

## Spese di ospitalità in rassegne fieristiche

**Data Articolo: 13 Giugno 2016**

**Autore Articolo: Giovanni Fanni**

Le **spese** sostenute per ospitare la stampa specializzata in occasione di **manifestazioni fieristiche** sono spese di pubblicità o di rappresentanza? Ecco la risposta della Cassazione.

Secondo quanto stabilito dalla sentenza n. 8850 del 4 maggio 2016 della Cassazione, anche le **spese** sostenute per l'**ospitalità** dei **giornalisti**, chiamati a presenziare a **manifestazioni fieristiche** organizzate da una società organizzatrice di eventi, contribuiscono alla vendibilità del bene o del servizio che essa produce e vanno conseguentemente inquadrati tra le **spese pubblicitarie**.

Si ricorda che esiste una **netta distinzione di trattamento fiscale tra le spese di pubblicità e quelle di rappresentanza**:

- le **spese di pubblicità** sono quelle sostenute dall'impresa con la finalità di promuovere prodotti, marchi e servizi e/o genericamente l'attività svolta, sono deducibili nell'esercizio in cui sono state sostenute o in quote costanti nell'esercizio stesso e nei quattro successivi (art. 108, co. 2 TUIR) e hanno l'IVA totalmente detraibile;
- le **spese di rappresentanza** sono quelle sostenute dall'impresa con la finalità di accrescere il prestigio o l'immagine aziendale e di potenziarne la possibilità di sviluppo, presentano limiti di deducibilità (fissati dal medesimo comma 2 dell'art. 108 del TUIR e dal DM 19 novembre 2008) e hanno l'IVA totalmente indetraibile.

Nel caso in esame, considerato che l'attività svolta dalla società contribuente consiste nella realizzazione di importanti rassegne fieristiche, il successo di tali iniziative dipende in larga misura dal riscontro che queste possono avere nella platea di soggetti interessati e, in tal senso, è rilevante per la vendita dei beni e servizi della società il ruolo che gioca la stampa specializzata nella promozione e nella descrizione degli eventi. Per la **Corte di Cassazione**, il **ruolo della stampa specializzata** non può essere sottovalutato, in quanto è per mezzo dell'attenzione che essa riserva all'evento fieristico che si realizza con profitto la *mission* aziendale della società contribuente. E dunque, se i beni e i servizi vengono venduti perché gli operatori del settore li considerano utili al proprio business e se a suscitare l'interesse di costoro sono i resoconti che la stampa vi dedica, non vi è alcun dubbio che, così come le comuni **spese di pubblicità** sostenute per promuovere tra i clienti i beni e i servizi prestati dalla società, anche le **spese sostenute per l'ospitalità dei giornalisti** chiamati a presenziare agli **eventi fieristici** organizzati dalla società contribuente contribuiscono alla vendibilità del bene e del servizio e vanno conseguentemente inquadrati tra le **spese pubblicitarie con IVA totalmente detraibile**.

Giovanni Fanni – Centro Studi CGN

<http://giovannifanni.blogspot.com/>

<http://www.studiofanni.net/>