

Il venditore porta a porta non è agente di commercio

Fisco e lavoro

La Corte tributaria di II grado di Milano precisa le differenze

L'agenzia delle Entrate aveva contestato il reddito d'impresa

Massimo Romeo

Un rapporto di agenzia è caratterizzato da specifici vincoli o obblighi contrattuali di promuovere affari per conto della preponente e il collegamento a determinate zone.

In assenza di tali caratteristiche, il rapporto di mandato - conferito da una società per la vendita dei propri prodotti attraverso una struttura di *multilevel marketing* - equivale a una mera autorizzazione scritta per promuovere la raccolta di ordini dei prodotti della società (mandante) direttamente ai consumatori finali, oltre a incoraggiare e procacciare nuovi venditori in modo da venire ricompensati non solo per le vendite direttamente effettuate ma anche per quelle compiute da altri venditori da essi stessi reclutati.

In tale ipotesi, non si applica l'ordinario regime di tassazione degli agenti di commercio - quale reddito d'impresa - ma la ritenuta a titolo d'imposta sulle provvigioni, prevista dall'ordinamento per le vendite a domicilio («porta a porta»).

Così si è pronunciata la Corte di giustizia tributaria di secondo grado

della Lombardia (sentenza 2295 del 29 agosto 2024, presidente Izzi, estensore Appignani).

La controversia concerneva un avviso di accertamento a titolo di Irpef e Irap emesso dalle Entrate a carico di un contribuente, venditore «porta a porta». In particolare, l'Ufficio riqualificava l'attività svolta per una società da «incaricato delle vendite a domicilio» in «attività di agente di commercio», assoggettandolo al regime ordinario previsto per i redditi di impresa.

Il contribuente contestava la riqualificazione operata dall'Agenzia evidenziando: a) le provvigioni percepite in qualità di incaricato alle vendite a domicilio sono, per legge, escluse dall'obbligo di presentazione della dichiarazione dei redditi; b) le stesse sono soggette a una ritenuta a titolo d'imposta nella misura del 23% sul 78% delle provvigioni (articolo 25-bis, comma 6, del Dpr 600/1973) e conseguentemente non formano oggetto di dichiarazione nel modello Unico dell'incaricato alle vendite a domicilio, ai fini del reddito d'impresa (in tal senso, la risoluzione ministeriale 180/E del 12 luglio 1995); c) sia per le vendite «dirette» che per quelle «indirette», l'incaricato alle vendite a domicilio matura il diritto alla provvigione, il cui regime tributario è comunque quello della ritenuta d'imposta definitiva, in quanto si tratta sempre di attività di raccolta ordini di vendita nei confronti del consumatore finale; d) per il particolare inquadramento fiscale, non è consentita la deduzione di spese e costi ai fini della base imponibile Irpef.

L'Ufficio difendeva in giudizio la liceità del proprio operato riba-

dendo come la posizione del contribuente era quella di un «anomalo» venditore a domicilio sia per l'esiguità degli incassi derivanti da vendite dirette, sia per l'ammontare delle provvigioni maturate sulle vendite procacciate da altri venditori per effetto della struttura basata sul cosiddetto *multilevel marketing*, sia per la qualifica di *senior manager* assunta dal contribuente nonché per le tipologie di bonus riconosciutigli oltre quello derivante dalle vendite personalmente promosse ai clienti.

I giudici di secondo grado, hanno riformato la sentenza di primo grado, ricordando la giurisprudenza di legittimità (Cassazione, ordinanze 17920/2018, 16565/2020, 30852/2021, 530/2024) in cui è stato affermato che caratteri distintivi del contratto di agenzia sono «la continuità e la stabilità dell'attività dell'agente di promuovere la conclusione di contratti per conto del preponente nell'ambito di una determinata sfera territoriale», realizzando in tal modo, con quest'ultimo, una non episodica collaborazione professionale autonoma, con risultato a proprio rischio e con l'obbligo naturale di osservare, oltre alle norme di correttezza e di lealtà, le istruzioni ricevute dal preponente medesimo. Nel caso particolare il contratto tra il contribuente e la società (mandante), non prevedeva alcuna «esclusiva di zona e vincoli di durata della prestazione» né tantomeno alcun «obbligo vincolante di svolgere attività promozionale», ma solo una «semplice autorizzazione scritta», così rendendo l'attività estranea al rapporto di agenzia.