della Direzione regionale delle Entrate della -----.

L'interpellante pone una questione in tema di spese di pubblicità e propaganda, ex art. 108, comma 2 del Tuir, esponendo quanto segue.

La società interpellante opera, in qualità di tour-operator, nel settore turistico-ricettivo. L'offerta turistica della società, costituita prevalentemente da soggiorni presso alberghi, pensioni ed altre strutture minori localizzate prevalentemente nella riviera ligure e regioni limitrofe, si rivolge a tour-operator esteri, i quali intrattengono rapporti diretti con i consumatori finali, vale a dire i soggetti privati esteri.

Nell'ambito di tale attività vengono predisposti e distribuiti specifici cataloghi contenenti le varie proposte di soggiorno (dettaglio offerte alberghiere, servizi aggiuntivi, prezzi relativi alle varie sistemazioni ecc.).

La realizzazione di tali opuscoli, che rappresentano il veicolo attraverso il quale l'offerta turistica raggiunge il consumatore finale, presuppone un'attività preparatoria che coinvolge diversi soggetti:

in primo luogo, si perviene all'acquisizione della disponibilità alberghiera per la stagione turistica, attraverso trattative dirette con le strutture ricettive locali, volte a definire sia la disponibilità di camere sia i prezzi relativi;

la fase successiva prevede la sottoposizione della proposta di offerta turistica agli operatori esteri (tour-operator) i quali provvederanno a "veicolarla" presso la propria clientela. Questa seconda fase presuppone la verifica del "prodotto" e cioè della consistenza e validità delle strutture ricettive proposte in funzione dei prezzi definiti (tipologia di alberghi, attrezzature ausiliarie come piscine, bar, palestre, strutture per il tempo libero ecc.).

Al fine di addivenire alla conclusione dei contratti che definiranno la proposta accettata la società invita i rappresentanti degli operatori esteri e li ospita per il tempo necessario alla verifica di quanto detto prima. L'ospitalità comprende il pernottamento ed i pranzi, per un periodo massimo di uno o due giorni.

La società istante non ha una propria rete di vendita.

Secondo la società interpellante, le spese di accoglienza in questione (pranzi e soggiorni) hanno lo scopo di creare, mantenere e accrescere il numero dei clienti e rappresentano una fase necessaria ed insostituibile del processo produttivo dell'offerta di servizi della società istante, senza la quale non sarebbe possibile raggiungere il mercato della domanda, totalmente estero.

La società interpellante ritiene perciò che esse costituiscano spese di propaganda inerenti all'esercizio dell'impresa, deducibili in base all'art. 108, comma 2, del Tuir.

MOTIVI

Come affermato in precedenti pareri resi da questo Comitato , e come risulta dalla sentenza della Corte di Cassazione, sez. tributaria, 8 giugno 2000, n. 7803, sono spese di pubblicità e propaganda le spese che possono determinare un incremento delle vendite, acquisendo nuova clientela, o possono incrementare le vendite alla clientela preesistente.

Le spese di rappresentanza sono, invece, sostenute al fine di creare, mantenere ed accrescere il prestigio della società e di migliorarne l'immagine, senza dar luogo ad aspettative di incremento diretto delle vendite.

Nel caso di specie, in base alla circostanze di fatto esposte dalla società interpellante, non risulta che le spese siano sostenute per ragioni di pura accoglienza e di intrattenimento degli operatori esteri.

Inoltre, viene rappresentato che le spese concernono vitto e alloggio per un periodo limitato di tempo (uno o due giorni).

Appare, pertanto, in base alle circostanze esposte, che le spese sono direttamente connesse al conseguimento di ricavi.

Le spese di cui trattasi possono rientrare tra le spese di promozione e diffusione del prodotto o dei servizi resi da un imprenditore, ma a condizione che risulti dimostrabile che dalle visite degli operatori esteri sia derivata la conclusione di contratti con clientela estera.

A condizione, in altri termini, che risulti il nesso eziologico tra le spese di cui trattasi e i ricavi conseguiti.

Le spese cui si riferisce l'interpello, in presenza delle condizioni indicate, sono spese interamente deducibili o nell'esercizio in cui sono state sostenute o, a scelta del contribuente, in quote costanti nell'esercizio stesso e nei quattro successivi, ai sensi dell'art. 108, comma 2, del Tuir.

Questa conclusione non è estensibile alle spese diverse da quelle indicate né alle spese che riguardino soggiorni non strettamente necessari per le verifiche sopra indicate.

P.Q.M.

Il Comitato esprime il seguente parere:

Le spese di pernottamento e di vitto, sostenute da un operatore turistico per ospitare, per brevi periodi di tempo (uno o al massimo due giorni), operatori turistici esteri, allo scopo di consentire ad essi, durante tale breve soggiorno, di esaminare le strutture ricettive locali, in vista della conclusione di contratti di soggiorno di clientela estera presso tali strutture ricettive, possono essere considerate spese di propaganda inerenti all'esercizio dell'impresa, a condizione che risulti dimostrabile che tali spese hanno avuto come effetto la conclusione di contratti e, quindi, hanno determinato il conseguimento di ricavi.

Roma, 7 marzo 2006

Deposito: 8 marzo 2006