



125187/18

LA CORTE SUPREMA DI CASSAZIONE

SESTA SEZIONE CIVILE - T

FW
Oggetto

Composta dagli Ill.mi Sigg.ri Magistrati:

Dott. MARCELLO IACOBELLIS - Presidente -

Dott. MAURO MOCCI - Consigliere -

Dott. ROBERTO GIOVANNI CONTI - Consigliere -

Dott. ENRICO CARBONE - Consigliere -

Dott. MARIA ENZA LA TORRE - Rel. Consigliere -

IRPEG IRES
ACCERTAMENTO

Ud. 05/12/2017 - CC

R.G.N. 843/2017

125187
Rep.

ha pronunciato la seguente

ORDINANZA

sul ricorso 843-2017 proposto da:

AGENZIA DELLE ENTRATE (C.F. 06363391001), in persona del Direttore pro tempore, elettivamente domiciliata in ROMA, VIA DEI PORTOGHESI 12, presso l'AVVOCATURA GENERALE DELLO STATO, che la rappresenta e difende ope legis;

- *ricorrente* -

contro

FACCHINETTI SRL, in persona dell'Amministratore Unico e legale rappresentante, elettivamente domiciliata in ROMA, VIALE G. MAZZINI 11, presso lo studio dell'avvocato GABRIELE ESCALAR, che la rappresenta e difende;

- *controricorrente* -

h

§

11897
17

avverso la sentenza n. 711/38/2016 della COMMISSIONE
TRIBUTARIA REGIONALE del Piemonte (sez. di TORINO),
depositata il 27/05/2016;

udita la relazione della causa svolta nella camera di consiglio non
partecipata del 05/12/2017 dal Consigliere Relatore Dott. MARIA
ENZA LA TORRE.

Fatti di causa

L'Agenzia delle entrate ricorre per la cassazione della sentenza della C.T.R. del Piemonte, n. 711/38/16, dep. il 27/5/16, che su impugnazione di avviso di accertamento per Ires Iva Irap anno 2006 da parte di Facchinetti s.r.l., produttrice di macchinari per l'industria casearia, ha ritenuto che le spese sostenute in relazione al contratto stipulato con Media Stars s.r.l. per gli inserti della denominazione sociale sulle autovetture impiegate in corse automobilistiche, ricentrasero fra le spese di pubblicità, come tali interamente deducibili, invece che fra le spese di rappresentanza. La CTR ha in particolare ritenuto rilevante l'elemento – posto a base della sentenza di primo grado e da essa condiviso - della gratuità, al fine di distinguere le spese di rappresentanza da quelle di pubblicità, per cui vanno ascritte a quest'ultima categoria le spese in questione, vertendosi in fattispecie di contratto sinallagmatico a titolo oneroso stipulato con Media Stars s.r.l. per la diffusione del marchio, e della *concreta modalità di svolgimento delle operazioni di marketing*, ritenendo coerente ed efficace *la scelta della Facchinetti di ricorrere a tale contestato mezzo per propagandare il proprio marchio ed immagine.*

Facchinetti srl si costituisce con controricorso.

Ragioni della decisione:

1. Con l'unico motivo del ricorso l'Agenzia delle entrate deduce violazione di legge, art. 108 co. 2 TUIR, in tema di distinzione fra spese di pubblicità e di rappresentanza.

Il ricorso è manifestamente fondato.

Va sul punto dato seguito alla giurisprudenza di questa Corte, che in tema di imposte sui redditi delle persone giuridiche, ai sensi dell'art. 108 (ex 74, secondo comma) del d.P.R. 22 dicembre 1986, n. 917, ha individuato il criterio discrezionale tra spese di rappresentanza e di pubblicità nella diversità, anche strategica, degli obiettivi, atteso che costituiscono spese di

rappresentanza i costi sostenuti per accrescere il prestigio e l'immagine della società e per potenziarne le possibilità di sviluppo, senza dar luogo ad una aspettativa di incremento delle vendite (Cass. n. 16812 del 24/07/2014), mentre sono spese di pubblicità o propaganda quelle aventi come scopo preminente quello di pubblicizzare prodotti, marchi e servizi dell'impresa con una diretta finalità promozionale e di incremento delle vendite (Cass. n. 3087 del 17/02/2016; n. 21977 del 28/10/2015).

Alla luce della chiara distinzione individuata dalla giurisprudenza citata, la CIR ha errato nel dare rilevanza all'aspettativa di ritorno commerciale della società senza effettuare la necessaria valutazione sulla differenza ontologica e funzionale fra le due tipologie di spesa, limitandosi ad evidenziare la difficoltà di individuare il nesso causale fra iniziative pubblicitarie e ritorno commerciale.

Sulla scorta di tali principi, che si confermano, la decisione assunta dalla CIR risulta errata. Non solo valorizza alcuni aspetti, quale quello della onerosità del contratto e della esistenza di prestazioni corrispettive, che non sono richiesti dalla fattispecie normativa - anche se possono acquistare rilievo in un più complesso quadro valutativo - ma assume che il contenuto del contratto in esame abbia avuto ad oggetto proprio un'attività qualificabile come "pubblicità", e ciò in modo assertivo, trascurando di considerare la cospicua elaborazione giurisprudenziale sul punto, che ha posto invece l'accento discreitivo, a fini fiscali, tra pubblicità e rappresentanza nella diretta aspettativa di un ritorno commerciale ragionevolmente riconducibile all'impresa, elemento su cui la CIR non si sofferma, ed il cui onere della prova ricade sul contribuente e non sull'Amministrazione (Cass. n. 27482 del 2014, n. 16596 del 07/08/2015, n. 3087 del 17/02/2016).

Il ricorso va conseguentemente accolto, con rinvio alla CTR del Piemonte, che provvederà anche sulle spese del presente giudizio di legittimità.

P.Q.M.

Accoglie il ricorso, cassa la sentenza impugnata e rinvia, anche per le spese, alla CTR del Piemonte, in diversa composizione.

Roma, 5 dicembre 2017

Il Presidente

DEPOSITATO IN CANCELLERIA

oggi. - 6 MAR. 2018



Il Funzionario Giudiziario
Cinzia DIPRIMA

Cinzia Diprima

il Funzionario Giudiziario
Cinzia DIPRIMA

Cinzia Diprima