

Sponsor e sponsorizzazioni in Parrocchia: come regolarsi

Premessa

Abbiamo già illustrato in alcuni precedenti articoli dell'Amico del Clero la regolamentazione che le Parrocchie devono seguire nell'organizzazione di feste e manifestazioni varie, sia per quanto concerne le esposizioni di diverso genere (banchetti con piccoli oggetti, piante e altri generi che si trovano anche nei cosiddetti "mercatini" di Natale)¹, sia per gli spettacoli che talvolta si mettono in scena (la rappresentazione teatrale realizzata dal gruppo parrocchiale o ingaggiando compagnie esterne²).

Rimane da precisare la normativa da seguire quando in queste occasioni o in altri ambiti simili che richiamano la partecipazione di molte persone (si pensi ad un torneo di calcetto), si espongono cartelli o striscioni pubblicitari, grazie ai quali si ricevono come contropartita finanziamenti per realizzare queste manifestazioni, oppure anche per sostenere progetti caritativi o lavori di manutenzione della Parrocchia.

La normativa fiscale del finanziamento

Al fine di individuare il giusto comportamento da porre in essere per la Parrocchia nel momento in cui si affronta la problematica del contratto di sponsorizzazione e pubblicità, è necessario ricordare brevemente la sua natura dal punto di vista *civilistico e fiscale*.

La Parrocchia, in quanto persona giuridica pubblica canonica costituita con decreto dell'Ordinario diocesano, è riconosciuta civilmente con decreto del Ministro dell'Interno che le conferisce la personalità giuridica in Italia ai sensi del dettato della L. n. 222/1985, con la conseguente iscrizione al registro delle persone giuridiche presso la Prefettura competente.

Dal punto di vista fiscale la Parrocchia pur non essendo un ente commerciale, può tuttavia svolgere questa attività (purché in maniera non prevalente): in tali casi, ai sensi del TUIR (DPR n. 917/86), art. 73 comma 1 lett. c), rientra tra gli "Enti pubblici e privati, diversi dalle società, residenti nel territorio dello Stato, che non hanno per oggetto esclusivo o principale l'esercizio di attività commerciali".

¹ Feste e sagre, in *L'Amico del Clero*, nr. 9, settembre 2015 e *Il bar in Parrocchia*, in *L'Amico del Clero*, nr. 11, novembre 2015.

² SCF, SIAE, TV e cinema in parrocchia, in *L'Amico del Clero*, nr. 10, ottobre 2015

Il contratto di sponsorizzazione si inquadra come un contratto atipico, sottoscritto dal Parroco quale legale rappresentante della Parrocchia, in base al quale un soggetto (la Parrocchia) si obbliga, contro corrispettivo, ad associare ad un evento il nome o il segno distintivo di un altro soggetto (l'azienda sponsor) anche attraverso l'esposizione del nome o del logo dello sponsor; l'esempio tipico è lo striscione messo nel campo di calcio parrocchiale.

Tale prestazione è considerata ai fini fiscali sempre "attività commerciale", e come tale necessita dell'emissione di una fattura da parte della Parrocchia; ne consegue che l'ente dovrà aprire la partita Iva come ente ecclesiastico dotato di personalità giuridica ed assolvere agli obblighi fiscali e contabili (emissione fattura, registrazione della stessa nella contabilità commerciale, stampa dei libri contabili e pagamento delle tasse Ires/Irap).

A tal fine si ricorda che l'art. 6, comma 1, lett. c) DPR 601/73 concede l'applicazione della riduzione al 50% dell'aliquota IRES a favore degli "enti il cui fine è equiparato per legge ai fini di beneficenza ed istruzione", se riconosciuti agli effetti civili, come è il caso della Parrocchia anche in riferimento alla Risoluzione n. 91/E del 19/07/2005³.

Quanto al regime contabile e fiscale da applicare (ordinario, semplificato o forfettario) è necessario avvalersi di un professionista per valutare le varie soluzioni, trovando il migliore regime contabile/fiscale coerente con le entrate commerciali stimate o in corso.

Il contratto di sponsorizzazione

Quanto alla forma con la quale si redige il contratto di sponsorizzazione non esiste alcuna disposizione legislativa cogente che obblighi a redigerlo in forma scritta; in ogni caso, anche in considerazione della natura precipua dell'ente Parrocchia, è quanto mai opportuno redigere e sottoscrivere una scrittura privata tra le parti, preparata da un tecnico del settore, al fine di inserire alcuni punti fondamentali che devono essere sempre presenti in ogni contratto:

- **l'esatta indicazione delle parti che sottoscrivono il contratto** (denominazione sociale, sede legale, codice fiscale / partita IVA dello sponsor e del soggetto sportivo sponsorizzato e dati del legale rappresentante);
- **la descrizione dell'oggetto del contratto** (indicare chiaramente il tipo di sponsorizzazione e le sue modalità di attuazione);
- **gli obblighi** che gravano sulle parti;

³ Da ricordare la recente pronuncia della Corte di Cassazione, sez. VI Civile – T, Ordinanza 20 ottobre – 13 dicembre 2016, n. 25586 che ha di fatto meglio specificato la portata di tale importante agevolazione per gli enti ecclesiastici dotati di personalità giuridica in Italia.

- **la durata** del contratto (è necessario indicare chiaramente un termine fisso e, se del caso, le modalità di un eventuale rinnovo);
- **il corrispettivo pattuito** in denaro e/o in beni e le relative **modalità di pagamento**;
- **la data** e il **luogo** della sottoscrizione;
- **la sottoscrizione autografa** dei rappresentanti legali delle parti contraenti.

Nel contratto stesso si possono aggiungere altre clausole che devono essere preventivamente concordate tra le parti; una di queste, indispensabile per la natura dei nostri Enti, è quella relativa alla **tutela dell'immagine**.

Questa clausola prevede che le parti si impegnano reciprocamente ad evitare la tenuta di determinati comportamenti che possano danneggiare l'immagine l'una dell'altra, anche in considerazione della natura ecclesiastica dell'ente Parrocchia.

Una precisazione: la Parrocchia con il Ramo ONLUS

Una domanda che viene posta di frequente dai Parroci, nel momento in cui la Parrocchia costituisce il ramo ONLUS, riguarda la possibilità di rilasciare la fattura in caso di sottoscrizione del contratto di sponsorizzazione.

A tal fine si deve ricordare che i soggetti ONLUS possono porre in essere solo attività dirette alla realizzazione delle attività istituzionali o quelle ad esse connesse; in merito, troviamo la Risoluzione n. 356/02 dell'Agenzia delle Entrate, in cui viene precisato che non rientra, tra le attività connesse delle ONLUS, la prestazione relativa al contratto di sponsorizzazione.

Ne deriva che solo l'Ente Parrocchia è legittimato a stipulare un contratto di sponsorizzazione e dunque a emettere la connessa fattura, e non un soggetto ONLUS.

Conclusioni

Premesso quanto già descritto per un corretto svolgimento dei rapporti di sponsorizzazione, non possiamo esimerci dall'esigenza di consigliare di circoscrivere al massimo – meglio ancora di evitare – di concludere questo genere di rapporti che sono di per sé estranei alla natura dell'ente ecclesiastico.

Al di là dei numerosi adempimenti sopra richiamati che ne derivano, e che possono comportare un dispendio significativo anche per le indispensabili consulenze, va tenuto in considerazione l'impatto negativo che può determinarsi nei fedeli a seguito di un'attività, come già rilevato, estranea ad un ente di religione e culto quale è la Parrocchia.

Mons. Antonio Interguglielmi

Ufficio Amministrativo del Vicariato di Roma