

Spese di pubblicità e di rappresentanza

Caratteristiche comuni

- inerenza all'attività svolta;
- certezza relativa all'esistenza delle spese;
- determinabilità nell'ammontare;
- competenza dell'esercizio;
- riferimento ad operazioni da cui derivano ricavi o proventi che concorrono a formare il reddito d'impresa;

Spese di pubblicità e propaganda (art. 74, D.P.R. 917/86, TUIR)

Caratteristiche

- vi è un contratto a prestazioni corrispettive tra l'impresa ed il soggetto che si impegna a pubblicizzare, dunque caratteristica fondamentale è l'**onerosità della prestazione**;
- il messaggio è destinato in particolare ai **clienti o potenziali clienti** dell'azienda stessa;
- il messaggio ha lo scopo prioritario di **presentare prodotti e servizi dell'impresa**;

Deducibilità (anche ai fini IRAP)

- **completa**, che può avvenire (su opzione) :
 - interamente nell'esercizio stesso in cui sono sostenute (esercizio di competenza);
 - in quote costanti (ammortamento) nell'esercizio stesso e nei 4 successivi (in totale 5 esercizi), previo consenso del Collegio Sindacale;
- ⇒ *prestazioni pubblicitarie rese a cavallo d'anno* : l'esercizio di competenza è quello in cui viene ultimata la prestazione;

Esempio

- campagna promozionale di nuovi prodotti su riviste e giornali;
- **beni omaggio abbinati con i prodotti venduti**;

Spese di rappresentanza

Caratteristiche

- **non reciprocità della prestazione**, mancanza di contratto, corrispettivo o altri obblighi;
- il messaggio è **indirizzato al cliente** (visto come un cittadino comune) **ed ai terzi**;
- il messaggio ha lo scopo di *fornire al mondo esterno un'**immagine positiva dell'impresa e promuovere l'acquisizione ed il consolidamento del proprio prestigio***;

Deducibilità (anche ai fini IRAP)

- solo **1/3** della spesa è deducibile **in 5 quote costanti** (in pratica si può dedurre **1/15 della spesa all'anno per 5 anni**)

Esempi

- affittare un alloggio per i clienti/visitatori in occasione di brevi soggiorni;
- organizzazione di un convegno per la ricerca scientifica, ecc...

Casistica tipica		
Descrizione	Spese di pubblicità	Spese di rappresentanza
Costi di vitto ed alloggio per i clienti	Se riguarda, ed è direttamente riferibile, a : <ul style="list-style-type: none"> • promozione di relazioni commerciali; • la stipula di contratti di vendita; • la promozione di nuovi prodotti; • la promozione di prodotti in nuovi mercati; 	negli altri casi
Servizi di foresteria turistica offerti ai clienti	NO	Sono da considerarsi esclusivamente spese di rappresentanza
Liberalità a favore di soci (regalie)	NO	
Liberalità a favore di dipendenti	NO	NO, se non costituiscono oneri di "utilità sociale" sono da considerarsi costi di lavoro.
Spese sostenute per la partecipazione a mostre e fiere del settore di appartenenza dell'azienda	SI	SI
Spese di ristorante	SI, se trattasi di pranzi o cene di lavoro sostenuti per clienti e per la conclusione di specifici affari.	SI, se trattasi di pranzi offerti ad autorità istituzionali, a giornalisti, ecc...
Premi a clienti	SI, se sono legati al raggiungimento di una determinata quantità di acquisti.	NO
Organizzazione di borse di studio	NO	SI
Spese sostenute per l'apertura di una nuova filiale	SI, se sono destinate a far conoscere la nuova filiale.	SI, se sono sostenute per offrire l'ospitalità ai clienti.
Pubblicità redazionali	SI	NO
Convegni per la promozione di prodotti	SI	NO
Altre tipologie di convegni diverse dalle precedenti	NO	SI
Organizzazione di fiere ed esposizioni per l'accoglienza di potenziali clienti	NO	SI