



IVA

Territorialità Iva delle prestazioni degli influencer “agenti”

di Sandro Cerato - Direttore Scientifico del Centro Studi Tributari

Master di specializzazione

Il consulente degli operatori social

Profili giuridici, tributari e previdenziali di influencer, content creator, youtuber, e-gamer

Scopri di più



L'inquadramento della **figura dell'influencer**, nell'ambito del **contratto di agenzia**, comporta, ai **fini Iva**, che le **“provvigioni” maturate** dagli stessi rientrano tra i **servizi generici, con conseguente territorialità nel Paese del committente soggetto business**. La conclusione trova il suo punto di partenza nel contenuto della **sentenza n. 2615/2024** del Tribunale di Roma riguardante un'azienda, operante nel commercio on line di integratori alimentari, che ha **utilizzato dei testimonial e degli influencer, allo scopo di sollecitare l'acquisto dei propri prodotti** da parte dei consumatori finali.

In particolare, mentre i **testimonial** (tipicamente atleti sportivi) **hanno prestato la propria immagine esibendo nelle gare** e nelle manifestazioni pubbliche **indumenti sponsorizzati**, gli **influencer** hanno utilizzato le **proprie pagine social ed il sito internet per promuovere i prodotti dell'azienda**, ricevendo in cambio **un corrispettivo** pari al **10% del prezzo di vendita**. Tramite le pagine social degli *influencer*, il consumatore può ottenere anche un **codice sconto** per l'acquisto dei prodotti dell'azienda, ragion per cui, secondo i giudici romani, l'**attività di tale soggetto si qualifica come agente di commercio**, soggetta alla disciplina civilistica, di cui all'[articolo 1742 e.s.s. cod. civ.](#)

Prescindendo dalle valutazioni sul merito della sentenza, le cui conclusioni non possono applicarsi a tutti gli *influencer*, ma solamente ad alcune situazioni, la **qualifica di agente di commercio porta con sé alcuni riflessi in ambito Iva**, per quanto riguarda la **territorialità Iva delle provvigioni maturate da tali soggetti**. Nei rapporti *“business to business”* (come quelli esistenti tra un *influencer* con partita Iva e la società che si avvale dell'attività svolta dal *talent*), la **territorialità Iva è disciplinata dall'[articolo 7-ter, D.P.R. 633/1972](#)**, secondo cui il **luogo di rilevanza ai fini Iva è il Paese in cui è stabilito ai fini Iva il committente**.

Pertanto, in presenza di un *influencer* **soggetto passivo Iva stabilito in Italia**, le provvigioni maturate dallo stesso sono **escluse dal campo di applicazione dell'Iva**, se rese ad un **soggetto passivo stabilito in altro Stato** (Ue o extra-Ue). In ogni caso, a norma dell'[articolo 21, comma 6-bis, D.P.R. 633/1972](#), sussiste l'obbligo di **emissione della fattura e l'importo concorre alla formazione del volume d'affari Iva** (pur essendo irrilevante, ai fini della formazione dello status



di esportatore abituale, in quanto operazione fuori campo Iva).

In presenza di un *committente soggetto passivo stabilito nel territorio dello Stato, il luogo di rilevanza territoriale è l'Italia* (Paese del committente). Tuttavia, la **provvigione fatturata dall'influencer è imponibile ad Iva, se l'operazione intermediata** (cessione del bene a favore del consumatore finale) è effettuata in Italia (cessione interna) o **il bene è trasferito in altro Stato Ue** (a prescindere dalla qualifica del cessionario comunitario).

Diversamente, qualora l'operazione sottostante effettuata dal committente soggetto passivo nazionale **costituisca un'esportazione di beni** (con partenza dall'Italia verso un Paese extraUe), il corrispettivo per l'intermediazione è **non imponibile, ai sensi dell'[articolo 9, comma 1, n. 7, D.P.R. 633/1972](#)**. Secondo tale norma, infatti, i **servizi di intermediazione**, per i quali è verificata la territorialità Iva in Italia, **sono non imponibili**, quando sono **relativi a beni in importazione, in esportazione o transito**. In tal caso, qualora **l'attività di intermediazione costituisca l'oggetto principale dell'attività del soggetto Iva**, i corrispettivi non imponibili, ai sensi dell'[articolo 9, D.P.R. 633/1972](#), concorrono alla **determinazione dello status di esportatore abituale**, con conseguente maturazione del plafond, **se l'ammontare fatturato nell'anno solare supera il 10% del volume d'affari complessivo**.