

Gli assaggi ai dipendenti sono reddito di lavoro

Interpello

Secondo l'azienda sono erogati a beneficio della sua strategia commerciale

Per l'agenzia delle Entrate comportano comunque un vantaggio per i lavoratori

Stefano Sirocchi

Gli omaggi offerti da una multinazionale statunitense nel settore delle caffetterie ai propri dipendenti, e nello specifico un sacchetto di caffè al mese più, occasionalmente, alcuni articoli di merchandising, nonchè la possibilità di consumare gratuitamente una bevanda al giorno all'interno del locale, benchè utili a favorire la conoscenza approfondita del prodotto e la diffusione dell'immagine aziendale, assolutamente con finalità promozionali e di marketing, non si possono considerare erogati nell'esclusivo interesse del datore di lavoro. Dunque, il loro relativo valore costituisce reddito di lavoro dipendente, secondo il parere dell'agenzia delle Entrate, così come esplicitato nella risposta a interpello 89/2024.

Ciò, naturalmente, salvo poter fruire della soglia generale di esenzione fiscale dei fringe benefit prevista dall'articolo 51, comma 3, prima parte del terzo periodo, del Tuir e tenuto conto dei nuovi limiti (2.000 o 1.000 euro a seconda se il

dipendente abbia o meno figli fiscalmente a carico) e perimetro applicativo fissato dall'articolo 1, comma 16 della legge di Bilancio 2024 per l'anno in corso.

La società istante ha ben spiegato di promuovere una cultura aziendale che intende garantire la formazione dei dipendenti, a beneficio della propria strategia commerciale più che a vantaggio dei singoli lavoratori, tanto da aver fissato delle limitazioni temporali e quantitative sulla fruizione dell'omaggio (ad esempio, mese o giorno), pur lasciando prioritaria l'opportunità di far assaggiare ai lavoratori i vari tipi di caffè e farli conoscere anche ad amici e familiari. Può trattarsi di miscele esclusive che vengono prodotte all'interno della caffetteria, o anche caffè oggetto di campagne di marketing del momento; è comunque il datore di lavoro a scegliere la tipologia di prodotto in funzione delle contingenti esigenze aziendali, ad esempio specifiche di sponsorizzazione.

Anche i prodotti di merchandising (tazze, barattoli, grembiuli e spillette con il logo aziendale) distribuiti gratuitamente al ricorrere di alcune festività, al lancio di nuovi prodotti o in generale in occasione di eventi aziendali, hanno la funzione di rappresentare l'identità aziendale e diffonderne l'immagine tra il pubblico. Inoltre,

la possibilità di consumare una bevanda al giorno gratuitamente va ricompresa nelle esigenze aziendali di rafforzamento del brand che, unito ai corsi aziendali e al materiale divulgativo, costituisce una forte componente formativa per il personale che la società intende promuovere.

L'Agenzia, tuttavia, annota che gli omaggi erogati, per quanto "utili" alla strategia aziendale, di fatto soddisfano un'esigenza propria del singolo lavoratore (ad esempio prendere un caffè al bisogno) o comunque rappresentano un arricchimento del dipendente (come nel caso dei sacchetti di caffè e dei prodotti di merchandising) non potendosi considerare erogati nell'esclusivo interesse del datore di lavoro. Pertanto, a nulla vale la precisazione fornita dall'istante che ha deciso di offrire il pacchetto di caffè e la bevanda omaggio a tutti i dipendenti della azienda, considerato che la cultura del caffè non è appannaggio soltanto del personale a diretto contatto con il pubblico.

Tuttavia, nè l'azienda nè l'agenzia delle Entrate hanno considerato che la bevanda gratuita al giorno preparata all'interno della caffetteria e offerta durante il turno di lavoro, da consumarsi esclusivamente durante la pausa (come indicato dall'istante), potrebbe essere riconducibile alle somministrazioni di vitto prestate dal datore di lavoro ai dipendenti e, come tale, esclusa dal reddito di lavoro in base alla lettera c, comma 2, dell'articolo 51 del Tuir, al pari di quanto avviene per i pasti consumati dai camerieri di un ristorante.



Neanche l'aspetto formativo e di promozione del brand dimostrano l'esclusivo interesse della società