

# Liberalizzazione nel commercio di prodotti editoriali

di Paolo Adriano Stella - Dottore commercialista

*Giornali quotidiani e periodici potranno essere venduti anche nei supermercati, bar, tabaccherie, librerie, distributori di benzina e negozi specializzati. Con un provvedimento specifico è stata però evitata la liberalizzazione selvaggia dell'intero settore che si sarebbe prodotta per effetto del decreto Bersani (D.Lgs. n. 114/1998). L'aggio riconosciuto alle rivendite è pari al 19% sul prezzo defiscalizzato di vendita.*

L'ampliamento della diffusione di giornali quotidiani e riviste, non sarà immediatamente operativo: il provvedimento ha infatti previsto un periodo di sperimentazione della durata di 18 mesi che ha lo scopo di acquisire elementi conoscitivi sulle variazioni provocate nel mercato della stampa quotidiana periodica dalla messa in vendita dei giornali in esercizi diversi dalle rivendite fisse autorizzate. In base a tali elementi, il Governo è delegato ad emanare, entro ventiquattro mesi dalla data di entrata in vigore della legge in esame, un decreto legislativo diretto a riordinare in maniera organica il sistema diffusionale della stampa quotidiana e periodica, attualmente disciplinata dalla legge n. 416/1981 nota come *legge sull'editoria*.

## DOVE SI POTRANNO VENDERE GIORNALI E PERIODICI

La sperimentazione verrà effettuata sull'intero territorio nazionale e coinvolgerà:

- le rivendite di generi di monopolio (*tabaccherie*) qualunque sia la loro superficie;
- le rivendite di carburanti e di oli minerali (*pompe di benzina*) con il limite minimo di superficie pari a metri quadri 1.500;

*ricavo è rappresentato dal margine riconosciuto dal distributore.*

Il Ministero, in tal modo, si è adeguato al consolidato orientamento della giurisprudenza tributaria (si cfr., tra le altre, C.T.C. 12 giugno 1995, n. 2379, C.T.C. 21 febbraio 1995, n. 610, C.T.C. 7 novembre 1994, n. 3647, C.T.C. 21 marzo 1994, n. 778) che sostiene che le annotazioni sulle scritture contabili possono riguardare non i corrispettivi incassati ma il solo aggio. In merito alle scritture contabili, le rivendite di prodotti editoriali, sono tenute ai sensi del secondo periodo del terzo comma dell'art. 18, D.P.R. n. 600/1973, effettuando esclusivamente operazioni non soggette a registrazione, ad annotare in un apposito registro l'ammontare globale delle entrate e delle uscite relative a tutte le operazioni effettuate nella prima e nella seconda metà di ogni mese.

## MODALITÀ DI VENDITA

Gli esercizi della grande distribuzione, sulla quale sono concentrate le attenzioni degli editori convinti di poter ottenere significativi risultati di vendita consolidati, al pari degli altri esercizi ammessi alla sperimentazione, dovranno esporre i giornali posti in vendita in un unico spazio. In relazione alle modalità da seguire per ottenere l'*abilitazione* quale punto vendita alternativo, il 2° comma dell'art. 2 del disegno di legge in esame, precisa che *entro trenta giorni dall'entrata in vigore della presente legge, gli esercizi che intendono partecipare alla sperimentazione ... devono darne comunicazione al comune territorialmente competente e, per conoscenza al Dipartimento per l'informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri*, indicando quale tipologia di vendita intendono sperimentare. Entro sessanta giorni dal ricevimento di tale comunicazione, il comune può escludere dalla sperimentazione il singolo esercizio, qualora individui violazioni

- i bar (*pubblici esercizi di tipo B*) qualunque sia la loro superficie;
- le strutture di vendita come definite dall'art. 4, comma 1, lett. e) del D.Lgs. 31 marzo 1998, n. 114, (*medie strutture*) con un limite minimo di superficie di vendita pari a 700 metri quadrati;
- gli esercizi adibiti prevalentemente alla vendita di libri e prodotti equiparati quali videocassette e cd-rom (*librerie*), con un limite minimo di superficie di metri quadrati 120;
- gli esercizi a prevalente specializzazione di vendita, che potranno svolgere attività di vendita delle riviste di identica specializzazione.

Sono pertanto escluse dalla fase di sperimentazione le grandi strutture con superfici superiori a 1.500 o 2.500 metri quadrati, a seconda della popolazione del Comune. La vendita dei giornali effettuata dagli esercizi ricordati, potrà pertanto avvenire senza il rilascio dell'apposita autorizzazione.

La presenza degli esercizi a prevalente specializzazione di vendita, consente la libera diffusione dei giornali periodici che potranno in tal modo essere venduti, limitatamente alle riviste di identica specializza-

zione, in qualunque esercizio commerciale (riviste di motori nelle concessionarie auto, riviste di moda nei negozi di abbigliamento, e così via).

La vendita sperimentale dei prodotti editoriali potrà essere limitata ai soli quotidiani o ai soli periodici; nell'ambito della tipologia prescelta dovrà comunque essere assicurata parità di trattamento alle singole testate. Unica eccezione i giornali pornografici che sono comunque esclusi dalla sperimentazione.

## IL PREZZO DI VENDITA

Il prezzo di vendita dei prodotti editoriali non subirà variazioni; in altre parole il prezzo di vendita (di *copertina*) sarà unico.

Le condizioni economiche e le modalità commerciali con le quali dovranno essere effettuate le cessioni delle pubblicazioni, saranno identiche per le diverse tipologie di rivendita. Pertanto ai nuovi punti vendita verranno assicurate le medesime condizioni economiche previste per le edicole. Gli sconti attualmente concessi alla rete di vendita sono stati stabiliti nell'Accordo nazionale siglato in data 4 marzo 1994 tra la FIEG e le OO.SS.

L'aggio riconosciuto alle rivendite è pari al 19% sul prezzo *defiscalizzato* di vendita (ad eccezione delle rivendite cosiddette *a banca* che curano direttamente il trasporto dal distributore alla propria edicola, ottengono uno sconto del 20% sul prezzo di copertina *defiscalizzato*). Sono poi previsti una serie di ulteriori sconti in presenza di particolari pubblicazioni (ad es. primo numero delle pubblicazioni di nuova uscita e per i numeri unici, inserti, *sovrasconti naturali*, ecc. — per un'analitica elencazione si cfr. la circolare ministeriale 30 dicembre 1998, n. 295/E, relativa alle verifiche fiscali alle edicole).

Con il termine prezzo *defiscalizzato* ci si riferisce al prezzo di copertina ridotto di

una determinata percentuale al fine di eliminare l'incidenza dell'imposta sul valore aggiunto gravante sul prodotto. Il primo comma, lett. c), del D.P.R. n. 633/1972, prevede infatti per il commercio di prodotti editoriali, un regime speciale monofasico di applicazione dell'imposta sul valore aggiunto che viene in tal modo versata esclusivamente alla fonte da parte dell'editore. I passaggi a valle (distributore nazionale – distributore locale – rivendita) sono pertanto esclusi dal campo di applicazione dell'imposta sul valore aggiunto e ad essi quindi non si applicano gli obblighi previsti dai Capo I e II del più volte citato D.P.R. n. 633/1972 (fatturazione, registrazione, dichiarazione).

L'applicazione dello sconto di competenza delle rivendite sul prezzo di copertina non rettificato, concederebbe alle edicole l'aggio anche sulla parte di prezzo relativa all'imposta sul valore aggiunto versata dall'editore. Prima dell'entrata in vigore del D.Lgs. 2 settembre 1997, n. 313 la base di defiscalizzazione stabilita dalla FIEG e dalle maggiori organizzazioni sindacali delle rivendite, era unica e pari al 98% del prezzo di copertina. Alla luce delle modifiche introdotte dal decreto ricordato in merito al commercio di prodotti editoriali con allegati supporti integrativi e gadgets (tra le altre, non è più possibile ottenere la resa forfetaria e l'IVA deve essere versata da parte dell'editore sulla base delle copie effettivamente vendute), le percentuali di *defiscalizzazione*, dal 1° gennaio 1998, possono essere molteplici (98%, 96%, 92%, ecc.).

L'Amministrazione finanziaria è intervenuta recentemente ad affermare (si cfr. la circolare citata) che *il rapporto tra editore e rivenditore rientra nell'ambito del contratto estimatorio, regolato dagli artt. 1556 e segg. c.c. L'obbligo di pagare il prezzo è sospeso finché vi è la possibilità materiale e giuridica della restituzione dei beni. Sul piano fiscale per il rivenditore il*

dei criteri per l'insediamento delle attività commerciali sul territorio.

In realtà gli editori, con l'ausilio dei distributori locali che si occuperanno, almeno nella fase sperimentale, della diffusione e del trasporto dei prodotti editoriali ai punti di vendita alternativi, hanno già individuato sul territorio nazionale una serie di esercizi disponibili che rispettano i requisiti previsti dalla legge. Ciò non toglie comunque, stante il tenore letterale della norma, che altri interessati possano presentare richiesta per essere abilitati.

## ANTITRUST E EDICOLE

È notizia di questi giorni, l'apertura di un'indagine conoscitiva da parte dell'Antitrust sulla distribuzione della stampa quotidiana e periodica che interesserà anche il contratto collettivo nazionale che regola i rapporti commerciali tra editori ed edicolanti. L'indagine ha lo scopo di verificare *in che modo l'attuale organizzazione del settore possa accogliere il processo di liberalizzazione dell'attività di rivendita di giornali*.

L'Antitrust inoltre analizzerà *la reale funzionalità – rispetto all'esigenza di assicurare il pluralismo dell'informazione e l'efficienza della rete di vendita – dei contratti in base ai quali i distributori all'ingrosso e al dettaglio non assumono il rischio dell'in vendita e sono remunerati in base alle vendite effettivamente realizzate*.

L'utilizzo del contratto estimatorio nel commercio di prodotti editoriali trova la propria giustificazione nelle caratteristiche del prodotto stesso: l'editore per ridurre al minimo il costo copia e per ottenere la massima diffusione del prodotto al fine di incrementare il proprio fatturato pubblicitario, *stampa* dei lotti minimi di giornali (lo stesso meccanismo vale per i libri); il rivenditore se non avesse la possibilità di rendere le copie invendute, ridurrebbe drasticamente il numero delle copie richieste con possibi-

lità di creare *esauriti* in edicola. Per tale motivo l'utilizzo del contratto estimatorio (chiamato anche nella prassi *conto deposito*), permette di trasferire il rischio di inventario all'editore.

Il testo definitivamente approvato ha introdotto significative novità anche per le cosiddette rivendite esclusive: il terzo comma del provvedimento in esame, prevede che le stesse siano soggette alla disciplina generale prevista dal decreto Bersani, fatto salvo quanto stabilito dallo stesso provvedimento. Ciò dovrebbe significare, ad esempio, la soppressione, anche per le edicole, del Registro degli esercenti il commercio. In attesa delle modifiche alla legge sull'editoria che il Governo è delegato ad emanare entro 24 mesi dall'entrata in vigore del provvedimento in esame (il testo del disegno di legge di riforma, al quale sta lavorando il dipartimento editoria della Presidenza del Consiglio, dovrebbe essere pronto nelle prossime settimane), è auspicabile un intervento interpretativo ufficiale del terzo comma dell'art. 1 che precisi se alle edicole esclusive si possa applicare l'estensione al

settore merceologico ed ancora se per le stesse sono ancora applicabili i divieti anacronistici di gestione societaria e/o di affitto di azienda.

Un'apposita commissione, integrata dai rappresentanti delle organizzazioni sindacali rappresentative a livello nazionale dei rivenditori e dei distributori procederà almeno trimestralmente ad un esame periodico dell'andamento della sperimentazione.

Terminata la fase sperimentale, ed entro due anni dall'entrata in vigore della legge in esame, sulla base delle valutazioni emerse a seguito dell'analisi dei parametri quantitativi e qualitativi, il Governo sarà delegato ad emanare un decreto legislativo diretto a riordinare in modo organico il sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica. Gli esercizi ammessi alla sperimentazione, oltre a poter continuare ad effettuare le vendite in attesa che entri in vigore il decreto legislativo di modifica della legge sull'editoria, potranno ottenere il rilascio di diritto dell'autorizzazione alla vendita dei giornali quotidiani e periodici.