



Notiziario Agent321

Approfondimenti & Informazioni per Agenti di Commercio

Hai domande di natura **Fiscale o Legale** da rivolgere ai nostri Consulenti? Scrivici a: redazione@agent321.com

Un Febbraio all'insegna dell'Internazionalizzazione per Agent321

della Redazione di Agent321

Per Agent321, il 2014 si è aperto all'insegna dell'Internazionalizzazione. Ancora una volta l'organizzazione internazionale, che si occupa di mettere in contatto gli agenti di commercio di tutto il mondo con le aziende alla ricerca di nuove figure commerciali da inserire nella propria rete vendita, è in prima linea proprio per offrire i suoi Servizi di Internazionalizzazione alle imprese estere intente a conoscere il mercato italiano.

Agent321, in collaborazione con la Camera di Commercio Slovena (GZS), gli scorsi 12 e 13 Febbraio ha organizzato due seminari, rispettivamente presso le Camere di Commercio di **Nova Gorica** e di **Koper**, in Slovenia. Tra i relatori, il dott. **Marko Jarč** (responsabile GZS) e il dott. **Boris Antolič** (Ministro Plenipotenziario Affari Economici dell'Ambasciata Slovenia di Roma) che hanno presentato alle Aziende Slovene il Mercato Italiano e le opportunità che può offrire anche in un momento difficile come quello attuale. Molto apprezzato è stato l'intervento di **Enrico Seminara**, Vicepresidente Agent321, che ha parlato dell'importanza dell'Agente di Commercio e di quanto questa figura professionale sia ancora determinante e tanto ricercata per le sue caratteristiche di presidio territoriale, frequenza del contatto con la clientela e per la conoscenza delle singole realtà locali, tutti elementi fondamentali per garantire ad ogni Azienda l'efficacia della propria presenza sul mercato.

Sempre a Febbraio, lunedì 26, questa volta a Praga, in Repubblica Ceca, un'altra giornata da segnalare. Grazie all'impeccabile organizzazione curata da **CzechTrade** (Agenzia nazionale per la promozione del commercio presso il Ministero dell'Industria e del Commercio della Repubblica Ceca) nella persona della dott.ssa **Ivana Třosková**, coadiuvata dalla dott.ssa **Petra Schovancová**, si è svolto il seminario: **-Italia: Notizie, Opportunità e Forme di Business-**. Anche in questa occasione, è stata presentata alle tante Aziende Cechie presenti la figura, per loro poco conosciuta, dell'Agente di Commercio e del ruolo fondamentale che gioca nel mercato italiano. Proprio per offrire opportunità di approfondimento soprattutto di carattere legale, contrattuale e fiscale, oltre al Vicepresidente Agent321, **Enrico Seminara**, ha partecipato anche l'**Avvocato Lorenzo Bianchi**, Chief Legal Officer Agent321.



Il seminario si è concluso con la presentazione di **Forum Agenti Milano** del prossimo 28 e 29 Novembre 2014, al quale parteciperà una delegazione di Aziende Cechie.

Agenti di Commercio: trattamento dei costi di hotel e ristoranti

di Massimiliano Bellucci



Le spese sostenute da un Agente e Rappresentante di Commercio per hotel e ristoranti, quando le stesse non siano considerate spese di rappresentanza ovvero non siano state effettuate con «finalità promozionali o di pubbliche relazioni e il cui sostenimento risponda a criteri di ragionevolezza in funzione dell'obiettivo di generare anche potenzialmente benefici economici per l'impresa», possono essere inquadrate quali spese di produzione. Dunque gli Agenti e Rappresentanti stessi, al pari degli altri imprenditori titolari di partita Iva, quando ricorrono i presupposti sopra indicati e appurato che tali spese siano direttamente ed effettivamente correlate ed inerenti all'attività di produzione imprenditoriale, possono detrarre integralmente l'imposta sul valore aggiunto (Iva) relativa ai servizi alberghieri e di ristorazione.

È inutile evidenziare che, al fine di poter usufruire della piena detraibilità Iva, è necessaria la contabilizzazione di una fattura con Iva esposta; al contrario, in presenza di una semplice ricevuta fiscale (quindi con Iva non esposta), l'imposta sul valore aggiunto non potrà essere detratta ma verrà anch'essa considerata **costo in deduzione**. La normativa vigente prevede inoltre una riduzione al 75% della deducibilità ai fini Irpef, Ires nonché Irap degli oneri connessi alle prestazioni di vitto e alloggio. Una partita di giro che risponde alla necessità di mantenere sostanzialmente invari-

riate le entrate erariali che avrebbero subito un calo non indifferente in seguito all'ampliamento del diritto alla detrazione Iva avvenuto nell'anno 2008.

Solo se convinci il cliente... sei agente?

di Marco Salvadori



Recentemente il Tribunale di Roma, con sentenza del 28.05.2013 n°11687, ha ribadito un orientamento della Corte di Cassazione, sez. lav. del 01.04.2004, n° 6482, per il quale la prestazione dell'agente consiste in atti di contenuto vario e non predeterminato che tendono tutti alla promozione della conclusione di contratti in una zona determinata per conto del preponente, quali il compito di propaganda, la predisposizione dei contratti, la ricezione e la trasmissione delle proposte al preponente per l'accettazione.

L'attività tipica dell'agente di commercio, che sia o meno un iscritto all'Enasarco, non richiede, quindi, necessariamente la ricerca del cliente ed è sempre riconducibile alla prestazione dedotta nel contratto di agenzia anche quando il cliente, da cui proviene la proposta di contratto trasmessa dall'agente, non sia stato direttamente ricercato da quest'ultimo ma risulti acquisito su indicazioni del preponente (o in qualsiasi altro modo), purché sussista nesso di causalità tra l'opera promozionale svolta dall'agente nei confronti del cliente e la conclusione dell'affare cui si riferisce la richiesta di provvigione. In ogni caso, perché possa configurarsi un contratto di agenzia non occorre che l'agente abbia la possibilità di fissare prezzi e sconti e comunque quella di modulare le condizioni del servizio alle peculiari esigenze dei clienti del servizio stesso, potendo la standardizzazione delle condizioni di vendita rendere preminente l'azione di propaganda rispetto a quella di preparazione e allestimento del contratto.

In sostanza, l'agente deve convincere il potenziale cliente a effettuare delle ordinazioni dei prodotti del preponente, a nulla rilevando che le condizioni di stipula del contratto siano legate a schemi e contenuti negoziali predefiniti dal preponente.

Notiziario Agent321

a cura di Agent321 - International Bureau of Commercial Agents, Brokers & Distributors
Numero Verde 800.86.16.16
E-mail: redazione@agent321.com