

Oggetto: Circolare del 18 maggio 2000, n. 99/E - par. 2.3 - e della Circolare del 5 agosto 2011, n. 42/E - par. 3, avente a oggetto l'art. 21 bis del D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633 inserito dall'art. 1, comma 325, lett. e), della Legge 24 dicembre 2012, n. 228.

*** **

Viste

le disposizioni contenute nella Circolare del 18 maggio 2000, n.99/E – par. 2.3 – e nella Circolare del 5 agosto 2011, n. 42/E – par. 3 – recanti istruzioni operative in materia di interpello dei contribuenti e consulenza giuridica.

L'art.11 della L.212/2000, per l'applicazione delle disposizioni tributarie di cui all'art.1, comma 637 della legge di stabilità 2016 (L. 28 dicembre 2015, n. 208) al caso di specie di seguito esposto

*** **

Premesso che

Il presente lavoro prende spunto dall'Interpello della società Dott. A. Giuffrè Editore S.p.A. alla Direzione Regionale Lombardia dell'Agenzia delle Entrate per l'applicazione delle disposizioni tributarie ai sensi dell'art. 1, comma 637 della Legge di Stabilità 2016 (L. 28/12/2015, n. 208) al prodotto editoriale “Banca Dati Editoriale DEJURE”, e dalla risposta dell'Agenzia delle Entrate. Lo scopo della riflessione è dimostrare l'applicabilità dell'aliquota IVA super-ridotta ai periodici elettronici che soddisfino i requisiti delle leggi sulla stampa e l'editoria, anche in considerazione della loro specificità.

1. Motivi dell'interpello

(Presentato il 14/04/2016 n. 954-410/2016)

A parere della scrivente società editoriale, la “Banca dati DEJURE” è un periodico di informazione giuridica plurisettimanale, diffuso esclusivamente online, destinato a professionisti del diritto e a biblioteche universitarie.

Il piano dell'opera comprende la raccolta della giurisprudenza sia nazionale che europea emanata sino ad oggi, la produzione legislativa corrente unitamente ad articoli di dottrina e note di autorevoli autori tratti dalle Riviste Giuffrè, nonché una copiosa produzione redazionale composta da commenti, note a sentenza, massime ed ogni altro contenuto autorale originale. I contenuti autorali e redazionali rappresentano circa il 65% dell'opera, mentre il restante 35% è composto da documenti (leggi, sentenze, prassi etc.).

La ricerca dei contenuti avviene tramite la messa a disposizione, nella pagina introduttiva, di una barra di navigazione e ricerca, mediante la quale è anche possibile accedere a varie sezioni, compresa la “Biblioteca Giuffrè” contenente la riproduzione in formato “PDF” di tutte le riviste e i libri del catalogo della casa editrice.

La “Banca Dati Editoriale DEJURE” è classificata quale prodotto editoriale, è registrata alla Cancelleria del Tribunale di Milano e il Direttore Responsabile è iscritto all’Elenco speciale annesso all’Albo professionale dei giornalisti di Milano.

La Casa Editrice Giuffrè è inoltre regolarmente iscritta al Registro degli Operatori di Comunicazione, di cui all’art. 1, c. 6, lett. a), n. 5 della legge 31 Luglio 1997, n. 249, a far data dal 29 agosto 2001.

Stante il ricorrere dei predetti requisiti, il CNR, a seguito di istruttoria, ha assegnato alla “Banca Dati Editoriale DEJURE” il codice ISSN 2465-2571, identificativo delle pubblicazioni seriali.

La questione controversa, che ha condotto all’interpello, consiste nel pieno riconoscimento, alla “Banca Dati Editoriale DEJURE”, della natura di prodotto editoriale periodico, ai fini della corretta applicazione dell’aliquota IVA ridotta; naturalmente, la questione riverbera i suoi effetti su tutti i prodotti editoriali dello stesso genere, attualmente discriminati, sotto il profilo fiscale, rispetto alla generalità dei prodotti editoriali online ai quali l’aliquota IVA ridotta è pacificamente applicata in forza dei più recenti interventi normativi.

2. Il contesto normativo e applicativo

L’Amministrazione finanziaria ha sempre considerato le operazioni di commercializzazione dei prodotti editoriali elettronici come generiche “prestazioni di servizi” di cui all’art. 3 del DPR 663/72, alle quali tornerebbe applicabile l’aliquota IVA ordinaria, peraltro in linea con l’orientamento prevalente in sede comunitaria.

Tuttavia, il legislatore con la Legge del 23 dicembre 2014, n. 190 (Legge di Stabilità 2015) ha previsto l’estensione dell’applicabilità dell’aliquota ridotta ai libri diffusi in formato digitale, equiparando ai libri contenuti al n. 18 della Tabella A, parte II allegata al DPR 633/72 tutte le pubblicazioni identificate da Codice ISBN e veicolate attraverso qualsiasi supporto fisico o tramite mezzi di comunicazione elettronica.

Successivamente, con la Legge del 28 dicembre 2015, n. 208 (Legge di Stabilità 2016), sempre il legislatore ha esteso l’applicabilità dell’aliquota ridotta a tutte le pubblicazioni identificate da Codice ISSN veicolate attraverso qualsiasi supporto fisico o tramite mezzi di comunicazione elettronica equiparandoli a giornali, notiziari, quotidiani, dispacci di agenzia di stampa, libri e periodici ai fini dell’applicazione dello stesso regime fiscale favorevole citato n. 18 della Tabella A, Parte II (I).

Nell'interpello si è partiti dalla definizione di prodotto editoriale contenuta già nell'art. 1 della Legge 7 marzo 2001, n. 62 (Nuove norme sull'editoria e sui prodotti editoriali), che così recita: per *“prodotto editoriale si intende 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”*.

In vigore di tale normativa, l'Amministrazione Finanziaria, con la Risoluzione del 30 settembre 2003 n. 186/E, pur riconoscendo l'estensione della definizione di prodotto editoriale di cui all'art. 1 della legge 62/2001 anche ai prodotti destinati alla *“pubblicazione con ogni mezzo, anche elettronico”*, ha escluso l'applicabilità dell'aliquota IVA ridotta del 4% ai prodotti editoriali online.

In quel contesto, a parere dell'Amministrazione, l'agevolazione riguardava esclusivamente i beni editoriali acquisiti attraverso canali tradizionali di diffusione, quali il punto di vendita (edicola) o la spedizione presso il domicilio dell'utente.

* * * * *

(I) Bisogna considerare che il legislatore con la legge n. 198/2016 ha inteso completare la definizione di prodotto editoriale e creare una definizione di “quotidiano online”.

Questo ultimo intervento legislativo pone tutta la questione su presupposti diversi, come vedremo in seguito.

Di tale ultima novella legislativa, l'interpello della Editoriale Giuffrè non fa cenno, perché presentato prima che la Legge fosse approvata. Stessa cosa dicasi della risposta dell'Agenzia delle Entrate.

* * * * *

La transazione avente ad oggetto periodici online non si qualificherebbe quale cessione di un prodotto (editoriale), bensì di un servizio telematico di consultazione che *“si caratterizza per il fatto di essere fruibile in forma digitale, attraverso le vie elettroniche, sulla postazione telematica dell'acquirente”* lasciando allo stesso decidere *“se consultare il periodico online solo a video ovvero procedere anche alla sua materializzazione attraverso la stampa”*.

Con la Circolare 23/E del 24 luglio 2014, questa posizione è stata estesa – in via generalizzata – a tutti i prodotti editoriali elettronici, in quanto la loro vendita sarebbe riconducibile al commercio elettronico *“diretto”* che ai fini IVA si qualifica come *“prestazione di servizi”* ai sensi dell'art. 3, comma 1 del DPR 633 del 1972.

Tale interpretazione fornita dall'Amministrazione Finanziaria, sempre secondo l'interpello della Giuffrè, risultava anacronistica oltre che superata dagli interventi normativi (senza considerare la Legge 198/2016).

Argomento importante posto dall'interpello è quello della fruizione della *“barra di navigazione”* ai fini della consultazione e, quindi, del rapporto che lega la barra di navigazione al contenuto documentale e autorale della *“Banca Dati”*.

La “barra di navigazione” non costituisce altro che un ausilio all’accesso al contenuto autorale e documentale della banca dati, alla stessa stregua dell’indice presente in un prodotto cartaceo, che può essere organizzato per differenti chiavi di lettura: per argomento, per autore, per anno o alfabetico.

L’interpello svolge su questo punto un’analisi sul rapporto di accessorietà tra la barra di navigazione e il contenuto autorale della banca dati, fondato su una corposa giurisprudenza unitaria e sulla prassi nazionale che dimostra il nesso di dipendenza funzionale esistente tra la prestazione principale (contenuto documentale e autorale) e la prestazione accessoria (barra di navigazione) e che, conseguentemente, l’operazione accessoria sia attratta al regime impositivo della operazione principale.

3. La risposta dell’Agenzia Delle Entrate

(Ricevuta dall’Editoriale Giuffrè il 14/07/2016)

La risposta dell’Agenzia delle Entrate – Direzione Centrale Normativa DCN, Ufficio IVA – argomenta illustrando i contenuti della Circolare n. 20/E del 18 maggio 2016 con la quale ha inteso specificare l’ambito di applicazione dell’art. 1, comma 667, della Legge 23 dicembre 2014 n. 190 (c.d. Legge di Stabilità 2015) secondo cui: *“ai fini dell’applicazione della tabella A, parte II, n. 18) allegata al Decreto del Presidente della Repubblica 26 ottobre 1972, n. 633, e successive modificazioni, sono da considerare giornali, notiziari quotidiani, dispacci delle agenzie di stampa, libri e periodici tutte le pubblicazioni identificate da codice ISBN o ISSN e veicolate attraverso qualsiasi supporto fisico o tramite mezzi di comunicazione elettronica”*.

In particolare, con il predetto documento di prassi è stato chiarito che *“ai fini dell’applicazione dell’aliquota IVA ridotta del 4%, il codice ISBN o ISSN è condizione necessaria ma non sufficiente. Occorre, infatti, che il prodotto editoriale abbia le caratteristiche distintive tipiche dei giornali e notiziari quotidiani, dispacci delle agenzie di stampa, libri, periodici, per la cui individuazione si rinvia ai precedenti documenti di prassi della scrivente”* (cfr. circolare 23/E del 2014 e circolare n. 328 del 1997).

In particolare si considerano “periodici” i prodotti editoriali, registrati come pubblicazioni ai sensi della Legge n. 47/48, che presentano il requisito della cadenza periodica ed hanno contenuto divulgativo.

Secondo l’Agenzia delle Entrate, l’aliquota IVA è applicabile anche alle operazioni di messa a disposizione online (anche per un periodo di tempo determinato) dei prodotti editoriali sopra menzionati.

Ancora: *“del resto, il riferimento della novella legislativa alle pubblicazioni veicolate tramite mezzi di comunicazione elettronica appare suscettibile di essere interpretato nel senso di ammettere al*

beneficio dell'aliquota super ridotta la fornitura, in formato digitale, ancorché per un periodo limitato, di giornali e notiziari quotidiani, dispacci delle agenzie di stampa, libri, periodici”.

Sin qui, l’Agenzia delle Entrate fornisce una “interpretazione” corretta delle nuove disposizioni di legge: al riguardo, andrebbe soltanto notato che si tratta, più che altro, di una doverosa presa d’atto di contenuti normativi che lasciano ben poco spazio all’interpretazione.

Il (nuovo) problema posto ora dall’Agenzia riguarda invece una delle funzionalità della Banca Dati, e cioè quella della barra di navigazione; secondo l’Agenzia, infatti, la caratteristica principale, la peculiarità, della banca dati sarebbe quella di mettere a disposizione degli abbonati una barra di navigazione (motore di ricerca) in grado di offrire funzionalità “avanzate” (incrociare criteri di ricerca, collegamenti, classificazione, selezione ed estrazione delle fonti documentali) aventi ad oggetto i “contenuti” normativi, giurisprudenziali e autorali. Con la citata banca dati verrebbero, pertanto, offerti una pluralità di servizi, tra loro connessi, da considerarsi unitariamente; in tale unitarietà, prevarrebbe sostanzialmente l’offerta del servizio rispetto al contenuto editoriale.

Conclude, l’Agenzia, citando costante giurisprudenza della Corte di Giustizia dell’Unione Europea, sulla impossibilità di scomporre artificialmente una prestazione pattuita come oggetto unitario nel contratto.

Bisogna verificare se due o più elementi o atti forniti dal soggetto passivo al suo cliente siano a tal punto strettamente connessi da essere inscindibili, ai fini dell’applicazione dell’IVA.

Secondo l’Agenzia delle Entrate, la barra di navigazione e il contenuto editoriale della banca dati costituiscono un unicum non scindibile.

Conseguentemente, sempre secondo l’Agenzia delle Entrate, la banca dati in argomento presenta caratteristiche tali da non essere equiparabile, ai fini del trattamento IVA, alle pubblicazioni riconducibili nelle categorie dei giornali, e notiziari quotidiani, dispacci delle agenzie di stampa, libri e periodici, veicolate tramite mezzi di comunicazione elettronica.

Pertanto l’aliquota applicabile sarà quella ordinaria del 22%.

4. Che cos’è un periodico in generale e un periodico online in particolare

Per arrivare a definire un periodico, bisogna partire dall’art. 1 della Legge n. 47 del 1948, che definisce stampa o stampati *“tutte le riproduzioni tipografiche o comunque ottenute con mezzi meccanici o fisico-chimici, in qualsiasi modo destinate alla pubblicazione”.*

Bisogna proseguire con l’art. 3 della Legge n. 198 del 2016 che modifica gli artt. 1, 3 e 3 bis della Legge n. 62 del 2001, il cui combinato disposto così recita:

Art. 1 (Definizione e disciplina del prodotto editoriale)

1 Per “prodotto editoriale”, ai fini della presente legge, si intende 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.

omissis

3. Al prodotto editoriale si applicano le disposizioni di cui all'art. 2 della Legge 8 febbraio 1948 n. 47.

Il prodotto editoriale è identificato dalla testata, intesa come il titolo del giornale, della rivista o di altra pubblicazione periodica, avente una funzione e una capacità distintiva nella misura in cui individua una pubblicazione. Il prodotto editoriale diffuso al pubblico con periodicità regolare e contraddistinto da una testata, costituente elemento identificativo del prodotto, è sottoposto, altresì, agli obblighi previsti dall'art. 5 della medesima legge n. 47 del 1948.

3-bis. Per "quotidiano on line" si intende quella testata giornalistica: a) regolarmente registrata presso una cancelleria di tribunale; b) il cui direttore responsabile sia iscritto all'Ordine dei giornalisti, nell'elenco dei pubblicisti ovvero dei professionisti; c) che pubblichi i propri contenuti giornalistici prevalentemente on line; d) che non sia esclusivamente una mera trasposizione telematica di una testata cartacea; e) che produca principalmente informazione; f) che abbia una frequenza di aggiornamento almeno quotidiana; g) che non si configuri esclusivamente come aggregatore di notizie.

Come si vede, la definizione di periodico è andata precisandosi nella versione legislativa che arriva fino alla Legge 198/2016, nella quale viene compiuto altresì il primo passo concreto verso il pieno inserimento delle testate online nel sistema giuridico editoriale.

Questo sviluppo, pur essendo ancora parziale e impreciso, era necessario per porre un freno ad una serie di interpretazioni non soltanto non corrette da un punto di vista giuridico, ma destinate a recare un gravissimo pregiudizio ad un settore in espansione frenato da un sistema legislativo e amministrativo ancorato, nella migliore delle ipotesi, a schemi superati dal progresso tecnologico.

La definizione di periodico, fino al 2016, la ritrovavamo nella giurisprudenza della Suprema Corte: *"Il termine "stampa", ... ha anche un significato figurato ed in tal senso indica i giornali che sono strumento elettivo dell'informazione.... Questo concetto di stampa in senso figurato definisce il prodotto editoriale che presenta i requisiti ontologico (struttura) e teleologico (scopi della pubblicazione) propri di un giornale. La struttura di questo è costituita dalla "testata", che è l'elemento che lo identifica, e dalla periodicità regolare della pubblicazione (quotidiana, settimanale, mensile); la finalità si concretizza nella raccolta, nel commento e nell'analisi critica di notizie legate all'attualità (cronaca, economia, costume, politica) e diretti al pubblico, perché ne abbia conoscenza e ne assuma consapevolezza nella libera formazione della propria opinione"* (Cassazione Penale, Sez. Un., 29/01/2015 n. 31022).

Ancora più complessa la questione riguardante il periodico online, in merito alla quale si è avuto un lunghissimo dibattito tra studiosi o, per lo più, pseudo studiosi del settore, forze politiche, gruppi di interesse che facevano capo alla Rete e Governi dei vari Paesi. Tale dibattito ha assunto, anche in Italia, connotazioni talvolta grottesche per la difficoltà di buona parte dei soggetti in causa di affrontare la questione al di fuori di propri interessi e visioni personali.

Ancora una volta, prima che la Legge 198/2016 ponesse principi più stabili, è stata la Suprema Corte di Cassazione, nella Sentenza 31022/2015, a fornire un inquadramento giuridicamente corretto della tematica:

“E’ necessario discostarsi dall’esegesi letterale del dettato normativo e privilegiare un’interpretazione estensiva dello stesso, sì da attribuire al termine “stampa” un significato evolutivo, che sia coerente con il progresso tecnologico e, nel contempo, non risulti comunque estraneo all’ordinamento positivo, considerato nel suo complesso e nell’aspetto progressivamente raggiunto nel tempo”.

Dopo una informata analisi sulle ragioni che inducono a non ricomprendere in tale operazione ermeneutica tutti in blocco i nuovi mezzi informatici e telematici, di manifestazione del pensiero (forum, blog, newsletter, mailing list, pagine facebook) la sentenza continua:

“La riflessione, quindi, deve essere concentrata sul fenomeno, sempre più diffuso, dei giornali telematici che affollano l’ambiente virtuale e che sono disponibili, in alcuni casi, nella sola versione online e, in altri, si affiancano alle edizioni diffuse su supporto cartaceo. E’ di intuitiva evidenza che un quotidiano o un periodico telematico, strutturato come un vero e proprio giornale tradizionale, con una sua organizzazione redazionale e un direttore responsabile (spesso coincidente con quelli della pubblicazione cartacea), non può certo paragonarsi a uno qualunque dei siti web innanzi citati, in cui chiunque può inserire dei contenuti, ma assume una sua peculiare connotazione, funzionalmente coincidente con quella del giornale tradizionale, sicché appare incongruente, sul piano della ragionevolezza, ritenere che non soggiaccia alla stessa disciplina prevista per quest’ultimo”.

Non sembra, quindi, alla luce delle leggi e della giurisprudenza riportate che possa essere posta in dubbio la perfetta eguaglianza tra giornali cartacei e online davanti alla legge.

5. Specificità delle testate online

Su queste premesse occorre interrogarsi su come necessariamente si strutturi un giornale online. Quali siano, cioè, le caratteristiche specifiche di una tale forma di prodotto editoriale.

Nella definizione di cui alla Legge 198/2016 rinveniamo caratteristiche comuni con i giornali cartacei (iscrizione presso la Cancelleria del Tribunale, iscrizione del direttore responsabile al Ordine dei Giornalisti), una connotazione che riguarda anche i giornali cartacei, ma in modo diverso (frequenza di aggiornamento o periodicità) e alcune connotazioni specifiche (pubblicazione di contenuti giornalistici

prevalentemente online, non essere esclusivamente una mera trasposizione telematica di una testata cartacea, e non configurarsi esclusivamente come aggregatore di notizie).

In realtà, le specificità sono molte altre e stanno emergendo gradualmente all'attenzione del legislatore per ulteriori interventi normativi di precisazione e miglioramento della definizione di quotidiani e periodici online.

Concentriamoci su un punto e partiamo da questo:

la lettera f) della Legge 198/2016 prevede la frequenza di aggiornamento almeno quotidiana per i quotidiani online; è evidente che la frequenza di aggiornamento equivale alla periodicità del giornale cartaceo.

La periodicità comporta l'uscita di diversi numeri della medesima testata a cadenze predeterminate regolari.

Si tratta di oggetti fisici diversi.

Nelle testate online l'aggiornamento avviene nel medesimo spazio virtuale, creando quindi una sovrapposizione e stratificazione del contenuto tipica di questa forma di espressione del pensiero.

E' come avere, nella stessa libreria, tutti i numeri di un periodico ordinati in senso progressivo, ma anche così è possibile per i periodici cartacei rompere questa unità e individuare un numero specifico. Molto, ma molto più difficile, l'operazione nella testata online, dove tutto si accumula e permane per la mancanza di limiti di spazio (altra tipica peculiarità delle testate online).

Infatti, il problema veramente spinoso del c.d. "Diritto all'oblio" si pone proprio specificamente per le testate online, per il permanere dei contenuti sulla rete anche dopo moltissimi anni (in realtà, si pone anche per le testate cartacee per i numeri del giornale di anni indietro).

Quando il legislatore, e prima ancora la migliore giurisprudenza, parificano la testata online e la testata cartacea, pur non essendo ancora evidenti alcune specifiche peculiarità, mostrano di conoscere perfettamente questa particolare connotazione delle testate online e quindi mostrano di sapere perfettamente che, senza barra di navigazione, non può esistere un giornale online.

D'altro canto, in ogni pubblicazione online che abbia un minimo di struttura interattiva e di funzionalità (che non sia, quindi, la mera versione in PDF della pubblicazione cartacea) esiste sempre un meccanismo di ricerca dinamica dei contenuti: può essere un meccanismo più o meno evoluto, ma c'è sempre, perché è del tutto connaturato alla pubblicazione online, all'assenza di uno spazio fisico di archiviazione e di ricerca dei contenuti, ed alla conseguente necessità di poterli "richiamare" con un motore di ricerca.

Ritenere, quindi, che la barra di navigazione "snaturi" il prodotto editoriale, ritenere che la funzionalità di ricerca prevalga sulla centralità dei contenuti editoriali ed autoriali, significa

indubbiamente non cogliere ancora una volta l'essenza della realtà delle pubblicazioni online, e – in definitiva - violare la legge ed eludere la parità di trattamento tra giornale online e cartaceo.

Paradossalmente, è la stessa conclusione cui perviene l'Agenzia delle Entrate con la risposta all'interpello, quando argomenta che: *“la barra di navigazione, con le funzionalità avanzate di ricerca e selezione, ed il contenuto editoriale della banca dati costituiscono un unicum non scindibile”*.

In realtà barra di navigazione e contenuto editoriale **sono un “unicum non scindibile”** in tutti i giornali online, senza che questo significhi che debbano essere, per questo, assoggettati a trattamenti diversi dai giornali cartacei.

6. Conclusioni

Abbiamo posto alcuni punti fermi.

L'evoluzione della normativa sul prodotto editoriale, a partire dalla Legge n. 62/01, passando per la Legge n. 103/2012, la Legge n. 190/2014, e la Legge n. 208/2015, fino alla Legge 198/2016, ha portato ad una sempre più sviluppata definizione di prodotto editoriale in generale, e di prodotto editoriale online in particolare.

Tale sviluppo comporta necessariamente la completa parificazione di online e cartacei.

Nel 2015, la Suprema Corte di Cassazione, a Sezioni unite ha delimitato tale parificazione al perimetro delle testate online che presentano i requisiti comuni rispetto alle cartacee della “organizzazione redazionale” e della “presenza di un direttore responsabile” (e lo ha fatto in ordine ad un tema delicatissimo come quello dell'applicazione di norme del diritto processuale penale).

Tutti questi interventi legislativi e giurisprudenziali sono stati fatti a ragion veduta, nella piena coscienza, cioè, delle differenze del mezzo usato dai giornali online e delle condizioni necessarie per la sua fruibilità.

Si dice, normalmente, che questo significa privilegiare il contenuto rispetto al mezzo, ma ciò non sembra rispondere pienamente al vero.

Significa, a nostro avviso, prendere atto, anche, che il mezzo è molto diverso ed accettarlo pienamente nel sistema editoriale.

Questa consapevolezza rappresenta un punto di arrivo e un punto di partenza verso l'emanazione di normative sempre più corrette che tutelino il settore e gli utenti.

In altri Paesi d'Europa si discute sul tema “IVA super-ridotta”. In Francia, dove è stata introdotta nel 2014, si sono registrati notevoli benefici per l'intero settore. Ma questo è un altro tema.

Quello che ci preme ora è considerare che, a legislazione vigente, e a giurisprudenza consolidata, non è possibile negare l'applicazione dell'aliquota IVA super-ridotta a periodici che soddisfino i requisiti di legge, sulla scorta di argomentazioni che mettono in discussione la natura e la struttura necessaria di ogni specifico prodotto editoriale.

E' appena il caso di rilevare come l'Amministrazione Finanziaria non possa, in alcun modo, essere legittimata a introdurre nuovi e ulteriori criteri per la definizione di prodotto editoriale da aggiungersi alle disposizioni di legge.

Tutto ciò premesso

l'associazione U.S.P.I. come sopra rappresentata alle disposizioni di legge

CHIEDE

a questa onorevole Amministrazione

Con osservanza

Roma, __/__/2017

Unione Stampa Periodica Italiana