

Parere n. 1 del 19/02/2001

Oggetto della richiesta Spese di rappresentanza Spese sostenute dalla S P A in occasione di mostre fieristiche finalizzate a presentazione e vendita di prodotti Riconducibilit a spese di rappresentanza nonch di pubblicit Eclusione Art T U n del Non applicabilit

Massima:

Le spese sostenute per il viaggio e l'ospitalit di clienti invitati a partecipare ad una fiera mercato nella quale sono esposti e venduti i prodotti trattati da una societ non costituiscono spese di rappresentanza n spese di pubblicit e propaganda quando per le specifiche caratteristiche delle manifestazioni e dei prodotti trattati e per l'organizzazione degli inviti mirata a conseguire secondo ragionevole previsione la normale conclusione di contratti di vendita di consistenza significativa con una spesa inferiore a quella inerente alle forme tradizionali della loro acquisizione rete di vendita propria rappresentanti di commercio etc

N D R Vedi parere n del giugno

Testo:

che secondo le indicazioni della società il ricorso alle vendite per il tramite delle fiere mercato risulta molto meno oneroso rispetto alla tradizionale forma di distribuzione attuata con l'utilizzazione di una propria rete di vendita dipendenti agenti o rappresentanti

che per comprovare la veridicità dell'affermazione che precede la società facendo riferimento al proprio specifico sistema di codificazione delle vendite che le consente di individuare in maniera analitica se la conclusione di ciascun contratto risale all'attività prestata da un agente ovvero costituisce espressione di un acquisto eseguito direttamente presso uno dei suoi punti vendita o ancora si connette alla partecipazione del cliente invitato alla manifestazione fieristica ha prodotto già con l'originaria richiesta di parere tabelle riepilogative successivamente integrate sulla richiesta del Comitato dalle quali risulta distintamente rispetto alle fiere di

oitaionpde vlesidi i i t p conitsn e eo vizo d cosa sisl de p ltaid sn. zi omnago d e l cano ce v ztce nplsitamente eseguit ac dis el fia Td s Tj Td

rappresentanza quelle sostenute per offrire il pubblico un'immagine positiva dell'impresa in termini di floridezza, efficienza, etc. laddove costituirebbero spese di pubblicità, quelle dirette a portare a conoscenza dei consumatori l'offerta e le caratteristiche del prodotto, stimolando la formazione e l'intensificazione della domanda. ~

non costituiscono spese di rappresentanza né spese di pubblicità e propaganda ma costi inerenti all'attività d

pozaopest capes