

***LA RILEVANZA FISCALE DELLE DIVERSE  
FORME DI ORGANIZZAZIONE DELLE ATTIVITA'  
DEGLI INFLUENCER***

2 marzo 2023

**Prof. Avv. Valerio Ficari**

---

- 
- **L'organizzazione** nelle attività economiche di un «*influencer*» è un **elemento di qualificazione** dei proventi ai fini dell'Irpef e dell'Iva:
    - **tutte le attività economiche abituali hanno un livello di organizzazione** di mezzi e/o persone che ne consentono la stabilità nel tempo e la continuità di “offerta” sul “mercato” dei relativi servizi; l'organizzazione si collega alle caratteristiche dell'abitudine/professionalità o occasionalità di un'attività economica.

- 
- nel caso degli influencer (nella **varietà** delle loro **tipologie** e «**prestazioni**») siamo di fronte a prestazioni di servizi diverse da quelle tipizzate nell'art.2195 del c.c. che occorre **collocare** all'interno della fiscalità del lavoro autonomo (abituale o occasionale), dell'impresa commerciale (abituale o occasionale) o, più raramente, dei redditi di lavoro dipendente.
  - **Organizzazione** delle prestazioni di servizi e «**fonti**» della ricchezza dell'*influencer*: proventi dai committenti per il rapporto con i *followers* e proventi direttamente dai *followers*

---

## 1. L'organizzazione nelle attività economiche come elemento di qualificazione ai fini dell'Irpef e Iva

- La **presenza** di un'organizzazione ha come conseguenza è quella di dover ricondurre i proventi ad una categoria delle categorie reddituali fissate dall'art.6 del Tuir. In **presenza** di un'organizzazione di un'attività occorre dunque verificare se essa **sia o meno in forma di impresa.**

- 
- **A)** La categoria del **reddito di lavoro autonomo** (artt.53 ss. del T.U.I.R.) comprende i proventi derivanti:
    - A1) da un'attività di lavoro autonomo abituale (art.53, primo comma);
    - A2) dall'utilizzazione economica da parte dell'autore di opere dell'ingegno (reddito assimilato ex art.53, secondo comma, lett.b);
    - A3) alla cessione di elementi immateriali comunque riferibili all'attività artistica o professionale.

Esistono, quindi, **3 alternative** all'interno di questa categoria. In ogni caso si ha una organizzazione ma non in forma di impresa in quanto l'attività è, comunque, abituale e professionale

- 
- **B)** La categoria del **reddito di impresa commerciale** (artt. 55 e ss. del T.U.I.R.) comprende, invece, i proventi da prestazioni di servizi diversi da quelli tipizzati nell'art.2195 del c.c. solo se in presenza di una organizzazione in forma di impresa
  - **A) e B): in ogni caso ove si tratti di attività di lavoro autonomo abituale si dovrà** applicare l'IVA (d.P.R. n. 633/1972) la quale comprende nel presupposto:
    - oggettivo le prestazioni di servizi (art.3)
    - soggettivo le prestazioni di servizi rese abitualmente a titolo di impresa commerciale (art. 4) o di lavoro autonomo (art. 5)

---

C) La categoria del **reddito di lavoro dipendente** (art.49 e ss. del Tuir) potrebbe in alcuni rari casi rilevare in quanto il contratto di lavoro subordinato potrebbe prevedere la cessione dei diritti allo sfruttamento dell'immagine e/o altre prestazioni di fare o permettere a favore del datore o di terzi che siano da questo indicati (es. influencer sportivi calciatori e contratto *all inclusive*).

---

**D)** La categoria Irpef dei **redditi diversi** (art.67 e ss. Tuir) comprende i proventi derivanti da un'attività di lavoro autonomo o di impresa commerciale non abituale senza organizzazione (a prescindere dalla sua orma di impresa o non di impresa) e, in via residuale, i proventi derivanti dall'assunzione di una obbligazione (*enforcement*) di fare, non fare e permettere.

La conseguenza è quella di non dover applicare l'Iva che presuppone sempre un'attività economica abituale.



---

L'art. 67 del T.U.I.R. potrebbe applicarsi qualora il provento venisse qualificato alternativamente come:

1. reddito di impresa occasionale (art.67, primo comma lett. i) o reddito di lavoro autonomo occasionale (art.67, primo comma lett. l);
2. reddito derivante dall'assunzione di obblighi di fare, non fare o permettere (art.67, primo comma lett. l);
3. meno probabilmente come reddito derivante dall'utilizzazione economica di opere dell'ingegno senza organizzazione (altrimenti assimilato al reddito di lavoro autonomo).

---

## 2. Tipologie di *influencer*, specifiche attività rispetto allo sviluppo tecnologico e concreta definizione dell'«organizzazione» della relativa attività economica

- Un «mondo» con tante diverse tipologie per oggetto, modalità operative e gestionali e assetti organizzativi.
- Possibili classificazioni degli *influencer* rispetto al rapporto con l'immagine:
  - i «professionisti» dell'immagine (attori, artisti, professionisti dello spettacolo, modelli);
  - i «non professionisti» dell'immagine (sportivi, musicisti, cantanti, scrittori, scienziati, stilisti)
- Categorie di definizione anglosassone:  
*content creator, testimonial o ambassador, streamer, podcaster, gamer*

- 
- **Il grado di organizzazione e la relativa percezione cambia di caso in caso:**
    - cellulare, *software* per editing dei video, console, spazio fisico ambientale,
    - piattaforma dedicata statica oppure dinamica anche attraverso canali *youtube* e simili;
    - organizzazione nella gestione dei pagamenti
  
  - La **titolarità** dell'organizzazione e la «**direzione**» del suo impiego anche rispetto alle diverse «fonti» dei proventi:
    - A) Struttura trilaterale: committente *vs influencer* e *influencer vs* mercato dei *followers*
    - B) Struttura bilaterale: *influencer standing alone* e mercato dei *followers*

- 
- Organizzazione propria dell'*influencer* (auto-organizzazione) oppure del “committente” (etero-organizzazione) a disposizione dell'*influencer*
  - Contratto di affiliazione, organizzazione e qualificazione della prestazione anche come intermediazione.
  - Auto-organizzazione e prestazioni vs il committente e vs i *followers*

- 
- Contenuto **artistico** della prestazione e **forma dell'organizzazione**: fino a quando resta «artistico» ? Quando diventa mero servizio ?
  - Possibilità che nel contratto con il committente vi siano **molteplici prestazioni dotate di un livello di organizzazione non omogeneo** che possano, quindi, diversamente manifestare natura intellettuale oppure organizzazione in forma di impresa; alternativa:
    - prevedere contratti distinti con diverse qualificazioni fiscali
    - oppure configurare un unico contratto nel quale considerare una o più prestazioni principali ed altre accessorie
  - Alla ricerca di un **codice Ateco**: è stato previsto nel 73.11.02 (Conduzione di campagne di marketing e altri servizi pubblicitari)...quale è l'organizzazione relativa ?

---

### 3. Il «bene» «followers»

- La rilevanza del «**pacchetto**» dei followers:
  - come elemento di un'organizzazione anche non aziendale (dimensione statica)
  - come oggetto di trasferimento (dimensione dinamica).
- La cessione del «pacchetto» e l'emersione di reddito
- Il «conferimento» del «pacchetto» e la costituzione di una newco

## 4. Attività dell'influencer e forma societaria

---

- La costituzione della newco da subito oppure tramite il «conferimento» del pacchetto *followers* (società unipersonale ?).
- Soggetto che formalmente interagisce con i committenti...ma non con il mercato dei *followers*.
- *Influencer* come socio ma anche dipendente della società (i precedenti della one man company e della star company)
- Principio di attrazione nel reddito di impresa e necessaria organizzazione in forma di impresa...salvo società di professionisti ??
- Diverso regime fiscale....convenienza per aliquota ma non per il principio di competenza ?
- La stabile organizzazione (materiale e/o virtuale) della società dell'influencer

## 4. Profili di diritto internazionale tributario

---

- Organizzazione e localizzazione dell'attività: conseguenze sulla residenza fiscale dell'influencer e sugli obblighi di ritenuta: indicazioni dal modello di convenzione OCSE contro le doppie imposizioni
- Ritenute → Distinguere con i riferimenti normativi il caso in cui vi sia o meno un sostituto d'imposta (B2B o B2C) o se l'influencer è residente o non residente.
- Influencer non residente in Italia e stabile organizzazione/sede fissa di affari in Italia



---

**Finale domanda:**

quando «fotografare» la realtà organizzativa e gestionale ?

All'inizio del periodo di imposta facendo attenzione all'evoluzione in progress quando l'**influencer** parte dall'anno «zero»