

LA BUONA FEDE SALVA IL CONTRIBUENTE

Sponsorizzazioni, detrazione ampia

Sponsorizzazioni soggettivamente inesistenti: allo sponsor ignaro spetta la detrazione Iva. La buona fede legittima il contribuente alla detrazione dell'Iva relativa a fatture per sponsorizzazioni soggettivamente inesistenti. È questo il principio riaffermato, lungo il solco interpretativo tracciato dalla Corte Ue, dalla Commissione tributaria provinciale di Pavia nella sentenza n. 194/2/18 depositata lo scorso 7 giugno. Buona fede da accertarsi tramite un'attenta valutazione degli elementi indiziari posti a base della pretesa erariale. Con la pronuncia n. 194 del 7 giugno 2018, la Commissione tributaria pavese ha ripreso il trend giurisprudenziale già da tempo inaugurato in materia di operazioni soggettivamente inesistenti e detraibilità Iva. Protagonista della vicenda processuale, sottoposta al vaglio del Collegio, una società farmaceutica italiana, assistita dai dottori Giuseppe Lepore e Andrea Sisti, che aveva deciso di investire in pubblicità mediante la sponsorizzazione di un corridore del motomondiale. A tal fine, la contribuente si era avvalsa di due società italiane attive nel settore della pubblicità le quali, però, secondo quanto emerso dalle indagini della Guardia di finanza, erano soggetti interposti di altra società di diritto svizzero e avevano azzerato ogni utile grazie a fatture in acquisto ricevute da diverse società, ritenute cartiere, evadendo così le imposte.

L'Agenzia delle entrate, quindi, considerava l'operazione come soggettivamente inesistente, nonostante l'originaria contestazione della Gdf di oggettiva inesistenza, ed emetteva, nei confronti della contribuente (la società farmaceutica, sponsor), avviso di accertamento, con cui recuperava a tassazione la relativa Iva. Essenzialmente l'Ufficio, pur dando atto dell'effettività dell'operazione di sponsorizzazione, ne presumeva l'inesistenza soggettiva, giungendo a negare la detraibilità d'imposta, sulla base di svariati elementi, tra i quali: (i) l'assenza di struttura in capo alle società

italiane che avevano emesso le fatture documentanti i costi di sponsorizzazione, così come di personale per la gestione dei relativi contratti; (ii) l'accredito di un importo consistente sul conto corrente svizzero del rappresentante legale della società farmaceutica che, per l'amministrazione finanziaria, rappresentava il ritorno economico della sua partecipazione alla frode; (iii) l'evasione delle imposte dovute sull'operazione da parte delle fornitrici della società sponsorizzata, mediante la contabilizzazione di fatture d'acquisto inesistenti, rilasciate da altre società cartiere.

Entrando nel merito della vertenza, con la pronuncia in commento il Collegio pavese ha, anzitutto, precisato che il problema delle operazioni soggettivamente inesistenti si pone soltanto in presenza di fatture emesse da società cartiere, ovvero nel caso di società che emettono sistematicamente fatture false per consentire a chi acquista in nero, da terzi soggetti, di coprire contabilmente e fiscalmente gli acquisti.

Ebbene, nel caso de quo, le società italiane fornitrici il servizio di pubblicità non potrebbero essere classificate come società cartiere, in quanto si sono limitate a servirsi di società terze, queste sì cartiere, per azzerare gli utili di bilancio ed evadere le imposte. Il che, diversamente da quanto rilevato dalla Gdf nel processo verbale di constatazione, non le rende, per ciò solo e in via automatica, a loro volta delle cartiere. Infine, in linea con l'orientamento giurisprudenziale comunitario, è stato ritenuto privo di pregio l'ulteriore elemento relativo alla mancanza di dipendenti in capo alle società incaricate della pubblicità: trattandosi di semplice sponsorizzazione, infatti, la prestazione erogata potrebbe essere svolta anche individualmente dal corridore, con il disbrigo delle relative pratiche per via telematica.

Stefano Loconte