

Il commercialista telematico

IL TESTIMONIAL

il diritto di sfruttamento della sua immagine
il contratto con la società pubblicizzata
approfondimenti giuridici e tributari
(a cura Rag. Roberto Mazzanti)

LE CONCLUSIONI DELL'INDAGINE:

Dopo aver raccolto il materiale che i lettori hanno gentilmente inviato e sviluppato ulteriori ricerche in proposito, possiamo chiudere la nona indagine, aperta il 2 giugno scorso su questo sito.

In questo lavoro tratteremo della figura del **testimonial**, ossia della persona che presta la propria immagine per una determinata campagna pubblicitaria.

Vogliamo approfondire alcuni aspetti del contratto che la lega alla società pubblicizzata, nonché il trattamento fiscale della somma che egli percepisce quale compenso.

Inquadramento generale

Prima di affrontare le conclusioni, giova inquadrare brevemente l'argomento in generale.

Il testimonial è generalmente un personaggio dello spettacolo, dell'arte o dello sport che si presta a pubblicizzare un prodotto, un marchio o un'azienda, mediante l'esposizione della sua immagine in campagne pubblicitarie televisive, sulla stampa o tramite manifesti e cartelloni pubblicitari.

In cambio della sua prestazione egli percepisce un compenso, semplicemente collegato allo sfruttamento della sua immagine.

Alcuni esempi di campagne mediante testimonial:

- a) un famoso calciatore brasiliano ha prestato la sua immagine per una nota marca di pneumatici, ricordando il Cristo su Rio de Janeiro;
- b) una famosa attrice italiana diceva "quanto ci piace chiacchierare" stando al telefono con una sua interlocutrice;
- c) un simpatico trio di comici sta attualmente imperversando in televisione con scenette esilaranti, per pubblicizzare una nota compagnia telefonica;

e così via.

In pratica, le prestazioni del testimonial consistono generalmente nell'interpretazione di brevi scenette televisive, adatte al tipo di personaggio e di prodotto, oppure nel posare per fotografie che compaiono sui quotidiani o sui cartelloni stradali.

La particolarità di questa prestazione sta nel fatto che è completamente occasionale ed al di fuori dell'attività principale dell'artista o dello sportivo, il quale non è per professione un soggetto che operi nel campo della pubblicità; proprio questo aspetto di "**esterno ai lavori**" rende più credibile la pubblicità operata, in quanto il pubblico è portato a "**trasferire**" sul prodotto pubblicizzato la fiducia e la simpatia che ripone nel testimonial.

In effetti, il termine "TESTIMONIAL" richiama proprio la testimonianza, l'asseverazione e l'attestazione di un fatto o di una circostanza. In una parola: rendere credibile una situazione.

Ed è proprio quello che deve fare il testimonial, a favore del soggetto pubblicizzato, rendendolo più credibile ed affidabile in virtù del suo semplice "prestarsi alla causa".

Proprio in virtù di questo trasferimento di credibilità dal TESTIMONIAL verso il pubblicizzato, il rischio che si corre è che in caso di vicende che ledono l'immagine del primo ne può risentire anche l'immagine del secondo. Ecco allora che si utilizza sempre nel contratto la clausola risolutiva espressa, che vedete in questo formulario al n.9.

Lo stesso dicasi per le clausole legate all'aspetto fisico del TESTIMONIAL (N.4 punto 5) e all'esclusiva (n.6).

Il commercialista telematico

Ed ecco un esempio tipico di contratto tra pubblicizzato e testimonial:



FORMULARIO

SCRITTURA PRIVATA

Tra la società, con sede in, via, c.f. e P.IVA, in persona del legale rappresentante pro tempore, da una parte, quale soggetto PUBBLICIZZATO

e

Il signor, residente in, alla via, CFdall'altra, quale TESTIMONIAL

Premesso

I) che la società opera nel settore del.....;

II) che nell'ambito di tale attività la stessa intende realizzare una campagna pubblicitaria riguardante il (marchio – prodotto), valendosi della collaborazione, ai fini pubblicitari, del testimonial;

III) che il signor è noto al pubblico come scienziato/ artista /sportivo di fama internazionale;

IV) che il signor, alla luce di quanto esposto al punto III) sembra soddisfare i requisiti richiesti dalla società

V) che il signor si è dichiarato disponibile a concedere alla società il diritto di utilizzare la propria immagine e/o il proprio nome a scopi pubblicitari, secondo le modalità e i termini del presente contratto;

si conviene e si stipula quanto segue

1. PREMESSE

1. Le premesse costituiscono parte integrante ed inscindibile del presente contratto e, sin da ora, le parti rinunciano a muovere qualsiasi contestazione sulla veridicità di quanto in esse indicato.

2. DEFINIZIONI

1. Per SPORTIVO e/o TESTIMONIAL, si intende il signor, il quale intende concedere lo sfruttamento della propria notorietà a fini pubblicitari.

2. Per PRODOTTO si intende il modello di ----- che dovrà essere pubblicizzato.

3. Per MATERIALE PUBBLICITARIO si intende tutto il materiale realizzato e diffuso al fine di promuovere il prodotto, grazie all'utilizzo dell'immagine del Testimonial.

3. OGGETTO

1. Il Testimonial concede alla società il diritto di utilizzare, per tutta la durata del presente accordo, la propria immagine e il proprio nome per la realizzazione, l'utilizzo e la diffusione di materiale pubblicitario da diffondere su tutti i mezzi, al fine di promuovere il prodotto.

4. OBBLIGHI DEL TESTIMONIAL

1. Il Testimonial si impegna a garantire, compatibilmente con gli impegni professionali, la sua collaborazione per il tempo necessario, alla realizzazione del materiale pubblicitario.

2. Il materiale pubblicitario sarà realizzato utilizzando le immagini fotografiche scelte dalla società

3. Il materiale pubblicitario potrà essere diffuso pubblicamente, con tutti i mezzi, all'interno del Territorio dell'Unione Europea.

4. La limitazione di Territorio prevista al punto precedente non varrà per la diffusione in Internet.

5. Il Testimonial si obbliga a non modificare il proprio aspetto fisico in modo tale da compromettere la propria istantanea riconoscibilità presso il pubblico.

Il commercialista telematico

5. PROPRIETA' E DIRITTI DI UTILIZZO DEL MATERIALE PUBBLICITARIO

1. Tutto il materiale pubblicitario realizzato in base al presente accordo resterà di esclusiva proprietà e disponibilità della società
2. La società non è contrattualmente obbligata alla diffusione del materiale pubblicitario realizzato; conseguentemente il Testimonial non potrà vantare alcuna pretesa in tal senso.

6. ESCLUSIVA

1. Per tutta la durata del presente accordo il Testimonial si impegna a non consentire la diffusione della sua immagine, a scopo pubblicitario, per qualsiasi altra società.

7. CORRISPETTIVO

1. Come corrispettivo per le prestazioni stabilite dal presente contratto, la società si impegna a corrispondere al Testimonial una cifra di importo pari ad Euro, forfettari.

8. DURATA

1. Il presente accordo scadrà dopo anni rispetto all'inizio della campagna pubblicitaria oggetto dello stesso, prevista per il mese di

9. CLAUSOLA RISOLUTIVA ESPRESSA

1. Qualora dovessero verificarsi eventi negativi o diffamatori che potrebbero danneggiare l'immagine della società, e riguardanti la persona del Testimonial, il presente accordo sarà risolto di diritto.

10. DISPOSIZIONI FINALI

1. Per tutto quanto non espressamente previsto dal presente accordo, si richiamano le disposizioni contenute nel Codice Civile, nel Codice di Autodisciplina Pubblicitaria e nelle altre norme vigenti in materia.

Letto, confermato e sottoscritto

La Società

Il Testimonial

IL TRATTAMENTO TRIBUTARIO

Da un punto di vista fiscale, il compenso percepito dal testimonial è chiaramente un reddito di lavoro autonomo occasionale, come tale confluyente nella categoria dei REDDITI DIVERSI (art.67 TUIR).

Per occasionale s'intende l'attività che non rientra nell'oggetto della professione del testimonial e che viene svolta saltuariamente, senza vincolo di subordinazione e senza organizzazione di mezzi.

E qui iniziano le difficoltà.

Perché mentre è piuttosto facile osservare che quando la Dott.ssa Rita Levi Montalcini presta la propria immagine ad una marca di caffè, fa certamente qualcosa al di fuori della sua professione, non altrettanto accade quando un attore gira una scenetta televisiva per un determinato prodotto o marchio. Perché anche in quel caso recita.

Si potrebbe obiettare allora (e forse è questa la scriminante) che cambia il fine delle due recitazioni. Quando un attore recita a teatro o in un film lo fa per *scopo artistico*, mentre quando si presta ad una campagna pubblicitaria lo scopo è -appunto- promozionale.

Se questo è sufficiente, come a me pare, per rendere *occasionale* la prestazione pubblicitaria, allora ci siamo: il reddito sarà di *lavoro autonomo occasionale* e come tale DIVERSO.

Il soggetto pubblicizzato dovrà perciò operare la ritenuta d'acconto del 20%, anche sulle somme costituenti rimborso spese di vitto, alloggio e viaggio sostenute e documentate dal TESTIMONIAL.

Il commercialista telematico

Il reddito in capo al testimoniai viene determinato per cassa, ossia in base ai compensi effettivamente percepiti nell'anno, aumentati dei rimborsi spese, al netto delle spese effettivamente sostenute e documentate pagate nell'anno.

Non essendo esperto nel campo, tralascio qualsiasi riferimento ai trattamenti previdenziali e contributivi.

Rag Roberto Mazzanti
Commercialista
(Studio.rmazzanti@libero.it)

giugno 2006