

**MASSIMA – Parere 13 del 10 maggio**

I costi che un'impresa intende sostenere per il viaggio e l'ospitalità della propria clientela abituale, invitata a partecipare ad un meeting – con asserite finalità promozionali di nuovi prodotti – da tenersi, per un periodo variabile dai sette ai dieci giorni, presso una rinomata località turistica, in assenza di una comprovata, diretta connessione tra oneri sofferti e ricavi conseguiti, costituiscono spese di rappresentanza.