



STUDIO
LEGALE E TRIBUTARIO

I CONTRATTI DI DISTRIBUZIONE (SPUNTI INTERPRETATIVI)

*Matteo
Bignami*

25/05/2010

“L’unica ragionevole certezza è che ci si vuole riferire ad ipotesi in qualche modo attinenti al processo di distribuzione commerciale, cioè ai complessi meccanismi che colmano le distanze tra produzione e consumo”.

Pardolesi, 1979

Non esiste nel nostro Ordinamento una definizione di contratto di distribuzione. Quando si parla di contratto di distribuzione si ha in mente un insieme di figure contrattuali differenti, alcune tipiche, disciplinate dal codice civile o comunque dalla legge, altre, invece, atipiche, innominate, miste.

Distribuzione diretta del prodotto: l'imprenditore può provvedere a vendere al proprio cliente direttamente i propri prodotti: In questo caso il rapporto contrattuale è riconducibile ad un semplice contratto di acquisto di beni mobili. Si parla in tal caso di distribuzione diretta del prodotto;

distribuzione indiretta del prodotto: l'imprenditore, può avvalersi di agenti ovvero intermediari al fine di "raggiungere" il potenziale cliente ed eventualmente vendergli i propri prodotti. In questo caso l'imprenditore stipulerà contratti di agenzia ovvero contratti di mediazione, procacciamento affari etc. etc.;

distribuzione integrata verticale (ovvero distribuzione coordinata): l'imprenditore instaura una stretta collaborazione con operatori economici collocati in diversi livelli del mercato. A tal fine l'imprenditore, ad esempio, stipulerà contratti di concessione di vendita o franchising. Si assiste ad una integrazione del rivenditore nella politica e nell'apparato commerciale dell'impresa produttrice.

- In concreto nel *genus* contratti di distribuzione sono ricompresi: il contratto di franchising, l'agenzia, la somministrazione, la commissione, il mandato e la concessione di vendita.
- Come è cosa nota il contratto di agenzia (artt. 1742 -1753 c.c.), il contratto di mandato (1703-1730 c.c.), il contratto di somministrazione (1559 – 1570 c.c.), il contratto di commissione (1731-1741 c.c.) sono disciplinati dal codice civile e rappresentano contratti tipici; il contratto di franchising è disciplinato dalla legge n. 129 del 6 maggio 2004. Vi è poi un insieme di ulteriori contratti rientranti nell'ambito del *genus* contratto di distribuzione, che non hanno avuto una specifica disciplina normativa e che sono frutto dell'elaborazione giurisprudenziale (la concessione di vendita, procacciamento affari etc. etc.).

Caratteristiche del contratto di concessione di vendita:

- a) Funzione economica primaria: la commercializzazione dei prodotti del concedente in un determinato territorio, conformemente alle aspettative del concedente stesso;
- b) comporta l'attribuzione al concessionario di una *posizione di privilegio* (costituita normalmente ma non necessariamente da un'esclusiva di zona) per la rivendita dei prodotti del concedente;
- c) comporta oneri di commercializzazione e l'assunzione da parte del concessionario di un vincolo di fedeltà (impossibilità di trattare prodotti concorrenti);
- d) il concessionario agisce come acquirente – rivenditore.
- e) il concessionario è un intermediario *integrato*.

Uso della concessione di vendita nel sistema distributivo dell'imprenditore



STUDIO
LEGALE E TRIBUTARIO

- a) **livello di vendita all'ingrosso:** i concessionari responsabili di una zona o, addirittura, di un intero Paese (importatori esclusivi);

- b) **livello di vendita al dettaglio:** ad esempio concessionari di automobili.

- a) Posizione tradizionale: contratto di somministrazione.

- b) Ulteriore posizione : contratto quadro che disciplina la collaborazione delle parti nell'organizzare la distribuzione dei prodotti e che determina la cornice al cui interno le parti stipuleranno i contratti di compravendita.

Soluzione preferibile: contratto innominato atipico a cui applicare , a seconda delle circostanze e in funzione della questione da risolvere, le disposizioni dei contratti più vicini.

- a) Obblighi del concedente:
- obbligo di vendita prodotti al concessionario (schema somministrazione); ovvero mantenere in ogni caso costante il flusso di merci (contratto quadro)
 - obblighi specifici: informazione, fornitura del materiale illustrativo etc. etc.;
 - esclusiva reciproca (esclusiva di vendita);
 - obbligo di “protezione” del concessionario: il caso *Fall. Andriani / Fiat Auto*;
 - esclusiva di zona (territorio + gamma prodotti).

b) obblighi/ diritti del concessionario:

- obbligo di promuovere le vendite / quantità minime;
- clausola di esclusiva reciproca (esclusiva d'acquisto (prodotti concorrenti e non)– obbligo di non distribuire prodotti concorrenti;
- esclusiva di zona (territorio + gamma prodotti);
- obbligo di acquisto prodotti concedente (schema somministrazione); ovvero mantenere in ogni caso costante il flusso di merci (contratto quadro)

Il prezzo delle singole forniture



STUDIO
LEGALE E TRIBUTARIO

- a) Schema somministrazione: 1561 c.c. (listino);
- b) schema accordo quadro: se non determinato contrattualmente, verrà concordato di volta in volta;
- c) sconto sul prezzo al pubblico.
- d) Clausole di salvaguardia per il concessionario:
 - modifiche del prezzo da comunicare con congruo preavviso;
 - allineare i prezzi a quelli riservati ad altri membri della rete (ad esempio attraverso una clausola che garantisca al concessionario un trattamento non meno favorevole rispetto a quello del distributore più favorito).

- a) Il contratto può essere a tempo indeterminato ovvero a tempo determinato.

- b) Il contratto a tempo indeterminato può essere risolto ad *nutum* , osservando un congruo preavviso.
 - Individuazione della durata del congruo preavviso: in assenza di specifica pattuizione, la giurisprudenza oscilla tra periodi di 3, 4 o 6 mesi.

La nozione economica e sociale del franchising

Il franchising costituisce un metodo di commercializzazione in virtù del quale dei prodotti (o servizi) vengono distribuiti a livello di commercio al dettaglio attraverso una rete di punti vendita indipendenti, fortemente caratterizzati da un'immagine comune (che riguarderà normalmente, oltre all'insegna, i marchi, il nome, anche l'arredamento e le altre caratteristiche dei locali), tale da far apparire ciascuno di essi come elemento di un'unica catena che offre gli stessi beni o servizi, con l'uso di tecniche di vendita particolari (know - how commerciale), messe a punto dal franchisor.

- a) **franchising di distribuzione:** il franchisee gestisce un negozio, caratterizzato dal marchio del franchisor (Benetton, Stefanel, Max Mara) e rivende i prodotti del franchisor;
- b) **franchising di servizi:** il franchisee, in questo caso non rivende nulla, ma offre un servizio conforma agli standards del franchisor (ristoranti, alberghi, palestre, scuole di lingua etc.etc.). Diviene essenziale il trasferimento di know-how;
- c) **franchising (con contestuale vendita di prodotti di terzi):** il franchisee gestisce un negozio, caratterizzato dal marchio del franchisor, ma si vende un'ampia gamma di prodotti di terzi.

Caratteristiche salienti del contratto di franchising



STUDIO
LEGALE E TRIBUTARIO

- a) Punti vendita caratterizzati da segni distinti (insegna, marchio) e da un'immagine (arredamento etc.etc.) comune imposta dal franchisor;
- b) controllo molto stretto del franchisor sull'azione franchisee;
- c) trasferimento del know-how del franchisor al franchisee;
- d) pagamento di un corrispettivo (*entry fee e/o royalties*) da parte del franchisee al franchisor;
- e) Punti vendita monomarca (caratteristica non essenziale);
- f) Schema del contratto quadro (franchising di distribuzione).

La nozione di franchising accolta dalla Legge n° 129 del 6 maggio 2004. Forma scritta *ad substantiam*



STUDIO
LEGALE E TRIBUTARIO

L'affiliazione commerciale ("franchising") e' il contratto, comunque denominato, fra due soggetti giuridici, **economicamente e giuridicamente indipendenti**, in base al quale una parte concede la disponibilita' all'altra, **verso corrispettivo**, di **un insieme** di diritti di proprieta' industriale o intellettuale relativi a marchi, denominazioni commerciali, insegne, modelli di utilita', disegni, diritti di autore, know-how, brevetti, assistenza o consulenza tecnica e commerciale, inserendo l'affiliato in un sistema costituito da una pluralita' di affiliati distribuiti sul territorio, allo scopo di commercializzare determinati beni o servizi.(Articolo 1, comma 1, Legge 129/2004)

Tale contratto deve essere stipulato per iscritto a pena di nullità (Articolo 3, I comma, Legge 129/2004).

Elementi che devono essere espressamente indicati nel contratto di franchising ed elementi solo eventuali



STUDIO
LEGALE E TRIBUTARIO

“Il contratto **deve** inoltre espressamente indicare:

- a) l'ammontare degli investimenti [e delle eventuali spese di ingresso] che l'affiliato deve sostenere prima dell'inizio dell'attività;
- b) le modalità di calcolo e di pagamento delle royalties, [e l'eventuale indicazione di un incasso minimo da realizzare da parte dell'affiliato];
- c) [l'ambito di eventuale esclusiva territoriale sia in relazione ad altri affiliati, sia in relazione a canali ed unità di vendita direttamente gestiti dall'affiliante;]
- d) la specifica del know-how fornito dall'affiliante all'affiliato;
- e) [le eventuali modalità di riconoscimento dell'apporto di know-how da parte dell'affiliato;]
- f) le caratteristiche dei servizi offerti dall'affiliante in termini di assistenza tecnica e commerciale, progettazione ed allestimento, formazione;
- g) le condizioni di rinnovo, risoluzione [o eventuale cessione del contratto stesso]” (Articolo 3, comma 4, Legge 129/2004)

Conseguenze della mancata specificazione dei contenuti obbligatori del contratto



STUDIO
LEGALE E TRIBUTARIO

La mancanza di uno o più elementi essenziali ex articolo 3, comma 4 della Legge 129/2004, comporta la nullità del contratto.

La mancanza di uno o più elementi eventuali non incide sulla validità del contratto.

Quando si può parlare di contratto di franchising ai sensi della Legge 129/2004



STUDIO
LEGALE E TRIBUTARIO

Quando nel contratto è previsto:

- a) l'obbligo del franchisee di sostenere gli investimenti necessari per lo svolgimento dell'attività di franchising ;
- b) l'obbligo del franchisee di pagare una remunerazione sotto forma di royalty;
- c) l'obbligo del franchisor di fornire il Know-how;
- d) l'obbligo del franchisor di fornire assistenza al franchisee.

Se manca uno di questi elementi non saremo in presenza di un contratto di franchising , ma di un contratto di distribuzione diverso, anche se molto simile, non soggetto alla Legge 129/2004.

Investimenti a carico del franchisee: indicazione dell'ammontare da parte del franchisor



STUDIO
LEGALE E TRIBUTARIO

- a) Si vuole proteggere il franchisee dal rischio di essere chiamato a sostenere investimenti o spese inutili o eccessive rispetto ai risultati ottenibili con l'attività oggetto del contratto;
- b) per “investimenti” si intende: i costi per l'arredamento del negozio, per l'acquisto di strumenti di lavoro particolare , computer etc. etc.;
- c) Il franchisor (che predispone il contratto) ne indica l'ammontare (di solito gli arredi vengono forniti dallo stesso franchisor).

Obbligo di corrispondere royalties ed entry fee



STUDIO
LEGALE E TRIBUTARIO

- a) Per royalties si intende: una percentuale che l'affiliante richiede all'affiliato commisurata al giro d'affari del medesimo o in quota fissa, da versarsi anche in quote fisse periodiche (Articolo 1, terzo comma, lett .c , Legge 129/2004).

- a) Per entry fee (diritto di ingresso) si intende: una cifra fissa rapportata anche al valore economico e alla capacità di sviluppo della rete, che l'affiliato versa al momento della stipula del contratto di affiliazione commerciale. (Articolo 1, comma 3 lett. b, Legge 129/2004). Esso è ricompreso nella nozione di “spese di ingresso” contenuta nell’Articolo 3, comma 4 delle Legge 129/2004.

Rappresentano il corrispettivo dovuto dal franchisee al franchisor per la messa a disposizione dei segni distintivi, diritti di proprietà industriale o intellettuale e/o per la fornitura di servizi (Know-how, assistenza) e non il corrispettivo per la merce da rivendere. Nessun corrispettivo indiretto.

Modalità di calcolo e pagamento delle royalties ed eventuale incasso minimo



STUDIO
LEGALE E TRIBUTARIO

- a) Il contratto deve precisare in che modo debbono essere calcolate le royalties e secondo quali modalità (tempi, mezzi di pagamento, etc. etc.) debbono essere corrisposte al franchisor (Articolo 3, comma 4, Legge 129/2004).

- b) Nozione di incasso minimo: potrebbe far riferimento ad un minimo di fatturato (quantità di prodotti che il franchisee si impegna ad acquistare dal franchisor) o, piuttosto, un incasso minimo forfettario (per la vendita dei prodotti o la fornitura dei servizi alla clientela) su cui calcolare le royalties indipendentemente dall'effettivo raggiungimento dello stesso (tesi preferibile).

- a) Know-how: un patrimonio di conoscenze pratiche non brevettate derivanti da esperienze e da prove eseguite dall'affiliante, patrimonio che e' segreto, sostanziale ed individuato; per **segreto**, che il know-how, considerato come complesso di nozioni o nella precisa configurazione e composizione dei suoi elementi, non e' generalmente noto ne' facilmente accessibile; per **sostanziale**, che il know-how comprende conoscenze indispensabili all'affiliato per l'uso, per la vendita o la rivendita, la gestione l'organizzazione dei beni o servizi contrattuali; per **individuato**, che il know-how deve essere descritto in modo sufficientemente esauriente, tale da consentire di verificare se risponde ai criteri di segretezza e di sostanzialità (Articolo 1, comma 3, lett. a, Legge 129/2004).
- b) Know-how “qualificato”: definizione tratta dal Regolamento CE di esenzione per categoria n.2790/1999

Obbligo di fornire il Know-how: sua specifica da parte del franchisor



STUDIO
LEGALE E TRIBUTARIO

- a) La specifica consiste nella descrizione sufficientemente esauriente del Know-how da parte del franchisor al franchisee al momento della consegna del contratto che dovrà avvenire 30 giorni prima della sua sottoscrizione.

- b) La specifica del Know-how non corrisponde pertanto al Know-how stesso (ed, in particolare, al c.d. “manuale operativo”).

Come si trasmette il Know-how



STUDIO
LEGALE E TRIBUTARIO

- Corsi di formazione iniziale;
- Affiancamento pre-apertura;
- Manuali operativi;
- Corsi di aggiornamento;
- Corsi di approfondimento di temi specifici;
- Comunicazioni;
- Affiancamento post-apertura;
- Visite in loco;
- Training on the job;
- Riunioni di gruppo;
- Convention e meeting annuali.

Obblighi di *disclosure* a carico del franchisor



STUDIO
LEGALE E TRIBUTARIO

Sono contenuti negli Articoli 4 e 6 della Legge 129/2004;

- b) Obblighi di *disclosure* ex Articolo 4: obbligo di consegna del contratto trenta giorni prima della firma e obbligo di consegna alcuni allegati;

- c) Obblighi di *disclosure* ex Articolo 6: obbligo precontrattuale di comportamento

Obblighi di informazione precedenti alla sottoscrizione (Articolo 4 Legge 129/2004)



STUDIO
LEGALE E TRIBUTARIO

- a) Copia integrale del contratto;
- b) Dati del franchisor (tra cui ragione sociale e capitale sociale);
- c) copia del bilancio degli ultimi 3 anni (su richiesta del franchisee);
- d) elenco marchi utilizzati (con estremi di registrazione e deposito);
- e) Elementi descrittivi dell'attività;
- e) lista affiliati e loro variazione negli ultimi tre anni;
- f) la descrizione sintetica degli eventuali procedimenti giudiziari o arbitrali, promossi nei confronti dell'affiliante e che si siano conclusi negli ultimi tre anni, relativamente al sistema di affiliazione commerciale in esame, sia da affiliati sia da terzi privati o da pubbliche autorità nel rispetto delle vigenti norme della privacy.

Il tutto da consegnarsi 30 giorni prima della sottoscrizione.

Eccezione: non è necessario consegnare gli allegati per i quali sussistano obbiettive e specifiche esigenze di riservatezza che comunque dovranno essere citati nel contratto.

Obbligo generale di correttezza e di informazione precontrattuale del franchisor (Articolo 6 Legge 129/2004)



STUDIO
LEGALE E TRIBUTARIO

L'affiliante deve tenere, in qualsiasi momento, nei confronti dell'aspirante affiliato, un comportamento ispirato a lealtà, correttezza e buona fede e deve tempestivamente fornire, all'aspirante affiliato, ogni dato e informazione che **lo stesso** ritenga necessari o utili ai fini della stipulazione del contratto di affiliazione commerciale, a meno che non si tratti di informazioni **oggettivamente** riservate o la cui divulgazione costituirebbe violazione di diritti di terzi. L'affiliante deve **motivare** all'aspirante affiliato l'eventuale mancata comunicazione delle informazioni e dei dati dallo stesso richiesti.

Obbligo generale di correttezza e di informazione precontrattuale del franchisee (Articolo 6 Legge 129/2004)



STUDIO
LEGALE E TRIBUTARIO

L'aspirante affiliato deve tenere, in qualsiasi momento nei confronti dell'affiliante, un comportamento improntato a lealtà, correttezza e buona fede e deve fornire, tempestivamente ed in modo esatto e completo, all'affiliante ogni informazione e dato la cui conoscenza risulti necessaria o opportuna ai fini della stipulazione del contratto di affiliazione commerciale, **anche se non espressamente richiesti dall'affiliante.**

Durata del contratto di franchising ex Legge 129/2004



STUDIO
LEGALE E TRIBUTARIO

- a) Il contratto può essere a tempo determinato ovvero a tempo indeterminato.
- b) Durata minima del contratto **a tempo determinato**: l'affiliante dovrà comunque garantire all'affiliato una durata minima sufficiente **all'ammortamento dell'investimento** e, comunque, non inferiore a tre anni fatta salva l'ipotesi di risoluzione anticipata per inadempienza di una delle parti (Articolo 3, comma 3, Legge 129/2004).
 1. Il problema del tempo necessario per l'ammortamento degli investimenti obbligatori ex Articolo 3, comma 4, Legge 129/2004.
 2. Il problema dell'applicabilità della norma ai contratti a tempo indeterminato.



STUDIO
LEGALE E TRIBUTARIO

Avv. Matteo Bignami

matteo.bignami@cbalex.it

www.cbalex.it

20122 MILANO

Galleria San Carlo, 6

Tel. +39 02 778061

Fax +39 02 76021816

E-mail: milano@cbalex.it

00197 ROMA

Via A. Bertoloni, 29

Tel. +39 06 8077547

Fax +39 06 8077527

E-mail: roma@cbalex.it

35137 PADOVA

Galleria dei Borromeo, 3

Tel. +39 049 8775811

Fax +39 049 666086

E-mail: padova@cbalex.it

30174 VENEZIA

Piazza Ferretto, 55/A

Tel. +39 041 2384411

Fax +39 041 975305

E-mail: venezia@cbalex.it

80333 MÜNCHEN

Brienner Straße, 12a

Tel. +49 (0)89 28634-215

Fax +49 (0)89 28634-222

E-mail: muenchen@cbalex.it



STUDIO
LEGALE E TRIBUTARIO

I contratti di distribuzione Profili fiscali

*Giorgio
Orlandini*

25/05/2010

Profili di imposizione diretta

I corrispettivi per la distribuzione di beni

- I corrispettivi in capo all'*accipiens* si qualificano come redditi d'impresa, a prescindere che l'attività sia svolta in forma organizzata o meno.
- Per *accipiens* persone fisiche, o soggetti esteri senza stabile organizzazione in Italia, articolo 55, comma 1, D.P.R. 22 dicembre 1986, n. 917 (**TUIR**):
“Sono redditi d'impresa quelli che derivano dall'esercizio di imprese commerciali. Per esercizio di imprese commerciali si intende l'esercizio per professione abituale, ancorché non esclusiva, delle attività indicate nell'art. 2195 Codice Civile [omissis]” (tra cui anche quelle **ausiliarie alla circolazione di beni e servizi → distribuzione**).

Profili di imposizione diretta

I corrispettivi per la distribuzione di beni

Per la determinazione dei corrispettivi del distributore di beni si possono adottare due diverse configurazioni:

- **Trasferimento della proprietà al cliente finale direttamente da parte del *tradens*** (il corrispettivo del *tradens* è dato dall'intero prezzo di vendita, mentre il corrispettivo dell'*accipiens* (che costituisce un costo per il *tradens*) è costituito semplicemente dall'aggio applicato in sede di vendita al cliente finale);
- **Trasferimento della proprietà al cliente finale da parte dell'*accipiens*** (si hanno sostanzialmente due trasferimenti, ciascuno con un proprio corrispettivo autonomo: il primo dal *tradens* all'*accipiens*; il secondo, dall'*accipiens* al cliente finale).

Profili di imposizione diretta

I corrispettivi per la distribuzione di beni

I corrispettivi per la distribuzione di beni costituiscono oneri deducibili dal reddito fiscalmente imponibile: (i) del *cliente* in caso di impostazione con “doppio passaggio”; (ii) del *tradens*, in caso di impostazione con passaggio singolo.

Le regole per la deduzione sono quelle previste secondo le ordinarie disposizioni del **TUIR**:

- Inerenza (relative all’attività d’impresa) (art. 109, c. 5);
- Competenza (deducibilità nell’esercizio in cui è trasferita la proprietà (art.109, c.2, lett. b);
- Previa imputazione a conto economico (art. 109, c. 4);
- Transfer pricing (corrispettivi o aggi determinati al valore normale; art. 110, c. 7);
- Tradens/distributori italiani o esteri *white list* (art. 110, cc. 9 e 10).

Profili di imposizione diretta

I corrispettivi per la distribuzione di servizi (franchising)

I corrispettivi per i contratti di franchising costituiscono oneri deducibili dal reddito fiscalmente imponibile del franchisee. Le regole per la deduzione sono quelle previste secondo le ordinarie disposizioni del **TUIR**:

- Inerenza (relative all'attività d'impresa) (art. 109, c. 5);
- Competenza: 1) canoni periodici, deducibili nell'esercizio in cui maturano (art. 109, c. 2, lett. b); 2) costi "una tantum", da ripartire in quote costanti sulla durata del contratto di franchising (art. 103, c. 2);
- Previa imputazione a conto economico (art. 109, c. 4);
- Transfer pricing (corrispettivi o aggi determinati al valore normale; art. 110, c. 7);
- Tradens/distributori italiani o esteri *white list* (art. 110, cc. 9 e 10).

Ritenute fiscali applicabili sui compensi per lo sfruttamento degli *intangibles* (es. know how) in caso di franchising

Ai sensi dell'art. 25 del D.p.r. 29 settembre 1973, n. 600, sui compensi corrisposti al *franchisor* (trattandosi di royalties per lo sfruttamento di know how) si applica:

- Una ritenuta con aliquota del 20%, quando il *franchisor* è una persona fisica fiscalmente residente in Italia che opera al di fuori dell'esercizio dell'impresa;
- Una ritenuta del 30% quando il *franchisor* è fiscalmente residente all'estero (fatto salvo il caso in cui trovi applicazione l'esenzione di cui all'art. 26 *quater* del D.p.r. 29 settembre 1973, n. 600, oppure sia applicabile una convenzione per evitare la doppia imposizione sui redditi che prevede un'aliquota inferiore).

Profili di imposizione diretta

Il distributore come stabile organizzazione personale

Il distributore può configurare **stabile organizzazione** (cd. “personale”) in Italia di un *tradens* estero (in caso di impostazione con “passaggio singolo”). In base all’art. 162, commi 6 e 7 TUIR:

➤6. “[omissis] *costituisce una stabile organizzazione dell'impresa di cui al comma 1 il soggetto, residente o non residente, che nel territorio dello Stato abitualmente conclude in nome dell'impresa stessa contratti diversi da quelli di acquisto di beni.*

➤7. *Non costituisce stabile organizzazione dell'impresa non residente il solo fatto che essa eserciti nel territorio dello Stato la propria attività per mezzo di un mediatore, di un commissionario generale, o di ogni altro intermediario che goda di uno status indipendente, a condizione che dette persone agiscano nell'ambito della loro ordinaria attività*”.

Profili di imposizione diretta

Il distributore come stabile organizzazione personale

Art. 162, comma 7 TUIR

Status indipendente da valutare in base (1)



- **Al livello di dettaglio del controllo da parte del *tradens*** (*Commentario OCSE al modello di Convenzione, sub art. 5, par. 38 e 38.3*);
- **All'imputazione del rischio imprenditoriale** (*Commentario OCSE al modello di Convenzione, sub art. 5, par. 38; Cass. Civ. sent. nn. 3367, 3368, 7682 e 10925 del 20.12.2001*);

Profili di imposizione diretta

Il distributore come stabile organizzazione personale

Art. 162, comma 7 TUIR

Status indipendente da valutare in base (2)



- **Alla limitazione dell'ampiezza degli affari che possono essere svolti dal distributore** (*Commentario OCSE al modello di Convenzione, sub art. 5, par. 38.4*);
- **All'obbligo del distributore di dare informazioni al tradens** (*Commentario OCSE al modello di Convenzione, sub art. 5, par. 38.5*);
- **Se il distributore è pluri o mono mandatario** (*Commentario OCSE al modello di Convenzione, sub art. 5, par. 38.6; Ris. Min. 20.4.1982, n. 12/201*).

Profili di imposizione diretta

Il distributore come stabile organizzazione personale

Art. 162, comma 7 TUIR

Attività ordinaria:

- **Svolgimento di attività che appartengono all'area d'affari del distributore** (anziché del *tradens*) (*Commentario OCSE al modello di Convenzione, sub art. 5, par. 38.7*);
- **Se il compimento di atti estranei all'area di affari del distributore è occasionale, non ci dovrebbe essere comunque stabile organizzazione del *tradens*** (*come si desume dal Commentario OCSE al modello di Convenzione, sub art. 5, par. 37*);

Profili di imposizione diretta

Il distributore come stabile organizzazione personale

Art. 162, comma 7 TUIR

Esercizio abituale del potere di concludere contratti:

- **Elevata frequenza e rilevanza in termini di volume d'affari** (*OCSE; Issues Arising from Article 5 (Permanent Establishment) of the Model Tax Convention del 7.11.2002, parr. 103 e ss.*);
- **I contratti devono riguardare l'attività propria dell'impresa, e non operazioni interne o l'assunzione di dipendenti** (*Commentario OCSE al modello di Convenzione, sub art. 5, par. 33*).

Profili di imposizione indiretta - IVA

Qualificazione dell'operazione

**Ai sensi dell'art. 3, c. 1, del D.p.r. 26 ottobre 1972, n. 633 (Decreto IVA),
le prestazioni derivanti da contratti di distribuzione configurati:**

- ➔ con “doppio passaggio”, costituiscono cessioni di beni; mentre quelli configurati

- ➔ con passaggio singolo oppure i contratti di distribuzione di servizi, costituiscono prestazioni di servizi.

Profili di imposizione indiretta - IVA

Qualificazione dell'operazione

Ai sensi dell'art. 6 del Decreto IVA:

- Le cessioni di beni si considerano effettuate nel momento della consegna o spedizione se riguardano beni mobili (comma 1);
- Le prestazioni di servizi si considerano effettuate all'atto del pagamento del corrispettivo (comma 3);
- Se anteriormente al verificarsi degli eventi indicati nei precedenti commi o indipendentemente da essi sia emessa fattura, o sia pagato in tutto o in parte il corrispettivo, l'operazione si considera effettuata, limitatamente all'importo fatturato o pagato, alla data della fattura o a quella del pagamento (comma 4).

Profili di imposizione indiretta - IVA

TERRITORIALITA' – Cessione dei beni

Ai sensi dell'art. 7 bis del decreto IVA



le cessioni di beni sono territorialmente rilevanti ai fini IVA quando hanno per oggetto **beni immobili** ovvero **beni mobili nazionali, comunitari o vincolati al regime della temporanea importazione, esistenti nel territorio dello stesso ovvero beni mobili spediti da altro Stato membro, installati, montati o assiemati nel territorio dello Stato dal fornitore o per suo conto.**



Ai sensi del nuovo articolo 7-bis, la regola generale per determinare il luogo di effettuazione di una cessione è individuare il luogo dove i beni si trovano all'atto del loro trasferimento (N.B: esistono tuttavia alcune deroghe come, ad esempio, il caso della cessione triangolare comunitaria ove il promotore è un soggetto Italiano)

Profili di imposizione indiretta - IVA

TERRITORIALITA' – Cessione dei beni

Operazioni intracomunitarie:

In linea di massima, gli acquisti intracomunitari di beni assumono rilevanza in Italia se si verificano le seguenti condizioni:

- i beni sono spediti o trasportati nel territorio nazionale provenienti da un altro Stato Comunitario;
- oggetto della transazione sono beni che provengono da un altro Stato della Comunità ove sono stati prodotti o immessi in “libera pratica”.

Profili di imposizione indiretta - IVA

TERRITORIALITA' – Servizi

Ai sensi dell'art. 7-ter del Decreto IVA le prestazioni di servizi si considerano effettuate nel territorio dello Stato quando (i) sono rese a soggetti passivi stabiliti nel territorio dello Stato (ii) sono rese a committenti non soggetti passivi da soggetti passivi stabiliti nel territorio dello Stato.

Profili di imposizione indiretta - IVA

TERRITORIALITA' – Servizi

- Inoltre, ai sensi dell'art. 7-sexies del Decreto IVA, in deroga a quanto stabilito dall'articolo 7-ter, si considerano effettuate nel territorio dello Stato, se rese a committenti non soggetti passivi:
 - ✓ le prestazioni di trasporto di beni diverse dal trasporto intracomunitario, in proporzione alla distanza percorsa nel territorio dello Stato;
 - ✓ Le prestazioni di trasporto intracomunitario di beni, quando la relativa esecuzione ha inizio nel territorio dello Stato

Profili di imposizione indiretta - IVA

TERRITORIALITA' – Servizi trasporto INTRACOMUNITARIO

Prestatore	Committente	IVA in Italia	Regola
IT Soggetto Passivo	IT Soggetto passivo	SI	Luogo di stabilimento del committente
	UE – Extra UE Soggetto passivo	NO	
	IT – UE – Extra UE privati	SI	In partenza da Italia
		NO	In partenza da UE
UE – Extra UE Soggetto Passivo	IT Soggetto passivo	SI	Luogo di stabilimento del committente
	UE – Extra UE Soggetto passivo	NO	
	IT – UE – Extra UE privati	SI	In partenza da Italia
		NO	In partenza da UE

Profili di imposizione indiretta - IVA

TERRITORIALITA' – Servizi trasporto NON INTRACOMUNITARIO

Prestatore	Committente	IVA in Italia	Regola
IT Soggetto Passivo	IT Soggetto passivo	SI	Luogo di stabilimento del committente
	UE – Extra UE Soggetto passivo	NO	
	IT – UE – Extra UE privati	SI	Distanza percorsa in ITA
		NO	Distanza percorsa in ITA
UE – Extra UE Soggetto Passivo	IT Soggetto passivo	SI	Luogo di stabilimento del committente
	UE – Extra UE Soggetto passivo	NO	
	IT – UE – Extra UE privati	SI	Distanza percorsa in ITA
		NO	Distanza percorsa in ITA



STUDIO
LEGALE E TRIBUTARIO

Dott. Giorgio Orlandini

giorgio.orlandini@cbalex.it

www.cbalex.it

20122 MILANO

Galleria San Carlo, 6

Tel. +39 02 778061

Fax +39 02 76021816

E-mail: milano@cbalex.it

00197 ROMA

Via A. Bertoloni, 29

Tel. +39 06 8077547

Fax +39 06 8077527

E-mail: roma@cbalex.it

35137 PADOVA

Galleria dei Borromeo, 3

Tel. +39 049 8775811

Fax +39 049 666086

E-mail: padova@cbalex.it

30174 VENEZIA

Piazza Ferretto, 55/A

Tel. +39 041 2384411

Fax +39 041 975305

E-mail: venezia@cbalex.it

80333 MÜNCHEN

Brienner Straße, 12a

Tel. +49 (0)89 28634-215

Fax +49 (0)89 28634-222

E-mail: muenchen@cbalex.it