

La qualificazione della cessione della “lista clienti”: singolo bene o ramo d’azienda?

di Gian Marco Committeri (*) e Chiara Lo Re (**)

Il corretto inquadramento della cessione del c.d. pacchetto clienti assume rilevanza fondamentale in ragione delle diverse conseguenze che, sul piano fiscale, oltre che civilistico, ha la qualificazione dell’operazione come cessione di ramo d’azienda ovvero cessione di un singolo bene. Con la risposta n. 466 del 4 novembre 2019, l’Agenzia delle entrate ha affermato a chiare lettere che la cessione della lista clienti non configura, di per sé, una cessione di ramo d’azienda, trattandosi di un singolo *asset* patrimoniale e non di un’organizzazione idonea, nel suo complesso, allo svolgimento di un’attività produttiva. Conseguentemente, la cessione della lista clienti deve qualificarsi fiscalmente come cessione di un singolo bene soggetta ad applicazione dell’IVA e all’imposta di registro in misura fissa.

1. Premessa

Con la risposta n. 466 del 4 novembre 2019, l’Agenzia delle entrate, nel rispondere ad un quesito sollevato da una società operante nel settore del noleggio di beni mobili, ha chiarito che la cessione della lista clienti non può di per sé essere intesa come una operazione di cessione del ramo d’azienda.

Secondo l’Amministrazione finanziaria, infatti, la **cessione del c.d. pacchetto clienti** può essere considerata come cessione di **ramo di azienda** solo ed esclusivamente quando la lista clienti costituisce un **complesso organico** dotato di **autonoma potenzialità produttiva**. Diversamente, con la cessione della lista clienti si realizza il trasferimento di un singolo bene da assoggettare ad IVA e non all’imposta proporzionale di registro del 3%, così come sarebbe avvenuto in caso di cessione del complesso aziendale.

La fattispecie esaminata dall’Agenzia delle entrate riguardava una operazione di riorganizza-

zione commerciale finalizzata alla creazione di una **partnership** tra diversi soggetti, nell’ambito della quale l’istante avrebbe ceduto il proprio portafoglio clienti a favore di una **joint venture**. A parere dell’istante, il portafoglio clienti avrebbe consentito alla **joint venture** lo svolgimento dell’attività di procacciamento di contratti di noleggio di beni del settore ICT (contratti che sarebbero, poi, stati sottoscritti e attuati dall’istante, che avrebbe, a sua volta, corrisposto una provvigione per l’attività di procacciamento). Ritenendo che, nel caso di specie, la cessione della lista clienti potesse qualificarsi come una cessione del ramo d’azienda, l’istante ha, quindi, interrogato l’Amministrazione finanziaria, che, di contro, ha escluso tale impostazione. Scopo del presente contributo è quello di fornire una disamina complessiva della cessione della “lista clienti”; nel prosieguo verranno, quindi, analizzati i riflessi civilistici e fiscali delle operazioni aventi ad oggetto il trasferimento di questo particolare *asset* nonché la risposta for-

(*) Alonzo Committeri & Partners - *Equity Partner*.

(**) Alonzo Committeri & Partners - *Associate*.

nita dall'Agenzia delle entrate, che ha optato per l'inquadramento dell'operazione come cessione di singolo bene.

2. Definizione civilistica di azienda e c.d. pacchetto clienti

Il tema da analizzare è se la cessione della "lista clienti" possa o meno essere qualificata come cessione d'azienda (o ramo d'azienda); ed è proprio su questo aspetto che l'Agenzia ha soffermato l'attenzione nella risposta in commento.

Nell'esaminare sotto il profilo dell'IVA e dell'imposta di registro il trattamento della cessione della clientela, l'Agenzia ha analizzato la **nozione civilistica di "azienda"** ex art. 2555 c.c. intesa come "il complesso dei beni organizzato dell'imprenditore per l'esercizio dell'impresa".

Con varie pronunce, l'Amministrazione finanziaria aveva già avuto modo di chiarire che la cessione deve riguardare l'azienda o il complesso aziendale nel suo insieme, inteso quale **universitas di beni** materiali, immateriali e **di rapporti giuridico-economici** suscettibili di consentire l'esercizio dell'attività di impresa e non, invece, i singoli beni che compongono l'azienda stessa. In particolare, la rilevanza della definizione civilistica della nozione di azienda e della relativa elaborazione giurisprudenziale era stata confermata dall'Amministrazione finanziaria già con la risoluzione n. 33/E del 10 aprile 2012, con cui era stato chiarito che l'azienda può essere definita come un insieme di **beni eterogenei**, costituenti un complesso caratterizzato da una "**unità funzionale**", determinata dal coordinamento realizzato dall'imprenditore tra i diversi elementi patrimoniali e dall'unitaria destinazione dei medesimi ad uno specifico fine produttivo. In altri termini, al fine di individuare una cessione di azienda o di ramo d'azienda, quanto ceduto deve essere di per sé un insieme organicamente finalizzato all'esercizio dell'attività d'impresa, autonomamente idoneo a consentire l'inizio o la continuazione di quella determinata attività da parte del cessionario (1).

Anche la Corte di cassazione ha più volte affrontato la questione circa l'esatta portata della no-

zione civilistica di azienda, consolidando il principio secondo cui deve ravvisarsi una cessione d'azienda ogni qual volta sussista una cessione di beni strumentali idonei, nel loro complesso e nella loro interdipendenza, all'esercizio d'impresa (2). In particolare, nell'ambito della risposta in commento, l'Amministrazione finanziaria ha richiamato l'orientamento della Corte di cassazione, espresso con la sentenza n. 9575 dell'11 maggio 2016, in cui era stato precisato che l'ipotesi della cessione di azienda ricorre anche nel caso in cui il complesso degli elementi trasferiti non esaurisca i beni costituenti l'azienda o il ramo ceduto e che, tuttavia, perché ciò avvenga è indispensabile che i beni oggetto del trasferimento conservino un residuo di organizzazione che ne dimostri l'attitudine, sia pure con la successiva integrazione del cessionario, all'esercizio dell'impresa. I beni trasferiti, quindi, devono rappresentare un **insieme** organicamente **finalizzato ex ante all'esercizio dell'attività di impresa**, di per sé idoneo a consentire l'inizio o la continuazione di quella determinata attività. Se non è necessaria, quindi, la cessione di tutti gli elementi che normalmente costituiscono l'azienda, deve tuttavia appurarsi che nel complesso dei beni ceduti permanga un residuo di organizzazione che ne dimostri l'attitudine all'esercizio dell'impresa, sia pure mediante la successiva integrazione da parte del cessionario (3).

A prescindere dalla circostanza che si voglia, quindi, qualificare l'azienda come *universitas rerum*, di fatto o di diritto (4), è necessario identificare i fattori rivelatori dell'esistenza della medesima, ovvero l'**organizzazione**, i **beni** ed il loro **fine per l'esercizio dell'impresa**; si tratta, dunque, di una coesione unitaria di elementi che non consente di fissare aprioristicamente quali e quanti beni e/o rapporti siano necessari a costituire o, meglio, ad identificare, l'esistenza di un'azienda, poiché non assume esautiva rilevanza il semplice complesso di beni, in sé e per sé stesso considerato, ma anche i legami giuridici e fattuali tra gli stessi, nonché la destinazione funzionale del loro insieme.

(1) In tal senso, l'Agenzia delle entrate si è recentemente espressa anche con la risposta n. 432 del 25 ottobre 2019.

(2) Cfr. *ex multis*, Cass. n. 897 del 25 gennaio 2002, n. 24913 del 10 ottobre 2008, n. 9163 del 16 aprile 2010 e n. 9575 dell'11 maggio 2016.

(3) Nel caso di specie, l'Amministrazione finanziaria aveva illegittimamente riqualificato la cessione di beni strumentali come cessione d'azienda, recuperando l'IVA detratta dal cessionario, benché i beni prima della cessione non costituissero

un insieme organicamente finalizzato all'esercizio dell'attività di impresa; con tale sentenza, la Corte di cassazione ha confermato il proprio orientamento precedentemente espresso con le sentenze n. 21481 del 9 ottobre 2009 e n. 1913 del 30 gennaio 2007.

(4) Per la tesi della azienda quale *universitas facti*, cfr., *ex multis*, Cass. 10 marzo 1980, n. 1584; per le argomentazioni a favore della qualificazione dell'azienda quale *universitas iuris*, cfr., *ex multis*, Cass. 11 agosto 1990, n. 8219.

Sulla scorta di tali considerazioni, quindi, l'Agenzia ha affermato che la **cessione del solo pacchetto clienti** non integra la struttura organizzativa aziendale, in quanto trattasi di un **unico asset patrimoniale**, e non di un'organizzazione idonea, nel suo complesso, allo svolgimento di un'attività produttiva. La "lista clienti", intesa come il complesso dei clienti selezionati ed acquisiti nel tempo, rappresenta solo una componente del valore dell'avviamento che può essere trasferito integralmente o anche in modo separato dall'azienda, in quanto suscettibile di **autonoma valutazione economica** (5).

3. Valutazione civilistica del pacchetto clienti

Ai fini civilistici, il pacchetto clienti è un *asset* che può essere autonomamente contabilizzato in bilancio; non esiste una apposita voce dello stato patrimoniale destinata ad accoglierlo: si tratta di un bene immateriale strettamente correlato con il concetto di **avviamento**. Tale *intangible* - comunemente inteso come l'attitudine di un'azienda a produrre un *extra*-profitto superiore rispetto alla media del settore di riferimento in ragione di un insieme tipicamente indistinto di condizioni immateriali quali l'immagine e il prestigio aziendale, la clientela, l'organizzazione, il *management*, la qualità dei prodotti, la rete commerciale, ecc. che esprimono, qualificandola, la capacità competitiva dell'impresa sul mercato (6) - può, talvolta, avere correlazioni anche con altri beni immateriali quali, ad esempio, **marchi**, **know-how** e **brevetti**.

Generalmente, tale *asset* viene ceduto unitamente all'azienda e il valore del pacchetto clienti (7) viene contabilizzato in bilancio all'interno della voce dell'avviamento, a condizione che, ovviamente, sussistano tutte le condizioni previste dall'**OIC 24** per l'iscrizione di tale posta tra le immobilizzazioni immateriali.

In particolare, l'**avviamento** viene iscritto tra le **immobilizzazioni immateriali** se sono soddi-

sfatte tutte le seguenti condizioni: i) è acquisito a titolo oneroso (cioè deriva dall'acquisizione di un'azienda o ramo d'azienda oppure da un'operazione di conferimento, di fusione o di scissione); ii) ha un valore quantificabile in quanto incluso nel corrispettivo pagato; iii) è costituito all'origine da oneri e costi ad utilità differita nel tempo, che garantiscono, quindi, benefici economici futuri; iv) è soddisfatto il principio della recuperabilità del relativo costo (e quindi non si è in presenza di un "cattivo affare", posto che in tal caso l'onere va imputato integralmente al conto economico).

È appena il caso di ricordare che i **principi contabili internazionali** (IAS 36, 38 e IFRS 3) seguono una differente impostazione. Essi prevedono che l'avviamento sia un'attività con vita indeterminata e non sia assoggettato ad ammortamento ma ad una verifica annuale dell'esistenza di perdite di valore, attraverso il c.d. **impairment test**.

Civilisticamente, in ambito ITA GAAP, il valore del pacchetto clienti viene ammortizzato secondo la vita utile stimata dell'avviamento; ai fini fiscali, invece, ai sensi dell'art. 103, comma 3, del T.U.I.R., le quote di ammortamento del valore di avviamento iscritto nell'attivo del bilancio sono deducibili in misura non superiore ad **un diciottesimo** del valore stesso.

Quanto sopra, evidentemente, per le ipotesi in cui la "lista clienti" sia trasferita nell'ambito del trasferimento del **compendio aziendale**, quale componente del più ampio *intangible* rappresentato dall'avviamento.

Se, invece, il pacchetto clienti viene ceduto come **singolo bene**, il valore pagato dall'acquirente non potrà essere valorizzato nell'ambito della voce di avviamento ma dovrà comunque essere iscritto tra le altre immobilizzazioni immateriali. In tal senso, è stato rilevato (8) che la cessione del pacchetto clienti rappresenta il trasferimento di un bene immateriale e rientrerebbe a pieno titolo nell'art. 98 del D.Lgs. 10 febbraio 2005, n. 30 (Codice della proprietà industriale) a mente del quale: "Costituiscono oggetto di tutela le informa-

(5) A sostegno della propria posizione, l'Agenzia richiama l'orientamento giurisprudenziale, nazionale e unionale, secondo cui un'operazione di cessione del c.d. pacchetto clientela può essere considerata come cessione di ramo di azienda solo ed esclusivamente quando il portafoglio clienti, interamente considerato, costituisce un complesso organico dotato di autonoma potenzialità produttiva; cfr. Corte di Giustizia UE, causa C-50/91; Cass. n. 897/2002; Cass. n. 206/2003. Vedasi anche Cass. n. 10740/2013, in cui si afferma che la distinzione tra un atto di cessione di singoli beni aziendali (soggetto ad IVA) e un atto di cessione di azienda (soggetto ad imposta di registro) non può basarsi sul solo esame della volontà delle parti poiché

è necessario verificare, dal punto di vista oggettivo, se i beni ceduti siano dotati di un'effettiva organizzazione tale da renderli idonei, nel loro complesso, allo svolgimento di un'attività produttiva.

(6) Per approfondimenti cfr. R. Moro Visconti, "La valutazione economica dell'avviamento", in *Il Diritto Industriale*, n. 5/2009, pag. 470.

(7) Per la valutazione del pacchetto clienti cfr. R. Moro Visconti, "La valutazione del portafoglio clienti: avviamento e concorrenza sleale", in *Il Diritto Industriale*, n. 3/2018, pag. 236.

(8) Cfr. S. Bottero, "Cessione clientela, cessione di azienda o singolo bene? Possibile tassazione", in *PMI*, n. 10/2015, pag. 27.

zioni aziendali e le esperienze tecnico-industriali, comprese quelle commerciali, soggette al legittimo controllo del detentore, ove tali informazioni: a) siano segrete, nel senso che non siano nel loro insieme o nella precisa configurazione e combinazione dei loro elementi generalmente note o facilmente accessibili agli esperti ed agli operatori del settore; b) abbiano valore economico in quanto segrete; c) siano sottoposte, da parte delle persone al cui legittimo controllo sono soggette, a misure da ritenersi ragionevolmente adeguate a mantenerle segrete". Ai fini della contabilizzazione di tale voce in bilancio, il cessionario potrebbe, quindi, contabilizzare il "pacchetto clienti":

a) tra i **costi di impianto e di ampliamento**, trattandosi comunque di costi relativi all'ampliamento della società, qualora l'acquisizione del pacchetto clienti comporti una vera e propria espansione dell'attività in direzioni ed in attività precedentemente non perseguite, ovvero verso un ampliamento anche di tipo quantitativo ma di misura tale da apparire straordinario e che, pertanto, attiene ad un nuovo allargamento dell'attività sociale;

b) tra i **diritti di brevetto industriale e di utilizzazione delle opere dell'ingegno**, se il pacchetto clienti può qualificarsi come un costo di *know-how* (specie nel caso in cui le vendite - e i corrispondenti clienti, più o meno fidelizzati - sono legate ad un plusvalore di *marketing* e tecnologico) e nel presupposto che in questa posta potrebbero rientrare anche i costi per l'acquisizione di diritti inerenti alle informazioni e alle esperienze acquisite in campo commerciale.

È chiaro che tale scelta, rimessa alla discrezionalità tecnica del redattore del bilancio, avrà riflessi determinanti anche ai fini dell'**ammortamento civilistico**. Infatti, in caso di iscrizione del pacchetto clienti tra i costi di impianto e di ampliamento, l'ammortamento non potrà, in linea generale, eccedere i cinque anni. Nel caso in cui, invece, l'investimento venga contabilizzato tra i diritti di brevetto industriale e di utilizzazione delle opere dell'ingegno, l'ammortamento civilistico sarà correlato alla prevista vita utile dell'*asset*.

4. Trattamento fiscale della cessione del pacchetto clienti

Nel qualificare la cessione della lista clienti come **singolo bene**, l'Agenzia delle entrate precisa che a tale operazione non è applicabile l'esclu-

sione dal campo di applicazione dell'IVA, prevista, invece, per l'azienda dall'art. 2, comma 3, lett. b), del D.P.R. n. 633/1972. Conseguentemente, l'imposta di registro si applica in misura fissa, come previsto dall'art. 40 del D.P.R. 26 aprile 1986, n. 131.

Merita ricordare che, nel definire il trattamento fiscale della cessione di clientela da parte di uno studio professionale, l'Agenzia aveva avuto modo di precisare (9) che l'operazione andava ricondotta ad una **prestazione di servizi generica** ai sensi dell'art. 3 del D.P.R. n. 633/1972; nell'ambito di tale documento, l'Agenzia ha affermato che il compenso corrisposto al professionista per la cessione di una parte della sua attività configura un corrispettivo per una prestazione di servizio, consistente nel permettere la prosecuzione del rapporto professionale tra i suoi vecchi clienti ed il soggetto subentrante, nell'impegno di non proseguire il rapporto professionale con i clienti ceduti e nell'impegno altresì di favorire la prosecuzione del rapporto tra i suoi vecchi clienti ed il nuovo soggetto.

Si tratta di una posizione che ha correttamente valorizzato le prestazioni del professionista "cedente", ma che non sembra potersi applicare *tout court* nel diverso contesto del regime di impresa. Sempre secondo tale risoluzione, ai fini delle imposte dirette, il medesimo compenso avrebbe dovuto essere inquadrato come un **reddito diverso** derivante "dall'assunzione di **obblighi di fare, non fare o permettere**". Sul punto, il legislatore è però successivamente intervenuto introducendo all'art. 54 del T.U.I.R. il comma 1-*quater*, stabilendo che concorrono a formare il reddito di lavoro autonomo anche i corrispettivi percepiti a seguito di cessione della clientela o di elementi immateriali comunque riferibili all'attività artistica o professionale.

A ben vedere, quindi, il legislatore si è preoccupato di disciplinare il trattamento fiscale della cessione della clientela solo per i lavoratori autonomi, nulla precisando, invece, rispetto alla cessione realizzata in regime di impresa, dove vige un principio generale di "attrazione" dei proventi al reddito di impresa (10).

La questione pare debba risolversi nel senso di qualificare l'operazione, posta in essere in regime di impresa, come una cessione di un **singolo bene**, rappresentato dalla "lista clienti" unitariamente considerata.

(9) Risoluzione n. 108/E del 29 marzo 2002.

(10) Nel caso dell'imprenditore individuale l'attrazione si

verifica se il provento è conseguito nell'esercizio dell'impresa, e non attiene alla sfera privata.

L'inquadramento della cessione della "lista clienti" come cessione di un bene anziché come una prestazione di servizi porta con sé delle conseguenze significative ai fini fiscali, imponendo di considerare l'applicazione dell'art. 86 del T.U.I.R.: è pacifico infatti che per nessuna azienda la "lista clienti" possa rappresentare un bene indicato nel comma 1 dell'art. 85 (ossia beni la cui cessione genera ricavi caratteristici), bensì uno dei beni "relativi all'impresa" cui si riferisce, appunto, l'art. 86 del T.U.I.R. Ne consegue, quindi, che la transazione può determinare l'emersione di una **plusvalenza a tassazione differita** se il bene è stato posseduto per un periodo non inferiore a tre anni (e quindi per 1.095 giorni); il contribuente potrà far concorrere la plusvalenza alla formazione del reddito in quote costanti suddividendola per un **massimo di 5 anni**.

Va rilevato che, mentre qualora la cessione della "lista clienti" avvenga unitamente al ramo d'azienda il requisito del possesso triennale an-

drà verificato con riferimento all'azienda (di cui la "lista clienti" è una componente nell'ambito del più ampio concetto di "avviamento"), quando ad essere ceduto è il singolo *asset* si potrebbe porre la necessità di verificare in modo adeguato il rispetto del predetto **requisito temporale**. Si tratta di stabilire se il requisito vada calcolato sull'*asset* astrattamente inteso (ed allora si tornerebbe al tema dell'esercizio della azienda nel suo complesso) oppure con riferimento agli specifici clienti che compongono la "lista" oggetto di trasferimento ed in tal caso, attesa l'unitarietà dell'*asset*, non potrà che riconoscersi come integrato il requisito se la maggior parte dei clienti abbiano una storicità di relazione con la società almeno triennale. L'ipotesi che appare preferibile è quella di considerare il decorso del termine triennale alla stregua di come viene computato nel caso di trasferimento dell'azienda, rendendo, quindi, sufficiente la sussistenza anche di una componente minima di clienti con una relazione almeno triennale con la società.