

Iva

PRODOTTI EDITORIALI ON LINE e GIORNALI GRATUITI

REGIME SPECIALE IVA

di Paolo Stella Monfredini

QUADRO NORMATIVO

Le disposizioni sulla **stampa** sono contenute nella L. 8.2.1948, n. 47, mentre la disciplina delle **imprese editrici** è fornita dalla L. 5.8.1981, n. 416 e dalla L. 7.3.2001, n. 62.

Il trattamento ai fini Iva è regolato dall'art. 74, co. 1, lett. c), D.P.R. 26.10.1972, n. 633 [CFF ● 274] e dal n. 18, Tabella A, Parte Seconda, allegata al D.P.R. 633/1972 [CFF ● 374].

GIORNALI QUOTIDIANI, PERIODICI e LIBRI – REGIME

SPECIALE IVA: l'applicazione dell'Iva al commercio di **giornali quotidiani, periodici** (intendendo per tali i prodotti editoriali registrati come pubblicazioni ai sensi della L. 8.2.1948, n. 47) e **libri** è disciplinata dalla lett. c), co. 1, art. 74, D.P.R. 26.10.1972, n. 633 [CFF ● 274].

Il regime speciale è caratterizzato da un sistema **monofase** di **applicazione** del **tributo** che individua un **unico soggetto passivo**: l'editore.

Il **versamento** alla **fonte** dell'Iva da parte dell'editore sulla base del **prezzo di vendita al pubblico** dei prodotti editoriali **libera** i successivi **passaggi** del **bene** lungo la catena distributiva, rappresentata da distributori nazionali, distributori locali e rivendite, dagli **obblighi previsti** dai Capi I e II, D.P.R. 633/1972 (fatturazione, registrazione, dichiarazione, scontrino fiscale, ecc.).

Dall'1.1.1990 l'Iva si applica al **settore editoriale** con **aliquota agevolata** del **4%** (ad esclusione dei cataloghi diversi da quelli di informazione libraria e giornali pornografici – n. 18, Tabella A, Parte Seconda, allegata al D.P.R. 633/1972 [CFF ● 374]).

L'**aliquota agevolata** del **4%**, oltre che alle cessioni ed importazioni dei beni oggetto del regime speciale, si rende **applicabile** anche alle stesse **operazioni** aventi ad **oggetto carte geografiche, notiziari e dispacci** delle **agenzie di stampa, carta** occorrente per la **stampa** dei

prodotti editoriali, nonché degli **atti e pubblicazioni** della **Camera** e del **Senato**. Godono, infine, dell'**aliquota** del **4%** le prestazioni di **composizione, stampa e legatoria**.

Dall'1.1.1998 le stesse **operazioni**, relative a pubblicazioni **pornografiche** e **cataloghi non di informazione libraria**, scontano l'**aliquota Iva ordinaria** del **21%** (n. 35, Tabella A, Parte Seconda, allegata al D.P.R. 633/1972 [CFF ● 392]).

PUBBLICAZIONI PERIODICHE ON LINE: la L. 7.3.2001, n. 62 ha ampliato la **definizione** di «**prodotto editoriale**» e, accanto al tradizionale **supporto cartaceo**, ha introdotto anche il **supporto informatico**.

In particolare, l'art. 1, L. 62/2001 stabilisce che per «**prodotto editoriale**» si deve intendere il prodotto realizzato su **supporto cartaceo**, ivi **compreso** il **libro**, o su **supporto informatico**, destinato alla **pubblicazione** o, comunque, alla **diffusione** di **informazioni** presso il **pubblico** con ogni mezzo, anche **elettronico** o attraverso la **radiodiffusione sonora** o **televisiva**, con esclusione dei prodotti discografici o cinematografici. **Non** costituiscono **prodotti editoriali** i **supporti** che **riproducono** esclusivamente **suoni** o **voci**, le opere filmiche ed i **prodotti** destinati **esclusivamente** all'**informazione aziendale** sia ad uso interno che presso il pubblico.

Indicazioni obbligatorie e registrazione: l'art. 1, co. 3, L. 62/2001 dispone che al **prodotto editoriale** si applichino le **disposizioni** della **legge** sulla **stampa**, vale a dire gli artt. 2 e 5, L. 47/1948.

Nella definizione di prodotto editoriale rientra anche la **pubblicazione** diffusa su **Internet**, in quanto «**prodotto realizzato su supporto informatico e destinato alla pubblicazione con mezzo elettronico**».

Per identificare gli **adempimenti** connessi alla L. 47/1948, relativi ai **prodotti editoriali** su **Internet**, è necessario stabilire se si tratti o meno di **pubblicazione periodica**:

- nel primo caso il **prodotto editoriale** su **Internet** è contraddistinto da una **testata** che costituisce l'**elemento identificativo** del prodotto e si applicano gli artt. 2 e 5, L. 47/1948;
- viceversa, nel secondo caso si applica il solo art. 2, L. 47/1948.

Secondo l'art. 2, L. 47/1948 («**Indicazioni obbligatorie sugli stampati**») ogni **stampato** deve **indicare** il **luogo** e l'**anno** della **pubblicazione**, nonché il **nome** ed il **domicilio** dello **stampatore** e, se esiste, dell'**editore**. Pertanto, il prodotto editoriale su **Internet** **non diffuso** con periodicità regolare **non** deve essere **registrato** in **Tribunale** ma deve solo contenere le indicazioni di cui sopra, con l'avvertenza che in **luogo** dello **stampatore** sarà **indicato** il **sito** su cui la **consultazione** del **prodotto** è **disponibile**.

Viceversa, se il **prodotto editoriale** su **Internet** è **diffuso** con **periodicità regolare** si dovrà procedere alla **registrazione** della **relativa testata** presso la **Cancelleria del Tribunale**. Ai fini della individuazione della **circoscrizione** del **Tribunale competente** si ritiene debba farsi riferimento alla **sede** dell'**editore** della pubblicazione.

In tal caso il prodotto editoriale deve contenere le **seguenti indicazioni**:

- **luogo** e **data** di **pubblicazione**;
- **nome** e **domicilio** dello **stampatore** (sito **Internet**);
- **nome** del **proprietario** e del **direttore** o vicedirettore **responsabile**;
- **estremi** della **registrazione** (anche se la legge non lo richiede espressamente).

Quanto detto vale per i **prodotti editoriali diffusi** su **Internet** la cui **versione informatica** **non** costituisca la **mera copia** della **versione cartacea** di una **pubblicazione** già **registrata** ai sensi della legge sulla stampa.

Il co. 3, art. 7, D.Lgs. 9.4.2003, n. 70 ha chiarito che la **registrazione** della testata editoriale telematica si rende **obbligatoria esclusivamente** «*per le attività per le*

quali i prestatori del servizio intendano avvalersi delle provvidenze previste dalla L. 62/2001».

Iscrizione al Registro degli operatori di comunicazione:

l'**editore** di **pubblicazioni periodiche** diffuse in **rete** (**Internet**) deve iscriversi nel **Registro degli operatori di comunicazione** (Roc) quale «soggetto esercente l'editoria elettronica», al pari degli editori tradizionali. Nel **modello** apposito dovrà essere **indicato** il **sito Internet** sul quale la **testata** è **diffusa**.

L'art. 16, L. 62/2001 prevede una **semplificazione amministrativa** in forza della quale i **soggetti** tenuti all'**iscrizione** nel **Registro degli operatori di comunicazione** sono **esentati** dall'**obbligo** della **registrazione** delle testate presso la **Cancelleria del Tribunale**. Questa semplificazione si applica a tutti gli editori di periodici e quotidiani, quindi anche agli editori esercenti l'editoria elettronica.

Disciplina Iva dell'editoria on line: muovendo dall'ampliamento della definizione di prodotto editoriale, una società, con istanza di interpello, ha chiesto se la **fornitura** – dietro corrispettivo – di una **chiave di accesso** ad un **sito Internet** sul quale sarebbero state rese disponibili **pubblicazioni** contenenti **Circolari** dell'**Abi regolarmente registrate** presso la Cancelleria del Tribunale competente, avrebbe potuto **fruire** delle **agevolazioni Iva** legate all'**applicazione** del **regime speciale** e dell'**aliquota agevolata** del **4%**. Da notare che le **pubblicazioni** contenenti le **Circolari** dell'**Abi** erano fornite dalla società anche in **forma cartacea** tradizionale, applicando, pertanto, il **regime speciale** e l'**aliquota Iva ridotta**.

La società ha motivato la richiesta richiamando la L. 62/2001, con la quale il Legislatore avrebbe ormai riconosciuto la **qualifica** di «**periodico**» anche ai **prodotti diffusi** attraverso le **vie informatiche** e, soprattutto, la C.M. 24.12.1997, n. 328, che avrebbe a sua volta ammesso che i **benefici fiscali** in argomento sarebbero stati **fruibili** anche per i **prodotti editoriali merceologicamente diversi** da quelli su **supporto cartaceo**, qualora l'evoluzione **normativa** avesse **esteso** in tal senso la nozione di «**pubblicazione**».

Con la R.M. 30.9.2003, n. 186/E, L'Agenzia delle Entrate ha, viceversa, ritenuto che il **servizio descritto** nella domanda d'interpello costituisse un'**operazione di commercio elettronico diretto** (on line) e come tale rappresentasse, ai fini Iva, una **prestazione di servizio soggetta ad aliquota ordinaria**.

L'Agenzia, ammettendo che la L. 62/2001 aveva **ampliato** la **qualificazione** di **prodotto editoriale** anche a prodotti **diffusi** su un **supporto diverso** da quello **cartaceo**, ha specificato, tuttavia, che le **agevolazioni**

Iva sono relative alla **cessione di beni editoriali** caratterizzati da una fruizione materiale, in quanto **acquisiti** attraverso i **canali tradizionali di diffusione** quali l'**edicola** o la **spedizione** presso il domicilio dell'utente. Ovviamente, il caso oggetto d'interpello verteva su un **prodotto editoriale** trasmesso in **forma digitale** attraverso il **mezzo elettronico** e come tale era ricondotto al **commercio elettronico diretto**.

Le **pubblicazioni periodiche** diffuse **telematicamente non** rientrano, quindi, nel **regime speciale Iva** previsto dall'art. 74, D.P.R. 633/1972, né fruiscono dell'**aliquota Iva agevolata del 4%** di cui al n. 18, Tabella A, Parte Seconda, allegata al D.P.R. 633/1972.

L'Agenzia delle Entrate, con la R.M. 3.7.2008, n. 274/E, è intervenuta, inoltre, a chiarire le **modalità di certificazione fiscale** dei **corrispettivi del commercio elettronico diretto** sostenendo l'**obbligo di emissione della fattura**.

Le **transazioni onerose** che avvengono **on line** devono, quindi, **sempre** e comunque essere **assoggettate** all'**aliquota Iva ordinaria**. Non è possibile, pertanto, utilizzare aliquote ridotte.

Si genera in tal modo una **distorsione** tra **operazioni elettroniche** ed **operazioni tradizionali** relative ai **prodotti editoriali** che, come anticipato, nel commercio tradizionale (giornale quotidiano, periodico e libro, in forma cartacea) possono godere di un **regime speciale** nonché di un'**aliquota Iva agevolata del 4%**.

Viceversa, il **trasferimento in forma elettronica** dello stesso giornale sconta in **Italia** l'**aliquota Iva ordinaria**.

Sulla base di questo approccio interpretativo, la **distorsione di trattamento Iva** tra **fruizione gratuita del bene fisico** e **fruizione gratuita del bene digitalizzato** avrebbe potuto ulteriormente acuirsi considerando le logiche di utilizzazione del web. Infatti, la grande **maggioranza** dei siti propone **accessi gratuiti** alle **pagine dei quotidiani e periodici**, a video musicali e non, **download** gratuiti di software, ecc.

La Direttiva comunitaria 7.5.2002, n. 38 ha fortunatamente previsto la **non imponibilità delle prestazioni gratuite** ottenibili **in rete** (**downloading**, accessi gratuiti, ecc.); ciò comporta, comunque, un'**ulteriore** (sicuramente meno significativa) **distorsione**, questa volta a **favore dello strumento elettronico**, tra la diffusione del prodotto fisico e l'utilizzo gratuito dello stesso prodotto tramite Internet: impossibile la prima (esclusi gli omaggi di modico valore appositamente contrassegnati), fuori campo Iva il secondo.

Vi è comunque da segnalare che la Direttiva comunitaria 5.5.2009, n. 47 prevede per i **libri informatici (e-book)** un'**aliquota Iva ridotta del 4%**, la stessa prevista

per i libri cartacei.

L'applicazione in Italia di tale disposizione è condizionata dal preventivo recepimento della Direttiva comunitaria nella disciplina nazionale per il tramite di un provvedimento legislativo.

GIORNALI GRATUITI (FREE PRESS): con il termine «**free press**» ci si riferisce ai giornali **redatti esclusivamente** per essere **ceduti a titolo gratuito** quali **strumenti di diffusione di messaggi pubblicitari**.

Il **trattamento fiscale** ai fini **Iva** della diffusione e distribuzione di giornali gratuiti (**free press**) è stato **definitivamente chiarito** dall'Agenzia delle Entrate con la R.M. 4.2.2005, n. 13/E.

Prima di tale presa di posizione, una risposta ad un interpello presentato alla Direzione regionale della Lombardia aveva creato notevoli incertezze intorno al settore.

Il problema sostanziale verte sull'**imponibilità** o meno ai **fini Iva** della **distribuzione** di tali **prodotti**.

In particolare, l'art. 2, co. 2, n. 4), D.P.R. 633/1972 [CFF 202] prevede l'**assoggettamento ad imposta** delle **cessioni a titolo gratuito dei beni** la cui **produzione** o il cui **commercio** rientri nell'**attività propria dell'impresa**.

La citata Direzione, con la risposta all'interpello del 15.6.1999, ha sostenuto che la **soluzione** a tale quesito deve essere **diversa** 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 regionale argomenta che il **servizio di diffusione di messaggi pubblicitari** può avvenire con **qualsiasi mezzo**, compresa la **stampa** e la **distribuzione di pubblicazioni** che, in tal caso, **non** costituisce certamente «**attività editoriale**» (per la quale è **richiesta** apposita **autorizzazione al Tribunale**) e la **distribuzione gratuita di pubblicazioni periodiche** portanti **messaggi pubblicitari** è da intendersi come **attività strumentale** alle effettuaioni del servizio di diffusione dei messaggi stessi, concludendo che la **diffusione in esame** risulta essere **ininfluente** ai fini **Iva** (fuori campo);
- viceversa, la stessa Direzione ha ritenuto che nel caso in cui l'**impresa** svolga **normalmente** l'**attività di edizione e commercializzazione di pubblicazioni**, si sia in presenza di una **vera e propria attività editoriale** e, pertanto, **anche** la stampa della cd. «**free press**» (per la quale è richiesta l'autorizzazione del Tribunale) **rientri nell'attività propria dell'impresa**. La Direzione regionale conclude sostenendo che la

distribuzione gratuita di tale stampa è, conseguentemente, da ritenersi **assoggettata ad Iva**, a **nulla influenzando** il fatto che il **contenuto della pubblicazione** sia **costituito** esclusivamente da **messaggi pubblicitari**.

Come anticipato, i dubbi interpretativi sono stati risolti dall'Agenzia delle Entrate con la R.M. 4.2.2005, n. 13/E.

Con tale condivisibile documento interpretativo, l'Agenzia delle Entrate ha avuto modo di chiarire che le **cessioni di periodici distribuiti gratuitamente**, pur avendo **forma di periodici di informazione**, sono **utilizzati per veicolare messaggi pubblicitari**.

Pertanto, la **distribuzione gratuita del periodico** da parte dell'editore, pur avendo ad **oggetto un bene** rientrante nell'**attività propria dell'impresa**, costituisce nello stesso tempo l'**adempimento** di una specifica **obbligazione** dedotta nei **contratti di pubblicità**, relativa alla **diffusione dei messaggi pubblicitari** stampati sul **periodico**, per i quali sono stati **versati corrispettivi** regolarmente **assoggettati ad imposta**.

Ne consegue che le cessioni dei periodici in questione, anche se hanno la forma di periodici di informazione, **fungono** nella sostanza da **veicoli** per la **trasmissione di messaggi pubblicitari** e, quindi, sono in **relazione sinallagmatica** con il **corrispettivo** dovuto dagli **inserzionisti pubblicitari**, da **assoggettare ad Iva** con **aliquota al 21%** al momento del relativo **pagamento** ai sensi dell'art. 6, co. 3, D.P.R. 633/1972 [CFF 1 206], trattandosi di **prestazione pubblicitaria**.

La **cessione gratuita** di tali **prodotti editoriali** non rientra nella **fattispecie prevista** dall'art. 74, co. 1, lett. c), D.P.R. 633/1972 e quindi gli **editori** devono **versare** solo l'**Iva incassata** per la «**cessione degli spazi pubblicitari**» (normalmente fatturata con Iva al 21% agli inserzionisti), **senza** contabilizzare il **valore normale** delle **cessioni gratuite**.

Gli editori potranno ovviamente **dedurre i costi** (e la relativa Iva) **sostenuti per la stampa** e la **realizzazione dei prodotti editoriali gratuiti**.

SistemaFrizzera24



TASSAZIONE DELLE OPERAZIONI CON L'ESTERO

di G. Manzana, E. Iori

Negli ultimi anni, a fronte di un numero sempre crescente di imprese, anche di piccole e medie dimensioni, che si trovano a operare con l'estero, si è assistito all'aumento delle problematiche fiscali legate ai rapporti internazionali.

Il testo presta particolare attenzione alle quattro principali regole nazionali che, ai fini dell'imposizione diretta, trattano di **fiscalità internazionale; residenza fiscale** (ed esteroinvestizione), **prezzi di trasferimento**, **tassazione per trasparenza delle partecipate residenti in paradisi fiscali** («Cfc rule») e **deducibilità dei costi paradisiaci**.

Pagg. 224 – € 36,00

Il prodotto è disponibile anche nelle librerie professionali.

Trova quella più vicina all'indirizzo

www.librerie.ilsale24ore.com

GRUPPO24ORE