

**Parere n.13 del 11/05/2004**

**Intitolazione:**

Oggetto della richiesta Costi di viaggio e ospitalità della clientela Natura Spese di rappresentanza

**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. comma della legge n. 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 di 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

Td a Tj

Td r Tj

Td e Tj

Td Tj

Td n e Tj

Td r Tj

Td e Tj

il Comitato Consultivo competente a pronunciarsi sulla fattispecie prospettata dal contribuente poichè quantunque la formulazione letterale dell'art. 109, comma 1 della legge n. 488 del 1992 sembra 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. 109, comma 1 del D.M. n. 59480/1992 e procedibile considerato il rispetto delle disposizioni di carattere procedurale previste dall'art. 109, commi 1 e 2 della legge n. 488 del 1992 e dai Decreti Ministeriali n. 59480 del 1992 e n. 59480 del 1992.

#### 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 previsto a loro carico un obbligo di dare o fare.

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

PARERE

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