

DISTRIBUZIONE della FREE-PRESS TRATTAMENTO DIFFERENZIATO ai FINI IVA

di Paolo Adriano Stella

La Direzione Regionale della Lombardia ha preso posizione in merito al trattamento ai fini dell'imposta sul valore aggiunto della distribuzione di pubblicazioni «free-press»; con tale termine ci si riferisce ai **giornali** redatti esclusivamente per essere ceduti a titolo gratuito quali strumenti di **diffusione di messaggi pubblicitari**.

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 rientra nell'attività propria dell'impresa.

Imponibilità ai fini Iva della stampa free-press: distinzioni

La citata Direzione con la risposta prot. 52209/95 del 15.6.1999, ha sostenuto che la **soluzione** a tale quesito debba essere diversa a seconda che l'impresa «editrice»:

1. *eserciti esclusivamente il servizio di diffusione di messaggi pubblicitari;*
oppure
2. *svolga normalmente l'attività di edizione e commercializzazione di pubblicazioni in genere.*

Nel **primo caso** la Direzione Regionale argomentando che *il servizio di diffusione di messaggi pubblicitari può avvenire con qualsiasi mezzo tra i quali rientra sicuramente anche 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 effettuazioni del servizio di diffusione dei messaggi stessi*, ha concluso affermando che la **diffusione** in esame risulta essere **ininfluente ai fini IVA** (fuori campo).

Viceversa la stessa Direzione ha ritenuto che nel **secondo caso**, in cui l'impresa svolga normalmente l'attività di edizione e commercializzazione di pubblicazioni in genere, si *sia in presenza di una vera e propria attività editoriale* e pertanto anche la stampa della cosiddetta «free-press» (per la quale è richiesta l'autorizzazione del tribunale) rientra nel-

l'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 influendo il fatto che il contenuto della pubblicazione sia costituito esclusivamente da messaggi pubblicitari*.

In altre parole per la Direzione Regionale, la distribuzione gratuita di giornali concepiti quali mezzi di **diffusione di messaggi pubblicitari** risulta essere:

- **imponibile IVA** quando è realizzata da imprese che svolgono attività di edizione e commercializzazione di pubblicazioni;
- **fuori campo IVA** nel caso in cui sia realizzata da impresa avente per oggetto principale l'attività di diffusione dei messaggi stessi.

L'organo emanante motiva tale soluzione sull'**assunto** che la **distribuzione gratuita di pubblicazioni contenenti messaggi pubblicitari** rappresenti un'**attività meramente strumentale** (nel senso delineato dalla circolare ministeriale n. 25/364695 del 3.8.1979) all'effettuazione del **servizio di diffusione dei messaggi stessi**; quando viceversa l'attività propria dell'impresa sia rappresentata dall'edizione e dalla commercializzazione di prodotti editoriali, la distribuzione gratuita di pubblicazioni contenenti messaggi pubblicitari, secondo la Direzione Regionale, rientra nell'oggetto tipico ed è pertanto, ai sensi dell'art. 2, co. 2, n. 4), D.P.R. 633/1972, rilevante ai fini IVA. In altri termini la stessa attività viene ritenuta strumentale all'attività propria esclusivamente nel primo caso.

Determinazione della base imponibile – Problemi

Rimane comunque da **chiarire** quale debba essere la **base imponibile** sulla quale assolvere l'imposta sul valore aggiunto da parte dell'impresa editoriale. Non ci soccorre la normativa che, in materia di cessioni gratuite, stabilisce che la base imponibile è costituita dal valore normale del bene definito ai sensi dell'articolo 14 del D.P.R. 633/1972 [CFF 214]. Nel caso in esame, tuttavia, la **difficoltà** consiste nella **manca di prezzi di riferimento** in quanto la stampa «free-press» per propria natura risulta essere priva di prezzo. Bianco (circolare A.N.E.S. n. 44/1999) ha fatto giustamente notare

che non pare pertinente il confronto con i prezzi dei giornali posti in vendita in quanto i beni in esame sono privi di qualunque stadio di commercializzazione essendo redatti con l'unico scopo della distribuzione gratuita.

Obbligo di registrazione

Vi è infine da osservare che, a differenza di quanto affermato nel provvedimento in esame, la **pubblicazione di prodotti editoriali non è sottoposta ad apposita «autorizzazione»** da parte del **Tribunale**; l'art. 5, L. 8.2.1948, n. 47 prevede che nessun giornale o periodico possa essere pubblicato se non sia stato registrato presso la cancelleria commerciale del Tribunale nella cui circoscrizione la pubblicazione deve effettuarsi. Il decreto del Presidente del Tribunale con il quale viene ordinata la registrazione del periodico non entra nel merito della pubblicazione ma si limita a verificare la legittimità e la regolarità della documentazione (dichiarazione, con firme autenticate del proprietario e del direttore o vice direttore responsabile, dalla quale risultino il nome e il domicilio di essi e della persona che esercita l'impresa giornalistica, se questa è diversa dal proprietario, nonché il titolo e la natura della pub-

blicazione, ecc.).

In merito all'**obbligo di registrazione** vi è inoltre da segnalare che la **giurisprudenza** lo ha identificato nel caso di **pubblicazioni destinate ad un pubblico indeterminato** mentre viceversa non lo ha ravvisato nel caso in cui lo stesso prodotto sia destinato non al pubblico ma a singole persone ovvero a ristretti gruppi di persone nominativamente individuate (bollettini informativi destinati ai membri di associazioni, i giornali studenteschi di istituto, i fogli aziendali destinati ai dipendenti dell'azienda, ecc.). Pertanto possiamo affermare che l'**obbligo di registrazione del giornale periodico** presso la cancelleria commerciale del tribunale **sussiste indipendentemente dall'attività svolta dall'impresa editrice** per il solo fatto della presenza della pubblicazione (sia essa di diffusione di messaggi pubblicitari ovvero di natura editoriale in senso stretto). Al contempo **non vi è obbligo di registrazione**, né a carico dell'impresa pubblicitaria né a carico dell'impresa editoriale, nel caso di **pubblicazione di volantini, depliant e simili** per i quali la legge sulla stampa richiede esclusivamente l'indicazione sugli stessi dell'anno e luogo di pubblicazione nonché del nome e del domicilio dello stampatore.