



STUDIO PIZZANO

COMMERCIALISTA E REVISORE LEGALE

www.studiopizzano.it

VENDITA PORTA A PORTA E AGENZIA DI COMMERCIO: LA DISTINZIONE

Posted on 5 Settembre 2024 by Sabatino Pizzano



Nel complesso panorama fiscale italiano, una recente sentenza della Corte tributaria di II grado di Milano ha gettato nuova luce sulla distinzione tra venditori porta a porta e agenti di commercio. Questa decisione, che ribalta un avviso di accertamento dell'Agenzia delle Entrate, offre importanti chiarimenti su una questione che da tempo genera dibattiti nel settore delle vendite dirette. La sentenza, presieduta dal giudice Izzi, ha il potenziale di ridefinire le linee guida per la classificazione fiscale di queste figure professionali.

Il cuore della controversia

La disputa al centro dell'attenzione riguardava un contribuente impegnato nella vendita "porta a porta". L'Agenzia delle Entrate aveva contestato la natura della sua attività, riqualificandola come "attività di agente di commercio" e, di conseguenza, assoggettandola al regime ordinario previsto per i redditi d'impresa. Questa interpretazione avrebbe comportato un significativo aumento del carico fiscale per il contribuente.

Il nodo della questione ruotava attorno alla corretta classificazione dell'attività svolta: si trattava effettivamente di un'attività assimilabile a quella di un agente di commercio o piuttosto di una forma di vendita diretta con caratteristiche proprie e distinte?

Le argomentazioni contrapposte

L'Agenzia delle Entrate basava la sua posizione su diversi elementi, tra cui la percezione di provvigioni da parte del venditore, l'obbligo di presentazione della dichiarazione dei redditi e l'applicazione di una ritenuta d'imposta del 23% sul 78% delle provvigioni percepite. Questi fattori, secondo l'Agenzia, erano sufficienti per inquadrare l'attività del contribuente come quella di un agente di commercio a tutti gli effetti.

Il contribuente, dal canto suo, ha contestato questa interpretazione, sostenendo la peculiarità della sua posizione. La Corte ha accolto le sue argomentazioni, evidenziando aspetti chiave come l'esiguità degli incassi derivanti dalle vendite dirette, la natura occasionale delle provvigioni maturate sulle vendite procacciate da altri venditori e la qualifica di "senior manager" assunta dal contribuente, che comportava bonus aggiuntivi non assimilabili alle classiche provvigioni degli agenti.

Le caratteristiche distintive del venditore porta a porta

La sentenza ha permesso di delineare con maggiore chiarezza le peculiarità del venditore porta a porta. Emerge l'assenza di un rapporto di agenzia strutturato, con il venditore che non ha l'obbligo di promuovere stabilmente la conclusione di contratti per conto del preponente. Si evidenzia inoltre una maggiore libertà operativa, senza l'assegnazione di una zona territoriale esclusiva. La collaborazione si configura come non continuativa, rappresentando una prestazione professionale autonoma ma non episodica. Infine, il rapporto con la società mandante non prevede vincoli contrattuali stringenti in termini di durata o di svolgimento di attività promozionali specifiche.

Implicazioni fiscali della sentenza

La decisione della Corte ha importanti ripercussioni sul piano fiscale. Viene confermata l'applicabilità del regime fiscale agevolato per i venditori porta a porta, con ritenuta a titolo d'imposta sulle provvigioni. Questo comporta l'esclusione dall'obbligo di presentazione della dichiarazione dei redditi per questa categoria di venditori. Tuttavia, va sottolineato che questa configurazione fiscale non consente la deduzione di spese e costi ai fini della determinazione della base imponibile IRPEF.

Conclusione

La sentenza della Corte tributaria di Milano rappresenta un importante punto di riferimento per il settore delle vendite dirette in Italia. Chiarendo la distinzione tra venditori porta a porta e agenti di commercio, offre maggiore certezza giuridica e fiscale a migliaia di lavoratori impegnati in questo campo. Tuttavia, è fondamentale sottolineare che ogni caso va valutato nella sua specificità, considerando l'effettiva natura del rapporto tra venditore e azienda mandante.

Questa decisione apre inoltre la strada a una riflessione più ampia sulle nuove forme di lavoro autonomo e sulla necessità di un quadro normativo che sappia adattarsi alle evoluzioni del mercato. L'obiettivo deve essere quello di garantire equità fiscale e tutela dei lavoratori, riconoscendo al contempo le peculiarità di modelli di business innovativi come quelli basati sul multilevel marketing.

www.studiopizzano.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA