

OPERAZIONI STRAORDINARIE

La cessione del portafoglio clienti non è cessione d'azienda

di Fabio Garrini

La **cessione di un portafoglio clienti** non può di per sé essere intesa quale cessione d'azienda; questo è il pensiero dell'Amministrazione Finanziaria espresso con la [risposta ad interpello n. 466 del 4 novembre 2019](#).

Secondo l'Amministrazione Finanziaria, infatti, la cessione del "**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**.

La cessione del singolo bene, quale va intesa la cessione della clientela, deve quindi essere **assoggettata ad Iva** e non all'imposta proporzionale di registro del 3%, prevista per la cessione dei complessi aziendali.

La cessione del "pacchetto clienti"

La vicenda che ha portato all'istanza di interpello in oggetto riguarda una riorganizzazione commerciale finalizzata alla creazione di una *partnership* tra diversi soggetti; a tal fine, il soggetto istante si interroga se la **cessione del portafoglio clienti** a favore di una stabile organizzazione italiana di società straniera possa o meno configurare una **cessione di azienda**.

Il dubbio riguarda il trattamento ai fini delle **imposte indirette** (se fosse cessione d'azienda, l'operazione dovrebbe essere assoggettata all'**imposta di registro** con l'aliquota proporzionale del 3%; al contrario, se fosse qualificabile come cessione di beni, troverebbe applicazione l'**aliquota Iva ordinaria del 22%**), ma è evidente che la **definizione di azienda** può interessare anche altri compatti impositivi.

In tema Iva, l'[articolo 2 D.P.R. 633/1972](#), nell'ambito della definizione del **requisito oggettivo** per l'applicazione dell'imposta, qualifica le **cessioni di beni**; il **comma 3**, tra le **operazioni escluse** (ossia che non possono qualificarsi cessioni di beni), alla **lettera b)** individua "le **cessioni e i conferimenti in società o altri enti, compresi i consorzi e le associazioni o altre organizzazioni, che hanno per oggetto aziende o rami di azienda**".

Evidentemente, il punto centrale da analizzare è se la **cessione della lista clienti** possa o meno essere qualificata come **cessione d'azienda**; proprio su questo aspetto l'Agenzia sofferma

l'attenzione nell'interpello in commento.

L'[articolo 2555 cod. civ.](#) definisce l'azienda come "*il complesso dei beni organizzato dell'imprenditore per l'esercizio dell'impresa*".

Su tale aspetto la giurisprudenza si è più volte espressa nel corso degli anni, ma l'elemento cruciale è valutare se ciò che viene trasferito è o meno un **insieme organicamente finalizzato ex ante all'esercizio dell'attività d'impresa** (ossia tale organizzazione già doveva essere presente prima della cessione), di per sé idoneo a consentire l'**inizio** o la **prosecuzione** di quella determinata attività.

Si può, dunque, affermare che, se **non è necessaria la cessione di tutti gli elementi** che normalmente costituiscono l'azienda, deve tuttavia appurarsi che, nel complesso di quelli 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.

Da notare che il riferimento ai "beni" non deve essere necessariamente inteso in senso fisico, in quanto la giurisprudenza fa più ampio riferimento ad una **coesione unitaria di "elementi"**, purché siano funzionalmente **legati** da un rapporto di **complementarietà strumentale**, caratterizzati dall'essere destinati ad un fine comune, che appunto è l'esercizio dell'impresa.

L'Agenzia, pur con tutte le cautele legate alla necessità di **valutare il caso concreto**, osserva che la mera **cessione di un "portafoglio clienti"** che non può, da solo, integrare 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 clientela (ossia il complesso dei clienti selezionati ed acquisiti nel tempo), infatti, rappresenta una componente del valore dell'avviamento definito appunto "**portafoglio clienti**" che può essere trasferito integralmente **anche in modo separato dall'azienda**, in quanto suscettibile di **autonoma valutazione** economica.

La conseguenza è che la cessione della clientela, così come descritta nell'istanza di interpello, si deve ritenere qualificabile come **cessione di un singolo** bene e non come cessione di ramo d'azienda; di conseguenza, **non è applicabile l'esclusione dal campo di applicazione Iva** disposta a norma dell'[articolo 2 D.P.R. 633/1972](#), mentre **l'imposta di registro si applica in misura fissa**, come previsto dall'[articolo 40 D.P.R. 131/1986](#).