

FISCALITÀ INTERNAZIONALE***Strategie e condizioni economiche rilevanti nel transfer pricing***

di Fabio Landuzzi

Accade talvolta che nell'ambito delle **verifiche fiscali** aventi per oggetto i **prezzi di trasferimento** applicati nelle **transazioni compiute fra parti correlate** – articolo 110, comma 7, del Tuir – vengano sollevate **contestazioni** aventi per oggetto **una singola transazione** che, osservata nella sua individualità, produce un **risultato inferiore** rispetto a quello che sarebbe altrimenti ritenuto congruo, od addirittura un **margine negativo**.

Prescindendo ovviamente dalle situazioni in cui vi siano altri sintomi od indicatori di vere **patologie della transazione**, questa situazione non è di per sé tale, e soprattutto non lo è in modo **acritico ed automatico**, da determinare l'esposizione dell'impresa che realizza la vendita a contestazioni fiscali che si sostanziano nell'**accertamento di un maggior valore normale** della transazione e quindi di un maggior profitto imponibile.

A questo riguardo, come esemplificato nel caso che ha costituito oggetto della **sentenza n. 56 del 9 maggio 2013 della Commissione Tributaria Regionale della Lombardia**, è necessario considerare in modo opportuno, sia le **strategie perseguite dall'impresa**, sia le **condizioni economiche** in cui la transazione controllata ha avuto esecuzione.

In particolare, il caso di specie che è assai istruttivo in merito al tema qui affrontato, riguardava la **vendita di un composto chimico** effettuata da parte di un'impresa di produzione italiana ad altre imprese appartenenti allo stesso gruppo. Il **prezzo di vendita** di questo prodotto si era nel tempo ridotto sino a **non consentire più la copertura del costo pieno di produzione**, e quindi determinava un apparente **margine negativo** per l'impresa italiana. La fattispecie, colta nella sua individualità, era stata quindi oggetto di rilievo da parte dei verificatori i quali avevano applicato in modo automatico un **criterio di cost plus** per la determinazione di quello che, a loro avviso, sarebbe stato il **valore normale della transazione** se questa fosse stata eseguita fra parti indipendenti.

Queste le **considerazioni difensive** che sono state avallate dai Giudici milanesi e che appaiono estremamente istruttive per **un'analisi obiettiva** di casi tutt'altro che infrequenti nella realtà delle imprese.

- In primo luogo, la **vendita del prodotto** in verifica risentiva fortemente delle **oscillazioni del rapporto di cambio Euro / Dollaro**, il cui onere **non poteva essere automaticamente traslato** sul compratore mediante un diretto incremento del prezzo di vendita.
- Inoltre, dal punto di vista metodologico, non era corretto **applicare acriticamente un**

metodo di cost plus per testare la “correttezza” del prezzo di vendita, in quanto era dimostrato che lo stesso prodotto aveva formato oggetto di **offerte di vendita** rivolte alle consociate estere dell’impresa italiana da parte di **fornitori terzi** asiatici indipendenti a **listini inferiori** rispetto a quelli praticati dalla società italiana.

- **L’incremento dei costi fissi di gestione**, unitamente alle **condizioni economiche** negative che avevano particolarmente colpito quel prodotto, aveva sì impedito di conseguire margini di profitto per quella referenza, ma la società era riuscita in ogni caso a conseguire un **profitto complessivo** come poteva ricavarsi dal suo bilancio annuale. Tale fattore era quindi del tutto meritevole di attenzione, in quanto anche le **Linee Guida Ocse sui prezzi di trasferimento** riconoscono all’impresa la facoltà di adottare **strategie differenti per i propri prodotti**, anche nell’ottica di fronteggiare la concorrenza esterna. Quindi, la **strategia di lungo periodo dell’impresa** e le **condizioni economiche della transazione** sono elementi imprescindibili per compiere una obiettiva analisi di *transfer pricing*.
- Infine, assume rilevanza di assoluto pregio il cd. **“portfolio approach”** (di cui al par. 3.10 delle Linee Guida Ocse), ovvero la piena legittimità di un approccio aziendale che, nel determinare i prezzi di vendita dei prodotti, può anche prevedere il **sacrificio della marginalità** di una o più referenze, al fine di ottenere comunque un **adeguato e soddisfacente profitto** con riguardo al **complessivo portafoglio di prodotti** a disposizione.