

SPESE RAPPRESENTANZA E PUBBLICITÀ: **DETRAZIONE E INERENZA**

Perché le **spese di rappresentanza e pubblicità** sostenute da professionisti e imprenditori possano essere portate in **deduzione** è necessario che esse rispondano al **principio di inerenza**, secondo il quale deve esistere una correlazione imprescindibile tra la spesa sostenuta e il ricavo ottenuto. In merito si è recentemente espressa la Commissione tributaria provinciale di Lucca (sentenza n. 722/2015), stabilendo che i costi pubblicitari sostenuti dal contribuente devono essere sempre considerati inerenti, a meno che non siano state evidentemente eluse delle norme tributarie.

Secondo quanto previsto dal decreto attuativo delle Finanziaria 2008, ovvero il D.M. 19 ottobre 2008, all'art. 1, co. 1, si considerano inerenti le **spese** effettivamente sostenute e **documentate** riferibili a erogazioni a titolo gratuito di beni e servizi, effettuate con finalità promozionali o di pubbliche relazioni, il cui sostenimento risponda a criteri di ragionevolezza in funzione dell'obiettivo di generare anche potenzialmente benefici economici per l'impresa.

Il caso esaminato dalla Commissione tributaria provinciale di Lucca riguardava un avviso di accertamento notificato dall'Agenzia delle Entrate con riferimento ad IRPEF ed IVA detratte dalle spese promozionali effettuate dal contribuente, ritenendole prive del requisito dell'inerenza ed economicamente ingiustificate. Di diversa opinione la Ctp per la quale la libertà imprenditoriale non può essere contestata, dunque le spese vanno considerate inerenti, a meno che la condotta del contribuente non risulti elusiva di norme tributarie.