

Tante Aziende hanno scelto Sport Expo per avvicinare il mondo ragazzi con le proprie famiglie

# Promuovere il proprio marchio attraverso il divertimento

Sport Expo è una festa dello sport dedicata ai ragazzi ed alle loro famiglie, una "fiera dinamica" che racchiude al proprio interno tante attività e diversi modi per scoprire e conoscere da vicino più di 40 discipline sportive. E' una grande vetrina sportiva ma non con "manichini" statici, bensì con migliaia di bambini impegnati in tornei, giochi e prove gratuite di sport, anche quelli più di nicchia. Le Aziende che hanno sposato il progetto contribuiscono a rendere la manifestazione ancora più a misura di ragazzo, attivandosi con aree dedicate attraverso giochi, intrattenimenti e tornei. Non sarà la classica presenza statica fieristica dove si espongono i propri prodotti. Sarà invece un mettersi a disposizione dei più piccoli e delle loro famiglie, per parlare il loro linguaggio, per conoscersi divertendosi.

Il 2011 sarà l'anno della quinta edizione di Sport Expo, evento che ha registrato nel tempo una crescita costante e importante, anche per merito dei partner che hanno contribuito a rendere la manifestazione un punto di riferimento per il movimento sportivo giovanile. LIDL ITALIA è ormai parte integrante di Sport Expo, confermandosi per il terzo anno consecutivo Presenter Partner dell'iniziativa, riconoscendosi nei valori quali



salute, benessere e qualità della vita, propri anche della manifestazione. L'azienda, tramite questo annuale appuntamento con Sport Expo, desidera infatti far conoscere il significato del proprio slogan "Sulla via del domani". Con esso Lidl esprime la volontà di essere parte attiva di una serie di iniziative atte alla salvaguardia dell'ambiente, al risparmio ener-

getico, al consapevole uso delle risorse naturali ed all'educazione a stili di vita sani. All'interno della kermesse Casa Lidl diventerà un luogo colorato e divertente, dove il sabato i bambini potranno cimentarsi in percorsi motori che metteranno alla prova le loro abilità, mentre la domenica ospiterà le attese Finali del torneo Provinciale di Minivolley.

Entra a far parte del mondo Sport Expo anche GIOCO DELLOTTO. Già Main Sponsor del progetto "Vivere da Campione", iniziativa dedicata a Giovanni Paolo II e al mondo dello sport, soprattutto quello giovanile, Gioco del Lotto ha voluto essere partner della nuova edizione di Sport Expo, trattandosi di un evento che unisce alla passione per lo sport, l'attenzione ai giovani e alla scuola. La zona Gioco del Lotto Basketville sarà adibita a tornei ed esibizioni della FIP, a dimostrazione della vicinanza storica tra Gioco del Lotto e la Pallacanestro.

Importanti new entry di Sport Expo 2011 sono AGSM, società leader di Verona nella distribuzione di energia elettrica e gas dal 1898, GUALA-

PACK, leader nella costruzione di imballaggi flessibili e AMIA, la società che si occupa per Verona della raccolta e trasporto dei rifiuti. L'Official Sponsor AGSM, al fine di insegnare in modo divertente e innovativo ai bambini il concetto di energia rinnovabile, grazie agli elementi di acqua, sole e vento, offrirà simulazioni e attività sportive legate alla disciplina della canoa e al windsurf. Nell'Area AGSM i ragazzi misureranno la propria forza attraverso un pagaiometro e potranno essere protagonisti di un'avvincente sfida legata allo sforzo fisico e al concetto di energia.

Nella zona CreativeExpo Gualapack allestirà anche un vero e proprio laboratorio dove i ragazzi potranno dare sfogo alla loro fantasia con coloratissimi e divertentissimi packaging. Con l'obiettivo di sensibilizzare i ragazzi sul tema dell'emergenza ambientale e al riciclo dei rifiuti, nell'Area Amia saranno organizzati giochi riconducibili al mondo del basket, tra cui l'Eco-Canestro.

ASICS, da sempre attenta agli eventi sportivi dedicati ai ragazzi, sarà il Partner Tecnico delle zone dedicate alla Pallavolo e all'Atletica. BOING TV, l'emittente televisiva più amata



Accedere al mondo subacqueo sarà invece possibile attraverso l'Area GUALAPACK che, con giochi di pesca subacquea e tiro al bersaglio in una apposita piscina, avvicinerà i bambini a questa disciplina sportiva.

dai giovani, rinnova per il secondo anno la media partnership con Sport Expo, allestendo uno spazio simpatico e colorato in cui i bambini potranno divertirsi e giocare con i loro eroi preferiti.

## Dalla parte dei consumatori

# Accertamenti fiscali un pò meno automatici

La Suprema Corte pone alcuni seri limiti agli accertamenti fiscali un po' troppo "spregiudicati" nei confronti dei contribuenti.

In particolare, per i giudici di legittimità (sentenza della Corte di Cassazione n.3326 datata 11 febbraio 2011) il solo ritrovamento di un floppy

disc indicante presunti ricavi in nero del fornitore non può portare ad un accertamento fiscale nei confronti di un'altra impresa cliente.

In questo modo, la Cassazione ha ribadito la sentenza della Commissione Tributaria Regionale della Campania (ossia dei giudici di secondo

grado), la quale aveva respinto la posizione dell'Agenzia delle Entrate e correttamente applicato il principio della ripartizione dell'onere della prova - previsto dall'art. 2697 del Codice civile - sostenendo che è compito dall'Amministrazione provare l'esistenza di un reddito imponibile

evaso.

La sentenza, inoltre, evidenzia che l'errore dell'Amministrazione finanziaria è consistito nel presumere a priori l'evasione del contribuente senza tuttavia individuare alcun concreto elemento di fatto ma basandosi unicamente su un floppy disc appartenente

ad un terzo oltre alla mancata congruità dei ricavi rispetto agli studi di settore. Tale decisione, dunque, risulta particolarmente importante in quanto pare ristabilire maggior equilibrio nella ripartizione dell'onere della prova tra Ufficio e contribuente in presenza di contestazioni analitico-induttive, basate, cioè, su presunzioni semplici, ritenute gravi precise e concordanti.

Avv. Matteo Sances  
[info@studiolegalesances.it](mailto:info@studiolegalesances.it)  
[www.studiolegalesances.it](http://www.studiolegalesances.it)