

Attualità

## Il valore aggiunto dei prodotti editoriali

13 Ottobre 2006

La categoria dei cataloghi è quella che più si presta a dubbi interpretativi. Questi sono, infatti, soggetti ad aliquota ridotta solo se di “informazione libraria”



L'applicazione dell'imposta sul valore aggiunto nell'editoria è disciplinata dall'articolo 74, comma 1, lettera c), del Dpr 633/72. Il particolare regime è caratterizzato da un sistema “monofasico” di applicazione del tributo, che individua nell'editore l'unico soggetto passivo. Per gli operatori a valle, che completano la filiera con l'attività distributiva, le cessioni sono considerate operazioni escluse.

L'Iva, dovuta sul prezzo di vendita al pubblico, è calcolata in base al numero di copie effettivamente vendute o, in alternativa, sul numero di copie consegnate o spedite, diminuite di una certa percentuale che rappresenta la resa forfetaria. Attualmente, a titolo di predeterminazione forfetaria della resa, le copie consegnate o spedite vengono diminuite dell'80 per cento per i giornali quotidiani e i periodici, e del 70 per cento per i libri.

Per conoscere l'aliquota Iva da applicare alle cessioni di prodotti editoriali, si fa riferimento al n. 18 della tabella A, parte II, allegata al Dpr 633/72, che prevede un'aliquota agevolata del 4 per cento per quotidiani, libri, periodici e altre pubblicazioni, mentre esclude espressamente, assoggettandoli ad aliquota ordinaria del 20 per cento, le pubblicazioni pornografiche e i cataloghi non di informazione libraria.

Delineato, seppur sommariamente, il campo di applicazione dell'imposta sul valore aggiunto relativo alla commercializzazione dei prodotti editoriali, approfondiamo l'aspetto relativo alle

lavorazioni accessorie alla stampa.

Risalendo a monte della filiera, si rinviene tutta una serie di lavorazioni propedeutiche all'uscita del prodotto, quali legatoria, composizione, finitura, eccetera. Gli editori, nella quasi totalità dei casi, preferiscono esternalizzare tali lavorazioni, dandole in *outsourcing* a imprese che effettuano esclusivamente operazioni relative alla stampa, rilegatura e allestimento del prodotto.

Tali imprese, che non hanno rapporti con consumatori finali ma esclusivamente con editori, ricevono gli ordini e, conseguentemente, una dichiarazione del committente nella quale è indicata l'aliquota Iva da applicare alle lavorazioni richieste.

Attesa l'autorevolezza delle dichiarazioni dei committenti e l'assoluta competenza di parte nell'indicare quale aliquota applicare per le varie pubblicazioni, è da rilevare che tale dichiarazione è utile al commissionario solo per regolare i rapporti tra sé e gli editori, ma non rileva in alcun modo nei confronti degli organi preposti al controllo della corretta applicazione della normativa tributaria.

La sussistenza di molte imprese con attività imperniata sulla stampa, legatoria e finitura di libri e altri prodotti editoriali, è spesso legata alle commesse che ricevono da uno o più editori importanti, che finiscono per decidere il prezzo e le modalità di lavorazione.

Dal canto loro, però, le imprese di legatoria hanno l'onere, visto il tipo di attività esercitato, di attenersi alla normativa di riferimento e, nel caso di specie, di valutare per ogni commessa il trattamento previsto dalla disciplina in materia, non "adagiandosi" sulle dichiarazioni ricevute dai committenti.

A disciplinare la corretta applicazione dell'aliquota Iva, relativamente alle prestazioni di composizione, legatoria e stampa di prodotti editoriali, è il numero 35 della tabella A, parte II, allegata al Dpr 633/72.

Tali prestazioni sono soggette ad aliquota agevolata del 4 per cento se trattasi di libri, giornali o notiziari quotidiani, periodici, cataloghi di informazione libraria, edizioni musicali a stampa, carte geografiche, atti e pubblicazioni della Camera dei deputati e del Senato della Repubblica. Si applica invece l'aliquota ordinaria del 20 per cento ai giornali e periodici pornografici e ai cataloghi non di informazione libraria.

Una precisazione doverosa va fatta in merito ai periodici, in quanto in tale categoria rientrano i prodotti editoriali registrati ai sensi della legge n. 47 dell'8 febbraio 1948. La registrazione deve avvenire presso la cancelleria del tribunale nella cui circoscrizione verrà effettuata la pubblicazione. Come chiarito dal ministero delle Finanze nella risoluzione n. 88 del 19/06/2000, la

registrazione, ai sensi dell'articolo 5 della legge n. 47/1948, è condizione necessaria ma non sufficiente a qualificare il bene come periodico; il prodotto, infatti, deve conservare un contenuto divulgativo e deve essere caratterizzato da una pubblicazione con cadenze fisse settimanali, mensili, eccetera.

E' ovvio che la vendita e le prestazioni relative a qualsiasi periodico non registrato sono soggette ad aliquota ordinaria del 20 per cento. Per i libri e i quotidiani non si rilevano dubbi interpretativi, mentre per i cataloghi risulta fondamentale la natura delle pubblicazioni in essi contenute. Il tutto ruota, infatti, intorno al concetto di "informazione libraria", che risulta discriminante ai fini della corretta classificazione del prodotto editoriale.

La circolare n. 328/E del 24/12/1997, emanata dall'Amministrazione finanziaria, ha precisato che rientrano nella nozione di cataloghi, i prodotti editoriali costituiti dal punto di vista redazionale da elenchi di beni e di prezzi, e da comunicazioni di natura commerciale, nonché i *depliant*, gli opuscoli e simili, aventi funzione meramente pubblicitaria e promozionale. Ai cataloghi, che per esplicita previsione normativa rientrano nel regime "monofasico" di versamento dell'Iva, si applica l'aliquota agevolata del 4 per cento nel caso di cataloghi di informazione libraria, mentre è applicata l'aliquota ordinaria del 20 per cento a tutti i cataloghi nei quali non si rilevi la presenza di informazione libraria.

Come si può notare, tale pubblicazione è quella che più si presta a dubbi interpretativi, mettendo in difficoltà gli operatori del settore. Questi ultimi, infatti, sono chiamati a decidere in merito all'applicazione della corretta aliquota Iva, cercando di contemperare interessi commerciali e rispetto delle leggi in materia.

In molti casi, colossi del settore editoriale hanno fugato i loro dubbi presentando istanza di interpello all'Agenzia delle entrate, la quale ha materialmente esaminato le pubblicazioni per stabilire in quale categoria collocarle.

In generale, l'attenzione degli operatori del settore e di chi è preposto ai controlli deve concentrarsi su un'attenta analisi dei contenuti delle pubblicazioni, effettuata prendendo visione diretta dei prodotti, al fine di distinguere quelli caratterizzati dalla presenza di informazione libraria da quelli ai quali non si riesce ad attribuire una caratteristica preminente di informazione libraria, bensì funzioni meramente pubblicitarie, propagandistiche e promozionali.

**Angelo Rubano**

URL: <https://www.fiscooggi.it/rubrica/attualita/articolo/valore-aggiunto-dei-prodotti-editoriali>