

Esos dei Giovani dottori commercialisti sui controlli dell'amministrazione finanziaria

Il fisco fa cassa con il non profit

Dazio maggiore a carico degli enti sportivi dilettantistici

di ENRICO SAVIO

Gli enti non commerciali sono diventati, negli ultimi anni, assidui frequentatori degli uffici fiscali. L'amministrazione finanziaria, tutto a un tratto, sembra aver scoperto la loro esistenza e deciso di analizzarli, in modo sistematico e costante, il loro operato. La conferma di tali attenzioni trova fondamento nell'incremento esponenziale delle verifiche nei confronti delle associazioni e delle società sportive dilettantistiche senza scopo di lucro. Tali organismi, sempre più spesso, sono l'oggetto di controlli formali e sostanziali da parte del fisco, finalizzati alla verifica del possesso dei requisiti di legge per l'accesso alle agevolazioni a essi riservate nonché del corretto adempimento dei limitati obblighi amministrativi, fiscali e contabili ai quali sono soggetti. Dall'analisi di alcuni casi concreti, si potrebbe ipotizzare un atteggiamento dell'amministrazione finanziaria orientato verso un vero e proprio accerchiamento del non profit, mediante controlli diretti sugli enti sia in capo ai loro finanziatori. Tra le contestazioni più frequenti rivolte al mondo dell'associazioni-

simo possiamo annoverare l'assenza di vita associativa, che emergerebbe, secondo i verificatori, soprattutto dalla mancata esecuzione delle formalità previste in statuto atte a garantire un costante coinvolgimento informativo e decisionale degli associati nella quotidianità del sodalizio. Tali conclusioni, spesso, sono state raggiunte anche attraverso l'analisi di questionari predisposti dal fisco e distribuiti ai frequentatori dell'associazione, nei quali viene richiesto di rispondere a una serie di quesiti, appositamente formulati, riguardanti soprattutto la loro partecipazione alla vita associativa, ciò nell'intento di contestare la stessa natura sportiva dell'attività svolta, retrocessa a mera disciplina individuale finalizzata al benessere fisico anziché alla promozione sportiva. Tesi ulteriormente avvalorate, secondo l'amministrazione qualora nell'ente mancasse in tutto o in parte l'organizzazione e/o partecipazione dei propri atleti a campionati, gare, concorsi e manifestazioni sportive in genere. Pertanto, pur mancando dei chiari obblighi normativi in tal senso, la convocazione degli associati e la loro partecipazione alle assemblee,

il riconoscimento del diritto di voto ai maggiorenti, il loro coinvolgimento nelle decisioni dell'ente, il rinnovo periodico dell'organo amministrativo, la gestione democratica dell'ente, accompagnata dalla redazione in modo ordinato e cronologico dei verbali assembleari, possono rappresentare importanti strumenti a disposizione delle associazioni per dimostrare la reale natura non lucrativa delle attività svolte. Ulteriore punto critico nel rapporto tra fisco e mondo non profit si può rilevare dall'atteggiamento di alcuni uffici, per esempio, sul tema delle spese pubblicitarie. Pur in assenza di una chiara definizione normativa, la legge 398/91 aveva previsto per le associazioni una diversa percentuale di detraibilità dell'Iva sui proventi pubblicitari (50%) rispetto alle sponsorizzazioni (10%), spingendo, per ovvie considerazioni di convenienza, gli enti sponsorizzati a qualificare tali introiti come pubblicitari. In tale ambito l'amministrazione finanziaria ha sempre tentato di includere nell'alveo delle sponsorizzazioni tutte le prestazioni promo-pubblicitarie svolte dal sodalizio sportivo. Nonostante la questione sia stata risolta con il decreto semplificazioni uniformando

la percentuale di detraibilità dell'Iva al 50% a partire dalla prestazioni promozionali svolte o comunque fatturate dal 13 dicembre 2014, rimane di assoluta attualità la possibilità del fisco di procedere alla riqualificazione quali sponsorizzazioni per le operazioni poste in essere precedentemente a tale data. Sul versante dei soggetti finanziatori, invece, le contestazioni mosse alle imprese, sorrette soprattutto dalla giurisprudenza di legittimità, sono varie e particolarmente ramificate: non inerenza, antieconomicità, utilizzo di fatture per operazioni inesistenti, errata qualificazione della spesa passando per l'abuso del diritto rappresentano alcune tra le più frequenti contestazioni mosse dall'amministrazione finanziaria, arrivando addirittura a richiedere all'imprenditore di dimostrare l'incremento dei ricavi ottenuti dalla specifica sponsorizzazione. Allo stato attuale, quindi, ben si può comprendere come le imprese,

non certe di potersi dedurre il costo sostenuto e, soprattutto, nel timore di essere accertate dal fisco non saranno più disposte a finanziare alcuna attività sportiva, tanto più se poi gli si dovesse chiedere loro di dimostrarne i vantaggi ottenuti.

Sulla questione si auspica una presa di coscienza sia da parte degli attori del non profit circa la necessità di investire in formazione del personale e sistemi che garantiscano trasparenza nella gestione dell'ente, sia da parte dell'amministrazione finanziaria che potrebbe considerare il mondo del volontariato quale effettivamente: una risorsa per la collettività. Giunti a questo punto occorre farsi una domanda: dopo tutto questo, in mancanza di un cambio di rotta da parte di entrambi i soggetti in campo, dove porteremo i nostri ragazzi a fare sport? Forse in qualche parcheggio di aziende ormai chiuse.

* Ugdcec Vicenza

Pagina a cura dell'



Unione Nazionale Giovani Dottori Commercialisti ed Esperti Contabili