

La commercializzazione di giornali quotidiani e periodici

di Paolo Adriano Stella
Dottore commercialista - Consulente tecnico del giudice - Revisore contabile in Cremona

1. La natura giuridica dei rapporti tra editore-distributore ed editore-rivenditore di prodotti editoriali, i sistemi contabili e il trattamento ai fini delle imposte dirette

Con il termine attività editoriale ci riferiamo all'attività volta all'elaborazione delle opere che l'ingegno: essa ha origine ad impulso dell'editore e si esaurisce con l'acquisto da parte del consumatore finale. Le due figure fondamentali pertanto sono rappresentate dall'editore e dal consumatore finale.

Tra quest'ultimo e l'editore operano tre ulteriori soggetti: il distributore nazionale, il distributore locale ed infine l'edicolante.

La particolarità dell'attività oggetto di studio è rappresentata dalle modalità con le quali il prodotto editoriale viene fatto giungere, lungo la catena distributiva, al consumatore finale. In ambito editoriale è incontrovertito il principio secondo il quale la proprietà del prodotto si trasferisce direttamente dall'editore al consumatore finale-lettore. Per cui ogni altro "anello" della catena distributiva editoriale assume un ruolo puramente accessorio. L'editore si avvale dell'organizzazione e dell'attività dei distributori e dei rivenditori per migliorare la diffusione del proprio prodotto, senza che questi soggetti assumano alcun diritto di proprietà sui beni che, rispettivamente, distribuiscono e vendono.

I contratti quindi che legano l'editore, tanto all'edicolante quanto al distributore, sono essenzialmente dei contratti di prestazione di servizi che, nel primo caso, è riconducibile ad una fattispecie tipica (contratto estimatorio) mentre, nel secondo caso, rimane nel "limbo dell'atipicità".

Sull'applicabilità della disciplina del contratto estimatorio al rapporto tra editore ed edicolante

non credo esistano dubbi, tanto è vero che anche in campo tributario (come meglio vedremo in seguito) l'amministrazione finanziaria si è dovuta adeguare al consolidato orientamento espresso dalla giurisprudenza dominante. L'editore - *tradens* - "affida" non vende il proprio prodotto editoriale all'edicolante - *accipiens* - costiché egli rimane titolare del diritto di proprietà sullo stesso prodotto fino a che, riscuotendolo il prezzo, non lo trasferisca, servendosi dell'opera dell'edicolante, al consumatore finale. Si vedano a questo proposito i dispositivi della Commissione tributaria centrale a seguito del contenzioso instaurato dai contribuenti sottoposti ad accertamenti da parte degli uffici finanziari per avere esposto nelle dichiarazioni fiscali presentate ai fini delle imposte dirette solamente l'aggio derivante dalla vendita dei prodotti editoriali (tra le altre Comm. centrale, Sez. XXVII, dec. n. 432 del 3 febbraio 1994, in banca d'alto "il fisco" n. 14) e non il "fatturato" lordo incassato.

Le conseguenze tributarie di tale impostazione giuridica sono risapute: "l'orientamento giurisprudenziale è quello di ritenere che le annotazioni sulle scritture contabili riguardanti non i contratti incassati ma il solo aggio" (Comm. centrale, Sez. XII, dec. n. 610 del 21 febbraio 1995. In senso conforme Comm. centrale, Sez. XXVII, dec. n. 778 del 21 marzo 1994, entrambe nella banca dati "il fisco" n. 14).

Ne deriva quindi che, essendo l'editore l'unico proprietario del prodotto editoriale fino a quando l'edicolante non lo rivenda al consumatore finale incassandone il prezzo, il solo soggetto tenuto a registrare il provento come ricavo è il proprietario-editore. Pertanto, gli altri soggetti che, temporaneamente, hanno la disponibilità del bene (ovvero distributori nazionali, distributori locali e rivenditori), sono tenuti alla registrazione del solo aggio, quale corrispettivo per la loro attività di servizio all'editore.

Diversa l'interpretazione effettuata dall'Amministrazione finanziaria che ha più volte richiesto per le rivendite (per tutte si confrontino le circolari n. 22, prot. 9/531 del 20 maggio 1991, in "il fisco" n. 22/1991, pag. 3753, e la n. 117/E del 13 maggio

1996, in "il fisco" n. 21/1996, pag. 5315, relativa all'applicazione dei parametri) la rilevazione dei valori "lordi" in "acquisto" e "vendita". Le istruzioni ai modelli fiscali per le denunce dei redditi, dal 1995 richiedono, accanto ai valori lordi, l'indicazione in un apposito rigo dell'aggio così come definito dal comma 8 dell'art. 18 del D.P.R. n. 600/1973.

Dal giudicato della Commissione tributaria centrale, deriva inoltre un altro importante elemento e cioè che il rapporto tra rivenditore ed editore è un rapporto diretto (sebbene nasca da una contrattazione collettiva) così come diretto è il rapporto tra distributore ed editore. In questo senso risulta apodittica la sentenza del Tribunale di Monza, 25 maggio 1990, n. 79, dove, in sede di motivazione di una sentenza penale, la natura giuridica del rapporto tra editore e distributore viene qualificata come "contratto traslativo della proprietà della merce".

Ritornando al problema della definizione della natura giuridica del rapporto tra editore e distributore, dobbiamo sottolineare che, ovviamente, come più volte affermato dalla Suprema Corte, (devisi avere riferimento non tanto al contenuto del contratto, quanto al suo reale svolgimento (cosiddetto contenuto effettivo)). Incontrovertito il principio giurisprudenziale (cfr. tra le tante Cass. n. 6507/1982, n. 5822/1982, n. 3238/1982 e n. 145/1980), per il quale "al fine della qualificazione di un rapporto occorre avere riguardo più che al *nomen iuris* usato dalle parti, ancorché espressamente enunziato in un atto scritto, all'effettiva natura ed al reale contenuto del rapporto stesso, nonché alle modalità di espletamento dell'attività oggetto della prestazione". Vediamo quindi in breve sintesi in cosa si consta l'attività svolta dai distributori: mentre il distributore nazionale si occupa della diffusione dei prodotti editoriali facendoli pervenire, per conto dell'editore, ai distributori locali, questi ultimi, verso il riconoscimento di un compenso percentuale, si curano di far pervenire, per conto dell'editore, ai singoli rivenditori della zona concordata, le pubblicazioni edite dallo stesso.

Questo rappresenta l'oggetto minimo dell'attività del distributore di prodotti editoriali, come risulta peraltro dalla lettura dei contratti predisposti dagli stessi editori. A tale attività si aggiungono poi una serie di servizi che il distributore si impegna a garantire. Deve distribuire materiale pubblicitario e controllarne la regolare esposizione in ciascun punto vendita; deve collaborare alla incentivazione delle vendite mediante concorsi; deve ritirare e contabilizzare buoni omaggio e buoni sconto. Deve inoltre fornire informazioni riguardanti le vendite e le condizioni di mercato della zona assegnata; relazionare periodicamente sull'andamento del mercato, sulle rese e sul venduto di ciascuna edicola. Il distributore che riceve il numero di copie della testata per la propria

area, deve primariamente garantire la massima diffusione della pubblicazione e contenere le rese. Inoltre il distributore deve incassare le somme dai rivenditori per conto degli editori. L'esercente attività di distribuzione di giornali quotidiani e pubblicazioni periodiche, come si evince dalle decisioni citate della Commissione tributaria centrale, non acquista e rivende le pubblicazioni e non ne incassa il relativo prezzo per sé, ma prendendo in consegna la merce dell'editore si incarica di farla pervenire ai rivenditori di giornali e di incassarne il prezzo per conto dell'editore stesso. L'attività del distributore di giornali e riviste va qualificata quindi come una prestazione di servizi tesa a promuovere la massima diffusione dei prodotti editoriali che comporta la consegna degli stessi (di proprietà di terzi). La natura del contratto viene confermata dal tenore complessivo dei contratti che ciascuno degli editori propone ai distributori, ma anche dalla presenza di esplicite clausole che stabiliscono che le copie vengono consegnate in conto deposito ed egualmente in conto deposito restano ai distributori le somme incassate. Questo è confermato dalla decisione n. 1966 del 10 febbraio 1975 della Sez. VII della Commissione tributaria centrale. È comunque da sottolineare che al tempo era vigente una diversa normativa tributaria ed inoltre che la stessa decisione pare censurabile nel punto in cui recita che le somme incassate per conto degli editori non entrano nella disponibilità del distributore. La prassi operativa sviluppata comporta l'accreditamento delle somme versate dagli edicolanti sui conti correnti dei distributori che solo in seguito, sulla base degli accordi definiti con i singoli editori, retrocedono il denaro, trattando il proprio compenso. È proprio la variabile finanziaria che caratterizza il rapporto in oggetto e non permette una chiara definizione del rapporto giuridico sostanziale.

Le medesime conclusioni si raggiungono sviluppando l'analisi attraverso l'osservazione di altri contratti, che pur avendo alcuni punti in comune con l'attività effettivamente svolta dal distributore locale, non ne rappresentano certo il prevalente contenuto:

- *contratto di somministrazione*: non può trattarsi di un contratto di somministrazione in quanto quest'ultimo ha per oggetto prestazioni periodiche e continuative di cose, mentre il rapporto che ci interessa ha per oggetto prestazioni periodiche e continuative di servizi, e tra questi quello imprevedibile della distribuzione;

- *commissione*: mentre la commissione ha per oggetto la conclusione di un futuro contratto, il rapporto che lega il distributore all'editore presenta un carattere di stabilità e complessità estraneo alla fattispecie di cui all'art. 1731 del codice civile (in questo senso la sentenza della Cassazione 10 maggio 1958, n. 1546, secondo cui "il negozio con

il quale una delle parti contraenti assume l'obbligo di provvedere alla diffusione ed alla vendita di pubblicazioni della controparte in nome proprio e per conto di quest'ultima, integra gli estremi del contratto di commissione a vendere", risulta essere superata dalla diversa prassi operativa che nel frattempo si è costituita, ora infatti non esistono distributori che rivendono direttamente al pubblico ma solo distributori che forniscono gli edicolanti);

- *compravendita con pagamento dilazionato*: non può qualificarsi come compravendita con pagamento dilazionato, in quanto nel contratto tra editore e distributore la proprietà delle cose non si trasferisce all'*accipiens* con la *traditio*, ma resta di proprietà del *tradens* fino all'effettiva vendita da parte del rivenditore, al quale il bene è stato distribuito;

- *mandato a vendere*: il contratto in oggetto non va confuso con il mandato a vendere, in quanto l'agenzia di distribuzione non vende il bene, ma lo distribuisce agli edicolanti che provvedono alla vendita e stabiliscono le modalità di pagamento o di resa direttamente con gli editori.

Rimangono da analizzare due soli contratti: il *contratto di agenzia* ed il *contratto estimatorio*. Vediamo quali possono essere gli elementi essenziali di questi contratti applicabili alla realtà investigata.

Per quanto riguarda il *contratto di agenzia*, premetto che, nonostante la subordinazione contrattuale del distributore rispetto all'editore, non credo sia nemmeno lontanamente ipotizzabile l'applicazione a realtà distributive caratterizzate da svariati miliardi investiti in infrastrutture ed impianti e decine di lavoratori impiegati nelle varie fasi operative, il rito previsto dal diritto del lavoro. È vero comunque che l'analisi delle funzioni richieste al distributore dall'editore richiama alcuni degli elementi essenziali previsti dall'art. 1742 del codice civile (attività promozionale per conto altrui, con il carattere della stabilità, della continuazione e coordinazione, stabilità dell'incarico, delimitazione della zona, alienità del risultato, rischio proprio) (in senso conforme sentenza della Corte d'appello di Salerno 21 gennaio 1989). Dubbi sorgono per quanto riguarda il meccanismo remunerativo del distributore; quest'ultimo infatti incassa per conto dell'editore il ricavato della vendita dei prodotti, ma lo fa transitare da propri conti correnti, trattando in sede di pagamento dell'editore il proprio sconto. Non mi pare di ravvisare alcun concetto di provvigione intesa in senso civilistico. È vero che l'agente dotato di rappresentanza può effettuare l'incasso delle somme in nome e per conto del mandante, ma tali somme vengono immediatamente messe a disposizione dello stesso; il diritto alla somma matura e viene liquidato in modo separato e distinto.

È indubbio che esistono numerose analogie tra il contratto che lega editore-edicolante e quello tra editore-distributore. Lo schema operativo che prevede il diritto di resa è tipico del contratto estimatorio.

Come vedremo in seguito l'orientamento tributario prevalente assume il contratto in oggetto al contratto estimatorio. Il distributore ottiene la disponibilità delle cose consegnate non al fine della successiva vendita bensì per essere distribuite.

È stato sottolineato poi che il rinvio, contenuto in molti contratti circa l'assoggettabilità alla disciplina del deposito delle somme incassate e delle copie dei giornali consegnate ai distributori presuppone una detenzione in nome e per conto altrui, laddivo nel contratto estimatorio, la parte esercita il potere di disposizione, in qualunque modo lo si voglia configurare, in nome e nell'interesse proprio.

Non rifugio di aderire a questa visione, in quanto nel contratto in oggetto, la prassi operativa prevede il deposito delle somme incassate dai distributori per conto degli editori, sui conti correnti degli stessi distributori. Le somme vengono temporaneamente acquisite dai distributori; generano proventi finanziari per gli stessi.

È da considerare inoltre la visione secondo la quale, se venisse definito come estimatorio il contratto che lega editore e distributore, si avrebbe la fusione in un unico soggetto (il distributore) delle figure di *accipiens* (rapporto editore-distributore) e *tradens* (distributore-edicolante), in quanto, come affermare precedentemente, non esiste un contratto tra distributore e rivenditore bensì tra editore-rivenditore ed editore-distributore (mentre nessun rapporto diretto intercorre tra distributore e rivenditore).

È vero comunque che il distributore, a differenza di quanto previsto dallo schema classico del contratto estimatorio, non procede alla vendita del bene, ma lo distribuisce al rivenditore che è tenuto a pagare il prezzo delle cose consegnate (per conto dell'editore) da un'agenzia di distribuzione. Questo è sufficiente alla Cassazione (sent. 13 giugno 1950, n. 1485) per confermare che "è incompatibile con la natura del contratto estimatorio, l'obbligo di consegnare la cosa ad altre persone perché ne effettuino esse la vendita" (la sentenza comunque si riferisce ad una realtà operativa assai diversa rispetto all'attuale).

Mentre esistono diverse interpretazioni giurisprudenziali, in campo tributario si assiste ad un progressivo consolidamento dell'orientamento che vede il rapporto in oggetto attratto alla disciplina propria del *contratto estimatorio* (si vedano in tal senso la circolare n. 272/E del 19 ottobre 1995, in "il fisco" n. 39/1995, pag. 9620, in materia di condotti di massa; la L. 28 dicembre 1995, n. 549 collegata alla legge finanziaria n. 1, il cui comma 181 dell'art. 3 ha di fatto sostituito i coefficienti presuntivi con i parametri; il D.L. 28 dicembre

1995, n. 565, facente parte della "manovrina" di fine 1995, non convertito e reiterato dal D.L. 28 febbraio 1996, n. 93; la circolare 10 giugno 1993, n. 7/1106, in "il fisco" n. 24/1993, pag. 6972, che escludeva dall'accertamento per coefficienti i *distributori e rivenditori in base a contratti estimatori di giornali e periodici, anche su supporti audiovisivo-magnetici*, mentre è prevista l'applicazione alle suddette categorie dell'accertamento in base ai parametri).

Possiamo richiamare pertanto, ai fini fiscali, le considerazioni precedentemente svolte in merito alla rilevazione ed all'indicazione in dichiarazione dei valori "lordi" con riferimento alle rivendite.

I problemi maggiormente dibattuti in sede giurisprudenziale, come anticipato, sono stati due: da un lato se considerare nella determinazione del reddito derivante da attività di rivendita di prodotti editoriali i costi ed i ricavi quali, rispettivamente, prezzo di acquisto e prezzo di vendita del singolo giornale ovvero esclusivamente l'aggio inteso quale sconto riconosciuto al rivenditore dall'editore; dall'altro, e di conseguenza, se, a fronte delle vendite in oggetto, l'annotazione nelle scritture contabili debba limitarsi alla registrazione del solo aggio ovvero dei prezzi di acquisto e di vendita.

Un primo orientamento ci viene fornito dal Tribunale penale di Sanremo, con la sentenza n. 186 del 16 aprile-2 maggio 1985, nella quale viene preso in esame il caso di un distributore di prodotti editoriali che aveva registrato nelle proprie scritture contabili il solo aggio e non anche il prezzo dei giornali distribuiti ed i relativi corrispettivi ricevuti dagli edicolanti e che per tale motivo era stato accusato di omessa annotazione dei costi di giornali e riviste e dei ricavi relativi alla vendita degli stessi. Il Tribunale nella propria decisione ha avuto modo di affermare che "nella distribuzione di giornali e riviste, in virtù del contratto estimatorio che lega l'editore al distributore, quest'ultimo non acquista e non rivende tali prodotti, ma li riceve senza acquistarne la proprietà, rimanendo l'editore l'unico proprietario dei giornali e riviste fino a quando non vengono acquistati dal singolo consumatore finale".

Lo stesso Tribunale, richiamando la decisione della Commissione tributaria centrale n. 1966, Sez. VII, del 10 febbraio 1975, ha affermato che il ricavo del distributore e del rivenditore di prodotti editoriali è costituito dall'aggio concesso a tali soggetti dagli editori.

La Commissione tributaria di 1° grado di Urbino, con la decisione n. 228 emessa il 10 giugno 1989 ha invece accolto l'istanza del ricorrente (edicolante), ammettendo che il rivenditore non acquista la proprietà dei beni, solo esecutori della prestazione di servizi o a beni diversi dalle pubblicazioni precedentemente indicate.

Gli editori, per i prodotti editoriali ammessi alla resa forfettaria, possono optare, distintamente per ogni titolo o testata ovvero per ciascun numero (cfr. circolare n. 328/E del 24 dicembre 1997, riportata in allegato n. 2 a "il fisco" n. 1/1998), per l'applicazione dell'Iva in base alle copie vendute dandone comunicazione all'ufficio Iva nella prima dichiarazione annuale da presentare successivamente all'anno.

Nel caso di applicazione dell'imposta in base alle copie effettivamente vendute, è previsto l'obbligo di emettere fattura senza separata indicazione dell'Iva, essendone esclusa ogni rivalsa, ma con l'esposizione del corrispettivo lordo.

Il D.Lgs. n. 313 del 2 settembre 1997 ha modificato anche la definizione di supporto integrativo introdotta dal comma 10 dell'art. 3 del D.L. 27 aprile 1990, n. 90: il costo del supporto integrativo (prima 75 per cento); in contro l'imposta si applica con l'aliquota del supporto integrativo (ad esempio, per le videocassette: 10 per cento).

Per l'identificazione dei supporti integrativi, rimangono comunque validi i principi indicati nella circolare 7 agosto 1990, n. 65, prot. 490676 (in "il fisco" n. 31/1990, pag. 5053, nella quale l'Amministrazione finanziaria, ribadendo quanto già chiarito in proposito con la circolare n. 26 del 12 maggio 1990, confermava che detti beni sono soggetti allo stesso trattamento fiscale del prodotto editoriale cui sono allegati in considerazione del principio di inscindibilità del prodotto composto, caratterizzato dalla reciproca complementarietà delle sue componenti, purché sussistano i seguenti presupposti:

a) il bene annesso deve essere anzitutto costituito, in base alle sue caratteristiche oggettive, da prodotti merceologicamente qualificabili tra quelli elencati nel citato comma 10;

b) il bene considerato deve essere ceduto, con prezzo unitario e prezzo indicato, separatamente ad una pubblicazione classificabile quale giornale quotidiano o periodico o libro in base ai criteri enunciatati dalla suddetta circolare;

c) l'ammontare complessivo del costo del supporto integrativo sostenuto dall'editore per l'acquisto o la produzione e per la sua commercializzazione non deve superare il 75 per cento (ora 50 per cento) del prezzo di vendita al pubblico dell'intera confezione.

Non sono state considerate quindi le disposizioni sul commercio che impongono il confronto tra valore di mercato del supporto e prezzo di vendita della confezione.

Il penultimo periodo della lettera in commento contiene una norma di chiusura relativa ai beni diversi dai supporti integrativi ceduti unitamente ai giornali quotidiani, periodici e libri (cosiddetti *guides*). Nei confronti di questi ultimi prodotti si rende applicabile il regime "monofase" con versamento dell'imposta da parte dell'editore sulla base delle copie vendute se il costo dei beni in oggetto non risulta essere superiore al 50 per cento del prezzo di vendita dell'intera confezione; in caso contrario l'imposta deve essere assolta nei modi ordinari e, quindi, oltre che dall'editore, anche dai distributori e dagli edicolanti.

Per quanto riguarda l'aliquota occorre distinguere:

1) se il costo del bene ceduto, anche gratuitamente, congiuntamente alla pubblicazione è inferiore al 10 per cento del prezzo dell'intera confezione, si applica cumulativamente l'aliquota del 4 per cento;

2) se invece il costo fosse superiore al 10 per cento, l'imposta si applica con l'aliquota propria di ciascuno dei beni ceduti.

Infine, la lettera g) del comma 1 dell'art. 1 del D.Lgs. 23 marzo 1998, n. 56 ha ulteriormente modificato il trattamento fiscale del commercio di prodotti editoriali, aggiungendo nel comma 1, lettera c), dell'art. 74 del D.P.R. n. 633/1972 un ulteriore periodo e creando una nuova fattispecie: i prodotti audiovisivo-magnetici o altri oggetti che costituiscono un complemento illustrativo o didattico della pubblicazione (libri, giornali, quotidiani e periodici esclusi i pornografici) unitamente alla quale vengono venduti. Gli stessi possono ottenere l'applicazione della forfettizzazione della resa e dell'aliquota del 4 per cento.

La modifica apportata è entrata in vigore (retroattivamente dal 1° gennaio 1998).

La connessione al prodotto editoriale deve risultare da dichiarazione sostitutiva di atto notorio di cui alla L. 4 gennaio 1968, n. 15, da consegnare

all'ufficio Iva competente, prima della commercializzazione del prodotto editoriale. La circolare n. 209/E del 27 agosto 1998 (in "il fisco" n. 32/1998, pag. 10791) considera valide le dichiarazioni presentate, ai sensi dell'art. 35 del D.P.R. n. 633/1972, entro il termine di 30 giorni dalla data di immissione in commercio che si identifica nella data di copertina ovvero, in mancanza, nel momento in

cui l'editore consegna il prodotto editoriale al distributore o al punto vendita.

Le categorie dei supporti integrativi e dei beni diversi sono state pertanto significativamente ridimensionate ovvero limitate alle sole tipologie di prodotti che possiedono un contenuto del tutto autonomo ed eterogeneo rispetto alla pubblicazione alla quale sono allegati.

DESCRIZIONE	REGIME APPLICABILE	ALIQUOTA
Commercio di giornali quotidiani, di periodici, di libri	Regime speciale monofase con forfettizzazione della resa oppure (opzione) con applicazione dell'imposta sulla base delle copie vendute	4 per cento
Cataloghi	Regime speciale monofase con applicazione dell'imposta sulla base delle copie vendute	4 per cento per i cataloghi di informazione libraria; 20 per cento negli altri casi
Giornali pornografici	Regime monofase con applicazione dell'imposta sulla base delle copie vendute	20 per cento
Cessioni congiunte di quotidiani, periodici o libri con supporti integrativi non funzionalmente connessi al prodotto editoriale al quale sono allegati	Regime speciale monofase con applicazione dell'imposta sul prezzo di vendita sulla base delle copie vendute	Se il costo del supporto integrativo è superiore al 50 per cento del prezzo di vendita della confezione si applica l'aliquota del 4 per cento, in caso contrario si applica l'aliquota del supporto integrativo
Cessioni congiunte di quotidiani, periodici o libri con beni funzionalmente connessi al prodotto editoriale al quale sono allegati	Regime speciale monofase se il costo del bene congiunto al prodotto editoriale non è superiore al 50 per cento del prezzo dell'intera confezione; in caso contrario si rende applicabile il regime ordinario; in entrambi i casi l'imposta si applica in base alle copie vendute	Se il costo del bene congiunto al prodotto editoriale non è superiore al 50 per cento del prezzo dell'intera confezione, si rende applicabile l'aliquota ridotta del 4 per cento, in caso contrario si deve applicare l'aliquota di ciascun prodotto
Cessioni congiunte di quotidiani, periodici o libri con beni funzionalmente connessi	Regime speciale monofase con forfettizzazione della resa	4 per cento

La circolare n. 209/E del 27 agosto 1998 (in "il fisco" n. 32/1998, pag. 10791), nel riconoscere agli editori la possibilità di optare, per la propria posizione, dilantando i termini entro i quali possa essere utile presentata tale dichiarazione sostitutiva di atto notorio per i rapporti pregressi. Per consentire alle aziende editoriali il recupero della maggiore imposta versata.

nalmente connessi, entro il termine, ormai scaduto, di presentazione della dichiarazione annuale Iva 1997. È auspicabile che il Ministero riveli la propria posizione, dilantando i termini entro i quali possa essere utile presentata tale dichiarazione sostitutiva di atto notorio per i rapporti pregressi. Per consentire alle aziende editoriali il recupero della maggiore imposta versata.