

SPONSORIZZARE UNA SOCIETÀ SPORTIVA: QUANTO SI DEDUCE DAVVERO

La regola dei 200.000 euro esiste ancora.

Quello che è cambiato nel 2026 è che non basta più invocarla.

Se cercate in rete, trovate quasi ovunque la stessa frase: la sponsorizzazione a una società sportiva dilettantistica è deducibile fino a 200.000 euro l'anno, con presunzione assoluta, senza che il fisco possa sindacare il ritorno pubblicitario.

Quella frase oggi è incompleta, e fidarsi solo di quella è il modo per prendersi un accertamento. Vediamo com'è messa davvero.

LA REGOLA DI PARTENZA

L'articolo 90, comma 8, della legge 289/2002 stabilisce che il corrispettivo in denaro o in natura erogato a favore di società e associazioni sportive dilettantistiche costituisce, per chi lo eroga, **spesa di pubblicità fino a un importo annuo complessivo di 200.000 euro**, a condizione che sia diretto a promuovere l'immagine o i prodotti dello sponsor *mediante una specifica attività del beneficiario*.

Quell'ultimo pezzo — «mediante una specifica attività del beneficiario» — è quello che quasi nessuno cita, ed è esattamente quello su cui si perde.

COSA È CAMBIATO NEL 2026

Con l'**ordinanza n. 3157 del 12 febbraio 2026** la Corte di Cassazione, Sezione Tributaria, ha affermato che quella presunzione **non esonera il contribuente dalla prova concreta dell'inerenza e dell'effettività** della spesa pubblicitaria. Non opera in automatico: vale se ricorrono, insieme, i presupposti che la norma richiede.

Tradotto: quando l'Agenzia contesta, **l'onere della prova è vostro**. Dovete dimostrare che la spesa c'è stata davvero, che era collegata alla vostra attività, e che la società sportiva ha fatto qualcosa in cambio.

Un dettaglio che vale più di tutto il resto. Nel caso deciso da quell'ordinanza non si discuteva di 200.000 euro: **l'importo ripreso a tassazione era di 5.000 euro**. Chi pensa che il problema riguardi solo le sponsorizzazioni grandi sta guardando dalla parte sbagliata.

Aggiornamento: c'è una seconda pronuncia, ed è più recente. Con l'ordinanza n. 8650/2026, depositata il 7 aprile 2026, la Cassazione ha precisato due punti che vanno letti insieme al precedente di febbraio. Il primo è a vostro favore: **la presunzione vi esonera dal dimostrare il ritorno economico della sponsorizzazione, e non serve che il vostro settore c'entri qualcosa con lo sport** — un'officina può sponsorizzare una squadra di pallavolo senza doverlo giustificare. Il secondo è il solito: resta a voi dimostrare che **l'attività promozionale è stata davvero svolta**. Nel caso deciso, il contribuente ha perso proprio lì.

COSA SERVE AVERE IN MANO

La domanda utile non è «quanto deduco», è «**cosa mostro se me lo chiedono**». Questa cartella va costruita quando si firma, non quando arriva la lettera.

01 Contratto di sponsorizzazione scritto

Con le prestazioni identificate una per una: cosa espone la società, dove, per quanto tempo. «Sponsorizzazione della stagione» non è una prestazione, è un titolo.

02 Fattura della società sportiva

Coerente con il contratto, non un generico «contributo».

03 Pagamento tracciato

Bonifico. Il contante, oltre ai limiti di legge, in un contenzioso non aiuta a dimostrare niente.

04 La prova che la visibilità c'è stata

È il punto su cui si vince o si perde: fotografie degli striscioni sul campo, delle maglie, dei manifesti, screenshot del sito e dei profili social della società, copie delle locandine. Datate, e conservate anno per anno.

05 Un collegamento plausibile con la vostra attività

Una società della vostra zona, un pubblico che ha senso per voi. Sponsorizzare una squadra a cinquecento chilometri, senza clienti lì, è la prima cosa che salta all'occhio.

SE SIETE LA SOCIETÀ SPORTIVA, QUESTO È AFFAR VOSTRO

Sembra un problema dello sponsor. Non lo è: **uno sponsor che si prende un accertamento non rinnova, e lo racconta agli altri imprenditori del paese**.

La società che si organizza per proteggere lo sponsor diventa quella con cui conviene lavorare. Serve poco: un contratto scritto invece di un accordo a voce, una fattura fatta bene, e soprattutto **consegnare a fine stagione una cartella con le foto degli striscioni, delle maglie e delle locandine**. Costa mezz'ora e vale il rinnovo.

Se sul vostro sito c'è una pagina con i loghi degli sponsor, quella pagina è una prova. Se non avete un sito, quella prova non ce l'avete.

QUANTO SI RISPARMIA DAVVERO

Dipende dalla forma giuridica, dall'imposta applicabile e dalla situazione dell'impresa: non esiste una percentuale valida per tutti, e chi ve la dà a colpo d'occhio vi sta facendo un favore apparente. **Il conto lo fa il vostro commercialista**, e con questa pagina in mano sapete quali documenti chiedergli di verificare.

RESTATE AGGIORNATI

LE REGOLE CAMBIANO, E VE LO DICIAMO NOI

Questa pagina è aggiornata all'ordinanza di febbraio 2026. Quando cambia qualcosa che riguarda le società sportive — una sentenza, una scadenza, un bando — vi scriviamo, e nient'altro.

Questa guida spiega come funziona la disciplina delle sponsorizzazioni sportive e quali documenti servono. **Non è una consulenza fiscale** e non sostituisce il parere del vostro commercialista: la valutazione del singolo caso, degli importi e delle imposte applicabili spetta a lui.