

OPERAZIONI A PREMIO, ADEMPIMENTI.

Abstract

In una breve sintesi, alcuni dei più significativi passi della riforma che ha interessato anche le operazioni a premio, nonché cenni ai profili fiscali di maggiore interesse.

1. PREMESSE E DEFINIZIONE.

Solitamente le società attivano promozioni consistenti nell'assegnazione gratuita di prodotti in favore di tutti coloro che aderiscono ad un determinato servizio o si prestano ad acquistare un determinato prodotto. In proposito, il quesito che in modo ricorrente viene posto consiste nella verifica e nell'illustrazione sia degli adempimenti previsti dalla normativa vigente sia dei sottesi profili fiscali. Coerentemente con tale impostazione, di seguito, dopo una breve descrizione dei principi generali relativi al sistema delle operazioni a premio riformato di recente, si esaminano i relativi profili fiscali.

La disciplina delle operazioni a premio ha di recente subito una radicale modifica¹. Tra le principali caratteristiche della riforma è possibile qui anticipare: (i) la sostituzione del regime autorizzatorio con un più snello regime di autocertificazione; (ii) lo spostamento della più parte delle competenze in capo al ministero delle attività produttive; (iii) l'individuazione di un garante della regolarità della manifestazione; (iv) la possibilità di manifestazioni a premio da parte di più imprese in associazione; (v) un ampliamento della durata delle operazioni a premio. Dopo aver precisato la definizione di operazione a premio, nel paragrafo che segue si prendono in considerazione solo alcuni degli aspetti curati dalla riforma, quali la decorrenza, i destinatari e la durata, l'abolizione del regime autorizzatorio e la cauzione.

Come è noto, l'operazione a premio è una delle possibili forme di manifestazione a premio. Le manifestazioni a premio includono sia i concorsi a premio (le manifestazioni nelle quali l'assegnazione del premio dipende da un evento incerto e, quindi, da alea, da abilità, da capacità personale del concorrente), sia le operazioni a premio (le manifestazioni nelle quali l'assegnazione del premio è connessa al verificarsi di un evento certo, quale l'acquisto del prodotto). In particolare, per quel che riguarda le operazioni a premio, può qui richiamarsi, oltre a quella di legge², quella proposta dal ministero, secondo cui "si realizza l'operazione a premio quando, a seguito dell'acquisto o vendita di un prodotto, viene conferito a tutti i partecipanti il premio promesso (*cf.*, in particolare, Circolare no. 1 del 2002 del Ministero delle Attività Produttive).

2 ALCUNI ASPETTI CURATI DALLA RIFORMA

¹ *Cfr.*, in particolare, D.P.R. no. 430 del 26 ottobre 2001, emanato ai sensi dell'articolo 19, comma 4, della L. no. 449 del 1997.

² "1. Sono considerate operazioni a premio, anche se il destinatario del premio è un soggetto diverso dall'acquirente il prodotto o servizio promosso, le manifestazioni pubblicitarie che prevedono (a) le offerte di premi a tutti coloro che acquistano o vendono un determinato quantitativo di prodotti o di servizi e ne offrono la documentazione raccogliendo e consegnando un certo numero di prove documentali di acquisto, anche su supporto magnetico; (b) le offerte di un regalo a tutti coloro che acquistano o vendono un determinato prodotto o servizio. 2. Sono considerate operazioni a premio anche quelle nelle quali, all'acquirente di uno o più prodotti o servizi promozionali, viene offerta in premio la possibilità di ottenere, dietro presentazione di un numero predeterminato di prove di acquisto e mediante un contributo di spesa, un diverso prodotto o servizio a prezzo scontato. Il contributo richiesto non deve essere superiore al 75% del costo del prodotto o servizio, sostenuto dalla ditta promotrice, al netto dell'imposta sul valore aggiunto. Il premio consiste nello sconto di prezzo rappresentato dalla differenza tra il valore normale del bene offerto e il contributo richiesto". *Cfr.*, in particolare, articolo 3, commi 1 e 2 del citato D.P.R. 430/2001.

Il nuovo provvedimento trova applicazione con riferimento alle manifestazioni a premio che hanno inizio dopo l'11 aprile 2002. Possono essere destinatari i consumatori, i rivenditori, gli intermediari, i concessionari i collaboratori, i dipendenti che cooperano nel processo di vendita. Le operazioni a premio possono avere una durata non superiore a cinque anni dalla data di inizio³.

La principale novità introdotta dalla riforma riguarda essenzialmente la sostituzione del regime autorizzatorio con un regime di informativa che, per quel che riguarda le operazioni a premio, si sostanzia nella definizione del regolamento della manifestazione a premio nell'ambito di una dichiarazione sostitutiva di atto notorio, recante data certa. In particolare, detta autocertificazione deve essere sottoscritta dal rappresentante dell'impresa promotrice o, comunque, da un suo delegato. L'autocertificazione, recante il regolamento della manifestazione, deve essere redatta e certificata prima dell'inizio dell'operazione e, per tutta la durata della manifestazione, deve essere conservata nella sede dell'impresa promotrice. Le eventuali modifiche apportate al regolamento andranno necessariamente formalizzate e conservate con la medesima procedura.

Qualora il premio non sia consegnato al momento dell'acquisto del prodotto promozionato, l'impresa promotrice è tenuta a corrispondere una cauzione pari al 20% del valore dei beni oggetto della operazione a premio. Nei casi in cui non si possa stabilire sin dall'origine il valore complessivo dei premi da assegnare, lo stesso è determinato in via presuntiva sulla base dei risultati di analoghe manifestazioni effettuate in precedenza e della stima delle vendite attese dei beni o dei servizi promozionati e delle adesioni dei promissori calcolate in base a criteri statistici.

3 PROFILI FISCALI.

Solitamente vengono in rilievo alcuni profili relativi all'imposta sul valore aggiunto ed all'imposta sostitutiva delle manifestazioni a premio, nonché alla deducibilità delle somme stanziata dalla impresa promotrice con riferimento ai prodotti promozionali ed infine alla effettuazione della ritenuta sul valore dei beni erogati in favore dei beneficiari della manifestazione a premio.

Per quel che riguarda i profili IVA, occorre esaminare sia l'operazione sottesa all'acquisto dei beni destinati all'operazione a premio, sia l'operazione relativa alla consegna del bene al cliente beneficiario.

Per espressa previsione normativa, in nessun caso è detraibile l'imposta relativa all'acquisto o all'importazione di beni o servizi utilizzati per l'effettuazione di manifestazioni a premio⁴.

Le assegnazioni dei premi ai beneficiari non sono considerate operazioni di cessione di beni e, pertanto, esse vanno trattate come fossero operazioni fuori campo Iva⁵.

Per quel che riguarda l'imposta sostitutiva sulle operazioni a premio può qui sintetizzarsi che con la riforma del 1997 è stato sostituito il regime di tassazione delle operazioni a premio con un più generico regime di indetraibilità dell'Iva corrisposta dall'organizzatore della operazione a premio in occasione dell'acquisto dei premi da assegnare. L'imposta sostitutiva, pari al 20%, trova applicazione esclusivamente nei casi in cui le operazioni di acquisto dei premi da parte del promotore non siano imponibili⁶. A tali fini si considerano non imponibili anche quelle operazioni che per un qualunque motivo non sono state assoggettate all'imposta sul valore aggiunto e quindi anche quelle non rilevanti o esenti⁷.

Gli oneri derivanti dalle operazioni a premio sono deducibili in misura pari al 30% dell'ammontare degli impegni assunti nell'esercizio, a condizione che siano iscritti in appositi fondi del passivo distinti per periodo di formazione⁸. Successivamente, gli oneri maturati nei singoli esercizi vanno confrontati con i

³ Cfr., in particolare, articolo 1, comma 3, del citato D.P.R. 430/01.

⁴ Cfr., in particolare, articolo 19, comma 2, D.P.R. no. 633 del 26 ottobre 1972.

⁵ Cfr., in particolare, articolo 2, comma 3, lettera *m*) del citato D.P.R. 633/72.

⁶ Cfr., in particolare, articolo 19, comma 8 della citata L. no. 449/97.

⁷ Cfr., in particolare, Circolare del Ministero delle Finanze no. 89/E del 1998.

⁸ Cfr., in particolare, articolo 73, comma 3, D.P.R. no. 917 del 22 dicembre 1986.

corrispondenti fondi stanziati e le relative differenze trattate come sopravvenienze attive o passive. Qualora l'operazione abbia una scadenza inferiore ai tre anni, la quota dei fondi non utilizzati concorre a formare il reddito imponibile nell'esercizio in cui si verifica tale scadenza. Si precisa, infine, che le spese per l'acquisto dei premi non si considerano spese di rappresentanza attesa la carenza del requisito della gratuità e considerata la loro dipendenza da vincoli contrattuali.

Secondo il principio generale, i premi derivanti da operazioni a premio assegnati a soggetti per i quali gli stessi assumono rilevanza reddituale sono soggetti ad una ritenuta alla fonte a titolo di imposta con facoltà di rivalsa⁹. La norma ha in effetti introdotto, sia pure a determinate condizioni, il regime della ritenuta a titolo di imposta anche con riferimento ai premi erogati in occasione di operazioni a premio. La norma ha limitato tale estensione ai casi in cui i premi debbano ritenersi imponibili in capo ai soggetti percettori e per i quali non siano previste altre ritenute. Conseguentemente, prendendo in considerazione le varie categorie di reddito previste nel testo unico delle imposte sui redditi, vanno esclusi dalla ritenuta: (i) i titolari di redditi diversi (in quanto l'articolo 81 del citato D.P.R. 917/86 prevede solo la tassazione dei premi erogati in occasione di lotterie, concorsi, giochi, scommesse e altre manifestazioni in cui è presente l'elemento dell'aleatorietà o abilità del concorrente); (ii) i titolari di reddito di lavoro dipendente¹⁰; (iii) i titolari di redditi di lavoro autonomo (soggetti a ritenute diverse, ai sensi dell'articolo 25 del citato D.P.R. 600/73). In definitiva, esclusi i consumatori finali (per i quali il ricevimento del premio nell'ambito di una operazione a premio non costituisce reddito), restano da assoggettare a ritenuta a titolo di imposta per i premi ricevuti gli esercenti attività di commercio sia all'ingrosso che al minuto¹¹. In ultima analisi va detto che tale ultima ritenuta, se applicabile, è dovuta nella misura del 25% del valore del bene corrisposto, sempreché il medesimo sia superiore a Lire 50.000: qualora, infatti, il valore complessivo dei premi assegnati nel singolo periodo di imposta al medesimo soggetto sia di valore inferiore la ritenuta non è dovuta¹².

* * *

Carlo Geronimo Cardia
Avvocato, Dottore Commercialista e Revisore Contabile

⁹ Cfr., in particolare, articolo 30, comma 1, del D.P.R. no. 600 del 29 settembre 1973, come modificato dall'articolo 19, comma 2, della L. no. 449/97.

¹⁰ Cfr., in particolare, articolo 30, comma 1 ultima parte, del citato D.P.R. 600/73.

¹¹ Cfr., in particolare, Circolare del Ministero delle Finanze no. 335 del 31 dicembre 1997.

¹² Cfr., in particolare, articolo 30, comma 1, secondo periodo, del citato D.P.R. 600/73, nonché citata Circolare del Ministero delle Finanze no. 335/97)