

Editoria, gadget e supporti fanno perdere il «forfait»

Il commercio di giornali quotidiani, periodici, libri, supporti integrativi e cataloghi è disciplinato, ai fini Iva, dal regime speciale monofase previsto dal comma 1, lettera c), dell'articolo 74 del Dpr 633/72. L'imposta è dovuta, alla fonte, dall'editore sulla base del prezzo di vendita al pubblico, in relazione al numero delle copie consegnate o spedite, diminuite, a titolo di forfetizzazione, della resa del 60 per cento. Sono esclusi da questo trattamento i giornali pornografici (soggetti all'aliquota del 20%) e quelli venduti insieme a supporti integrativi e gadget, per i quali l'Iva deve essere determinata sulla base delle copie effettivamente vendute.

L'opzione. L'editore ha comunque la possibilità, mediante opzione da comunicare nella dichiarazione Iva annuale (rigo VO6 quadro VO Iva/2000), di optare per l'applicazione dell'imposta in base alle copie effettivamente vendute. La circolare 328/E del 24 dicembre '97 ha precisato che l'opzione può essere esercitata, a facoltà degli editori, per ciascuna testata o titolo, oppure per ciascun numero (in quest'ultimo caso, l'opzione è vincolante limitatamente al numero stesso — senza implicare l'uscita dal regime forfettario, né dell'intera testata, né dell'intero numero — e può essere comunicata cumulativamente nella dichiarazione annuale).

La resa forfettaria. Con il metodo della resa forfettaria, il momento impositivo coincide con la consegna o spedizione dei beni anche in caso di contratto estimatorio o di deposito con rappresentanza, mentre eventuali pagamenti di acconti non fanno scattare il presupposto impositivo. Al contrario, con il sistema delle copie effettivamente vendute, il momento impositivo si identifica con quello dell'effettiva vendita. Oltre alle annotazioni da effettuare al momento della consegna, gli editori, nel caso di applicazione dell'imposta in base alle copie effettivamente vendute, possono emettere fattura senza separata indicazione dell'Iva, essendone esclusa ogni rivalsa, ma con l'esposizione del prezzo di vendita al pubblico comprensivo dell'imposta. In alternati-

va alla fattura, gli editori possono annotare le cessioni. Può essere emesso un unico documento per le cessioni effettuate tra gli stessi soggetti nel corso di un mese. La fatturazione può essere effettuata entro 15 giorni, dal momento in cui l'editore riceve dal distributore i dati delle copie effettivamente vendute.

La circolare 328/E ha confermato che nelle cessioni occasionali con supporti integrativi o altri beni potranno essere adottati entrambi i sistemi di determinazione dell'imposta (copie vendute e resa forfetizzata) in relazione alle copie dei numeri abbinati o meno al supporto integrativo e al bene diverso. Le vendite abbinate non costituiscono, invece, cessioni di prodotti editoriali con beni congiunti, ma vendite di un unico prodotto. In caso di restituzione di copie di pubblicazioni già cedute (anche in abbonamento) dagli editori ai distributori, ai rivenditori o ai lettori finali è ammessa la possibilità di effettuare le variazioni (solo per l'editore, unico soggetto passivo d'imposta nel regime speciale) ai sensi dell'articolo 26 del Dpr 633/72. L'indicazione del prezzo di vendita rappresenta una condizione indispensabile per l'applicazione del regime speciale. In mancanza di questo elemento si esce dal regime speciale, ferma restando l'aliquota ridotta.

Gli abbonamenti. Per quanto riguarda le cessioni in abbonamento, la base imponibile è costituita dal corrispettivo dell'abbonamento, ridotto delle percen-

Su carta è cessione di beni

La cessione "virtuale" online di giornali quotidiani, periodici e libri è considerata dall'amministrazione finanziaria (circolare ministeriale 14/E del 14 febbraio 2000 e 38/E del 21 marzo 2000), al pari di tutte le operazioni che costituiscono commercio elettronico diretto, una prestazione di servizi, con tutte le differenze rispetto alla cessione "tradizionale" (caratterizzata dal supporto cartaceo) del prodotto editoriale, considerata, ai fini Iva, cessione di beni. In particolare, i trattamenti comportano:

- diverso momento impositivo ex articolo 6 del Dpr 633/72 (l'operazione si considera effettuata nel momento in cui viene eseguito il pagamento del corrispettivo o, se viene emessa prima del pagamento, al momento di emissione della fattura);
- diverso principio per definire la territorialità dell'imposta ex articolo 7 del Dpr 633/72.

Al contrario, nel commercio elettronico "indiretto", la cessione del prodotto editoriale avviene per via telematica, mentre la consegna fisica del bene segue i tradizionali canali. In questo primo caso il commercio elettronico non è altro che una delle modalità con cui l'utente può richiedere un determinato bene (come il fax o la lettera) che verrà fornito con utilizzo dei tradizionali canali (posta, corriere espresso eccetera).

Nulla cambia pertanto rispetto al commercio tradizionale. Va ricordato che gli acquisti intracomunitari e le importazioni di prodotti editoriali (in presenza di determinate condizioni, tra le quali la presenza del prezzo di copertina e la destinazione alla successiva commercializzazione), possono beneficiare dell'abbattimento della base imponibile mediante il sistema di forfetizzazione della resa.

tuali previste per la forfettizzazione della resa. Il momento impositivo, anche ai fini dell'annotazione sul registro delle edizioni, coincide con la data di incasso totale o parziale del corrispettivo. In questo caso assume rilevanza fiscale il pagamento anticipato di acconti anteriormente alla consegna o spedizione. Anche per gli abbonamenti rimane ferma la condizione di carattere generale prevista per l'applicazione del regime speciale: sulla pubblicazione o sul supporto allegato devono essere riportati anche il titolo della pubblicazione, l'editore, il corrispettivo complessivo dell'abbonamento, quello di eventuali abbonamenti ridotti e il prezzo del numero vendibile autonomamente.

Supporti integrativi e gadget. Il decreto legislativo 313/97 ha cambiato, dal 1° gennaio 1998, le regole sulla vendita congiunta di giornali quotidiani, periodici e libri con supporti integrativi e gadget. In entrambi i casi, l'Iva si applica sulla base delle copie effettivamente vendute. Per supporti integrativi si intendono i nastri, i dischi, le videocassette e gli altri supporti sonori e videomagnetici ceduti, anche gratuitamente, in un'unica confezione unitamente a giornali quotidiani, periodici e libri, a condizione che i beni unitamente ceduti abbiano un prezzo indistinto e che il costo dei supporti integrativi non sia superiore al 50% del prezzo della confezione. Se non ricorrono le condizioni, l'Iva si applica con l'aliquota del supporto integrativo. La vendita congiunta con gadget (definiti per esclusione rispetto ai supporti integrativi), pone un doppio limite: se il costo del bene ceduto, anche gratuitamente, congiuntamente alla pubblicazione è superiore al 50% del prezzo dell'intera confezione, si esce dal regime speciale. Se il costo del

gadget supera il 10% (ma non il 50%) del prezzo dell'intera confezione, l'imposta si applica con l'aliquota di ciascuno dei beni ceduti.

Un esempio. Cessione in confezione unitaria, con prezzo indistinto, pari a 10 mila lire, di un gadget con un periodico; costo congiunto 3 mila lire; l'Iva da versare: il costo del bene è superiore al 10%, ma non al 50% del prezzo al pubblico dell'intera confezione, per cui l'imposta si applica con il regime monofasico in base alle copie vendute, con l'aliquota propria di ciascuno dei beni; aliquota gadget (ad esempio, 20%) da scomputare dal costo di quest'ultimo: 3 mila lire: $1,2 \times 20\% = 500$; aliquota prodotto editoriale (4%) da scomputare sull'importo residuo: $10.000 - 3.000 = 7.000: 1,04 \times 4\% = 270$.

Le cessioni congiunte di quotidiani, periodici o libri con beni funzionalmente connessi mantengono la possibilità di applicare il regime speciale con Iva agevolata del 4 per cento. Il secondo comma dello stesso articolo 74 precisa che le operazioni sono equiparate, per tutti gli effetti del Dpr 633/72, alle operazioni non imponibili di cui al comma 3 dell'articolo 2.

Il regime speciale consente dunque di ottenere un'agevolazione attraverso le modalità di determinazione del carico d'imposta e l'esonero dagli obblighi previsti dal titolo 2 del Dpr 633/72 (fatturazione, registrazione, liquidazione, dichiarazione - i rivenditori sono esonerati anche dall'emissione dello scontrino fiscale). La cessione di prodotti editoriali lungo la catena distributiva, con l'eccezione dell'editore (unico soggetto passivo d'imposta) non rileva ai fini Iva; si tratta di operazioni fuori campo Iva. Ciò non limita il diritto di detrazione dell'Iva assolta sulle prestazioni

di servizi e sugli acquisti di beni diversi dai prodotti editoriali, effettuati dai distributori e dai rivenditori (a condizione che venga tenuto il registro degli acquisti ex articolo 25 del Dpr 633/72 e venga presentata la dichiarazione annuale Iva).

Aliquota. Il punto 18 della parte II della tabella A allegata al Dpr 633/72 prevede — per i giornali e notiziari quotidiani, dispacci delle agenzie di stampa, libri, periodici, ad esclusione dei giornali pornografici e dei cataloghi diversi da quelli di informazione libraria, edizioni musicali a stampa e carte geografiche, compresi i globi stampati, carta occorrente per la stampa eccetera — l'aliquota Iva del 4 per cento.

PAOLO ADRIANO
STELLA

«Free-press», meno dubbi

Con il termine "free-press" ci si riferisce ai giornali ceduti a titolo gratuito quali strumenti di diffusione di messaggi pubblicitari. Il problema sostanziale riguarda l'imponibilità o meno ai fini dell'Iva della distribuzione di tali prodotti. L'articolo 2, comma 2, numero 4), del Dpr 633/72 prevede l'assoggettamento all'imposta delle cessioni a titolo gratuito dei beni la cui produzione o il cui commercio rientrano nell'attività propria dell'impresa.

La direzione regionale delle Entrate della Lombardia, con la risposta protocollo 52209/95 del 15 giugno 1999, ha precisato che il trattamento ai fini Iva della "free-press" si differenzia a seconda che l'impresa "editrice" eserciti esclusivamente il servizio di diffusione di messaggi pubblicitari oppure svolga normalmente l'attività di edizione e commercializzazione di pubblicazioni in genere.

Nel primo caso la direzione ha rileva-

to che il servizio di diffusione di messaggi pubblicitari può avvenire con qualsiasi mezzo, tra i quali rientrano anche la stampa e la distribuzione di pubblicazioni che, in tal caso, non costituiscono "attività editoriale". Per questo motivo la distribuzione gratuita di pubblicazioni periodiche con messaggi pubblicitari, secondo la Dre, è da intendersi come attività strumentale al servizio di diffusione dei messaggi, e pertanto la diffusione è ininfluente ai fini Iva (fuori campo).

La stessa direzione ha invece ritenuto che nel caso in cui l'impresa svolga normalmente attività di edizione e commercializzazione di pubblicazioni, si è in presenza di una vera e propria attività editoriale e anche la stampa della "free-press" rientra nell'attività propria dell'impresa. La direzione conclude sostenendo che la distribuzione gratuita, in questa ipotesi, è da ritenersi assoggettata all'Iva.