

MASSIMA

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.

TESTO

Il Comitato, esprimendo parere sulla richiesta presentata dalla X S.p.A., con sede in -  
-----

sentito il relatore,

**PREMESSO CHE**

- la società istante, per il tramite della competente Direzione Regionale delle Entrate, ha preventivamente inoltrato alla Direzione Centrale Normativa e Contenzioso dell'Agenzia delle Entrate un interpello al fine di ottenere il parere in ordine alla qualificazione di determinate spese tra quelle produttive di natura commerciale ovvero di pubblicità e di propaganda o di rappresentanza;
- il contribuente, trascorsi oltre sessanta giorni dalla predetta istanza senza aver ricevuto alcuna risposta da parte della richiamata articolazione centrale dell'Amministrazione finanziaria, ha adito il Comitato Consultivo per l'applicazione delle norme antielusive ai sensi dell'art. 21, comma 10, della legge n. 413/1991, in ordine alla medesima fattispecie, che può essere così delineata:
  - . la X S.p.A. - che opera nel settore dell'industria ceramica - al fine di incentivare le proprie vendite, in occasione del lancio di nuovi prodotti, intenderebbe adottare una peculiare tecnica di promozione dei propri beni nei confronti degli acquirenti abituali;
  - . in tale prospettiva, l'azienda interpellante organizzerebbe un *meeting* – della durata variabile da sette a dieci giorni – presso una rinomata località turistica, al quale prenderebbe parte la suddetta clientela;

- . detto *meeting* si articolerebbe, oltre che su una serie di incontri destinati alla vera e propria attività di propaganda dei beni dell'impresa, anche su iniziative di intrattenimento (pranzi e visite guidate) dei clienti nella località di soggiorno;
- . in particolare, le spese di viaggio, vitto e alloggio degli invitati sarebbero a totale carico della stessa società istante;

### **CONSIDERATO CHE**

- la descritta operazione, a dire dell'istante, risulterebbe meno onerosa rispetto all'ordinaria forma di promozione commerciale attuata mediante l'utilizzo di una rete di vendita articolata a livello territoriale e consentirebbe di ottimizzare il livello di comunicazione fra società ed acquirenti, nonché di favorire la sottoscrizione di ordini di acquisto;
- per le modalità organizzative e le finalità sottese all'iniziativa de qua, l'interpellante ritiene che i relativi costi sarebbero legati, da un nesso di causalità diretto, con i ricavi che ne deriverebbero, ragion per la quale dovrebbero considerarsi integralmente deducibili;

### **RILEVATO CHE**

- il Comitato Consultivo è competente a pronunciarsi sulla fattispecie prospettata dal contribuente, poiché - quantunque la formulazione letterale dell'art. 21, comma 2, della legge n. 413/1991 sembri confinare la competenza di questo Organo collegiale alla qualificazione alternativa delle spese sostenute dall'istante tra quelle di pubblicità e propaganda oppure tra quelle di rappresentanza - è ovvio che non ci si trova di fronte ad un'alternativa chiusa, nel senso che è pur possibile ritenere che le spese cui si riferisce il quesito non si inquadrino in alcuna delle due menzionate tipologie, ma, ad esempio, non siano affatto deducibili ovvero siano interamente deducibili in quanto direttamente afferenti ai ricavi;
- il procedimento d'interpello non è precluso, in quanto non risultano avviate attività di accertamento o di controllo concernenti il caso di cui trattasi;
- l'istanza appare:

- ammissibile, attesa l'osservanza, nel caso di specie, delle prescrizioni di cui all'art. 5, comma 2, del D.M. 194/97;
- procedibile, considerato il rispetto delle disposizioni di carattere procedurale previste dall'art. 21, commi 9 e 10, della legge n. 413/91 e dai Decreti Ministeriali 13 giugno 1997, n. 194 e n. 195;

### **RITENUTO CHE**

- nelle ipotesi della specie, è necessario:
  - valutare preliminarmente se tra i costi ed i ricavi sussista uno stringente legame eziologico, nel qual caso non si verte nell'ambito delle spese di rappresentanza e di pubblicità, bensì in quello dei componenti negativi di reddito integralmente deducibili;
  - accertare - appurata l'esistenza di un collegamento non immediato, ma soltanto indiretto con i ricavi - se i costi medesimi possano essere inquadrati nella nozione di spese di pubblicità o propaganda, di spese di rappresentanza, ovvero siano del tutto indeducibili;
- nel caso in esame, si è dell'opinione che:
  - da un lato, debba escludersi la possibilità di considerare integralmente deducibili i costi di viaggio ed ospitalità dei clienti abituali dell'azienda in parola, attesa la carenza di una comprovata, diretta afferenza degli stessi ai fatti economici generatori di ricavi;
  - dall'altro, tali oneri non possano essere considerati del tutto estranei alla dinamica del reddito d'impresa della società istante per carenza del requisito dell'inerenza;
- alla luce degli elementi di fatto descritti dal contribuente, le spese in argomento sono:
  - caratterizzate da "*gratuità*", atteso che i beneficiari delle iniziative in rassegna non sono tenuti né alla corresponsione di un qualsivoglia corrispettivo, né tantomeno è previsto a loro carico un obbligo di "*dare*" o "*facere*";
  - dirette ad un gruppo definito di destinatari;
  - volte più ad accrescere l'immagine ed il prestigio dell'impresa che a promuovere i beni dalla stessa prodotti, tenuto conto che il *meeting* si svolgerebbe presso una rinomata località turistica e considerate, altresì, la consistente durata dell'incontro (variabile, come detto, da sette a dieci giorni) e la concomitante organizzazione di iniziative di intrattenimento (come, ad esempio, le visite guidate) dei clienti invitati.

Tutto ciò premesso, il Comitato formula, sui presupposti espressi nella motivazione, il

## **P A R E R E**

che gli oneri afferenti al viaggio e all'ospitalità della clientela abituale dell'impresa istante non possono essere ricondotti nell'ambito dei costi direttamente connessi al conseguimento dei ricavi, ma debbono essere ascritti alla categoria delle spese di rappresentanza.

Così deliberato in Roma il 10 maggio 2004