

# Publicità



# La pubblicità

- è quell'attività promozionale che si determina e si collega ad un preciso evento (iniziativa, progetto, attività), in un rapporto di semplice occasionalità (per esempio cartelli collocati ai margini di un campo sportivo, pubblicazioni promozionali di un evento, manifesti, striscioni o altri richiami acustici o visivi), in cui la stessa occasionalità è da intendersi come azione promozionale non continuativa. Nel caso tale azione abbia natura continuativa è da intendersi come forma di sponsorizzazione



# prassi



Caratterizzazione del contratto pubblicitario è la reciprocità tra la società commerciale e l'ente non profit (anche per le odv).

La definizione di pubblicità in relazione ad un evento é oggetto di un notevole intervento giurisprudenziale.

In assenza di normativa specifica, interessanti orientamenti sono stati definiti dalla sentenze della Corte di Cassazione (n. 428 e n. 429 del 1986).



# Trattamento fiscale

- Le odv, ex legge 266, per la natura delle loro attività non dovrebbero svolgere operazioni di tale natura in quanto non previste tra le fonti di entrata della legge 266/91 e neanche nell'apposito D.M. pubblicato nella G.U. n. 134 del 10 giugno 1995; quindi in nessun modo le pubblicità possono essere effettuate come attività commerciali marginali e rientrano sempre tra le attività commerciali "pure" con tutti gli obblighi che ne conseguono





- Quindi una odv, per quanto già descritto, in caso di effettuazione di attività di pubblicità, si pone nelle condizioni di rischio di cancellazione dal Registro del Volontariato, e quindi anche della perdita di qualifica di ONLUS di diritto, oltre alle responsabilità civili ed agli adempimenti di natura contabile e fiscale comunque in capo all'organizzazione.
- Quindi **le attività di pubblicità per una odv si configurano sempre come attività commerciali, e, come tali necessitano di partita IVA, con i relativi adempimenti di carattere fiscale e contabile e comunque “con i rischi sopra richiamati”.**