

**DOCUMENTAZIONE
PER LA COMMISSIONE DEGLI ESPERTI
PER LA VALIDAZIONE DEGLI STUDI DI SETTORE**

**ATTIVITÀ DEI SERVIZI
INTERMEDIARI DEL COMMERCIO**

Roma, 31 gennaio 2008

**Verbali delle riunioni svoltesi con le Associazioni di categoria
per la presentazione e la discussione dei prototipi degli studi di settore**

STUDIO	ATTIVITÀ ECONOMICHE (ATECO 2007)
UG61A	<p>46.17.01 - Agenti e rappresentanti di prodotti ortofrutticoli freschi, congelati e surgelati</p> <p>46.17.02 - Agenti e rappresentanti di carni fresche, congelate, surgelate, conservate e secche; salumi</p> <p>46.17.03 - Agenti e rappresentanti di latte, burro e formaggi</p> <p>46.17.04 - Agenti e rappresentanti di oli e grassi alimentari: olio d'oliva e di semi, margarina ed altri prodotti simili</p> <p>46.17.05 - Agenti e rappresentanti di bevande e prodotti simili</p> <p>46.17.06 - Agenti e rappresentanti di prodotti ittici freschi, congelati, surgelati e conservati e secchi</p> <p>46.17.07 - Agenti e rappresentanti di altri prodotti alimentari (incluse le uova e gli alimenti per gli animali domestici); tabacco</p> <p>46.17.08 - Procacciatori d'affari di prodotti alimentari, bevande e tabacco</p> <p>46.17.09 - Mediatori in prodotti alimentari, bevande e tabacco</p>
UG61B	<p>46.15.01 - Agenti e rappresentanti di mobili in legno, metallo e materie plastiche</p> <p>46.15.02 - Agenti e rappresentanti di articoli di ferramenta e di bricolage</p> <p>46.15.03 - Agenti e rappresentanti di articoli casalinghi, porcellane, articoli in vetro eccetera</p> <p>46.15.04 - Agenti e rappresentanti di vernici, carte da parati, stucchi e cornici decorativi</p> <p>46.15.05 - Agenti e rappresentanti di mobili e oggetti di arredamento per la casa in canna, vimini, giunco, sughero, paglia; scope, spazzole, cesti e simili</p> <p>46.15.06 - Procacciatori d'affari di mobili, articoli per la casa e ferramenta</p> <p>46.15.07 - Mediatori in mobili, articoli per la casa e ferramenta</p>
UG61C	<p>46.16.01 - Agenti e rappresentanti di vestiario ed accessori di abbigliamento</p> <p>46.16.02 - Agenti e rappresentanti di pellicce</p> <p>46.16.03 - Agenti e rappresentanti di tessuti per abbigliamento ed arredamento (incluse merceria e passamaneria)</p> <p>46.16.04 - Agenti e rappresentanti di camicie, biancheria e maglieria intima</p> <p>46.16.05 - Agenti e rappresentanti di calzature ed accessori</p> <p>46.16.06 - Agenti e rappresentanti di pelletteria, valige ed articoli da viaggio</p> <p>46.16.07 - Agenti e rappresentanti di articoli tessili per la casa, tappeti, stuoie e materassi</p> <p>46.16.08 - Procacciatori d'affari di prodotti tessili, abbigliamento, pellicce, calzature e articoli in pelle</p> <p>46.16.09 - Mediatori in prodotti tessili, abbigliamento, pellicce, calzature e articoli in pelle</p>
UG61D	<p>46.18.11 - Agenti e rappresentanti di carta e cartone (esclusi gli imballaggi; articoli di cartoleria e cancelleria)</p> <p>46.18.12 - Agenti e rappresentanti di libri e altre pubblicazioni (inclusi i relativi abbonamenti)</p> <p>46.18.13 - Procacciatori d'affari di prodotti di carta, cancelleria, libri</p> <p>46.18.14 - Mediatori in prodotti di carta, cancelleria, libri</p> <p>46.18.21 - Agenti e rappresentanti di computer, periferiche, attrezzature per le telecomunicazioni, elettronica di consumo audio e video, materiale elettrico per uso domestico</p> <p>46.18.22 - Agenti e rappresentanti di apparecchi elettrodomestici</p> <p>46.18.23 - Procacciatori d'affari di prodotti di elettronica</p> <p>46.18.24 - Mediatori in prodotti di elettronica</p>

- 46.18.31 - Agenti e rappresentanti di prodotti farmaceutici; prodotti di erboristeria per uso medico
- 46.18.32 - Agenti e rappresentanti di prodotti sanitari ed apparecchi medicali, chirurgici e ortopedici
- 46.18.33 - Agenti e rappresentanti di prodotti di profumeria e di cosmetica (inclusi articoli per parrucchieri); prodotti di erboristeria per uso cosmetico
- 46.18.34 - Procacciatori d'affari di prodotti farmaceutici e di cosmetici
- 46.18.35 - Mediatori in prodotti farmaceutici e cosmetici
- 46.18.91 - Agenti e rappresentanti di attrezzature sportive; biciclette
- 46.18.92 - Agenti e rappresentanti di orologi, oggetti e metalli preziosi
- 46.18.93 - Agenti e rappresentanti di articoli fotografici, ottici e prodotti simili; strumenti scientifici e per laboratori di analisi
- 46.18.94 - Agenti e rappresentanti di saponi, detersivi, candele e prodotti simili
- 46.18.95 - Agenti e rappresentanti di giocattoli
- 46.18.96 - Agenti e rappresentanti di chincaglieria e bigiotteria
- 46.18.97 - Agenti e rappresentanti di altri prodotti non alimentari nca (inclusi gli imballaggi e gli articoli antinfortunistici, antincendio e pubblicitari)
- 46.18.98 - Procacciatori d'affari di attrezzature sportive, biciclette e altri prodotti nca
- 46.18.99 - Mediatori in attrezzature sportive, biciclette e altri prodotti nca
- 46.19.01 - Agenti e rappresentanti di vari prodotti senza prevalenza di alcuno
- 46.19.02 - Procacciatori d'affari di vari prodotti senza prevalenza di alcuno
- 46.19.03 - Mediatori in vari prodotti senza prevalenza di alcuno
- 46.19.04 - Gruppi di acquisto; mandatari agli acquisti; buyer

UG61E

- 46.14.01 - Agenti e rappresentanti di macchine, attrezzature ed impianti per l'industria ed il commercio; materiale e apparecchi elettrici ed elettronici per uso non domestico
- 46.14.02 - Agenti e rappresentanti di macchine per costruzioni edili e stradali
- 46.14.03 - Agenti e rappresentanti di macchine ed attrezzature per ufficio
- 46.14.04 - Agenti e rappresentanti di macchine ed attrezzature per uso agricolo (inclusi i trattori)
- 46.14.05 - Agenti e rappresentanti di navi, aeromobili e altri veicoli (esclusi autoveicoli, motocicli, ciclomotori e biciclette)
- 46.14.06 - Procacciatori d'affari di macchinari, impianti industriali, navi e aeromobili, macchine agricole, macchine per ufficio e computer
- 46.14.07 - Mediatori in macchinari, impianti industriali, navi e aeromobili, macchine agricole, macchine per ufficio e computer

UG61F

- 46.11.01 - Agenti e rappresentanti di materie prime agricole
- 46.11.02 - Agenti e rappresentanti di fiori e piante
- 46.11.03 - Agenti e rappresentanti di animali vivi
- 46.11.04 - Agenti e rappresentanti di fibre tessili gregge e semilavorate, cuoio e pelli
- 46.11.05 - Procacciatori d'affari di materie prime agricole, animali vivi, materie prime e semilavorati tessili; pelli grezze
- 46.11.06 - Mediatori in materie prime agricole, materie prime e semilavorati tessili; pelli grezze
- 46.11.07 - Mediatori in animali vivi

UG61G

- 46.12.01 - Agenti e rappresentanti di carburanti, gpl, gas in bombole e simili; lubrificanti
- 46.12.02 - Agenti e rappresentanti di combustibili solidi
- 46.12.03 - Agenti e rappresentanti di minerali, metalli e prodotti semilavorati (esclusi i metalli preziosi)
- 46.12.04 - Agenti e rappresentanti di prodotti chimici per l'industria
- 46.12.05 - Agenti e rappresentanti di prodotti chimici per l'agricoltura (inclusi i fertilizzanti)

- 46.12.06 - Procacciatori d'affari di combustibili, minerali, metalli (esclusi i metalli preziosi) e prodotti chimici
- 46.12.07 - Mediatori in combustibili, minerali, metalli (esclusi i metalli preziosi) e prodotti chimici

UG61H

- 46.13.01 - Agenti e rappresentanti di legname, semilavorati in legno e legno artificiale
- 46.13.02 - Agenti e rappresentanti di materiale da costruzione (inclusi gli infissi e gli articoli igienico-sanitari); vetro piano
- 46.13.03 - Agenti e rappresentanti di apparecchi idraulico-sanitari, apparecchi ed accessori per riscaldamento e condizionamento e altri prodotti simili (esclusi i condizionatori per uso domestico)
- 46.13.04 - Procacciatori d'affari di legname e materiali da costruzione
- 46.13.05 - Mediatori in legname e materiali da costruzione

ATTIVITÀ DEI SERVIZI

VERBALE DELLE RIUNIONI SVOLTE CON LE ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA PER LA PRESENTAZIONE E LA DISCUSSIONE DEI PROTOTIPI DEGLI STUDI DI SETTORE

STUDI UG61 A-B-C-D-E-F-G-H (evoluzioni dei predatedi studi TG61 A-B-C-D-E-F-G-H)

Codici di attività:

UG61A

- 46.17.01 – Agenti e rappresentanti di prodotti ortofrutticoli freschi, congelati e surgelati
- 46.17.02 – Agenti e rappresentanti di carni fresche, congelate, surgelate, conservate e secche; salumi
- 46.17.03 – Agenti e rappresentanti di latte, burro e formaggi
- 46.17.04 – Agenti e rappresentanti di oli e grassi alimentari: olio d'oliva e di semi, margarina ed altri prodotti simili
- 46.17.05 – Agenti e rappresentanti di bevande e prodotti simili
- 46.17.06 – Agenti e rappresentanti di prodotti ittici freschi, congelati, surgelati e conservati e secchi
- 46.17.07 – Agenti e rappresentanti di altri prodotti alimentari (incluse le uova e gli alimenti per gli animali domestici); tabacco
- 46.17.08 – Procacciatori d'affari di prodotti alimentari, bevande e tabacco
- 46.17.09 – Mediatori in prodotti alimentari, bevande e tabacco

UG61B

- 46.15.01 – Agenti e rappresentanti di mobili in legno, metallo e materie plastiche
- 46.15.02 – Agenti e rappresentanti di articoli di ferramenta e di bricolage
- 46.15.03 – Agenti e rappresentanti di articoli casalinghi, porcellane, articoli in vetro eccetera
- 46.15.04 – Agenti e rappresentanti di vernici, carte da parati, stucchi e cornici decorativi
- 46.15.05 – Agenti e rappresentanti di mobili e oggetti di arredamento per la casa in canna, vimini, giunco, sughero, paglia; scope, spazzole, cesti e simili
- 46.15.06 – Procacciatori d'affari di mobili, articoli per la casa e ferramenta
- 46.15.07 – Mediatori in mobili, articoli per la casa e ferramenta

UG61C

- 46.16.01 – Agenti e rappresentanti di vestiario ed accessori di abbigliamento
- 46.16.02 – Agenti e rappresentanti di pellicce
- 46.16.03 – Agenti e rappresentanti di tessuti per abbigliamento ed arredamento (incluse merceria e passamaneria)
- 46.16.04 – Agenti e rappresentanti di camicie, biancheria e maglieria intima
- 46.16.05 – Agenti e rappresentanti di calzature ed accessori
- 46.16.06 – Agenti e rappresentanti di pelletteria, valige ed articoli da viaggio
- 46.16.07 – Agenti e rappresentanti di articoli tessili per la casa, tappeti, stuoie e materassi
- 46.16.08 – Procacciatori d'affari di prodotti tessili, abbigliamento, pellicce, calzature e

articoli in pelle

46.16.09 – Mediatori in prodotti tessili, abbigliamento, pellicce, calzature e articoli in pelle

UG61D

46.18.11 – Agenti e rappresentanti di carta e cartone (esclusi gli imballaggi; articoli di cartoleria e cancelleria)

46.18.12 – Agenti e rappresentanti di libri e altre pubblicazioni (inclusi i relativi abbonamenti)

46.18.13 – Procacciatori d'affari di prodotti di carta, cancelleria, libri

46.18.14 – Mediatori in prodotti di carta, cancelleria, libri

46.18.21 – Agenti e rappresentanti di computer, periferiche, attrezzature per le telecomunicazioni, elettronica di consumo audio e video, materiale elettrico per uso domestico

46.18.22 – Agenti e rappresentanti di apparecchi elettrodomestici

46.18.23 – Procacciatori d'affari di prodotti di elettronica

46.18.24 – Mediatori in prodotti di elettronica

46.18.31 – Agenti e rappresentanti di prodotti farmaceutici; prodotti di erboristeria per uso medico

46.18.32 – Agenti e rappresentanti di prodotti sanitari ed apparecchi medicali, chirurgici e ortopedici

46.18.33 – Agenti e rappresentanti di prodotti di profumeria e di cosmetica (inclusi articoli per parrucchieri); prodotti di erboristeria per uso cosmetico

46.18.34 – Procacciatori d'affari di prodotti farmaceutici e di cosmetici

46.18.35 – Mediatori in prodotti farmaceutici e cosmetici

46.18.91 – Agenti e rappresentanti di attrezzature sportive; biciclette

46.18.92 – Agenti e rappresentanti di orologi, oggetti e metalli preziosi

46.18.93 – Agenti e rappresentanti di articoli fotografici, ottici e prodotti simili; strumenti scientifici e per laboratori di analisi

46.18.94 – Agenti e rappresentanti di saponi, detersivi, candele e prodotti simili

46.18.95 – Agenti e rappresentanti di giocattoli

46.18.96 – Agenti e rappresentanti di chincaglieria e bigiotteria

46.18.97 – Agenti e rappresentanti di altri prodotti non alimentari nca (inclusi gli imballaggi e gli articoli antinfortunistici, antincendio e pubblicitari)

46.18.98 – Procacciatori d'affari di attrezzature sportive, biciclette e altri prodotti nca

46.18.99 – Mediatori in attrezzature sportive, biciclette e altri prodotti nca

46.19.01 – Agenti e rappresentanti di vari prodotti senza prevalenza di alcuno

46.19.02 – Procacciatori d'affari di vari prodotti senza prevalenza di alcuno

46.19.03 – Mediatori in vari prodotti senza prevalenza di alcuno

46.19.04 – Gruppi di acquisto; mandatari agli acquisti; buyer

UG61E

46.14.01 – Agenti e rappresentanti di macchine, attrezzature ed impianti per l'industria ed il commercio; materiale e apparecchi elettrici ed elettronici per uso non domestico

- 46.14.02** – Agenti e rappresentanti di macchine per costruzioni edili e stradali
- 46.14.03** – Agenti e rappresentanti di macchine ed attrezzature per ufficio
- 46.14.04** – Agenti e rappresentanti di macchine ed attrezzature per uso agricolo (inclusi i trattori)
- 46.14.05** – Agenti e rappresentanti di navi, aeromobili e altri veicoli (esclusi autoveicoli, motocicli, ciclomotori e biciclette)
- 46.14.06** – Procacciatori d'affari di macchinari, impianti industriali, navi e aeromobili, macchine agricole, macchine per ufficio e computer
- 46.14.07** – Mediatori in macchinari, impianti industriali, navi e aeromobili, macchine agricole, macchine per ufficio e computer

UG61F

- 46.11.01** – Agenti e rappresentanti di materie prime agricole
- 46.11.02** – Agenti e rappresentanti di fiori e piante
- 46.11.03** – Agenti e rappresentanti di animali vivi
- 46.11.04** – Agenti e rappresentanti di fibre tessili gregge e semilavorate, cuoio e pelli
- 46.11.05** – Procacciatori d'affari di materie prime agricole, animali vivi, materie prime e semilavorati tessili; pelli grezze
- 46.11.06** – Mediatori in materie prime agricole, materie prime e semilavorati tessili; pelli grezze
- 46.11.07** – Mediatori in animali vivi

UG61G

- 46.12.01** – Agenti e rappresentanti di carburanti, gpl, gas in bombole e simili; lubrificanti
- 46.12.02** – Agenti e rappresentanti di combustibili solidi
- 46.12.03** – Agenti e rappresentanti di minerali, metalli e prodotti semilavorati (esclusi i metalli preziosi)
- 46.12.04** – Agenti e rappresentanti di prodotti chimici per l'industria
- 46.12.05** – Agenti e rappresentanti di prodotti chimici per l'agricoltura (inclusi i fertilizzanti)
- 46.12.06** – Procacciatori d'affari di combustibili, minerali, metalli (esclusi i metalli preziosi) e prodotti chimici
- 46.12.07** – Mediatori in combustibili, minerali, metalli (esclusi i metalli preziosi) e prodotti chimici

UG61H

- 46.13.01** – Agenti e rappresentanti di legname, semilavorati in legno e legno artificiale
- 46.13.02** – Agenti e rappresentanti di materiale da costruzione (inclusi gli infissi e gli articoli igienico-sanitari); vetro piano
- 46.13.03** – Agenti e rappresentanti di apparecchi idraulico-sanitari, apparecchi ed accessori per riscaldamento e condizionamento e altri prodotti similari (esclusi i condizionatori per uso domestico)
- 46.13.04** – Procacciatori d'affari di legname e materiali da costruzione
- 46.13.05** – Mediatori in legname e materiali da costruzione

In conformità a quanto stabilito dai protocolli d'intesa siglati con le Associazioni di Categoria in data 26 settembre 1996 e 14 dicembre 2006, l'approvazione degli studi è preceduta da una fase di confronto tendente a verificare l'idoneità degli stessi a rappresentare la realtà alla quale si riferiscono. A tal fine sono state convocate n° 4 riunioni presso i locali dell'Agenzia delle Entrate finalizzate a verificare la predetta idoneità relativamente ai prototipi degli studi di settore UG61 A-B-C-D-E-F-G-H, in data 20 giugno, 15 ottobre, 20 novembre e 21 dicembre 2007.

Alle riunioni sono intervenuti i rappresentanti dell'Agenzia delle Entrate, della SO.SE. S.p.A e delle seguenti associazioni:

- CONFCOMMERCIO
- CONFESERCENTI
- USARCI
- FNAARC
- ANSACAP
- FEDERAGENTI

Gli studi di settore UG61 A-B-C-D-E-F-G-H costituiscono evoluzioni dei precedenti studi TG61 A-B-C-D-E-F-G-H, in vigore a decorrere dall'anno d'imposta 2003.

Nell'ambito delle predette riunioni e dall'esame dei prototipi è emerso quanto segue:

A) OSSERVAZIONI DELLE ASSOCIAZIONI

La Federagenti, con nota del 14 gennaio 2008, evidenzia le osservazioni di seguito riportate:

– **Impresa familiare:** Attualmente la percentuale del lavoro del coadiuvante (collaboratore familiare) viene sommata a quella del Titolare. In tal modo la percentuale imputata al coadiuvante pesa troppo rispetto a quella del titolare, soprattutto in considerazione del notevolmente diverso apporto dei due soggetti all'attività aziendale.

In tale ottica pare opportuno sottolineare come i versamenti contributivi Enasarco riguardino unicamente il Titolare - unico a svolgere realmente attività di agenzia - e non anche il coadiuvante.

Ciò premesso proponiamo che la percentuale relativa al coadiuvante sia compresa in una forbice tra il 5 ed il 10% e non più fino al 49%.

– **Costo carburante:** Non essendoci una diretta correlazione tra il costo del carburante (voce di costo maggiormente significativa nell'attività di agente di commercio) e i ricavi dell'agente, si propone di applicare una percentuale di abbattimento di tale costo direttamente proporzionale all'ampiezza della zona di attività dell'agente, tenuto conto altresì della sua residenza effettiva. Ciò sulla stregua dell'ulteriore abbattimento del 20% del costo del carburante applicato nel recente passato.

– **Stagionalità:** In alcuni settori (abbigliamento, pelletteria ecc) essendoci notevole differimento temporale tra il momento di sostenibilità dei costi e il conseguimento dei ricavi per la natura stessa dell'attività svolta, gli agenti di tali settori potrebbero risultare non congrui e non coerenti, con ciò derivandone una ingiusta discriminazione rispetto a colleghi

di altri settori. Si propone, pertanto, di aggiungere all'interno dello studio una casella recante l'indicazione della tipologia lavorativa "stagionale/non stagionale", ove per stagionale si intendano quelle attività in cui la provvigione viene normalmente liquidata successivamente al semestre di riferimento.

– **Agenti aventi come clientela anche Istituzioni, Enti pubblici, Aziende pubbliche:** come per il punto precedente, anche in tal caso il differimento temporale tra il sostenimento dei costi e la liquidazione della provvigione può essere notevole, provocando le medesime conseguenze e disparità qualora l'agente ottenga il proprio fatturato soprattutto tramite la clientela in oggetto. Proponiamo che la voce "Tipologia clienti/Enti Pubblici e Privati" sia scorporata dando vita a due voci distinte "Enti pubblici" ed "Enti Privati", e laddove la percentuale indicata alla voce "Enti pubblici" sia maggiore del 50% ciò sia considerato con particolare attenzione.

– **Non coerenza:** relativamente alla "coerenza", si ritiene che non abbia senso dare un limite massimo all'indicatore "valore aggiunto per addetto", mentre basterebbe limitarsi ad indicare un limite minimo. Con ciò si estinguerebbe il paradossale fenomeno degli agenti risultanti non coerenti perchè con guadagni troppo alti rispetto a quelli previsti statisticamente dagli Studi.

– **Lo studio UG61E** è scarsamente omogeneo da un punto di vista qualitativo, contenendo allo stesso tempo, ad esempio, agenti che commercializzano "navi" (in numero veramente esiguo) ed agenti che commercializzano "macchine per ufficio" (molto più numerosi).

– **Essendoci notevole scostamento tra le provvigioni mediamente praticate e quelle previste dagli Studi e scaturenti da indagini statistiche,** suggeriamo che sia effettuato un censimento presso le ditte mandanti (volume vendite, provvigioni corrisposte) per individuare una corretta ed attendibile percentuale provvigionale. Con ciò si limiterebbe il caso degli agenti che avendo una percentuale provvigionale bassa in termini assoluti, riconosciuta da una ditta mandante con marchio ad alta riconoscibilità, rischiano per tale motivo di non essere congrui né coerenti.

La F.N.A.A.R.C., Federazione Nazionale Associazioni Agenti e Rappresentanti di Commercio, con nota del 22 gennaio 2008, segnala quanto segue:

- Il parametro "spese di rappresentanza" è stato sviluppato, come tutti gli altri, prevedendo che il valore delle spese, moltiplicato per un coefficiente, produca un risultato sulla determinazione dei ricavi congrui. Non è stato considerato che la Legge Finanziaria 2008 prevede la possibilità di dedurre le spese di rappresentanza senza limite (mentre oggi la deducibilità piena è limitata a spese di valore unitario inferiori a 25 euro, mentre per quelle superiori la deducibilità è pari a un terzo della spesa in cinque anni, vale a dire un quindicesimo per ogni anno). È chiaro che in questo modo dal 1° gennaio 2008 le spese di rappresentanza verranno dedotte per intero (l'unica limitazione è il criterio dell'inerenza) e potrebbero provocare un effetto negativo sugli studi di settore, perché ad oggi rappresentano un valore poco rilevante mentre dal prossimo anno aumenteranno di molto il valore e rischiano di determinare in alcuni casi la non congruità.
- Per nuovi sottosettori (esempio classico gli agenti operanti in tentata vendita), esiste di fatto nel mercato una limitazione delle provvigioni che vengono corrisposte agli agenti. La F.N.A.A.R.C. esprime una forte preoccupazione, perché tale limitazione non è stata

considerata e, quindi, gli agenti di questi sottosectori rischiano in numerosi casi di risultare non congrui, solo per una mancata considerazione della loro realtà economica.

- Esiste, poi, una generale preoccupazione per il nuovo impianto degli studi di settore, il cui fine non dichiarato, ma verificato nei primi test, sembra essere quello di un generale aumento dei valori di congruità che ha come conseguenza o un adeguamento dei contribuenti (nel caso degli agenti vuol dire pagare pur in presenza di redditi certi), oppure un fortissimo incremento del contenzioso tributario.
- L'istituto dell'impresa familiare, largamente utilizzato dagli agenti di commercio, è stato interpretato dai tecnici della SO.SE come un "moltiplicatore di ricavi", intendendo non correttamente che l'attività svolta dal collaboratore possa sostituire quella dell'agente. Questa convinzione non è fondata, e non può quindi avere effetti sulla determinazione dei ricavi congrui, dal momento che il collaboratore dell'impresa familiare **non può** svolgere attività di agenzia, in quanto non iscritto nei Ruoli agenti tenuti presso le singole Camere di Commercio (il riferimento normativo è la Legge 204/85). Se il collaboratore fosse iscritto nei Ruoli, non potrebbe più configurarsi l'impresa familiare, ma si dovrebbe parlare di società. Da ultimo, ma di sicuro non meno importante, si ricorda che il collaboratore familiare può svolgere solo attività accessoria rispetto a quella del titolare, e questo è confermato dal fatto che il collaboratore partecipa solo alla divisione degli utili di impresa, e non a quella di eventuali perdite.

Appare infine singolare la ipotesi di attribuire capacità di produrre ricavi al collaboratore dell'impresa familiare, considerando che fino allo studio di settore 2007 (per redditi 2006) l'attività di pura segreteria svolta dal collaboratore (come è nella realtà) era un elemento che riduceva il volume dei ricavi congrui.

- Non è stato possibile analizzare, nel corso degli incontri, il valore attribuito ad altri parametri significativi, quali le retribuzioni di dipendenti o collaboratori; sarebbe opportuna la verifica di alcuni casi prima della validazione dell'evoluzione degli studi
- Si segnala inoltre la necessità di riaffermare e meglio definire quanto indicato nella circolare della Agenzia delle Entrate n. 27 del 18 giugno 2004, con riguardo ai casi di non congruità originati solamente da una differenza fra l'aliquota provvigionale media del settore o sottosectore di appartenenza dell'agente di commercio e l'aliquota provvigionale dello stesso agente. E', infatti, ormai chiaro che questa differenza ha origine nella capacità lavorativa dell'agente di commercio (infatti al crescere dei volumi di beni o servizi intermediati corrisponde di norma un abbassamento dell'aliquota provvigionale). Pertanto, i casi di non congruità appena indicati non sono riconducibili ad alcuna inadempienza fiscale dell'agente, e non dovrebbero, quindi, produrre accertamenti o verifiche da parte dell'Agenzia delle Entrate. Si richiede di indicare chiaramente nella prossima Circolare di accompagnamento alla evoluzione degli studi di settore degli agenti di commercio l'esclusione dei casi di non congruità sopra indicati da verifiche ed accertamenti.
- Esiste, infine, un generale problema di atteggiamento da parte degli uffici territoriali della Agenzia delle Entrate nei confronti di agenti di commercio non congrui o non coerenti. E' stato riportato alla scrivente Federazione che spesso le motivazioni extracontabili prodotte dagli agenti di commercio, per giustificare la non congruità, vengono tenute in scarsa considerazione, anche in casi assolutamente palesi. Così, a puro titolo di esempio, segnaliamo la condizione degli agenti che sono titolari di una, o due

pensioni (Inps ed Enasarco) e che proseguono l'attività. Risulta chiaro che, per la stragrande maggioranza di tali soggetti, il reddito prodotto dall'attività di agenzia assume "valore residuale" rispetto alle pensioni. Questa oggettiva situazione dovrebbe essere meglio definita nella Circolare di accompagnamento degli studi, per evitare un ingiustificato contenzioso, ed una inutile vessazione verso soggetti che non presentano inadempienze fiscali.

L'USARCI, con nota del 15 gennaio 2008, premettendo che il nuovo rappresentante, il dott. Ferrini non ha potuto partecipare alle riunioni, esprime le seguenti valutazioni.

La divisione in cluster degli studi di settore relativi agli intermediari del commercio soffre di una carenza basilare: non discrimina i diversi risultati ottenuti dagli agenti che lavorano a diverse fasi del processo produttivo. Come, infatti, descritto nelle cluster analysis, ogni cluster può includere agenti che lavorano per industrie, commercianti all'ingrosso, commercianti al dettaglio e privati; le provvigioni che gli agenti percepiscono tendono, generalmente, a crescere viepiù l'agente lavora per soggetti più vicini al consumatore finale, ma all'interno di ogni cluster viene attribuito un parametro unico alla voce "volume dell'intermediato", indipendentemente dalla posizione dell'agente nella scala distributiva. Di conseguenza, agenti che contrattualmente percepiscono provvigioni più basse del parametro attribuito nel singolo cluster alla voce "volume dell'intermediato" (ad esempio, perché operanti per commercianti all'ingrosso o al dettaglio) saranno per definizione non congrui, a prescindere dal volume dei ricavi. Anzi, più grande è il volume intermediato, maggiore sarà lo scarto tra ricavi puntuali e ricavi dichiarati.

Per questa fondamentale ragione, il parere dell'USARCI è sfavorevole all'approvazione degli studi in oggetto.

B) OSSERVAZIONI DA PARTE DELL'AGENZIA DELLE ENTRATE

In risposta alle osservazioni suesposte, l'Agenzia fa presente quanto segue:

- **Agenti aventi come clientela anche Istituzioni, Enti pubblici, Aziende pubbliche:** per quanto riguarda la tipologia della clientela con cui opera l'intermediario, recependo i suggerimenti forniti dalle Associazioni, è stata inserita nei nuovi modelli, dopo la variabile "Enti pubblici e privati", una voce ulteriore "di cui Enti pubblici" per distinguere la parte di ricavi riferita esclusivamente a questi ultimi. In questo modo sarà possibile considerare, caso per caso, l'influenza di un eventuale differimento temporale dei ricavi corrisposti dai suddetti enti rispetto ai costi sostenuti dall'agente.
- **Provvigioni:** per poter meglio individuare le diverse provvigioni praticate, sono state inserite nei nuovi modelli ulteriori informazioni relative alla "tipologia mandante", differenziate per ogni studio di settore. Tale modifica permetterà una suddivisione più puntuale delle indicazioni relative al "volume delle vendite" e al "volume delle provvigioni". Inoltre, sempre tra le tipologie di mandanti è stata inserita la voce residuale "altro". Tutto ciò potrà essere di ausilio nella fase eventuale del contraddittorio con gli uffici.
- **Spese di rappresentanza:** relativamente a tali spese, proprio in considerazione della nuova possibilità di deduzione prevista dalla Finanziaria 2008, si ritiene che l'ampiezza delle ripercussioni di tale norma sui risultati degli studi di settore, che riguarderà le

annualità future, potrà comunque essere valutata da parte degli uffici, attraverso la voce specifica per tali spese, all'interno del quadro D.

- **L'impresa familiare:** per quanto riguarda l'apporto del collaboratore familiare all'attività di intermediazione commerciale, si fa presente che è stata inserita nuovamente, all'interno del Quadro X, l'informazione relativa al "Collaboratore familiare che svolge esclusivamente attività di segreteria" che consentirà di applicare un correttivo alla stima dei ricavi, relativamente alla presenza di tale figura.
- **Disomogeneità dei codici di attività:** Relativamente all'osservazione sullo studio UG61E, che contiene tipi di beni intermediati molto diversi tra loro, si ricorda che, come in tutti gli studi UG61, la numerosità e la specificità dei cluster individuati all'interno dello studio, basati sui settori merceologici, consente di tenere ben separate le diverse realtà e di applicare ad ognuno la funzione di ricavo che ne è derivata (che mette a confronto i comportamenti economici degli operatori simili tra loro). Si ricorda, inoltre, che da quest'anno, con l'entrata in vigore dal 1 gennaio 2008 della nuova classificazione "ATECO 2007", saranno inseriti all'interno dei singoli studi UG61 ulteriori codici che meglio espliciteranno le attività esercitate.
- **Diverse fasi del processo distributivo:** La variabilità delle provvigioni percepite che può dipendere dalla posizione dell'agente nella scala distributiva e che tiene conto, quindi, della diversa natura del mandante, in alcuni casi è stata già presa in considerazione nella suddivisione in cluster e nella definizione della funzione di ricavo e potrà, comunque, essere riportata nella circolare esplicativa dell'Agenzia delle entrate.
- **Aliquota provvigionale:** Per quanto concerne, poi, l'affermazione che al crescere dei volumi di beni o servizi intermediati corrisponde, di norma, un abbassamento dell'aliquota provvigionale, si evidenzia che nei nuovi studi è stata predisposta una nuova funzione di regressione che utilizza una funzione cd "*spline*", differenziata per ogni cluster, finalizzata a contenere l'apporto del crescente volume dell'intermediato, nella stima dei ricavi.
- Le altre situazioni in cui potrebbe verificarsi una significativa diminuzione delle provvigioni, attribuibile, ad esempio al tipo di prodotto intermediato, o alla conoscibilità della ditta rappresentata, verranno inserite nella circolare esplicativa per essere tenute in debita considerazione da parte degli uffici finanziari, in relazione alle possibili distorsioni derivanti dai risultati degli studi di settore in oggetto.
- Analogamente, saranno inserite nella circolare le considerazioni relative al minor ammontare di ricavi derivante dal minor apporto lavorativo dell'agente, come nel caso di chi è titolare di pensioni.

Si allega, infine, una nota aggiuntiva da parte della FNAARC, che non è stato possibile analizzare e valutare puntualmente, perché pervenuta troppo tardi. L'Agenzia prende atto delle richieste e si riserva di effettuare le proprie valutazioni successivamente.

C) CONSIDERAZIONI FINALI

L'illustrazione ed il successivo esame dei prototipi ha consentito di verificare la sostanziale idoneità degli studi UG61 A-B-C-D-E-F-G-H a rappresentare le effettive modalità operative e l'ambiente economico nel quale operano le imprese del settore.

Non vi sono da riportare altri interventi di rilievo ai fini del presente verbale.

In conclusione, si rinvia alla Commissione degli esperti, per il relativo parere, il prototipo degli studi citati esprimendo un sostanziale giudizio positivo.

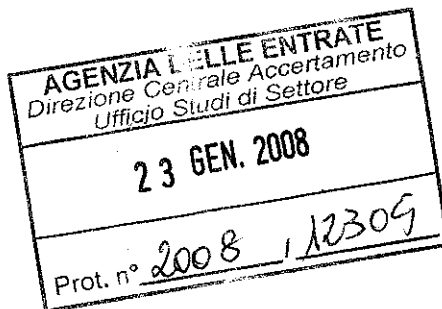
Roma, 25 gennaio 2008

STUDIO
BOIDI CECCHETTI MAGGI RUSPINI PAGELLA E ASSOCIATI
COMMERCIALISTI

Dott. Giovanni Boidi
Dott. Piero Cecchetti
Dott. Carlo F. Maggi
Dott. Gian Piero Pagella
Rag. Piero Ruspini

Dott. Massimiliano Basilio
Rag. Giulio Pagella
Dott. Marco Ruspini

Dott. Giovanna Pianigiani
Dott. Mariavittoria Boidi
Dott. Luca M. Tesio
Dott. Paola Bonelli
Dott. Annamaria Alliaudi
Dott. Alex D.M. Tessitore
Dott. Concetta Bonaffini
Dott. Marco Boidi
Dott. Claudia Squaldino
Dott. Luca Ferrini



Corso Re Umberto I, n. 2
10121 - Torino
Tel. +39-01156.12.555
Fax +39-01154.50.04
P. IVA 01987050018
e-mail segreteria@bcmrp.it

V. Delle Sette Chiese n. 144
00145 - Roma
Tel. +39-06.51.43.52.15
Fax +39-06.51.60.61.47

Spett.le
SOSE SPA

Oggetto: parere in merito ai prototipi degli studi di settore: UG61A, UG61B,
UG61C, UG61D, UG61E, UG61F, UG61G, UG61H

In qualità di nuovo referente dell'USARCI presso la Vostra commissione, scrivo come da voi richiesto le seguenti righe di commento in relazione agli studi di settore in oggetto per i quali è prossima la validazione. Essendo stato da poco nominato non ho potuto partecipare alle precedenti riunioni e non ho quindi informazioni sul percorso di formazione dei nuovi studi. Esprimerò dunque soltanto un parere di carattere generale, fondato sull'esperienza professionale mia, dello Studio di cui faccio parte e del CAF agenti con il quale collaboro.

La divisione in cluster degli studi di settore relativi agli agenti di commercio soffre di una carenza basilare: esso non discrimina tra agenti di commercio che lavorano a diverse fasi del processo distributivo. Come dichiarato nelle cluster analysis, uno stesso cluster può includere agenti che lavorano per industrie, commercianti all'ingrosso, commercianti al dettaglio e privati (o per alcune di

queste categorie); le provvigioni che gli agenti percepiscono tendono generalmente a crescere vieppiù l'agente lavora per soggetti più vicini al consumatore finale: ma il cluster attribuisce lo stesso parametro alla voce "Volume dell'intermediato" indipendentemente dalla posizione dell'agente nella scala distributiva.

La conseguenza di ciò è che agenti che contrattualmente percepiscono provvigioni più basse del parametro attribuito alla voce "Volume dell'intermediato" nel cluster, ad esempio perché operanti soprattutto per industrie, mentre il cluster include anche agenti operanti per commercianti all'ingrosso, o al dettaglio, saranno per definizione non congrui qualsiasi sia il volume dei ricavi. Anzi, maggiore sarà il volume intermediato, maggiore sarà lo scarto tra ricavi puntuali e ricavi dichiarati.

Per questa fondamentale ragione, il mio parere è dunque sfavorevole all'approvazione degli studi in oggetto.

Torino, 15 Gennaio 2008

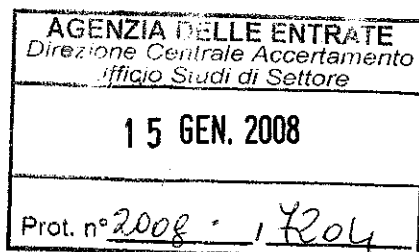
Luca Ferrini


Osservazioni scaturenti dall'esame degli Studi di Settore anno 2008

- **Impresa familiare:** Attualmente la % del lavoro del coadiuvante viene sommata a quella del Titolare. In tal modo a nostro avviso la % imputata al coadiuvante pesa troppo rispetto a quella del titolare, soprattutto in considerazione del notevolmente diverso apporto dei due soggetti all'attività aziendale. In tale ottica pare opportuno sottolineare come i versamenti contributivi Enasarco riguardino unicamente il Titolare - unico a svolgere realmente attività di agenzia - e non anche il coadiuvante. Ciò premesso proponiamo che la percentuale relativa al coadiuvante sia compresa in una forbice tra il 5 ed il 10% e non più fino al 49%.
- **Costo carburante:** Non essendoci una diretta correlazione tra costo del carburante (voce di costo maggiormente significativa nell'attività di agente di commercio) e ricavi dell'agente, si propone di applicare una % di abbattimento di tale costo direttamente proporzionale all'ampiezza della zona di attività dell'agente, tenuto conto altresì della sua residenza effettiva. Ciò sulla stregua dell'ulteriore abbattimento del 20% del costo del carburante applicato nel recente passato.
- **Stagionalità:** In alcuni settori (abbigliamento, pelletteria ecc) essendoci notevole differimento temporale tra il momento di sostenibilità dei costi e l'ottenimento dei ricavi per la natura stessa dell'attività svolta, gli agenti di tali settori potrebbero non risultare né congrui né coerenti, con ciò derivandone una ingiusta discriminazione rispetto a colleghi di altri settori. proponiamo di aggiungere allo Studio una casella recante l'indicazione della tipologia lavorativa "stagionale/non stagionale", ove per stagionale si intendano quelle attività in cui la provvigione viene normalmente liquidata successivamente al semestre di riferimento.
- **Agenti aventi come clientela anche Istituzioni, Enti pubblici, Aziende pubbliche:** come per il punto precedente, anche in tal caso il differimento temporale tra il sostenimento dei costi e la liquidazione della provvigione può essere notevole, provocando le medesime conseguenze e disparità qualora l'agente produca fatturato soprattutto tramite la clientela in oggetto. Proponiamo che la voce "Tipologia clienti/Enti Pubblici e Privati" sia scorporata dando vita a due voci distinte "Enti pubblici" ed "Enti Privati", e laddove la % indicata alla voce "Enti pubblici" sia maggiore del 50% ciò sia considerato con particolare cura.
- **Non coerenza:** a nostro avviso non ha senso dare un limite massimo alla "non coerenza" (valore aggiunto per adetto), mentre basterebbe limitarsi ad indicare un limite minimo. Con ciò si estinguerebbe il paradossale fenomeno degli agenti risultanti non coerenti perché con guadagni troppo alti rispetto a quelli previsti statisticamente dagli Studi.
- **La Categoria TG61E** è scarsamente omogenea da un punto di vista quantitativo, contenendo allo stesso tempo ad esempio agenti che commercializzano navi (in numero veramente esiguo) ed agenti che commercializzano "macchine per ufficio" (molti di più)
- **Essendoci notevole scostamento tra le provvigioni mediamente praticate e quelle previste dagli Studi e scaturenti da indagini statistiche,** suggeriamo che sia effettuato un censimento presso le Mandanti (volume vendite, provvigioni corrisposte) per individuare una corretta ed attendibile % provvigionale. Con ciò si limiterebbe il caso degli agenti che avendo una % provvigionale bassa in termini assoluti riconosciuta da una Mandante con marchio ad alta riconoscibilità, rischiano per tale motivo di non essere coerenti.

Con riserva di ulteriori osservazioni.

Roma, li 14.01.08



Il dirigente responsabile

Luca Gaburro

AGENZIA DELLE ENTRATE Direzione Centrale Accertamento Ufficio Studi di Settore
25 GEN. 2008
Prot. n° <u>2008/14036</u>

Prot. n. 22/2008/AC/Im

Milano, 24 gennaio 2008

dottorssa Marina Eusebio
c/o SO.SE
Via Mentore Magini, 48/c
00145 ROMA

meusebio@sose.it

dottorssa Manuela Viselli
AGENZIA DELLE ENTRATE – Direzione Centrale Accertamento
Ufficio Studi di Settore
Via Cristoforo Colombo, 426, Torre B, Piano VI
00145 ROMA

manuela.viselli@agenziaentrate.it

**REVISIONE STUDI DI SETTORE DEGLI AGENTI E RAPPRESENTANTI
DI COMMERCIO (UG61A-B-C-D-E-F-G-H): ULTERIORI OSSERVAZIONI
DELLA F.N.A.A.R.C.**

Facciamo seguito alla nostra del 22 gennaio 2008 per trasmettere una ulteriore osservazione riguardante la revisione degli studi di settore degli agenti e rappresentanti di commercio.

Nel merito si tratta della richiesta di una particolare attenzione per quanti iniziano l'attività (e quindi per un periodo variabile tra 3 a 5 anni dal momento di inizio), poiché abbiamo riscontrato situazioni di non congruità che trovano giustificazione nella difficoltà dell'avviamento e nel fatto che gli agenti iniziano a percepire provvigioni solo dopo 12-18 mesi dal conferimento del mandato. Ricordiamo anche che spesso nei primi anni di attività i volumi delle provvigioni incassate dagli agenti sono inferiori rispetto a quelli determinati dal programma GERICO senza che in questo vi siano inadempienze fiscali.

Nella Finanziaria 2008 è indicato che i contribuenti con proventi inferiori a 30 mila euro possono aderire ad un regime fiscale agevolato che, fra i vantaggi, ha quello della esclusione dagli studi di settore.

Pur apprezzando e condividendo le finalità del legislatore fiscale dobbiamo richiedere una particolare attenzione per nuovi agenti di commercio, perché il regime fiscale agevolato per contribuenti minimi troverà poca applicazione fra gli agenti di commercio, in considerazione del fatto che difficilmente può essere rispettata dalla nostra categoria la condizione che prevede acquisti di beni strumenti non superiori a 15 mila euro.

È appena il caso di ricordare che le autovetture utilizzate dagli agenti devono avere caratteristiche di affidabilità e sicurezza che quasi sempre non permettono di rispettare il parametro dei 15 mila euro.

In conclusione la F.N.A.A.R.C. richiede quindi che l'evoluzione degli studi di settore degli agenti di commercio tenga in considerazione la problematica sopra esposta, sempre con il fine di evitare ingiustificate penalizzazioni per i nuovi agenti di commercio e sempre con il fine di evitare un diffuso ricorso al contenzioso tributario.

Restando a Vostra disposizione per ogni ulteriore approfondimento, porgiamo cordiali saluti.

Il Presidente
(Adalberto Corsi)



F.N.A.A.R.C.

*Federazione Nazionale
Associazioni Agenti e Rappresentanti di Commercio*

Prot. n. 21/2008/AC/Im

Milano, 22 gennaio 2008

dottorssa Marina Eusebio

c/o SO.SE

Via Mentore Magini, 48/c

00145 ROMA

meusebio@sose.it

dottorssa Manuela Viselli

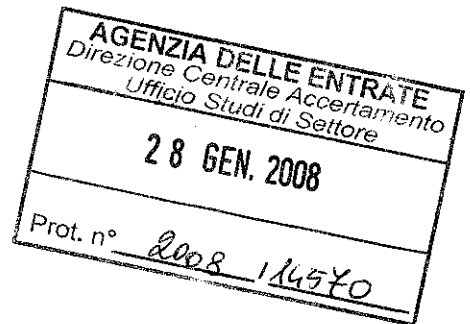
AGENZIA DELLE ENTRATE - Direzione Centrale Accertamento

Ufficio Studi di Settore

Via Cristoforo Colombo, 426, Torre B, Piano VI

00145 ROMA

manuela.viselli@agenziaentrate.it



**REVISIONE STUDI DI SETTORE DEGLI AGENTI E RAPPRESENTANTI
DI COMMERCIO (UG61A-B-C-D-E-F-G-H): OSSERVAZIONI DELLA
F.N.A.A.R.C.**

Facendo seguito agli incontri tenutisi il 15 ottobre, 20 novembre e 21 dicembre 2007 in Roma presso la SO.SE (società per gli studi di settore), riguardanti l'evoluzione degli studi di settore per intermediari del commercio, la scrivente Federazione segnala quanto segue:

- Il parametro "spese di rappresentanza" è stato sviluppato, come tutti gli altri, prevedendo che il valore delle spese, moltiplicato per un coefficiente, produca un risultato sulla determinazione dei ricavi congrui. Non è stato considerato che la Finanziaria 2008 prevede la possibilità di dedurre le spese di rappresentanza senza limite (mentre oggi la deducibilità piena è limitata a spese di valore unitario inferiori a 25 euro,

DIREZIONE GENERALE

Corso Venezia, 51 - 20121 Milano Tel.: 02 764519.1 - Fax: 02 76008493

e-mail: info@fnaarc.it - Sito Internet: <http://www.fnaarc.it>

mentre per quelle superiori la deducibilità è pari a un terzo della spesa in cinque anni, vale a dire un quindicesimo per ogni anno). È chiaro che in questo modo dal 1° gennaio 2008 le spese di rappresentanza verranno dedotte per intero (l'unica limitazione è il criterio dell'inerenza) e potrebbero provocare un effetto negativo sugli studi di settore, perché ad oggi rappresentano un valore poco rilevante mentre dal prossimo anno aumenteranno di molto il valore e rischiano di determinare in alcuni casi la non congruità.

- Per nuovi sottosettori (esempio classico gli agenti operanti in tentata vendita), esiste di fatto nel mercato una limitazione alle provvigioni che vengono corrisposte agli agenti. La F.N.A.A.R.C. ha espresso una forte preoccupazione, perché tale limitazione non è stata considerata, e quindi gli agenti di questo sottosettore rischiano in numerosi casi di risultare non congrui, solo per una mancata considerazione della loro realtà economica.
- Esiste poi una più generale preoccupazione della F.N.A.A.R.C. per il nuovo impianto degli studi di settore, il cui fine non dichiarato, ma verificato nei primi test, sembra essere quello di un generale aumento dei valori di congruità, che ha come conseguenza o un adeguamento dei contribuenti (nel nostro caso vuol dire pagare pur in presenza di redditi certi) oppure un fortissimo incremento del contenzioso tributario.
- L'istituto dell'impresa familiare, largamente utilizzato dagli agenti di commercio, è stato interpretato dai tecnici della SO.SE come un "moltiplicatore di ricavi", intendendo non correttamente che l'attività svolta dal collaboratore possa sostituire quella dell'agente. Questa convinzione non è fondata, e non può quindi avere effetti sulla determinazione dei ricavi congrui, dal momento che il collaboratore dell'impresa familiare **non può** svolgere attività di agenzia, in quanto non

iscritto nei Ruoli agenti tenuti presso le singole Camere di Commercio (il riferimento normativo è la Legge 204/85). Se il collaboratore fosse iscritto nei Ruoli, non potrebbe più configurarsi l'impresa familiare, ma si dovrebbe parlare di società. Da ultimo, ma di sicuro non meno importante, si ricorda che il collaboratore familiare può svolgere solo attività accessoria rispetto a quella del titolare, e questo è confermato dal fatto che il collaboratore partecipa solo alla divisione degli utili di impresa, e non a quella di eventuali perdite.

Appare infine singolare la ipotesi di attribuire capacità di produrre ricavi al collaboratore dell'impresa familiare, considerando che fino allo studio di settore 2007 (per redditi 2006) l'attività di pura segreteria svolta dal collaboratore (come è nella realtà) era un elemento che riduceva il volume dei ricavi congrui.

- Non è stato possibile analizzare, nel corso degli incontri, il valore attribuito ad altri parametri significativi, quali le retribuzioni di dipendenti o collaboratori; sarebbe opportuna la verifica di alcuni casi prima della validazione dell'evoluzione degli studi

- Si segnala inoltre la necessità di riaffermare e meglio definire quanto indicato nella circolare della Agenzia delle Entrate n. 27 del 18 giugno 2004, con riguardo ai casi di non coerenza originati solamente da una differenza fra l'aliquota provvigionale media del settore o sottosectore di appartenenza dell'agente di commercio e l'aliquota provvigionale dello stesso agente. E' infatti ormai definito che questa distanza ha origine nella capacità lavorativa dell'agente di commercio (infatti al crescere dei volumi di beni o servizi intermediati corrisponde di norma un abbassamento dell'aliquota provvigionale). Pertanto i casi di non coerenza appena indicati non sono riconducibili ad alcuna inadempienza fiscale dell'agente, e non possono quindi produrre accertamenti o verifiche da

parte dell'Agenzia delle Entrate. Si richiede di indicare chiaramente nella prossima Circolare di accompagnamento alla evoluzione degli studi di settore degli agenti di commercio l'esclusione dei casi di non coerenza sopra indicati da verifiche ed accertamenti.

Esiste infine un generale problema di atteggiamento da parte degli uffici territoriali della Agenzia delle Entrate nei confronti di agenti di commercio non congrui o non coerenti. E' stato riportato alla scrivente Federazione che spesso le motivazioni extracontabili prodotte dagli agenti di commercio, per giustificare la non coerenza, vengono tenute in scarsa considerazione, anche in casi assolutamente palesi. Così, a puro titolo di esempio, segnaliamo la condizione degli agenti che sono titolari una, o due pensioni (Inps ed Enasarco) e che proseguono l'attività. Risulta chiaro che per la stragrande maggioranza di tali soggetti il reddito prodotto dall'attività di agenzia assume "valore residuale" rispetto alle pensioni. Questa oggettiva situazione dovrebbe essere meglio definita nella Circolare di accompagnamento degli studi, per evitare un ingiustificato contenzioso, ed una inutile vessazione verso soggetti che non presentano inadempienze fiscali.

Restando a Vostra disposizione per ogni ulteriore approfondimento, porgiamo cordiali saluti

Il Presidente
(Adalberto Corsi)