

GIURISPRUDENZA

Data udienza 4 marzo 2024

Integrale

**Rapporti di lavoro - Qualificazione - Tipologia contrattuale - Contribuzione -
Promozione dei brand - Influencer - Agente di commercio - Procacciatore d'affari -
Conclusione di contratti - Ambito territoriale - Collaborazione professionale - Incarico
- Compenso**

TRIBUNALE DI ROMA

SEZIONE LAVORO QUARTA

REPUBBLICA ITALIANA

IN NOME DEL POPOLO ITALIANO

Il Giudice designato, Dott.ssa Francesca Vincenzi, all'udienza del 4.3.2024 ha pronunciato la seguente

SENTENZA

nella causa iscritta al R.G. n. 38445/2022

TRA

Ia. S.P.A., in persona del legale rappresentante pro - tempore Al.Co., elettivamente domiciliata in Milano, Corso (...) presso lo studio degli Avv.ti Ub.Pe., Ma.Am. e Ca.Pe. che la rappresentano e difendono giusta procura allegata al ricorso

RICORRENTE

E

FONDAZIONE En., in persona del Presidente e legale rappresentante pro tempore sig. Al.Me., elettivamente domiciliata in Roma, Roma, Piazzale (...) presso lo studio dell'Avv. Ig.Ab. che la rappresenta e difende giusta procura in calce alla memoria di costituzione

CONVENUTA

SVOLGIMENTO DEL PROCESSO

Con ricorso depositato telematicamente il 6.12.2022 ed iscritto a ruolo il 7.12.2022 la società ricorrente in epigrafe nominata esponeva: che la. è un'impresa commerciale che svolge l'attività di vendita online, iniziando la sua attività produttiva con la vendita di integratori alimentari arrivando poi nel corso del tempo a ideare, studiare e mettere a punto prodotti con marchio proprio, pubblicizzati attraverso l'attività di propaganda e informazione svolta da sportivi, da persone legate al mondo dello sport a vario titolo e da consulenti per le analisi di mercato; che con verbale di accertamento dell'11.7.2022 l'ispettore di vigilanza della Fondazione En. ha ritenuto dimostrata la sussistenza di rapporti contrattuali riconducibili alla previsione di cui all'art. 1742 c.c. intercorsi tra la. e le persone, ivi nominate, ad essa legate da rapporti contrattuali di varia natura (influencer, consulenti di mercato e consulenti per la ricerca), dichiarando come dovuto il pagamento dell'importo complessivo di Euro 70.264,95 di cui Euro 53.991,23 per contributi Fondo Previdenza, Euro 6.624,19 per Fondo Indennità Risoluzione Rapporto, Euro 7.899,53 per sanzioni ex art. 34 del Regolamento delle Attività Istituzionali ed Euro 1.750,00 per sanzioni ex art. 40 del Regolamento delle Attività Istituzionali per omessa iscrizione o comunicazione cessazione; che avverso tale verbale di accertamento ispettivo la ricorrente ha proposto ricorso all'Ispettorato Interregionale del Lavoro di Roma, Comitato per i Rapporti di Lavoro, il quale con provvedimento del 15.11.2022 ha confermato quanto accertato in sede ispettiva; che mancano i presupposti giuridici per inquadrare gli influencer quali agenti di commercio; che il contratto di "influencer marketing" è considerato da alcuni commentatori come un contratto atipico mentre da altri è qualificato come contratto riconducibile allo schema tipico del contratto d'opera intellettuale; che con l'affermarsi di Internet, il termine influencer ha cominciato a essere usato per indicare colui che, avendo un ampio seguito di pubblico, è in grado di raggiungere con i suoi messaggi un numero potenzialmente sempre più alto di individui, creando i presupposti per la diffusione su larga scala dei suoi messaggi principalmente attraverso il passaparola; che si tratta solitamente di individui che posseggono un grado di conoscenza elevato relativamente ad alcuni prodotti o che comunque li utilizzano abitualmente, tanto che le loro opinioni arrivano a influenzare quelle degli altri consumatori orientandone le scelte d'acquisto; che proprio per il ruolo determinante che gli influencer svolgono all'interno delle dinamiche comunicative, essi vengono spesso contattati dalle aziende per pubblicizzarne prodotti o brand che rientrano nella loro sfera di influenza e si parla a tal proposito di influencer marketing; che il compito dell'influencer, infatti, è influenzare la propria community di followers sui diversi social network (come Facebook, Youtube, Twitter, Instagram, Pinterest, LinkedIn...); che gli influencer ricoprono differenti figure presenti nel mondo della comunicazione social: sono blogger, videomaker, fotografi, content creators, YouTubers, Instagrammers che postano con regolarità dei contenuti di qualità sui loro canali preferiti (siti web, social media, blog...) e interagiscono via chat, post, tweet con utenti e followers interessati ai temi e agli argomenti di cui si occupano; che secondo l'articolo 1742 Cod. civ.: "Col contratto di agenzia una parte assume stabilmente l'incarico di promuovere, per conto dell'altra, verso retribuzione, la conclusione di contratti in una

zona determinata."; che affinché esista un rapporto di agenzia occorre quindi che l'agente assuma l'obbligazione di attivarsi in modo stabile per promuovere la conclusione di contratti per conto del preponente e che ciò avvenga con riferimento ad una zona o a una tipologia definita di potenziale clientela; che prima ed essenziale caratteristica del contratto di agenzia è quindi l'assunzione di una obbligazione giuridica avente ad oggetto la realizzazione a favore del preponente di un'attività stabilmente esercitata mirata a convincere possibili partners negoziali ubicati in una definita area geografica a concludere contratti con il preponente; che gli agenti di commercio, come loro peculiare attività, raccolgono proposte contrattuali (gli "ordini" o "commissioni") che mentre per l'agente di commercio la non occasionalità della prestazione è riconducibile all'esistenza di un preciso obbligo giuridico la cui inosservanza è qualificabile come inadempimento con tutte le conseguenze che per lui ne derivano, per l'influencer la non occasionalità della prestazione deriva da una sua libera scelta e da una pura e semplice convenienza economica in assenza di alcun espresso obbligo contrattuale; che erroneamente, quindi, il requisito della stabilità dell'incarico è stata dedotta dall'Ente dal mero dato cronologico della regolarità della fatturazione e dalla cadenza regolare dell'emissione delle fatture, atteso che né l'influencer, né la ricorrente hanno inteso dare al loro rapporto un carattere stabile ed esclusivo; che gli influencer che hanno svolto la loro attività per la ricorrente non hanno assunto alcun stabile obbligo di promuovere la conclusione di contratti mancando ogni rapporto diretto col potenziale cliente finale dal momento che, la loro attività retribuita si svolge utilizzando piattaforme social sul web tipo Instagram, LinkedIn o Facebook sulle quali volontariamente e liberamente pubblicano contenuti (tipo post o stories) nei quali è anche inserito un codice sconto che il follower dell'influencer può presentare al negoziante al momento dell'acquisto del prodotto o quando acquista tramite gli on line stores; che mentre nel contratto di agenzia l'agente si obbliga a realizzare stabilmente, quindi, non sulla base della propria libera iniziativa personale lo svolgimento dell'attività promozionale ma in virtù di un preciso obbligo giuridico, nei rapporti con gli influencer sono le imprese stesse che, cercando di associare i propri prodotti o servizi alla notorietà ed al successo degli stessi, sperano di incrementare le loro vendite beneficiando della loro notorietà e delle loro capacità di creare community di followers; che per gli agenti il successo e il guadagno consistono nell'abilità a ottenere ordini, nel creare un portafoglio clienti e nel fidelizzarli al prodotto o al servizio proposto, mentre il successo degli influencer consiste in caratteristiche personali, che preesistono e sono autonome rispetto a specifici requisiti professionali richiesti per l'esercizio dell'attività di agente e rappresentante di commercio; che agli influencer non è affidata una zona e/o un segmento commerciale e/o una lista clienti; che ciascuno degli influencer ha già un proprio seguito preesistente al contratto, coltivato a prescindere dai rapporti instaurati con una o più imprese; che le caratteristiche dei rapporti oggetto dell'accertamento rilevate dall'Ispettore quali elementi peculiari del contratto di agenzia quali la non occasionalità e la retribuzione con provvigioni non possono essere considerati come indici univoci dell'esistenza di un rapporto di agenzia, essendo rinvenibili in altri tipi di

rapporti contrattuali, anche nei rapporti di lavoro subordinato, nelle collaborazioni disciplinate dall'art. 2 del D.Lgs. 81/2015, nelle collaborazioni coordinate e continuative richiamate dall'art. 409 n. 3 c.p.c.; di non opporsi a quanto accertato in sede ispettiva con riferimento ai signori Ni.Bo. e An.Tr., come già dichiarato nel ricorso proposto in via amministrativa; che il sig. Lu.Le. non è un agente e nemmeno un procacciatore, è un culturista, un body builder professionista, di fama internazionale, oltre che un allenatore certificato in tali discipline sportive, come dimostrato dalle sue pagine social; che il sig. Le. ha avviato Rh., una piattaforma digitale che consente agli sportivi professionisti (e non), praticanti la disciplina del culturismo, di seguire un programma di allenamento dopo aver sottoscritto un abbonamento on line; che, come si evince dal sito ([https://www\(...\).co.uk/video/](https://www(...).co.uk/video/)) il sig. Le. pubblica con costanza video di allenamenti (accessibili con la sottoscrizione dell'abbonamento) nei quali mostra di volta in volta esercizi da svolgere, tecniche di allenamento e consigli per i praticanti del culturismo; che il sig. Le. è altresì autore di libri e pubblicazioni sulle tematiche alle quali si dedica; che da tali dati di fatto emerge che il ruolo di influencer svolto per la. non è mai stata la sua attività principale e che, anzi, tale attività è sempre stata meramente accessoria e occasionale rispetto alle altre; che il sig. Le. non risiede nemmeno in Italia, ma nel Regno Unito; che con decorrenza dal 1 gennaio 2020 il sig. Le. e la., tramite contratto di influencer disciplinavano l'attività di influencer che il sig. Le. avrebbe esercitato a favore dei prodotti la. sulle proprie pagine social media (e.g. Instagram, Facebook) e sui propri siti web; che con il contratto sottoscritto con la ricorrente il sig. Le. non assumeva alcuna obbligazione tipicamente definita; che il contratto non solo non prevede un obbligo del sig. Le. di promuovere contratti di vendita, ma nemmeno gli impone di attivarsi per essere adempiente alle previsioni contrattuali: laddove nulla avesse fatto, nessun inadempimento gli si sarebbe potuto contestare oltre al rilievo che non avrebbe percepito alcun compenso; che il contratto si premurava di regolare il compenso che sarebbe spettato al sig. Le., ove questi avesse favorito la vendita dei prodotti di la. tramite la propria notorietà e la propria posizione; che la pubblicazione di contenuti sul web, non c'entra nulla con la promozione della conclusione di contratti; che un po' più suggestivo è il compenso in misura percentuale, che potrebbe far venire in mente i compensi provvigionali di solito corrisposti agli agenti; che nel caso del sig. Le., tuttavia, tale compenso non era collegato ad una attività volta a promuovere contratti, esercitata nei confronti di potenziali clienti in quanto questi non conosceva tantomeno svolgeva alcuna attività promozionale diretta con gli utenti di tale codice promozionale, né aveva mai avuto interazioni con alcuno di essi, per indurli a concludere contratti; che il codice valeva a correlare la sfera di "influenza" del sig. Le. ai benefici commerciali riscontrati da la.; che l'attività viene svolta dal sig. Le. a mezzo di piattaforme digitali, verso una platea di destinatari indefinita, e quindi non si tratta di una "zona determinata", elemento essenziale e naturale tipico dei genuini contratti di agenzia; che l'influencer si rivolge ad una serie di soggetti ("follower") che possono geograficamente trovarsi in qualsiasi parte d'Italia e del mondo e il contratto non circoscrive la zona a cui si riferisce; che il sig. Le. ha un numero elevato di follower, pari

alla data odierna su Instagram a circa 30.000; che non sussiste esclusiva nel rapporto tra la. e gli influencer; che il sig. Le. poteva, infatti, svolgere la stessa attività anche a favore di altri prodotti; che il sig. Le. non aveva alcun obbligo nei confronti di la., di seguirne le istruzioni relative a politiche di mercato e strategie commerciali, così come previsto dall'articolo 1746 Cod. civ. (l'agente deve "adempire l'incarico affidatogli in conformità delle istruzioni ricevute e fornire al preponente le informazioni riguardanti le condizioni del mercato nella zona assegnatagli, e ogni altra informazione utile per valutare la convenienza dei singoli affari"); che il contratto prevede termini di recesso in contrasto con la disciplina inderogabile, in materia di agenzia dall'art. 1750 Cod. civ.; che l'articolo 7.1 del contratto recita che quest'ultimo: "potrà essere risolto in qualsiasi momento da ciascuna delle parti con un preavviso di 15 giorni, da comunicarsi mediante e-mail."; che i compensi a percentuale non sono solo provvigioni (le percentuali denotano anche i compensi da mediazione, le commissioni, le royalties e innumerevoli collaborazioni commerciali), né le provvigioni sono tipiche solo dell'agenzia (vengono corrisposte anche ai procacciatori e ai lavoratori dipendenti); che i compensi corrisposti non consistevano solo in compensi in percentuale ma anche in compensi fissi erogati per i contenuti pubblicati sui suoi canali web valutati positivamente da la. per i propri scopi commerciali; che essendo il Sig. Le. residente nel Regno Unito e ivi svolgendo la propria attività, l'En. non avrebbe alcuna potestà impositiva nei confronti delle attività del medesimo, attività regolate esclusivamente dalle disposizioni di diritto inglese; che il sig. An.Mi. non è un agente e nemmeno un procacciatore, è un atleta, un culturista, un body builder professionista, allenatore online e titolare di una palestra, oltre che un allenatore certificato in tali discipline sportive, come si evince dalle sue pagine social; che anche nel caso del sig. Mi., il ruolo di influencer svolto per la. non è mai stata l'attività principale, ma meramente accessoria e occasionale rispetto alle altre; che con decorrenza dal 1 febbraio 2020 il sig. Mi. e la., tramite contratto di influencer disciplinavano l'attività di influencer che il sig. Mi. avrebbe esercitato a favore dei prodotti la. sulle proprie pagine social media (e.g. Instagram, Facebook); che anche per il sig. Mi. ed il contratto di influencer da questi concluso con la., valgono le medesime considerazioni già svolte per il sig. Le. e il contratto tra il medesimo e la. (le cui clausole sono pressoché sovrapponibili); che il contratto non prevede alcun obbligo per l'influencer di promuovere contratti di vendita e non gli impone di attivarsi per essere adempiente alle previsioni contrattuali prevedendo delle conseguenze per il suo mancato rispetto; che l'attività del sig. Mi. è sempre stata svolta in totale indipendenza e autonomia ed il contratto non prevede alcun vincolo di stabilità; che la fatturazione non dimostra una stabile obbligazione da lui assunta ma una liquidazione dei compensi su base mensile che è un mero dato contabile e amministrativo che nulla dimostra circa la sussistenza del requisito dell'obbligo giuridico di fornire una stabile attività promozionale; che l'attività del sig. Mi. è stata svolta a mezzo di piattaforme digitali con una platea di destinatari indefinita e non qualificabile come "zona determinata", elemento essenziale dei contratti di agenzia; che il sig. Mi. si rivolgeva, infatti ad una serie indeterminata di possibili lettori,

in primis ai suoi follower (almeno 6.124, come si evince dalla pagina Instagram del sig. Mi.) dislocati in ogni parte d'Italia e del mondo; che il contratto non circoscrive una precisa zona di riferimento; che anche il sig. Mi., come gli altri influencer, non aveva alcun obbligo di seguire alcuna istruzione di la., ai sensi dell'articolo 1746 Cod. civ.; che il sig. Mi. poteva svolgere la stessa attività anche a favore di altri prodotti mentre gli acquirenti dei prodotti la. potevano essere raggiunti dalla notorietà di altri influencer della stessa la.; che anche il suo contratto, come anche gli altri, prevedeva termini di recesso in contrasto con la disciplina inderogabile in materia di agenzia dall'art. 1750 Cod. civ.: che il sig. Iv.Ta. non è un agente e nemmeno un procacciatore, è un influencer di professione, che ha fondato vari siti promozionali per la sua città; che anche nel caso del sig. Ta., il ruolo di influencer svolto per la. non è mai stata l'attività principale, ma meramente accessoria e occasionale rispetto alle altre, come si evince dalle sue pagine social; che con decorrenza dal 1 febbraio 2020 il sig. Ta. e la., tramite contratto di influencer disciplinavano l'attività di influencer che il sig. Ta. avrebbe esercitato a favore dei prodotti la. sulle proprie pagine social media (e.g. Instagram, Facebook); che anche per il sig. Ta. ed il Contratto di influencer da questi concluso con la. valgono le medesime considerazioni già svolte per i signori Le. e Mi. in quanto il contratto tra i medesimi e la. ha identico contenuto; che il sig. Mo.Kh., nato in Iran, ha una partita IVA come consulente, insegnante designer e architetto con iscrizione alla Gestione Separata INPS, non ha mai svolto l'attività né di influencer, né di agente, né di procacciatore d'affari per la., ed il pagamento del corrispettivo era commisurato solamente al tipo di attività di consulenza svolta con la. dal 2019; che il sig. sig. Mo.Kh. Forte della sua conoscenza dei mercati medio - orientali sia per la storia personale, che per la familiarità con la lingua e la cultura d'origine, ha stipulato con la società un accordo per lo studio dei mercati in questione; che il sig. Al. non ha mai avuto alcun potere di negoziare accordi, promuovere contratti e sottoscriverli per conto di la., ma si limitava ad affiancare ed assistere la società nei rapporti con i clienti, nei mercati di riferimento; che il contratto con la. dal 2019 al 2020, che rimanda purtroppo alla forma del contratto di agenzia, è stato usato erroneamente dalla società, che ha adottato un fac-simile scaricato da internet, ne ha cambiato il titolo e l'ha adattato; che tuttavia quanto in esso riportato non coincide con l'effettiva prestazione di consulenza che è sempre stata retribuita secondo un fisso mensile, senza alcun riferimento a una percentuale riferibile ad attività promozionali di alcun tipo; che infatti, il sig. Al. non ha mai potuto concludere o promuovere contratti di vendita e inoltre i primi due anni di rapporto sono stati puramente di analisi e studio di mercato, tanto che poi, con la scadenza del contratto a luglio 2020, l'azienda ha scelto di continuare la collaborazione proseguendo con l'effettiva attività svolta dal sig. Al., sempre come consulente di mercato; che il dott. Ga.Tr. è un preparatore atletico e professionista del settore farmaceutico e nutraceutico che dall'anno 2015 collabora quale consulente di la. come responsabile della Ricerca e Sviluppo dei prodotti Ya.Nu., per cui partecipa fattivamente all'analisi degli studi per migliorare le proprietà dei singoli prodotti e per testarne efficacia e sicurezza; che è uno studioso della materia, come dimostrato dagli articoli

pubblicati, sin dall'inizio della collaborazione sul blog "Ya.Nu."; che il sig. Tr. non ha mai svolto l'attività di influencer, di agente o di procacciatore d'affari per la., ed il pagamento del corrispettivo è sempre stato commisurato all'attività di consulenza svolta e pagato sotto forma di compenso fisso annuo; che l'ispettore ha qualificato la posizione del sig. Tr.Ga. come agente di commercio per gli anni 2017 e 2018 in quanto nel corso del primo periodo di collaborazione con la., erroneamente, lo stesso ha mantenuto in alcune fatture l'indicazione della contribuzione En., legata a una sua precedente e concomitante attività di informatore farmaceutico con altre aziende non riconducibili alla ricorrente per la quale non ha mai esercitato alcuna attività promozionale riconducibile a un contratto di agenzia; che il signor Tr. ha infatti sempre esercitato per conto di la. solo l'attività di ricerca e sviluppo retribuita con un compenso fisso; che in data 3.1.2022 il sig. Ga.Tr. è stato assunto a tempo indeterminato; che l'ispettore ha quantificato importi asseritamente dovuti da la. ad En., a titolo di contributi al Fondo Indennità Risoluzione Rapporto ("FIRR"); che tali importi non sono dovuti perché i rapporti sottostanti non sono rapporti di agenzia; che quand'anche si dovesse ipotizzare che si trattasse di contratti di agenzia, il FIRR non sarebbe comunque dovuto perché la. non è iscritta ad alcuna delle organizzazioni sindacali che hanno stipulato gli accordi economici collettivi dai quali deriva l'obbligo di versare il FIRR all'En. e le altre indennità dovute all'agente successivamente alla cessazione del rapporto di agenzia; che dal momento che il verbale è stato notificato in data 11.7.2022, tutte le pretese di contributi antecedenti al 10.7.2017 sono prescritte; che del pari i versamenti pretesi dall'En. a titolo di FIRR sono ormai prescritti, per quanto attiene al periodo fino al 10.7.2017, ai sensi dell'art. 2948 Cod. civ..

Tanto esposto la parte ricorrente concludeva chiedendo di volere: "IN VIA PRINCIPALE Previo ogni opportuno accertamento e declaratoria, annullare il verbale di accertamento ispettivo in data 11 luglio 2022 a carico della ricorrente la. s.p.a. eseguito dall'ufficio En. di Brescia (n. Registro Carico BS4441/2009), notificato all'odierna ricorrente in pari data per le causali di cui in narrativa relativamente a quanto accertato relativamente ai sigg. Lu.Le., An.Mi., Iv.Ta., Mo.Kh. e Ga.Tr., dichiarando non dovute le somme di competenza per ciascuno a titolo di Contributi Fondo Previdenza, Fondo Indennità Risoluzione Rapporto (FIRR), Sanzioni ex art. 34 del Regolamento delle Attività Istituzionali En. per evasione contributiva e sanzioni ex art. 40 del Regolamento delle Attività Istituzionali En. per omessa iscrizione o comunicazione di cessazione. IN OGNI CASO 1) Dichiarare l'intervenuta prescrizione di ogni somma dovuta a titolo di contributi e sanzioni maturata in data antecedente al 10 luglio 2017; 2) Dichiarare non dovuto quanto accertato a titolo di Fondo Indennità Risoluzione Rapporto (FIRR). Con vittoria di spese e compensi professionali, oltre oneri di legge".

Si costituiva in giudizio la Fondazione En. depositando memoria difensiva telematica ed allegato fascicolo chiedendo di volere:" nel merito, rigettare, in accoglimento dei motivi esposti nel presente atto, il ricorso proposto dalla la. S.p.A. (C.F. (...)), in quanto

infondato in fatto ed in diritto, inammissibile e, comunque, non provato; - sempre nel merito, in via riconvenzionale ed in accoglimento dei motivi esposti nel presente atto: 1) accertare e dichiarare che i rapporti intercorsi tra la. S.p.A. ed i soggetti indicati nelle distinte allegare al foglio n.3, pag. da 1 a 6, del verbale conclusivo di accertamento ispettivo dell'11.07.2022, con la sola esclusione del signor Ga.Tr., nei periodi e per gli importi indicati nello stesso verbale ispettivo debbano ricondursi a quello di agenzia di cui all'art. 1742 e ss. del cod.civ. e, pertanto, da sottoporre a contribuzione previdenziale En.; 2) accertare la piena legittimità e correttezza del verbale conclusivo di accertamento ispettivo della Fondazione En. dell'11.07.2022; 3) condannare, per l'effetto di quanto accertato, la la. S.p.A., in persona del suo legale rappresentante pro tempore, al pagamento in favore della Fondazione En. della somma complessiva di Euro90.590,69 (novantamilacinquecentonovanta/69), o della diversa maggiore o minore somma che sarà ritenuta di giustizia, di cui Euro 52.820,69 (cinquantaduemilaottocentoventi/69) a titolo di contributi omessi al Fondo di Previdenza, Euro 28.185,38 (ventottomilacentottantacinque/38) a titolo di sanzioni ex art. 34 (evasione contributiva), comma 1, del Regolamento delle Attività Istituzionali della Fondazione En.; Euro 1.341,66 (milletrecentoquarantuno/66) a titolo di interessi di mora ex art. 37 del Regolamento delle Attività Istituzionali della Fondazione En., sanzioni ed interessi di mora calcolati sui contributi omessi al Fondo di Previdenza alla data del 14 febbraio 2023; Euro 1500,00 (millecinquecento/00) per sanzione ex art. 40 del Regolamento delle Attività Istituzionali della Fondazione En.; Euro. 6.624,19 (seimilaseicentoventiquattro/19) a titolo di omessi versamenti al F.I.R.R.; Euro 118,77 (centodiciotto/77) a titolo di interessi di mora calcolati alla data del 14 febbraio 2023 sulle somme omesse a titolo di F.I.R.R.; il tutto oltre ulteriori sanzioni ed interessi di mora a far data dal 15 febbraio 2023, o dalla diversa data che verrà ritenuta di giustizia, fino al saldo effettivo. - In ogni caso con vittoria di spese ed onorari, rimborso spese generali al 15%, iva e cpa come per legge". In particolare la Fondazione En. deduceva: che la la. è un'impresa commerciale che svolge l'attività di vendita on line e quindi il suo mercato è costituito pressoché esclusivamente dagli utenti raggiungibili nel mondo Web; che la promozione delle sue vendite deve avvenire e di fatto avviene necessariamente nel mondo Web attraverso collaborazioni con due figure: i testimonial e gli influencer; che il testimonial non è un agente, in quanto si limita a consentire di associare la sua immagine ad un certo brand, ricevendo, per questo, un compenso fisso; che invece l'influencer, come accertato dall'Ispettore, svolge una vera e propria attività promozionale di vendita, e il compenso riconosciuto è determinato dagli ordini direttamente procurati e andati a buon fine dal collaboratore; che inoltre l'influencer può concedere di fatto sconti al cliente attraverso il codice sconto che permette uno sconto sui prezzi di listino; che tale attività è riconducibile alla fattispecie civilistica prevista dagli artt. 1742 e seguenti del codice civile; che il primo comma dell'art. 1742 c.c. prevede che "col contratto di agenzia una parte assume stabilmente l'incarico di promuovere per conto dell'altra, verso retribuzione, la conclusione di contratti in una zona determinata"; che per costante giurisprudenza la previsione di una zona non è

elemento essenziale, essendo unicamente un elemento a tutela dell'agente, cui le parti possono derogare pattiziamente senza che la sua eventuale mancanza determini il venir meno della causa economico - sociale del contratto; che circa i "modi" attraverso i quali "l'incarico di promuovere...la conclusione di contratti.." può essere espletata, la Cassazione chiarisce che la promozione può avvenire "in qualunque forma" (Cass. n. 20453 del 2018); che nei contratti stipulati dalla ricorrente il collaboratore è espressamente qualificato "influencer", e stipula il contratto in tale dichiarata qualità e, cioè, quale soggetto che ha il potere di influenzare le decisioni di acquisto dei cosiddetti followers a causa della sua autorità, conoscenza, posizione o rapporto con il suo pubblico; che in sostanza, con il contratto di influencer la Società mandante persegue lo scopo di far diventare propri clienti i followers dell'influencer, con la necessaria collaborazione di quest'ultimo; che complesso delle clausole contrattuali emerge che l'attività di promozione commerciale viene svolta dall'influencer attraverso i medesimi social media con i quali ha acquisito la sua popolarità e ciò rientra nei "modi indeterminati" attraverso i quali quell'attività può essere svolta; che infatti, lo scopo di tale attività di promozione è dichiaratamente quello di "procurare direttamente ogni singolo ordine" dei prodotti della Ia. e tale nesso viene enfatizzato dalla previsione che l'influencer viene compensato per tutti gli ordini "andati a buon fine", rimanendo irrilevante il "modo" attraverso il quale l'influencer induca i suoi followers all'acquisto; che nei contratti stipulati la finalità è quella di vendere i prodotti promossi direttamente ai followers dell'influencer, ed è a questo fine che all'influencer è associato un codice di sconto personalizzato, raggiungibile unicamente attraverso le sue pagine social; che così ogni volta che un acquisto avviene attraverso quel codice, il relativo ordine viene contrattualmente considerato come "direttamente procurato" dall'influencer; che a nulla vale che poi quel codice sconto, possa attraverso il passaparola essere usato anche da persone diverse dai followers, in quanto si tratta comunque di un effetto riflesso dell'attività di promozione; che fermo che la "zona" non deve essere necessariamente geografica, ma può essere rappresentata anche da un determinato segmento di mercato, nel caso dell'influencer la "zona" è determinata dal perimetro entro il quale è iscritta la popolazione di followers che acquistano i prodotti della Ia. mediante il suo codice sconto; che risulta irrilevante che l'influencer non sia destinatario di particolari direttive ed istruzioni, o che non possa/ debba instaurare specifiche trattative sui prezzi e sugli sconti, atteso che questo particolare tipo di mercato, nel mondo web, è altamente standardizzato, in quanto l'acquisto si effettua con un click e le condizioni di vendita sono fissate una volta per tutte; che, stabilito che l'attività dell'influencer è di promozione delle vendite ai sensi e per gli effetti dell'art. 1742 Cod. Civ., deve ritenersi sussistente anche il requisito dell'obbligo stabile di effettuare l'attività di promozione, onde distinguere l'attività di agente da quella di mero procacciatore; che infatti è irrilevante che il contratto preveda che "l'influencer svolgerà la propria attività in piena indipendenza ed autonomia", in quanto indipendenza ed autonomia sono caratteristiche tipiche anche dell'agente; che la previsione che l'influencer agirà "senza alcun obbligo di attività minima né obbligo di

risultati minimi" significa solo che non è tenuto ad attività ulteriori e diverse rispetto a quella di promuovere i prodotti pubblicizzandoli sulle proprie pagine social; che il vincolo di stabilità è sufficientemente provato, non solo dalla presenza di estratti conto contabili delle provvigioni ma anche dalla sistematica emissione di fatture per una serie indeterminata di affari; che risulta irrilevante che il contratto possa essere risolto con un ridotto termine di preavviso, in quanto quel che rileva è che il contratto viene stipulato a tempo indeterminato, e quindi nella prospettiva di una collaborazione stabile; che le predette pattuizioni rendono chiara la previsione, nel programma delineato dalle parti all'inizio del rapporto, di un significativo impegno di stabilità e continuità, caratteristica tipica di un contratto di agenzia; che la durata del rapporto commerciale tra il soggetto esaminato e la società ricorrente integra il requisito della stabilità tipico dell'agente ed esclude al contempo l'occasionalità dell'attività espletata; che ciò che rileva ai fini dell'obbligatorietà dell'iscrizione presso la Fondazione En. e del versamento dei relativi contributi è esclusivamente il fatto che il soggetto svolga l'attività ex artt. 1742 e 1752 c.c.; che l'obbligo contributivo si fonda sull'art. 5 della Legge n. 12/1973 che prevede l'obbligatorietà dell'iscrizione al FONDO DI PREVIDENZA En. di "tutti gli agenti e rappresentanti di commercio", a prescindere dall'iscrizione o meno ad un ruolo o ad un albo professionale e tale obbligo sorge per il solo fatto di svolgere l'attività di agente; che, con riferimento alla posizione di Lu.Le., la previsione di un compenso fisso per ogni contenuto promozionale pubblicato sul web conferma la natura sostanzialmente agenziale del rapporto, in quanto in tal modo è dimostrato che il signor Le. poneva in essere concrete e specifiche attività promozionali, pubblicando materiali destinati ai propri follower onde indurli agli acquisti; che la stabilità, inizialmente programmata, è confermata dalla continuità e regolarità delle fatture; che la circostanza che l'attività di influencer non sarebbe prevalente è indimostrata ed irrilevante; che la circostanza che il signor Le. risiederebbe in Inghilterra è smentita, sino a tutto il dicembre 2020, dalla fatturazione nella quale egli dichiarava la residenza italiana; che il fatto che, dal 2021, abbia iniziato ad emettere fatture nelle quali dichiarava una residenza fiscale inglese non ha alcun valore probatorio nei confronti di terzi, specie nei confronti di un ente previdenziale italiano, anche alla luce della visura camerale effettuata alla data del 10.02.2023 sulla sua società, dalla quale emerge che egli risulta tutt'ora avere domicilio in Roma; che in ogni caso, ai sensi del citato art. 5 della legge n. 12 del 1973, "sono altresì obbligatoriamente iscritti all'En. gli agenti ed i rappresentanti di commercio italiani che operano all'estero nell'interesse di preponenti italiani"; che, con riferimento alla posizione di An.Mi., nessuna eccezione specifica viene formulata, se non che, non essendoci esclusività, egli poteva svolgere la stessa attività di influencer anche a favore di altri prodotti; che la circostanza che l'attività di influencer non sarebbe prevalente è priva di ogni riscontro probatorio, in quanto non costituisce prova alcuna la stampa di una pagina web contenente dichiarazioni dell'interessato sulle proprie attività; che tale affermazione è inoltre contraddetta dal fatto che il signor Mi., nell'emissione delle fatture alla Ia. dichiara di applicare il regime forfettario, in quanto titolare di un complessivo reddito "per attività d'impresa, arti o

professioni" (art. 1, comma 54, della legge n. 190 del 2014) inferiore ad Euro. 85.000 annui; che la circostanza che il signor Mi. svolga l'attività di influencer marketing anche per altre aziende conferma la professionalità di tale attività, mentre l'assenza di esclusiva è un elemento tipico del nuovo mondo commerciale che si muove sul web e non rileva al fine di escludere la sussistenza di un rapporto di agenzia; che la stabilità, inizialmente programmata, è confermata dalla continuità e regolarità delle fatture; che, quanto alla posizione di Iv.Ta., valgono le considerazioni già svolte, tanto più che anche il signor Ta. applica il regime forfettario, onde anch'egli dichiara di avere redditi complessivi per attività d'impresa, arti e professioni al di sotto di determinate soglie, senza che ci sia evidenza alcuna di redditi aventi altra origine e natura, rispetto a quelli prodotti grazie alla collaborazione commerciale con la Ia.; che anche in questo caso, quanto alla continuità e professionalità dell'attività, il fatto stesso che le parti abbiano stipulato un contratto indica la loro volontà di porre in essere una collaborazione stabile; che la stabilità, inizialmente programmata, è confermata dalla continuità e regolarità delle fatture; che, quanto alla posizione del sig. Mo.Kh., è pacifico che il contratto stipulato tra le parti abbia tutti i requisiti del contratto di agenzia ma secondo la ricorrente tale contratto non rispecchierebbe l'effettiva volontà delle parti, essendo frutto di un mero errore; che tali affermazioni sono irrilevanti atteso che l'errore, anche se essenziale, non determina la nullità e/o l'inefficacia del contratto, ma può determinarne l'annullamento ex art. 1429 c.c., che però "può essere domandato solo dalla parte nel cui interesse è stabilito dalla legge"; che la società ricorrente non ha proposto nessuna domanda di annullamento del contratto di agenzia, onde quel contratto è tutt'ora valido ed efficace; che tutte le clausole del contratto riprendono i contenuti tipici dei contratti di agenzia; che il contratto del signor Kh. è del tutto identico a quello del signor Bo., per il quale la Società ricorrente riconosce il rapporto di agenzia; che il fatto che le parti abbiano previsto contestualmente un compenso provvigionale a percentuale e sia, allo stesso titolo, un compenso fisso, significa unicamente che il preponente abbia voluto in parte sollevare l'agente dai rischi di avviamento, senza escludere la natura provvigionale del compenso fisso, che andava a compensare l'agente per tutti gli affari conclusi sino al raggiungimento del budget di Euro. 3.000.000,00; che la natura provvigionale anche di tale compenso fisso è espressamente affermata nel contratto, laddove la percentuale riconosciuta al raggiungimento del budget viene qualificata "ulteriore provvigione"; che a fronte della fattura n. 7 del 16.07.2020, il signor Kh. ha percepito il rilevante importo di Euro. 57.795,00 a titolo di "prestazioni di intermediazione commerciale relativa dal 07/2019 al 06/2020"; che gli Accordi Economici Collettivi del 1956 e del 1957, che hanno introdotto l'indennità di fine rapporto, hanno efficacia erga omnes, essendo stati recepiti dal DPR n. 145/1961; che nei contratti con i signori Bo. e Kh. sono contenuti espressi rimandi all'"Accordo Economico Collettivo 20 marzo 2002"; che è infondata l'eccezione di prescrizione; che infatti, il termine di riferimento per il versamento dei contributi previdenziali e conseguenti sanzioni all'En. è la data ultima entro la quale ricorre l'obbligo del versamento medesimo; che l'art. 8, comma 3, del vigente

Regolamento delle Attività Istituzionali prevede che i contributi obbligatori debbano essere versati trimestralmente, entro il giorno 20 del secondo mese successivo alla scadenza di ciascun trimestre; che conseguentemente, i versamenti previdenziali afferenti al II trimestre dell'anno debbono essere effettuati entro il 20 agosto dell'anno in corso; che tale scadenza è il termine da cui far decorrere la prescrizione quinquennale, ovvero dal giorno in cui il diritto può essere fatto valere; che nel caso specifico il versamento dei contributi afferenti al II trimestre 2017 avrebbe dovuto essere effettuato entro il 20 agosto dello stesso anno, onde il verbale di accertamento, notificato in data 11.7.2022, è stato notificato ampiamente nel termine utile per evitare il maturare della prescrizione; che, quanto al FIRR, pur premettendo che la prescrizione non è quinquennale ma decennale, l'art. 31, secondo comma, del Regolamento delle Attività Istituzionali prevede che "gli accantonamenti delle somme per indennità di scioglimento del rapporto devono essere effettuati annualmente entro il 31 marzo.", dell'anno successivo rispetto a quello di pagamento delle provvigioni sulle quali l'accantonamento deve essere calcolato; che pertanto, nel caso si volesse ritenere quinquennale la prescrizione, l'eccezione di prescrizione riguarderebbe unicamente il FIRR maturato relativamente al 2016, che avrebbe dovuto essere versato entro il 31 marzo 2017, mentre per l'anno 2017 l'accantonamento avrebbe dovuto essere effettuato entro il 31 marzo 2018, entro il termine prescrizionale; che il FIRR relativo al 2016, relativo alla sola posizione della signora An.Tr., è pari ad Euro 158,01; che sul regime sanzionatorio applicabile, così come sull'entità dei contributi dovuti, nulla è stato eccepito dalla ricorrente; che con il verbale conclusivo di accertamento ispettivo dell'11.07.2022 era stato richiesto il pagamento delle sanzioni calcolate in misura ridotta ex art. 34, comma 2, del Regolamento, ma il pagamento che giustificava tale riduzione non è stato effettuato nel termine previsto con conseguente applicazione delle sanzioni di cui al comma 1 dell'art. 34; che risulta corretta la sanzione di Euro 1.750,00 inizialmente irrogata a tale titolo nel verbale ispettivo oggetto del presente giudizio in quanto si riferisce ai 7 nominativi accertati nel corso dell'accertamento; che la cancellazione della posizione del signor Ga.Tr. determina che siano 6 i nominativi di agenti non regolarmente iscritti, onde tale sanzione viene rideterminata nella misura di Euro 1.500,00; che quindi l'assoggettabilità dei collaboratori di cui al verbale de quo alla previdenza En. comporta la legittimità sia delle sanzioni ex art. 34 che delle sanzioni ex art. 40 del Regolamento che sono state calcolate nel rispetto dei criteri di calcolo contenuti nello stesso e non contestati dalla ricorrente; che la Fondazione En. ha interesse ad ottenere l'accertamento e la conseguente condanna della Ia. al pagamento di quanto dovuto in virtù del verbale conclusivo di accertamento ispettivo dell'11.07.2022, all'esito del ricalcolo derivante sia dalla eliminazione della posizione del signor Ga.Tr., sia dall'aggiornamento alla data odierna delle sanzioni e degli interessi di mora dovuti per tutti gli altri nominativi, come da prospetto analitico contenuto nella memoria difensiva.

Differita l'udienza ex art. 418 cpc a seguito di presentazione di domanda riconvenzionale da parte della Fondazione En., istruito documentalmente il procedimento, quest'ultimo veniva rinviato per la discussione, concesso termine per note. All'odierna udienza, dopo la discussione, il Giudice decideva la causa ex art. 429 cpc con sentenza contestuale.

RAGIONI DI FATTO E DI DIRITTO DELLA DECISIONE

Si osserva che la la. spa " è un'impresa commerciale che svolge l'attività di vendita on line" (pag.2 del ricorso) e pertanto il suo mercato è costituito esclusivamente dagli utenti raggiungibili nel mondo web attraverso attività di promozione svolta dai testimonial e dagli influencer.

Dalla documentazione versata in atti emerge che con verbale di accertamento ispettivo conclusivo dell'11.7.2022 in atti, eseguito nei confronti della Af. S.P.A., relativo al periodo 1.4.2017-31.12.2021, l'ispettore di vigilanza della Fondazione En., esaminata la documentazione e le scritture contabili e amministrative acquisite ivi indicate (Certificazioni uniche redditi 2019-2020-2021, Bilanci relativi agli anni 2018-2019-2020, Conti 20110075 (sponsorizzazione atleti) e 20110096 (commissioni influencer) dal 2018 al 2021, Visura camerale ditta, Contratti di influencer e testimonial, Fatture/ricevute per prestazioni da influencer/testimonial, Contratti di procacciamento d'affari di Bo.Ni. e Kh.Mo., Fatture per compensi dei segnalatori/procacciatori d'affari, Delega all'accertamento) ha rilevato quanto segue: "... la la. spa (qui di seguito denominata La., società, ditta in oggetto, ispezionata, mandante, preponente) opera nel commercio all'ingrosso di integratori alimentari on line. La società ha anche un negozio fisico ubicato a Ospitaletto (Bs), una parafarmacia, vera e propria business unit, gestita da dipendenti della società. La presenza del negozio fisico è necessaria e strumentale al fine di ottenere l'autorizzazione della vendita del parafarmaco on line da parte del ministero della salute. (...) Il core business e le vendite, tuttavia, si svolgono quasi esclusivamente on line tramite i propri siti web: [https://www.\(...\).com/ita/](https://www.(...).com/ita/) [https://www.\(...\).com/ita](https://www.(...).com/ita) Al fine di pubblicizzare i propri prodotti la società si avvale anche di atleti professionisti e personal trainer con i quali ha sottoscritto diverse tipologie di contratti di collaborazione, variamente denominati, che si possono ricondurre principalmente a 2 categorie: i. Contratto di sponsorizzazione e di attività di testimonial (qui di seguito denominato anche di "testimonial"); 2. Contratto per prestazioni di "influencer". Con il contratto di "testimonial" l'atleta professionista si impegna a prestare la propria immagine ad La. e a partecipare alle gare ufficiali in programma, sia nazionali che internazionali", alle manifestazioni ed esibizioni a cui l'azienda partecipi. L'atleta si impegna ad indossare gli indumenti personalizzati sponsorizzati e forniti da La. e a pubblicare articoli/video informativi contenuti del mondo fitness settimanalmente sul sito [blog.\(...\).com](http://blog.(...).com). Il compenso dell'atleta viene definito a priori ed è onnicomprensivo delle suddette attività e slegato dal raggiungimento di obiettivi di vendita della società. Da tali elementi si esclude che tale tipologia contrattuale sia riconducibile all'agenzia

commerciale. Discorso diverso deve farsi per l'accordo di "influencer" con quale il collaboratore si impegna a promuovere per conto della società i prodotti del brand di proprietà di lafNetwork srl sulle pagine social media e siti web di proprietà dell'influencer, indicando nelle proprie pagine web il proprio codice sconto personalizzato, a titolo esemplificativo @(...) codice: xx (art. 1 oggetto del contratto). Tale codice funge da collegamento ai siti web della società ed allo stesso tempo permette alla società di determinare gli ordini riconducibili all'"influencer". Le parti convengono che, per ogni singolo ordine direttamente procurato e andato a buon fine, l'"influencer" avrà diritto di percepire dalla società un compenso del 10% detratto dalle spese di spedizione, previa ricezione fattura, la cui liquidazione avverrà mensilmente (art. 2 Corrispettivo). L'"influencer" può usare marchi, nomi e segni distintivi della società per svolgere l'attività contrattualmente prevista (art. 5 proprietà intellettuale ed industriale). Da quanto sopra emerge che l'"influencer" svolge una vera e propria attività promozionale di vendita, e che il compenso riconosciuto è determinato dagli ordini direttamente procurati e andati buon fine dal collaboratore. L'"influencer" può concedere di fatto sconti al cliente attraverso il codice sconto che permette uno sconto sui prezzi di listino. Tale attività è riconducibile alla fattispecie civilistica presta dagli artt. 1742 e seguenti del codice civile. Dal colloquio con il legale rappresentante è emerso che la la. stipula i contratti di "testimonial" con gli atleti che sono più noti nell'ambiente sportivo, mentre i contratti di "influencer" riguardano di solito soggetti meno noti, che gravitano attorno al mondo dello sport. L'ispezionata ha sottoscritto contratti di sponsorizzazione e testimonial con i sigg. (...). Per quanto riguarda invece, i sigg. Le.Lu.-Mi.An.-Sa.Al. Ta.Iv. produce copia del contratto di "influencer" che regola i rapporti. L'ispezionata non ha fornito copia dei contratti di "testimonial" relativi a tali collaborazioni volti a dimostrare l'attività mista "influencer"/"testimonial" di tali fornitori. Dall'esame delle fatture di tali percipienti è emersa la durata pluriennale e continuativa delle collaborazioni indagate e la stabilità dell'incarico della collaborazione come "influencer". I sigg. Le.Lu.-Mi.An. Sa.Al.-Ta.Iv. hanno, infatti, emesso fatture con periodicità per lo più mensile negli anni 2020-2021. In particolare: - il sig. Le. ha emesso n. 24 fatture per un totale di Euro 27.846,97 nel 2020 ed Euro 23.034,63 nel 2021; - Il sig. Mi. ha emesso n. 21 fatture per un totale di Euro 2.929,27 nel 2020 ed Euro 1.837,32 nel 2021; - La sig.ra Sa. ha emesso n. 35 fatture per un totale di Euro 5.777,03 nel 2020 ed Euro 4.192,42 nel 2021; - Il sig. Ta. ha emesso n. 16 fatture per un totale di Euro 12.659,07 nel 2020 ed Euro 31.235,26 nel 2021. Le collaborazioni dei sigg. Le.Lu.-Mi.An.- Ta.Iv. sono da ricondurre alla fattispecie civilistica prevista dagli artt. 1742 e seguenti del codice civile. Tali collaborazioni, infatti, come si evince dalle fatture acquisite, sono state poste in essere dalle parti, sin dalla loro prima manifestazione, per la promozione di una serie indeterminata di possibili affari e non concepite, invece, per contemplare occasionali e libere iniziative del procacciatore come richiesto dall'oggetto della mera procacceria. Sono da ricondurre all'agenzia commerciale anche le collaborazioni dei sigg. Bo.Ni. Kh.Mo. Al.-Tr. An.-Tr.Ga. (quest'ultimo solo per gli anni 2016-2017 e 2018), considerati dall'ispezionata "procacciatori d'affari". Il

convincimento della natura agenziale e della stabilità e continuità dei rapporti dei sigg. Bo. Kh. Tr. An. e Tr.Ga. trova conforto nel seguente quadro probatorio: i. La durata pluriennale e continuativa delle collaborazioni indagata: - Il sig. Bo. ha collaborato per la Ia. dal 2018 emettendo 30 fatture provvisoriale per un totale di Euro 2.098,64 nel 2018-Euro 19.340,24 nel 2019-Euro 13.783,19 nel 2020; Euro 18.820,71 nel 2021; - Il sig. Kh. ha collaborato per Ia. dal 2019 emettendo n. 31 fatture per un totale di Euro 15.000 nel 2019; Euro 87.795,00 nel 2020; Euro 30.000 nel 2021; - La sig.ra Tr. An. ha collaborato per Ia. dal 2016 e ha emesso 42 fatture dal 2016 per un totale di Euro 3.950,27 nel 2016; Euro 12.339,36 nel 2017; Euro 14.149,78 nel 2018; Euro 29.634,56 nel 2019; Euro 26.714,27 nel 2020; Euro 39.115,61; Il sig. Tr.Ga. ha collaborato per la Ia. dal 2016 e ha emesso 41 fatture per attività promozionale dal 2017 per un totale di Euro 2.382,33 nel 2016; Euro 6.797,84 nel 2017; Euro 3.095,28 nel 2018; La controprestazione pattuita a fronte dell'opera promozionale prestata dai collaboratori, per conto della preponente, è costituita da una retribuzione in forma provvisoriale, liquidata a cadenze periodiche perlopiù mensili. La regolarità, per archi temporali determinati, delle fatture provvisoriale emesse dal collaboratore palesa una continuità programmata tra le parti e non è il frutto accidentale di prestazioni occasionali e libere; Per quanto riguarda i sigg. Bo.Ni.-Tr. An.-Tr.Ga. i compensi corrisposti, sono stati assoggettati alla ritenuta d'acconto del 23% sul 50%

dell'imponibile, propria dei compensi provvisoriale e al pagamento della relativa ritenuta d'acconto utilizzando il Codice tributo 1040. La natura agenziale di queste intese commerciali trova ulteriore conferma nella lettura degli accordi intervenuti tra Ia. e i sigg. Bo.-Kh., che evidenziano la comune volontà delle stesse di sentirsi reciprocamente vincolate in modo stabile e continuativo. In tali contratti, al di là del nomen iuris attribuito dalle parti sono identificabili alcuni elementi fondanti richiamati dell'art. 1742 del c.c., quali: - l'incarico di promuovere stabilmente la conclusione di contratti di vendita dei prodotti contrattuali per conto della preponente (premesse); - l'indicazione di una zona determinata nel quale il procacciatore svolge la sua attività promozionale (art. 1); - l'esistenza di una provvigione costante in percentuale sull'incassato riconosciuta sugli affari promossi dal collaboratore ed andati a buon fine (art. 7. Provvigioni); - è fatto obbligo al collaboratore di astenersi dall'assumere altri incarichi di vendita da ditte concorrenti (art. 3 Esclusiva) - l'impegno a visitare la clientela con la dovuta frequenza ed informare con regolarità la preponente sulle condizioni di mercato della zona, accertare la solvibilità dei clienti ed inviare report trimestrali sulla clientela ed il mercato (art. 4 Obblighi dell'agente); - l'indicazione di un listino con i prodotti commercializzati dalla ditta ed i relativi sconti (art. 5); - il riferimento agli Accordi economici Collettivi ed agli articoli del codice civile relativi al contratto di agenzia (agli artt. 1-10-12) e del termine "agente" per riferire tali collaborazioni. Dal colloquio con il legale rappresentante è emerso che le fatture della sig.ra Tr. riguardano attività promozionale svolta in Sicilia. Tuttavia la sig.ra Tr. An. è anche cliente di Ia.. Gestisce anche due punti vendita di integratori a Palermo che si riferiscono alla sua ditta individuale Sp. di Tr. An.. Si sono acquisite le fatture vendita

del 2020 di La. emesse nei confronti della sig.ra Tr. e, si sono visionati i riepilogativi dei fatturati vendita dal 2018 al 2021. E' emerso che l'attività prevalente svolta dalla sig.ra Tr. An. per La. è quella di fornitore anziché quella di cliente. Per quanto riguarda, inoltre, il sig. Tr.Ga., si è rilevato, che il percipiente ha indicato su alcune sue fatture provvisoriale la quota En.. La mandante avrebbe dovuto iscrivere il collaboratore alla Fondazione e versare la relativa quota En. trattenuta all'agente. L'agente percepiva anche premi per il raggiungimento degli obiettivi di vendita (es: fatt. 4 del 6-2-2017), rimborsi spese (es: fatt. n. 12 del 10-5-2017). In assenza di una lettera d'incarico scritta è utile precisare che un rapporto di agenzia può sussistere anche "di fatto" e che la mancanza di un contratto in forma scritta non è ostativa alla costituzione dello stesso, posto che tale requisito formale è richiesto dall'art. 1742, secondo comma, codice civile ad probationem e non ad substantiam, né può esonerare dagli obblighi contributivi che ne derivano. Di conseguenza, ai fini della riconducibilità del rapporto intercorrente tra le parti, non appare decisiva, diversamente da quanto sostenuto dalla ricorrente, l'inesistenza di un contratto di agenzia stipulato in forma scritta. Per quanto concerne il sig. Kh. si è rilevato che la zona in cui il collaboratore svolge la sua attività promozionale riguarda l'Asia ed il Medio Oriente. In relazione alla sottoponibilità dell'agenzia all'obbligo contributivo En., infine, il verbalizzante ritiene utile precisare quanto segue: l'eccezione in merito all'esenzione di iscrizione del sig. Kh. alla Fondazione En., in quanto questi esercita la sua attività promozionale soltanto su mercati esteri, non può essere condivisa. Come più volte specificato dalla stessa Fondazione En., infatti, l'art. 2 del Regolamento Istituzionale dell'ente deve essere interpretato in forma estensiva. Nell'obbligo d'iscrizione richiamato dall'art. 2, già previsto dalla legge n. 12 del 1973, per gli agenti che "operano sul territorio nazionale per conto di preponenti italiani o di preponenti stranieri aventi la sede o una qualsiasi dipendenza in Italia", devono essere ricompresi anche gli agenti italiani operanti in zona estera, per conto di preponenti con sede o dipendenza in Italia, se residenti in Italia o aventi sede in Italia, se soggetti societari. Per questi soggetti l'iscrizione e la contribuzione En. sono obbligatorie proprio perché parte sostanziale della loro attività è pur sempre svolta in Italia, dove non a caso si producono anche gli effetti giuridici rilevanti ai fini della normativa fiscale. Al di là della mera attività promozionale, se i redditi prodotti all'estero si traducono in effetti giuridici rilevanti ai fini della normativa fiscale italiana, se su questi redditi vengono pagati in Italia imposte e tributi, se sono promossi affari utilizzando mezzi telematici dall'Italia, non si vede il motivo per il quale tali soggetti debbano essere esclusi dall'obbligo della contribuzione En.. Dalla documentazione acquisita è emerso che il sig. Kh. ha la residenza in Italia. Sulle sue fatture è applicata la ritenuta d'acconto quantificata sulle provvigioni pagate. L'ispezzionata, quindi, è il sostituto di imposta per le somme dovute al sig. Kh.. Ulteriormente, dalla visione delle fatture emerge che le stesse sono pagate con bonifici su conto corrente italiano. Da ciò ne consegue che se l'agente risiede in Italia, ove paga le tasse, l'Italia è il centro dei propri interessi economici e fiscali. Pertanto il sig. Kh. deve essere iscritto alla Fondazione En.. Nei casi di specie, quindi, non può che

ricorrere l'obbligo d'iscrizione e contribuzione En., in ragione della durata continuativa e pluriennale dei rapporti, del pagamento delle provvigioni e di tutti gli elementi fin qui considerati, che rendono evidente un significativo e fattivo impegno da parte del collaboratore, ben diverso da quello episodico e liberamente gestibile proprio del procacciatore d'affari. Pertanto, alla società viene richiesto il versamento dei contributi Fondo previdenza, per i sigg. Le.Lu.-Mi.An.-Sa.Al.-Ta.Iv.-Bo.Ni.-Kh.Mo. Al. - Tr. An. per i periodi e gli importi, indicati nelle distinte che seguono nel corpo del presente verbale, aumentati delle sanzioni civili. Viene quantificato il Fi. peri rapporti attualmente in essere. I versamenti dovranno essere effettuati con le modalità ed entro i termini di cui al successivo Foglio 4. Dalla visione delle Certificazioni uniche redditi dal 2016 al 2020, dei modelli F24 cod. 1040 del 2021, inoltre, non sono emerse ulteriori collaborazioni commerciali che siano riconducibili, secondo chi scrive, per stabilità e continuità, al paradigma dell'art. 1742 del codice civile e, di conseguenza, assoggettabili a contribuzione obbligatoria En.. In particolare sono state acquisite le fatture a campione dei percipienti, identificati nelle C.U. con le causali A a cui la mandante ha corrisposto importi superiori ad Euro 5.000. Trattasi di professionisti la cui attività non è di intermediazione commerciale. In particolare: (...) Il sig. Tr.Ga. è un preparatore atletico che si occupa di ricerca e sviluppo, come emerge dai contratti di Ricerca e sviluppo sottoscritti con decorrenza dal 3-1-2018 e dalle fatture per consulenza fomite. H rapporto del sig. Tr.Ga., di natura mista negli anni dal 2016 al 2018, è stato qualificato di agenzia negli anni 2016-2017-2018, limitatamente alle sue fatture per provvigioni (ultima fattura provvigionale fatt. n. 30 del 10-122018). A partire dall'anno 2018 il rapporto è stato di natura tecnica. Si è acquisita una relazione tecnica del sig. Tr. relativa alla sua attività. Dal 3-1-2022 è diventato dipendente La.. (.) Con il presente verbale, poiché la ditta non ha mai provveduto all'iscrizione dei propri agenti (7) Le.Lu.-Mi.An.-Ta.Iv.-Bo.Ni.-Kh.Mo. Al.Tr. An.-Tr.Ga. presso la Fondazione così come stabilito dagli artt. 2 e 3 del Regolamento delle Attività Istituzionali dell'ente si provvede alla quantificazione della sanzione prevista all'art. 40, del Regolamento delle Attività Istituzionali dell'ente secondo cui "il preponente che non provveda all'iscrizione dell'agente o del rapporto di agenzia ovvero non provveda alla comunicazione della cessazione del rapporto, nel rispetto dei termini e modalità di cui all'articolo 3, è tenuto al pagamento di una sanzione di euro 250,00 per ciascun agente (...)".

Nello stesso verbale risulta, quantificata, alla data dell'11/07/2022, la somma dovuta dalla la. nell'importo complessivo di Euro 70.264,95, di cui Euro 53.991,23 per contributi omessi al Fondo di Previdenza, Euro 6.624,19 per versamenti omessi al FIRR (Fondo Indennità Risoluzione Rapporto), Euro 7.899,53 per sanzioni ex art. 34, comma 2, del Regolamento delle Attività Istituzionali della Fondazione En. ed Euro 1.750,00 per sanzioni ex art. 40 del predetto Regolamento. Pertanto l'ispettore della Fondazione En. ha ritenuto sussistere un rapporto di agenzia tra la la. spa e i seguenti soggetti: Le.Lu., Mi.An., Ta.Iv., Bo.Ni., Kh.Mo. Al., Tr. An., Tr.Ga..

La società ricorrente nell'atto introduttivo ha dichiarato espressamente di "non opporsi a quanto accertato in sede ispettiva" con riferimento ai signori Ni.Bo. e An.Tr. in quanto "i due soggetti svolgono effettivamente attività di agenzia" (pag.14 e 15 del ricorso). La Fondazione En. nella memoria di costituzione ha dichiarato che "per il signor Ga.Tr., infine, alla luce delle considerazioni svolte e degli approfondimenti effettuati dalla Fondazione, si è ritenuto non sussistere un rapporto di agenzia, onde la relativa posizione deve essere stralciata rispetto alle richieste di pagamento per contributi e sanzioni inizialmente avanzate per la sua posizione" (pag. 20 della memoria di costituzione).

Occorre, quindi, esaminare la posizione dei rimanenti soggetti: Le.Lu., Mi.An., Ta.Iv., Kh.Mo..

Si osserva che ai sensi dell'art. 1742, comma 1, c.c., "Col contratto di agenzia una parte assume stabilmente l'incarico di promuovere, per conto dell'altra, verso retribuzione, la conclusione di contratti in una zona determinata".

La Cassazione ha affermato da tempo che "E' noto che caratteri distintivi del contratto di agenzia sono la continuità e la stabilità dell'attività dell'agente di promuovere la conclusione di contratti per conto del preponente nell'ambito di una determinata sfera territoriale, realizzando in tal modo con quest'ultimo una non episodica collaborazione professionale autonoma con risultato a proprio rischio e con l'obbligo naturale di osservare, oltre alle norme di correttezza e di lealtà, le istruzioni ricevute dal preponente medesimo; invece il rapporto di _ procacciatore d'affari si concreta nella _ più limitata attività di chi, senza vincolo di stabilità ed in via del tutto episodica, raccoglie le ordinazioni dei clienti, trasmettendole all'imprenditore da cui ha ricevuto l'incarico di procurare tali commissioni; mentre la prestazione dell'agente è stabile, avendo egli l'obbligo di svolgere l'attività di promozione dei contratti, la prestazione del procacciatore è occasionale nel senso che dipende esclusivamente dalla sua iniziativa" (Cass. sez. lav. ordin. n. 16565/2020 del 31.7.2020, conforme Cass. sez. lav. sent. n.20322/2013 del 4.9.2013).

Anche di recente la Suprema Corte ha ribadito che "caratteri distintivi dell'agenzia rispetto al procacciamento di affari... in estrema sintesi, sono da individuare nella continuità e stabilità dell'attività dell'agente e nella mancanza di vincolo di stabilità e nell'episodicità o occasionalità dell'attività di procacciatore di affari (cfr. fra le più recenti Cass. n. 22524/2021; Cass. n. 801/2021; Cass. 16565/2020; Cass. n. 10055/2016)" (Cass. sez. lav. ordin. n. 35740 del 6.12.2022).

E ancora: "Occorre ribadire il principio, condiviso e consolidato, secondo il quale i caratteri distintivi del contratto di agenzia sono la continuità e la stabilità dell'attività dell'agente di promuovere la conclusione di contratti per conto del preponente nell'ambito di una determinata sfera territoriale, realizzando in tal modo con quest'ultimo una non episodica collaborazione professionale autonoma con risultato a

proprio rischio e con l'obbligo naturale di osservare, oltre alle norme di correttezza e di lealtà, le istruzioni ricevute dal preponente medesimo; invece il rapporto di procacciatore d'affari si concreta nella più limitata attività di chi, senza vincolo di stabilità ed in via del tutto episodica, raccoglie le ordinazioni dei clienti, trasmettendole all'imprenditore da cui ha ricevuto l'incarico di procurare tali commissioni; mentre la prestazione dell'agente è stabile, avendo egli l'obbligo di svolgere l'attività di promozione dei contratti, la prestazione del procacciatore è occasionale nel senso che dipende esclusivamente dalla sua iniziativa (così Cass. n. 19828 del 28/08/2013, Cass. n. 13629 del 24/06/2005). Ne consegue che il rapporto di agenzia e il rapporto di procacciamento di affari non si distinguono solo per il carattere stabile del primo e facoltativo del secondo, ma anche perché il rapporto di procacciamento di affari è episodico, ovvero limitato a singoli affari determinati, è occasionale, ovvero di durata limitata nel tempo ed ha ad oggetto la mera segnalazione di clienti o sporadica raccolta di ordini e non l'attività promozionale stabile di conclusione di contratti...." (Cass. sez. lav. sent. n. 1856 del 1.2.2016).

La Cassazione in materia ha, altresì, precisato che il contratto di agenzia non può essere escluso valorizzando l'assenza del vincolo previsto dall'art. 1743 cod. civ., perché il diritto di esclusiva integra un elemento naturale, non essenziale, del contratto, che può essere derogato dalle parti espressamente o per facta concludentia (cfr. Cass. n. 21203/2007; Cass. n. 17063/2011), e che " l'assenza di assegnazione di una specifica zona non è elemento determinante per escludere il contratto di agenzia (vedi Cass. n. 18303/2007)" (Cass. sez. lav. sent. n. 10055 del 17.5.2016). ostacolo nel fatto che l'atto di conferimento dell'incarico non abbia designato espressamente e formalmente la zona nella quale l'incarico deve essere espletato, ove tale indicazione sia evincibile dal riferimento all'ambito territoriale nel quale le parti incontestabilmente operano" (Cass. sez. lav. sent. n.20322 del 04/09/2013).

Pertanto, rilevato che la Cassazione ha stabilito che l'assegnazione di una specifica zona non è elemento determinante per escludere il contratto di agenzia, occorre evidenziare che, in ogni caso, per "zona determinata" nella quale l'incarico deve essere espletato deve intendersi non solo la zona geografica, ma anche la porzione di mercato, che nel caso dell'influencer è determinata dalla comunità dei followers che lo seguono.

E' stato, inoltre, precisato che " Nel contratto di agenzia la prestazione dell'agente consiste in atti di contenuto vario e non predeterminato che tendono tutti alla promozione della conclusione di contratti in una zona determinata per conto del preponente, quali il compito di propaganda, la predisposizione dei contratti, la ricezione e la trasmissione delle proposte al preponente per l'accettazione; l'attività tipica dell'agente di commercio non richiede, quindi, necessariamente la ricerca del cliente ed è sempre riconducibile alla prestazione dedotta nel contratto di agenzia anche quando il cliente, da cui proviene la proposta di contratto trasmessa dall'agente, non sia stato

direttamente ricercato da quest'ultimo ma risulti acquisito su indicazioni del preponente (o in qualsiasi altro modo), purché sussista nesso di causalità tra l'opera promozionale svolta dall'agente nei confronti del cliente e la conclusione dell'affare cui si riferisce la richiesta di provvigione" (Cass. sez. lav. sent. n.20453 del 02/08/2018).

Infine occorre rilevare che la Cassazione ha stabilito, in materia di caratteri distintivi dell'agenzia rispetto al procacciamento di affari, che "le presunzioni semplici costituiscono una prova completa alla quale il giudice del merito può attribuire rilevanza anche in via esclusiva ai fini della formazione del proprio convincimento, purché "il fatto ignoto sia - di regola - desunto da una pluralità di indizi gravi, precisi e univocamente convergenti nella dimostrazione della sua sussistenza" ed il procedimento logico sia articolato "nei due momenti della previa analisi di tutti gli elementi indiziari, onde scartare quelli irrilevanti, e nella successiva valutazione complessiva di quelli così isolati, onde verificare se siano concordanti e se la loro combinazione consenta una valida prova presuntiva (c.d. convergenza del molteplice), non raggiungibile, invece, attraverso un'analisi atomistica degli stessi" (Cass. n. 9054/2022)" (Cass. sez. lav. ordin. n. 35740 del 6.12.2022).

Si osserva che l'introduzione di nuovi mezzi e tecniche di vendita ha rivoluzionato il modo in cui i consumatori interagiscono con i prodotti o i servizi. Web e social network, si configurano, oggi, come un nuovo ed ulteriore strumento per fare promozione attraverso gli influencer. Com'è noto l'influencer è un soggetto che è in grado di influenzare le opinioni e gli atteggiamenti di altre persone, in ragione della sua reputazione e autorevolezza rispetto a determinate tematiche o aree di interesse.

Si tratta di figure professionali che, grazie alla loro popolarità e alla capacità di fidelizzare i propri follower, diventano strumento di comunicazione del brand influenzando (promuovendo) le scelte d'acquisto del proprio pubblico. La promozione non avviene in maniera "tradizionale" ma, con le nuove tecnologie.

In particolare, il marketing influencer è un esperto di settore che, con i propri post, permette di offrire maggiore visibilità a prodotti o servizi da lui promossi, avvalendosi dei canali web che ritiene più opportuni ed adeguati (Instagram, Youtube, Facebook, un blog personale, etc.). L'influencer proprio per il ruolo determinante che svolge all'interno dei processi comunicativi, viene spesso incaricato dalle imprese del settore in cui esso opera, di pubblicizzare i loro prodotti, andando così a svolgere un'attività promozionale delle vendite, che viene retribuita tramite il pagamento di un compenso.

Con il contratto di influencer, quindi, l'azienda persegue lo scopo di far diventare propri clienti i followers dell'influencer.

Nel caso dell'"influencer risulta del tutto irrilevante il modo attraverso il quale egli induca i suoi followers all'acquisto, non essendo necessario che si rivolga individualmente a ciascuno di loro presentando le caratteristiche del prodotto, il prezzo, sollecitandone l'acquisto, atteso che nel mondo web la promozione di prodotti viene

assicurata attraverso la pubblicazione sui vari social da parte dell'influencer di contenuti (post o stories) destinati alla platea dei propri followers. Risulta documentalmente che la Ia. spa ha sottoscritto analoghi accordi con i signori Le.Lu., Mi.An., Ta.Iv. nella loro qualità di "influencer". Occorre, quindi, verificare se l'influencer che svolge un'attività di promozione delle vendite dietro retribuzione di un corrispettivo, possa essere considerato agente di commercio. Si osserva che oggetto dell'accordo stipulato tra la società ricorrente e i signori Le.Lu., Mi.An., Ta.Iv., di analogo tenore, è il seguente:" L'influencer dovrà promuovere per conto nostro prodotti del brand di proprietà di Ia. srl sulle pagine social media e siti web di proprietà dell'influencer, indicando nelle proprie pagine web il codice personalizzato a titolo esemplificativo @(...) CODICE: (...) "(art.1.1).

L'art. 2 dell'Accordo definisce il corrispettivo:" 2.1.Le Parti convengono che, per ogni singolo ordine direttamente procurato e andato a buon fine, l'influencer avrà diritto di percepire dalla Società un compenso nella misura del 10% detratta delle spese di spedizione "; nel contratto del solo sig. Le. risulta aggiunto: ". 2.2 Verrà inoltre corrisposto un compenso di Euro 100,00per ogni articolo/contenuto pubblicato in rete per un massimo di 10 mensili, previa approvazione dell'Azienda. 2.3 La liquidazione del compenso avverrà mensilmente, previa ricezione fattura, relativamente al fatturato generato nel mese, con pagamento entro la terza settimana del mese successivo".

Il successivo art. 3 indica le modalità di svolgimento dell'attività:" L'influencer svolgerà la propria attività in piena indipendenza ed autonomia, con tutta la dovuta diligenza, perizia e cura, senza alcun obbligo di attività minima né obblighi di risultati minimi".

L'art. 7 indica la durata:"7.1. Il presente contratto entra in vigore il giorno... (1.1.2020 quanto al sig. Le., 1.2.2020 quanto ai signori Vi. e Ta.). Esso si intende a tempo indeterminato e potrà essere risolto in qualsiasi momento da ciascuna delle parti con un preavviso di 15 giorni, da comunicarsi mediante e-mail".

Deve escludersi che nel caso di specie, con riferimento ai suindicati soggetti si sia trattato di un rapporto di procacciamento di affari del tutto episodico, ovvero limitato a singoli affari determinati, occasionale, ovvero di durata limitata nel tempo, trattandosi, invece, di attività riconducibile al rapporto di agenzia.

Alla luce della documentazione versata in atti ed esaminata dall'ispettore della Fondazione En. risulta una pluralità di indizi, gravi, precisi ed univoci, idonei a dimostrare nel caso di specie gli elementi della stabilità e della continuità, tipici dell'agenzia di cui all'art. 1742 e ss. c.c., e cioè:

-lo scopo del contratto stipulato con l'influencer, che non è di mera propaganda ma è quello di vendere i prodotti promossi direttamente ai followers di quel influencer, tanto che il follower in sede di acquisto deve inserire il codice di sconto personalizzato associato all'influencer, raggiungibile unicamente attraverso le pagine social

dell'influencer; pertanto ogni volta che un acquisto avviene effettuato attraverso quel codice, il relativo ordine viene contrattualmente considerato come direttamente procurato dall'influencer;

- la presenza di una zona determinata, che ben può essere intesa come comunità dei followers dell'influencer, che acquistano i prodotti della società mediante il codice sconto personalizzato dell'influencer;

- il vincolo di stabilità documentalmente provato dalla presenza di estratti conto contabili delle provvigioni ricevute dagli influencer e dalla sistematica emissione di fatture per una serie indeterminata di affari procurati attraverso l'attività promozionale svolta sui social e siti web compensati con la percentuale stabilita in contratto; tale vincolo risulta ulteriormente confermato quanto al sig. Le. dalla ulteriore previsione di un compenso fisso per ogni contenuto promozionale pubblicato sul web;

- la durata del contratto, stipulato a tempo indeterminato, nell'ottica quindi di un rapporto stabile e predeterminato.

Risulta irrilevante che l'influencer non sia destinatario di direttive ed istruzioni, atteso che il mercato in questione, nel mondo web, è altamente standardizzato, l'acquisto si effettua con un "click" e le condizioni di vendita sono fissate una volta per tutte.

Quanto al termine di preavviso previsto (15 giorni) inferiore a quello previsto in materia di agenzia dall'art. 1750 cc, si osserva che la Cassazione ha chiarito che " In tema di contratto di agenzia, la mancata concessione del termine di preavviso, ovvero la concessione di un termine inferiore a quello dovuto, non travolge né rende invalido il recesso come manifestazione di volontà di porre fine al rapporto; in tale caso, infatti, la clausola nulla viene sostituita di diritto dalla norma imperativa che impone la concessione del preavviso (art. 1419, secondo comma, cod. civ.) " (Cass. sez. 2 sent. n. 4149 del 15/03/2012).

Risulta del tutto irrilevante ai fini di causa, oltre che indimostrata, la circostanza, dedotta dalla ricorrente, che l'attività di influencer svolta dai soggetti in questione non sarebbe prevalente.

Non risulta dimostrato che il sig. Lemma risiede nel Regno Unito e che pertanto "l'En. non avrebbe alcuna potestà impositiva nei confronti delle attività del medesimo" (pag. 22 del ricorso). Al riguardo si osserva che nessuna prova in tal senso emerge dalla mera indicazione nelle fatture di un indirizzo estero del sig. Le. (doc. 12 e 13 fasc. ricor.), atteso peraltro che dalla visura camerale del 10.2.2023 emerge che il sig. Le.Lu. è domiciliato a Roma (doc.13 fasc. conv.).

Gli evidenziati plurimi elementi, gravi, precisi ed univoci, denotano la sussistenza di un rapporto consolidato nel corso di svariati anni, non di natura episodica ed occasionale, non circoscritto a singoli affari occasionalmente segnalati, ma relativo ad una pluralità'

di affari procurati alla ricorrente dai tre influencer di cui al verbale ispettivo, i quali hanno percepito provvigioni solo al buon fine, come avviene nel rapporto di agenzia.

Pertanto risultano sussistere nel caso di specie gli elementi della stabilità e della continuità, tipici dell'agenzia di cui all'art. 1742 e ss. c.c. con riferimento ai signori Le.Lu., Mi.An., Ta.Iv..

Risulta, quindi, fondata la pretesa della Fondazione En..

Quanto alla posizione del sig. Mo.Kh., la ricorrente ha dedotto che " Il contratto con Ia. dal 2019 al 2020, a cui fa riferimento l'ispettore (Doc. 24) che rimanda purtroppo alla forma del contratto di agenzia, è stato usato erroneamente dalla società, che ha adottato un fac-simile scaricato da internet, ne ha cambiato il titolo e l'ha adattato, è però di tutta evidenza la non coincidenza tra quanto in esso riportato e l'effettiva prestazione di consulenza che è sempre stata retribuita secondo un fisso mensile, senza alcun riferimento a una percentuale riferibile ad attività promozionali di alcun tipo, infatti, il sig. Al., come già riportato sopra, non ha mai potuto concludere o promuovere contratti di vendita" (pag. 29 del ricorso). Pertanto la ricorrente ha dedotto che è stato usato erroneamente un fac simile di un contratto di agenzia scaricato da internet, limitandosi a dedurre genericamente "la non coincidenza tra quanto in esso riportato e l'effettiva prestazione di consulenza che è sempre stata retribuita secondo un fisso mensile".

Nessuna prova documentale ha fornito la ricorrente circa l'asserito compito che, di fatto, avrebbe sempre avuto il sig. Al. "di analizzare i mercati e di capire in quali aree potesse essere più opportuno cercare di entrare con i prodotti Ia." (pag. 31 del ricorso), limitandosi "ad affiancare ed assistere la società nei rapporti con i clienti, nei mercati di riferimento " (pag. 29 del ricorso). La prova per testi articolata al riguardo risulta genericamente articolata (pag. 35 e 36 del ricorso)e, pertanto, non è stata ammessa.

Quanto alla continuità e stabilità dell'incarico, si osserva che l'ispettore verbalizzante ha accertato che "il sig. Kh. ha collaborato per Ia. dal 2019 emettendo n. 31 fatture per un totale di Euro 15.000 nel 2019; Euro 87.795,00 nel 2020; Euro 30.000 nel 2021". Peraltro risulta significativa della stabilità dell'incarico la fattura n. 7 del 16.07.2020 per la quale il signor Kh. ha percepito il considerevole importo di Euro. 57.795,00 a titolo di "prestazioni di intermediazione commerciale relativa dal 07/2019 al 06/2020" (doc. n. 26 En.). Per ciò che concerne la richiesta relativa a FIRR si osserva che la Cassazione ha stabilito che gli "Accordi Economici Collettivi del 17.7.1957 e del 13.10.1958 sono stati recepiti, rispettivamente, nel d.p.r. 16.1.1961 n. 145 e nel d.p.r. 26.12.1960 n. 1842 ed hanno, pertanto, acquisito efficacia erga omnes" (Cass. sez. lav. sent. n. 6264 del 31.3.2016).

In merito alla quantificazione dei contributi e sanzioni dovute dalla ricorrente, quest'ultima non ha mosso alcuna specifica contestazione.

Con il verbale conclusivo di accertamento ispettivo dell'11.07.2022 è stato richiesto il pagamento delle sanzioni calcolate in misura ridotta ex art. 34, comma 2, del Regolamento, ma il pagamento che giustificava tale riduzione non è stato effettuato nel termine previsto, con conseguente applicazione delle sanzioni di cui al comma 1 dell'art. 34.

Il dettagliato calcolo aggiornato delle somme dovute per contributi e sanzioni, minuziosamente descritto nella memoria difensiva e nel prospetto di cui al doc. n.36) prodotto dalla convenuta, risulta effettuato nel rispetto della normativa di riferimento. E' infondata l'eccezione di prescrizione sollevata dalla ricorrente.

Invero, il termine di riferimento per il versamento dei contributi previdenziali e conseguenti sanzioni all'En. è la data ultima entro la quale ricorre l'obbligo del versamento medesimo. L'art.8, comma 3, del vigente Regolamento delle Attività Istituzionali prevede che i contributi obbligatori debbano essere versati trimestralmente, entro il giorno 20 del secondo mese successivo alla scadenza di ciascun trimestre. Conseguentemente, i versamenti previdenziali afferenti al II trimestre dell'anno debbono essere effettuati entro il 20 agosto dell'anno in corso. Tale scadenza è il termine da cui far decorrere la prescrizione quinquennale, ovvero dal giorno in cui il diritto può essere fatto valere.

Nel caso si specie il versamento dei contributi afferenti al II trimestre 2017 avrebbe dovuto essere effettuato entro il 20 agosto dello stesso anno, sicché il verbale di accertamento, notificato in data 11.7.2022, è stato tempestivamente notificato nel termine utile per evitare il maturare della prescrizione.

Quanto al FIRR la prescrizione è decennale (cfr. Cass. sez. lav. ordin. n. 22523 del 9.8.2021), termine non maturato alla data di notifica del verbale di accertamento. Per le considerazioni che precedono il ricorso deve essere respinto.

In conseguenza, in accoglimento della domanda riconvenzionale avanzata dalla Fondazione En., la società ricorrente deve essere condannata al pagamento in favore della Fondazione En., sulla scorta del predetto verbale di accertamento ispettivo, del complessivo importo aggiornato di complessivi Euro 90.590,69, di cui: Euro 52.820,69 a titolo di contributi omessi al Fondo di Previdenza; Euro 28.185,38 a titolo di sanzioni ex art. 34 comma 1 del Regolamento delle Attività Istituzionali della Fondazione En.; Euro 1.341,66 a titolo di interessi di mora ex art. 37 del Regolamento delle Attività Istituzionali della Fondazione En., sanzioni ed interessi di mora calcolati sui contributi omessi al Fondo di Previdenza alla data del 14.2.2023; Euro 1500,00 per sanzione ex art. 40 del Regolamento delle Attività Istituzionali della Fondazione En.; Euro. 6.624,19 a titolo di omessi versamenti al F.I.R.R.; Euro 118,77 a titolo di interessi di mora calcolati alla data del 14.2.2023 sulle somme omesse a titolo di F.I.R.R.; oltre interessi legali a far data dal 15.2.2023 fino al saldo.

Le spese di lite seguono la soccombenza e vanno liquidate come da dispositivo in calce.

P.Q.M.

1) respinge il ricorso;

2) in accoglimento della domanda riconvenzionale condanna la società ricorrente, in persona del legale rappresentante pro-tempore, al pagamento in favore della Fondazione En. del complessivo importo di complessivi Euro 90.590,69, di cui: Euro 52.820,69 a titolo di contributi omessi al Fondo di Previdenza; Euro 28.185,38 a titolo di sanzioni ex art. 34 comma 1 del Regolamento delle Attività Istituzionali della Fondazione En.; Euro 1.341,66 a titolo di interessi di mora ex art. 37 del Regolamento delle Attività Istituzionali della Fondazione En., sanzioni ed interessi di mora calcolati sui contributi omessi al Fondo di Previdenza alla data del 14.2.2023; Euro 1500,00 per sanzione ex art. 40 del Regolamento delle Attività Istituzionali della Fondazione En.; Euro 6.624,19 a titolo di omessi versamenti al F.I.R.R.; Euro 118,77 a titolo di interessi di mora calcolati alla data del 14.2.2023 sulle somme omesse a titolo di F.I.R.R.; oltre interessi legali a far data dal 15.2.2023 fino al saldo;

3) condanna la società ricorrente al pagamento delle spese di lite che liquida in complessivi Euro 4.831,00 di cui Euro 4.201,00 per compensi ed Euro 630,00 per spese, oltre iva e cpa.

Così deciso in Roma il 4 marzo 2024.

Depositata in Cancelleria il 4 marzo 2024.

GIURISPRUDENZA

Data udienza 4 marzo 2024

Massima redazionale

Rapporti di lavoro - Qualificazione - Tipologia contrattuale - Contribuzione - Promozione dei brand - Influencer - Agente di commercio - Procacciatore d'affari - Conclusione di contratti - Ambito territoriale - Collaborazione professionale - Incarico - Compenso

In tema di attività svolte dagli influencer e relativa contribuzione, deve preliminarmente osservarsi, in ordine alla possibile tipologia contrattuale in cui sussumere il rapporto, ai sensi dell'art. 1742, comma 1, c.c., "Col contratto di agenzia una parte assume stabilmente l'incarico di promuovere, per conto dell'altra, verso retribuzione, la conclusione di contratti in una zona determinata". E' noto che caratteri distintivi del contratto di agenzia sono la continuità e la stabilità dell'attività dell'agente di promuovere la conclusione di contratti per conto del preponente nell'ambito di una determinata sfera territoriale, realizzando in tal modo con quest'ultimo una non episodica collaborazione professionale autonoma con risultato a proprio rischio e con

l'obbligo naturale di osservare, oltre alle norme di correttezza e di lealtà, le istruzioni ricevute dal preponente medesimo; invece il rapporto di procacciatore d'affari si concreta nella più limitata attività di chi, senza vincolo di stabilità ed in via del tutto episodica, raccoglie le ordinazioni dei clienti, trasmettendole all'imprenditore da cui ha ricevuto l'incarico di procurare tali commissioni; mentre la prestazione dell'agente è stabile, avendo egli l'obbligo di svolgere l'attività di promozione dei contratti, la prestazione del procacciatore è occasionale nel senso che dipende esclusivamente dalla sua iniziativa. Com'è noto l'influencer è un soggetto che è in grado di influenzare le opinioni e gli atteggiamenti di altre persone, in ragione della sua reputazione e autorevolezza rispetto a determinate tematiche o aree di interesse. Si tratta di figure professionali che, grazie alla loro popolarità e alla capacità di fidelizzare i propri follower, diventano strumento di comunicazione del brand influenzando (promuovendo) le scelte d'acquisto del proprio pubblico. La promozione non avviene in maniera "tradizionale" ma, con le nuove tecnologie. Dunque, l'influencer che, dietro compenso, promuove prodotti o servizi sui social media a un pubblico di follower, svolgendo un'attività di promozione delle vendite con carattere di stabilità e continuità, può essere qualificato come agente di commercio ai sensi dell'art. 1742 c.c.