



## La sfida degli orari, tra inganni e necessità

Quando di un popolo si vuole capire la cultura, il modo di pensare, basta analizzare come ha sviluppato il suo linguaggio. L'italiano è una lingua che può diventare uno strumento divino nell'arte di poeti e narratori, ma che spesso colpisce come un'arma impropria, per le forme che assume nell'eloquio dei politici o nei testi dei legislatori. Quasi mai, nel nostro Paese, dalla lettura di una norma scritta nell'italiano dei legislatori, si ricava un'interpretazione chiara, lineare, indiscutibile, che non si presti a diverse interpretazioni. Tanto che la casistica di una norma italiana è una vicenda in continuo movimento, assestamento, mutamento, che non di rado, nel tempo, determina un vero e proprio ribaltamento degli obbiettivi inizialmente perseguiti dai legislatori. Un caso esemplare, che interessa gli imprenditori del commercio, riguarda le norme che disciplinano i comuni ad economia

prevalentemente turistica e le città d'arte, con quell'articolato che definisce, in sostanza, la possibilità per gli esercenti, di disporre liberamente gli orari di apertura e di chiusura delle proprie attività. Non vi è dubbio alcuno su quali fossero le intenzioni dei legislatori. La normalità era prevista come facoltà dell'imprenditore di determinare liberamente l'orario d'apertura del proprio punto di vendita, per un massimo giornaliero di apertura di tredici ore, da collocare nella parte di giornata che va dalle sette del mattino alle ventidue della sera, tutti i giorni della settimana, esclusi i festivi e le domeniche. Potevano derogare gli imprenditori che operavano nei comuni ad economia prevalentemente turistica, nelle città d'arte o nelle zone di questi territori, nei periodi di maggiore afflusso turi-

segue a pag. 8 ➤

## Iper e centri commerciali hanno perso il loro appeal? Ecco come cambiano le abitudini dei consumatori!

Sarà colpa della crisi, che pare non volgere mai ai termini, ma le abitudini dei consumatori stanno cambiando. I segnali di questi cambiamenti sono molteplici ma tra i dati più interessanti vale la pena citare che nel biennio 2009-2010 si è registrato un calo piuttosto evidente di acquisti del settore alimentare nelle grandi strutture di vendita. A un calo vistoso dei consumi di alimentari, corrisponde una sostanziale tenuta di altri settori come quelli dei comparti di tecnologie innovative (telefoni, computer, tv a schermo piatto, ecc.), che stanno però subendo la concorrenza dei siti di vendita on line. Ma che sia stato un anno duro per la frequentazione dei centri commerciali nel 2010 lo dicono i dati che indicano una diminuzione delle frequenze dell'1,3%. Per chi era abituato a gestire questi colossi sempre in crescita, in uno sviluppo che sembrava inarrestabile (con molte agevolazioni, peraltro!), il 2010 rappresenta un anno di probabili ripensamenti, che forse costringerà promotori, costruttori, grandi catene, a rivedere un modello, quello dei centri commerciali, di cui si è fin troppo abusato.

Permane il dato perverso che vede ancora costanti aperture di centri commerciali, con l'inevitabile accaparramento di nuove fette di mercato che la grande distribuzione

continua a conquistare solo grazie a grossi investimenti, in concorrenza spesso tra loro. Però i segnali di questa situazione critica sono ormai abbastanza evidenti. Basti ricordare che per mantenere gli stessi livelli di fatturato, oltre agli ampliamenti di superficie, i centri stanno puntando ad un ampliamento degli orari di apertura. Vale la pena ricordare la pervicace insistenza ad ottenere prima l'eliminazione della mezza giornata di chiusura settimanale e poi la richiesta di aperture domenicali e festive, che con vari escamotage, sono state concesse da molte amministrazioni pubbliche, con sfacciata facilità. Ma che la crisi economica attanagli anche i centri commerciali lo si vede anche da un altro importante segnale: vi sono grandi strutture che non riescono più a collocare ed affittare gli spazi commerciali interni, con la conseguenza di rivedere o addirittura bloccare l'apertura già programmata della struttura stessa. C'è poi un altro problema non da poco con il quale si potrebbero trovare a fare i conti le grandi strutture: la nuova coscienza ambientale che pare stia prendendo piede nel mondo del commercio, con una clientela più sensibile a

segue a pag. 8 ➤

## Dossier Confesercenti per ridurre la pressione fiscale: basta con i record negativi e con nuove tasse "federali"!

Ha creato grande interesse e scalpore a livello nazionale - anche su stampa e tv con titoli e servizi di primo piano - la presentazione da parte della Confesercenti del dossier "Balzelli d'Italia: le cento trappole per imprese e famiglie." È il terzo dossier-denuncia di Confesercenti che ha raggiunto gli onori (o gli orrori?) delle cronache, dopo quello sugli sprechi e sugli adempimenti. L'Italia dei record non si smentisce mai: record di sprechi, record di burocrazia ed ora - come ha documentato Confesercenti - anche record di tasse paradossali e di adempimenti fiscali che fanno penare imprese e famiglie. Proprio recentemente Confesercenti ha denunciato l'invasiva ed opprimente burocrazia fiscale, un vero e proprio stillicidio di adempimenti che per il 2011 si traduce in ben 694 scadenze con costi aggiuntivi per le Pmi ed un tempo sottratto alla gestione dell'impresa pari a ben 285 ore di lavoro (60 più della media UE). Ed a questo scenario va aggiunto il 3° posto dell'Italia nella classifica OCSE della pressione fiscale (dietro a Danimarca e Svezia, Paesi con ben altri parametri e servizi), con il 43,5% di prelievo fiscale. Anche per tali motivi Confesercenti ha deciso di prendere il toro per le corna e fornire un contributo di merito sulla questione fiscale in vista della tanto attesa e necessaria riforma.

Del resto il tema fiscale è all'ordine del giorno del Paese con il dibattito e le scelte in materia di federalismo fiscale. E non ci stancheremo mai di ripetere che questo importante passo non deve diventare l'occasione per mettere le mani nelle tasche degli italiani. Gli obiettivi di passare dal complesso al semplice, dalle persone alle cose, dal centro alla periferia sono condivisibili, ma se il bel tempo si vede dal mattino, dobbiamo constatare che invece siamo all'assurdo ed al masochismo con l'adozione della tassa di soggiorno, che, sommata ad un'Iva per il turismo in vigore più alta rispetto ai nostri concorrenti, finisce per tradursi in un messaggio molto negativo per questo vitale settore: è come dire ai turisti italiani e stranieri "statevene a casa vostra". E non ci convince certo l'ammissione fatta in questi giorni di discussione sul federalismo municipale dall'interno dell'Anci secondo la quale un aumento delle tasse sarà inevitabile (tasse di scopo, Irpef, ecc.). Sarebbe davvero un bel capolavoro, buono solo ad aiutarci a scalare le ultime due posizioni della classifica OCSE per stare davanti a tutti in materia di prelievo fiscale. Più che il federalismo rischiamo un nuovo fedefiscalismo.

È evidente che la pressione fiscale sia legata alla spesa pubblica, specie in un Paese dove è davvero alto il debito pubblico. Ma se la politica continuerà a cercare consenso attraverso l'espansione della spesa, allora la riduzione pressione fiscale rimarrà solo un tema propagandistico per le campagne elettorali. È invece giunta l'ora di correre ai ripari riportando entro giusti argini il fiume in piena della spesa e, di conseguenza, diminuendo la pressione fiscale dal 43,5 al 39,5 in 4 anni.

Il rapporto-denuncia presentato da Confesercenti vuole mettere in evidenza la proliferazione avvenuta in decenni del nostro sistema di imposte e tasse con esempi che sono spesso paradossali. Il riferimento è ad esempio alle paleo tasse, vecchie tasse che sopravvivono alla loro stessa assurdità. Ma

segue a pag. 8 ➤





Dal primo marzo i negozi di frutta e verdura della provincia di Ravenna distribuiscono ai loro clienti un'originale e robusta sporta di tela marcata in sostituzione dei sacchetti di plastica non più a norma. È un'iniziativa promossa dall'Assessorato all'Ambiente della Provincia con la collaborazione delle Associazioni di categoria e con il sostegno della Fondazione Cassa di Risparmio di Ravenna. Nel momento in cui altri Amministratori pensano ai centri commerciali e alle grandi strutture si segnala questa buona azione fatta per i negozi e per la spesa dei cittadini, oltre che per l'ambiente. E i negozi premieranno i loro clienti che alla decima spesa con la nuova sporta avranno anche uno sconto.

## Mercatini degli agricoltori: è vera convenienza?

A poco tempo dalla loro istituzione, i mercatini degli agricoltori, icosiddetti "farmermarket" danno segni di cedimento. La passione per la filiera corta che aveva fatto pensare ai consumatori di poter acquistare prodotti genuini a chilometro zero, con prezzi più bassi, si è rivelata invece, in molti casi, una delusione. Infatti, nonostante le regole ridotte al minimo, è facile, per chi si reca ai luoghi che le varie amministrazioni comunali hanno messo a disposizione dei mercatini degli agricoltori, trovarsi a contatto con contadini che passano molto più tempo a vendere nelle piazze che a coltivare la propria terra.

La tracciabilità è quasi inesistente, i prezzi sono superiori mediamente del 20% rispetto ai classici negozi di vicinato, i prodotti, per la possibilità che viene data dalla legge, provengono in buona parte dagli stessi mercati all'ingrosso nei quali si vanno a rifornire i commercianti che sottostanno a ben altre regole.

Ma, nonostante gli esempi evidenti, la passione per la moda della "filiera corta" continua a contagiare tutti. E se i consumatori, attratti in un primo momento dal miraggio di prezzi più bassi, ora si sono resi conto che le cose non stanno proprio così, tanti amministratori locali confidano ancora in queste iniziative, ritenute - se non altro - di grande impatto mediatico. Siamo di fronte al persistere della crisi economica e certamente i produttori agricoli, come i commercianti, gli artigiani e gli industriali italiani non se la passano bene ma come sempre, gli interventi di sostegno pubblico vengono accaparrati prima di tutto dalla grande industria per ridursi man mano che si riduce l'ampiezza dell'impresa. Ai piccoli pro-

duuttori agricoli è stato proposto questo miraggio di straordinarie e remunerative vendite dirette, che pare però dissolversi nell'evidenza di fatti. Come sempre chi sta pagando per queste scelte è la rete dei piccoli e medi negozi commerciali che non godono certamente di "aiuti di Stato" e devono competere ora non solo con la grande distribuzione commerciale, ma anche con tutte queste altre forme di vendita. La questione è irritante: si continuano a sostenere forme di vendita non professionali, che effettuano una concorrenza sleale attraverso norme fiscali e contributive agevolate, dai farmer market ai finti agriturismi. E l'obiettivo sembra essere sempre quello dell'indispensabile "vantaggio" per il consumatore. Ma dove sta il vantaggio per i cittadini, quando scompaiono piccoli negozi che forniscono un servizio continuativo, a vastissima gamma? Negozi che sono veri e propri presidi sociali e portano un innegabile fattore di sicurezza nelle frazioni con un elemento fondamentale per la qualità della vita delle popolazioni anziane. Ma i consumatori si stanno accorgendo che nei farmer market anche i controlli sanitari sono all'acqua di rose e le norme di tutela sanitaria sono semplificate.

Le associazioni dei produttori agricoli continuano a sostenere la nascita dei farmer market in ogni dove e se ne può capire il motivo. Ma non sarebbe più lungimirante ed efficace, nella logica del valore che indubbiamente ha la filosofia della filiera corta e del chilometro zero, che si riuscisse a mettere insieme produzione e piccolo commercio in modo che ognuno possa fare al meglio il proprio lavoro?

### Ristorante A CASA DI BACCO



Via Romea Sud 315 - Classe (Ra)  
Tel. 0544.527283  
www.ristoranteacasadibacco.com  
acasadibacco@gmail.com  
Posti: 80 interni e 30 in veranda estiva

Il Ristorante A CASA DI BACCO con la gestione di Paolo e Massimo offre alla propria clientela la qualità della tradizione legata ai sapori della meravigliosa Romagna. "La nostra offerta gastronomica - dicono - non è pensata solo in base alla stagionalità, ma è sempre alla ricerca di nuove combinazioni; un'alchimia di sapori che rispecchi il nostro modo di pensare la cucina ed il vino. Vi attendiamo in un ambiente familiare ed accogliente pensato per il vostro benessere."

La cantina offre una varia e accurata selezione di vini e non manca un ricercato programma di serate a tema permette di coinvolgere gli amici alla riscoperta di gusti e ricette della tradizione e alle ricerche di piatti innovativi dedicati a prodotti tipici locali.

La cucina propone i sapori genuini della tradizione romagnola. Non possono quindi mancare piadina, pasta fresca rigorosamente fatta in casa come i dolci e la piccola pasticceria.

I prodotti utilizzati sono di prima qualità e per accompagnarli si scelgono condimenti pregiati che conferiscono un valore aggiunto ad ogni piatto.

Le proposte sono adatte a soddisfare tutte le voglie: potrete infatti trovare specialità di carni scelte e pesce fresco di giornata.

#### MAFRIGUL ASCIUTTI AL RADICCHIO E SANGIOVESE

##### INGREDIENTI PER 4 PERSONE:

2 scalogni, 2 fette di gambuccio di prosciutto dolce a dadini, Sangiovese, un radicchio rosso, 300 grammi di grattini (o Mafrigul), brodo di carne, 6 fettine di guanciale, pecorino a scaglie

**SVOLGIMENTO:** fare soffriggere due scalogni e due fette di gambuccio di prosciutto dolce a dadini, sfumare con abbondante Sangiovese e aggiungere radicchio rosso a julienne. A parte cuocere due manciate di grattini (pasta) in un tegamino di brodo di carne; scolarli e metterli nel sugo già preparato; lasciare cuocere ancora cinque minuti con un mestolo di brodo.

**GUARNIZIONE:** in una padella arrostiti sei fettine di guanciale e metterle sopra ai mafrigul assieme a scaglie di pecorino. Servire.



# Dal 27 al 29 maggio a Ravenna la Borsa delle 100 Città d'Arte



È in programma dal 27 al 29 maggio in Piazza del Popolo a Ravenna la Borsa del Turismo delle 100 città d'arte giunta alla quindicesima edizione, la quarta consecutiva a Ravenna.

L'evento si snoderà nello spazio espositivo allestito animato anche da eventi e degustazioni, eventi che coinvolgeranno anche altre città da Bologna con la partenza fino a Ferrara.

Il 29 maggio si terrà un workshop internazionale riservato agli addetti ai lavori durante il quale le città d'arte italiane incontreranno gli operatori esteri.

L'evento è stato già presentato a Roma in una Conferenza stampa alla sede dell'Unicredit, sponsor della Borsa.

## Accordo per il credito alle PMI

Il 16/2/2011 è stato sottoscritto dalle Associazioni di Categoria delle Imprese e dall'ABI l'Accordo per il Credito alle Piccole e Medie Imprese ("Moratoria per i debiti"). L'accordo sostanzialmente prevede:

- la proroga al 31/7/2011 del termine per la presentazione delle domande di ammissione ai benefici previsti dall'Avviso Comune;

- l'allungamento dei finanziamenti a medio lungo termine (mutui) che hanno beneficiato della sospensione ai sensi dell'Avviso Comune, per un periodo pari alla vita residua del finanziamento e, in ogni caso, non superiore ai 2 anni per i finanziamenti chirografari e ai 3 anni per quelli ipotecari.

Si segnala che possono accedere all'Accordo le PMI di tutti i settori che non hanno posizioni classificate dalla banca come "sofferenze", esposizioni ristrutturate o scadute/sconfinanti da oltre 180 giorni, né procedure esecutive in corso. Inoltre l'impresa, nel periodo di sospensione dell'ammortamento del mutuo, deve aver pagato con regolarità gli interessi e, se del caso, deve alla fine del periodo di sospensione aver ripreso a pagare regolarmente le rate di ammortamento del finanziamento. Il nuovo Accordo offre alle imprese un'uscita morbida dal precedente Accordo per la moratoria dei debiti; amplia i termini per la presentazione della domanda da parte delle imprese che non hanno utilizzato finora i benefici dell'Avviso Comune; non fa applicare ulteriori condizioni accessorie. Gli uffici credito della Confesercenti sono a disposizione per ogni eventuale chiarimento.

## Massa Lombarda: il Comune a sostegno di nuove imprese

Un esempio da Massa Lombarda: il Comune ha riaperto i termini del bando che prevede misure di sostegno alla nascita di nuove imprese in centro storico. L'intento è dare continuità al "Programma di intervento locale per la promozione del centro commerciale naturale di Massa Lombarda", condiviso tra le Associazioni di categoria e l'Amministrazione Comunale, finalizzato a incentivare, sostenere e valorizzare il commercio al dettaglio. Il bando si propone di incoraggiare nuovi imprenditori ad investire e scommettere nel centro storico di Massa Lombarda per contribuire ad arricchire e diversificare l'offerta commerciale.

Le azioni di sostegno previste riguardano la possibilità di ottenere: consulenza gratuita all'avvio dell'attività fornita dalle Associazioni di categoria; finanziamento a condizioni vantaggiose concordate con gli Istituti di credito locale; contributo sul canone di locazione da parte del Comune per i primi due anni di attività; defiscalizzazione comunale sulla Cosap.

Possono ottenere il finanziamento anche progetti d'impresa che devono essere realizzati entro 6 mesi dall'accoglimento della domanda.

La nuova scadenza del bando è prevista per il 20 luglio 2011.

Le imprese interessate possono richiedere il testo completo del bando alla Confesercenti di Lugo oppure al Comune di Massa Lombarda, Ufficio Comunicazione e Ascolto. Confesercenti è impegnata a fornire assistenza e consulenza gratuita presso i propri uffici di Lugo, Servizio Credito (referente Barbara Montanari), tel. 0545.904211.

## "Lugo Innova"

### Confronto aperto

Lugorilancia sul suo futuro e lo fa in modo innovativo: coinvolgendo i cittadini, i commercianti e gli attori del territorio nella costruzione (almeno come volontà) di una visione condivisa, attraverso un percorso partecipativo che in sei mesi di lavoro (da ottobre 2010 ad aprile 2011) porterà alla definizione dei due primi Masterplan previsti dal Programma di Riquilificazione Lugo 2020, Piano Strategico di Comunità.

Il Masterplan per il Centro Storico affronterà temi della qualificazione del tessuto commerciale - la "passeggiata commerciale" dal Globo alle piazze del Centro, il rapporto con il Mercato e la Fiera, il potenziamento e la diversificazione dell'offerta nell'eccezionale storico contenitore del Pavaglione - del riuso degli edifici monumentali con l'individuazione di nuove funzioni e attività - della riorganizzazione delle sedi scolastiche, del recupero del patrimonio edilizio diffuso con il ritorno della residenza e di nuovi abitanti nel Centro, e della rivitalizzazione attraverso attività ed eventi che riportino il centro alla sua funzione di servizio e attrazione per l'intero territorio, anche in chiave turistica.

Il Masterplan per Lugo Sud punterà invece alla valorizzazione del peculiare rapporto tra città e campagna proprio dell'insediamento nella centuriazione che ha storicamente ordinato il territorio della Bassa Romagna, con il disegno di nuovi insediamenti e la riqualificazione dell'edilizia esistente in chiave di risparmio e produzione di energia, facendo di Lugo Sud un vero e proprio laboratorio del vivere sostenibile. La fascia dei contenitori industriali lungo la ferrovia diventerà elemento di connessione urbana e potrà accogliere le nuove funzioni di servizio al quartiere e alla città valorizzando le architetture che testimoniano il passato industriale di Lugo in chiave contemporanea. Il Masterplan è uno strumento strategico che definisce azioni e progetti per il futuro della città. La sua funzione è integrarsi nella pianificazione territoriale - costituita dal Piano Strutturale, dal Piano Operativo e dal Regolamento urbanistico comunali - introducendo nel governo del territorio priorità ed obiettivi complessi ed intersettoriali. Le azioni di un Masterplan si sviluppano perciò tenendo insieme i diversi aspetti della vita della città: economia, urbanistica, cultura, servizi sociali, commercio, sport, agricoltura. Il Masterplan è un documento di indirizzo che lascia ai piani urbanistici e alle altre pianificazioni di settore il compito di definire normativamente le trasformazioni proposte. Molto positivo per la Confesercenti è il metodo usato basato sulla partecipazione e sull'ascolto.

La partecipazione è uno strumento indispensabile attraverso cui la Pubblica Amministrazione può costruire ed attuare efficacemente politiche integrate e complesse. Il percorso partecipativo si pone come obiettivo il coinvolgimento della cittadinanza nella definizione condivisa e trasparente degli obiettivi e delle azioni per la riqualificazione e lo sviluppo di due aree strategiche per il futuro della città.

I bisogni, i desideri, le istanze e le aspettative della comunità divengono elemento centrale per la definizione delle azioni da intraprendere. Altrettanto importante è la volontà di fare convergere nei Masterplan energie, idee e progettualità da parte di tutte le forze attive sul territorio per costruire un progetto capace di "visione" e fortemente radicato nel contesto socio-economico lughese. Il percorso di coinvolgimento della comunità è iniziato con un ciclo approfondito di più di 100 interviste a imprenditori, associazioni, gruppi, testimoni privilegiati, esponenti rappresentativi delle forze vive della città. Le interviste, insieme ad una analisi tecnica del quadro urbanistico, del sistema territoriale, delle consistenze edilizie, del mercato immobiliare, del paesaggio urbano e rurale, del tessuto commerciale, hanno permesso di ricostruire un quadro conoscitivo completo e "polifonico". I due Masterplan saranno quindi elaborati in sede tecnica e presentati alla cittadinanza e agli attori del territorio nel mese di aprile 2011. La giornata dedicata ai commercianti è stata l'8 febbraio dove in una sala gremita di operatori si è cercato di raccogliere il punto di vista degli addetti ai lavori.

In un clima propositivo e costruttivo sono state elencate molte delle cose che Confesercenti da tempo va dicendo nei vari tavoli ovvero che la priorità deve essere quella di portare gente nuova a Lugo in un ambiente possibilmente gradevole dove estetica, arredo urbano, qualità e accoglienza diventino il punto di forza. Sfruttare gli spazi e creare nuovi punti di aggregazione integrati con tipologie di locali mancanti, dove la percezione di sicurezza e di tranquillità sia tangibile e contagiosa.

Il centro deve essere facilmente raggiungibile e accessibile con un'estetica eccellente, deve poter attirare sempre più persone sfruttando eventi che intreccino arte, cultura sport e tradizioni. Deve essere ricercata negli operatori la massima condivisione di obiettivi e finalità valutando le esigenze delle varie categorie di cittadini. Continuità e controllo del piano debbono essere l'elemento di valore aggiunto. Il percorso è giusto, lo sforzo che si dovrà fare sarà quello di affidarsi a mani esperte di professionisti al fine di essere sempre più competitivi nell'organizzazione degli eventi e nella promozione delle città, passando poi alla fase concreta della realizzazione.



# speciale convenzione SCF confesercenti

Musica d'ambiente: ottenute tariffe ridotte e una sanatoria di 3 anni

Lo scorso 10 febbraio la Confesercenti ha sottoscritto con SCF Consorzio Fonografici la **"Convenzione per la diffusione in pubblico di fonogrammi in pubblici esercizi, esercizi commerciali, esercizi artigiani aperti al pubblico e strutture ricettivo-alberghiere"**, chiudendo così a beneficio dei propri associati la lunga querelle sui diritti.

Negli ultimi anni, lo scontro aveva visto contrapposti la Confederazione ed il Consorzio dei produttori discografici circa il pagamento o meno dei diritti medesimi da parte degli utilizzatori quando non vi sia scopo di lucro, specie nei casi in cui trattasi di musica d'ambiente diffusa attraverso l'uso di radio e tv. Era anche stata promossa un'azione legale specifica, sostenendo 20 albergatori di Cervia.

La stipula della Convenzione, per importi veramente convenienti e con una sostanziale sanatoria "a titolo ricognitorio" del pregresso, è motivata da eventi ricollegabili alla giurisprudenza di merito ed all'interpretazione che delle norme in questione danno univocamente le istituzioni e la dottrina.

Com'è noto, infatti, il 24 novembre 2009 il Ministro per i beni culturali ha risposto ad un'interrogazione parlamentare sulla vicenda SCF, richiamando un precedente parere del Comitato consultivo permanente per il diritto d'autore (dell'11 novembre 2008) e sostenendo che, in merito al «se» i diritti connessi debbano essere corrisposti anche nel caso in cui nei locali pubblici siano utilizzati esclusivamente apparecchi radio e tv, un'autorevole dottrina aderisce alla tesi secondo cui l'esercizio commerciale che diffonde nei propri locali emissioni radiofoniche o televisive effettua un nuovo atto di comunicazione al pubblico; tale atto di comunicazione al pubblico configura, secondo tale orientamento, un ulteriore utilizzo del fonogramma per radiodiffusione e determina l'esercizio di una facoltà insita nel diritto connesso del produttore fonografico. Il 28 gennaio 2010, poi, il Tribunale di Milano è intervenuto in materia, condannando un barista che non aveva assolto il pagamento del diritto connesso, sulla base della considerazione che già la Corte di Giustizia UE (sent. 7.12.2006, causa C-306/05) aveva precisato che "anche la semplice installa-

zione di apparecchi radiotelevisivi è in grado di rendere tecnicamente possibile l'accesso del pubblico alle opere radiodiffuse e che gli autori di tali opere hanno diritto ad un adeguato compenso per l'utilizzo delle opere in occasione della comunicazione al pubblico".

Inoltre, ad avviso del Tribunale, "la diffusione di musica al pubblico all'interno di un esercizio commerciale rientra a pieno titolo nell'ambito di applicazione dell'art. 73 della legge sul diritto d'autore, poiché il lucro sussiste anche qualora la musica venga inserita in un'attività che complessivamente è qualificata dallo scopo di lucro, come accade appunto per un esercizio bar" (...) "Il caso di specie, in quanto costituito dalla diffusione in un esercizio pubblico, evidentemente effettuata per intrattenere la clientela e quindi attrarre la stessa, proponendo un beneficio aggiuntivo nell'ambito dell'esercizio bar, riveste sicuramente una valenza economica e quindi di lucro per la società che gestisce detto esercizio".

Il 29 luglio 2010, infine, Confesercenti ha stipulato con SCF una **Convenzione per la regolazione dei diritti connessi** (mai disconosciuti nel caso di specie) relativi alla diffusione in pubblico di fonogrammi, **a scopo di lucro, in discoteche, sale da ballo e locali serali**, in base alla quale, con il pagamento del compenso forfettario indicato in apposita tariffa annessa, gli esercenti associati a Confesercenti, in quanto soggetti responsabili dell'utilizzazione all'interno dei propri locali dei fonogrammi, adempiono integralmente gli obblighi imposti dall'art. 73 L.d.A.

Trattasi di una Convenzione che per Confesercenti costituiva un "atto dovuto", altrimenti, in mancanza delle riduzioni di tariffa ottenute, mettendosi gli associati nella condizione di dover pagare importi più alti di quelli corrisposti dagli associati di altre Organizzazioni ovvero di dover subire una sicura sconfitta in giudizio. Questa richiesta è pervenuta da diversi associati all'Associazione per non essere penalizzati.

Considerato che, con riferimento ai diritti connessi per la diffusione di musica d'ambiente in alberghi, pubblici esercizi e negozi, sono numerosissimi gli associati che fino a pochi giorni fa continuavano a ricevere richieste di pagamento da parte di SCF, di studi legali e/o di società di recupero crediti da essa incaricati e che, specialmente nel caso degli albergatori, il diritto connesso richiesto, relativo per la maggior parte dei casi a più annualità pregresse, cominciava ad avere un certo peso, se si considera anche l'aggiunta di interessi e spese, la Confesercenti, dopo aver posto all'attenzione delle Federazioni interessate e degli Organi direttivi confederali la questione se accedere o meno alla stipula della predetta Convenzione, tenuto conto di tutto quanto premesso, acquisito l'assenso dei predetti Federazioni ed Organi, ha deciso infine di siglare l'accordo. Trattasi, fra l'altro, di una decisione condivisa, a quanto si conosce, anche dalle Confederazioni degli artigiani maggiormente rappresentative a livello nazionale e che segue, a distanza di anni, l'analoga decisione presa da Confcommercio prima e da FIPE poi.

**La stipula della Convenzione mette gli associati Confesercenti appartenenti alle categorie dei pubblici esercizi e degli esercizi commerciali ed artigiani nella condizione di assolvere il diritto per il 2011 versando compensi notevolmente più bassi di quelli pretesi da SCF fino a tutto il 2010, nonché di sanare tutte le annualità pregresse (dal 2007 in poi) versando il 50% della tariffa richiesta per il 2010, senza l'aggiunta di interessi o altre somme richieste a vario titolo.**

**Ai titolari di strutture ricettive si consente di beneficiare della stessa scontistica di cui godono i colleghi associati alle omologhe Organizzazioni appartenenti ad altre Confederazioni da tempo stipulanti accordi con SCF, con la differenza che gli associati Asshotel Confesercenti potranno beneficiare della sanatoria per il pregresso versando il solo importo dovuto per il 2010 (decurtato del 30% in caso di attività stagionale), cui si applicherà lo sconto del 15% dovuto agli associati.**



I risultati ottenuti da Confesercenti con la lotta sindacale condotta nel corso degli ultimi anni hanno consentito anche a chi non sia legato a nessuna Organizzazione di poter vedere notevolmente abbattute le tariffe (ad esclusione, ovviamente, dell'applicazione delle riduzioni spettanti esclusivamente agli associati). Ed anche le Convenzioni sottoscritte dalle Organizzazioni già stipulanti accordi con SCF saranno "rivedute e corrette" in melius grazie ai risultati ottenuti da Confesercenti, salvo naturalmente che per il pagamento del pregresso, dal momento che la stipula delle Convenzioni da parte di tali Organizzazioni ha da tempo consentito ad SCF di incassare i diritti connessi dagli associati delle predette Associazioni, laddove gli associati Confesercenti avranno il beneficio di pagare solo dall'anno in corso e di sanare il passato con il pagamento di una sola annualità decurtata delle percentuali di sconto ottenute e meglio precisate nel seguito.

**Gli operatori associati ad altre Associazioni (che in questi anni sono stati invitati a pagare dai loro vertici e hanno pagato) e che godranno ora dei risultati ottenuti dalle battaglie di Confesercenti, che invece si era girata di traverso, potranno così valutare anche in questa vicenda la coerenza e l'impegno delle rispettive Associazioni a tutela dei loro interessi.**

## I CONTENUTI DELLA CONVENZIONE

La Convenzione, valida fino al 31/12/2013, riguarda la diffusione di musica d'ambiente, ossia "musica di sottofondo, non in primo piano e non ricollegabile in alcun modo all'attività propria dell'Esercizio", presso pubblici esercizi, esercizi commerciali, esercizi artigiani aperti al pubblico, acconciatori, strutture ricettivo-alberghiere.

A fronte del pagamento degli specifici compensi previsti dalle tabelle convenute con la Convenzione, SCF concede agli Esercenti che aderiranno:

- a) **il diritto di utilizzare Fonogrammi e Videoclip mediante la pubblica diffusione gratuita degli stessi sotto forma di Musica d'Ambiente**, attraverso qualsiasi apparecchio che diffonda musica contenuta in Fonogrammi, quale in via esemplificativa: apparecchi radio, apparecchi TV, apparecchi cd. "compatti", lettori CD, mp3 players, Personal Computer e simili, nonché mediante la diffusione di palinsesti musicali predisposti ad hoc;
- b) **il diritto di riprodurre ("diritto di copia") i Fonogrammi esclusivamente allo scopo di farne pubblica diffusione nei limiti e per le finalità di cui alla lettera a).**

## CRITERI DI CALCOLO DEI COMPENSI

**Pubblici esercizi, esercizi commerciali, artigiani, strutture ricettive:** i pubblici esercizi, come gli esercizi commerciali ed artigianali e come le strutture ricettive, vengono suddivisi in fasce tariffarie, a ciascuna delle quali viene applicata la relativa Tariffa di Riferimento. Le superfici prese a riferimento per la individuazione della fascia tariffaria sono quelle risultanti dalle autorizzazioni comunali (per gli alberghi numero di camere e classifica). Subordinatamente all'accettazione da parte di SIAE del mandato di SCF per la riscossione dei compensi per Musica d'Ambiente ed a condizione che gli Esercenti provvedano al pagamento del Compenso entro la data di scadenza del 28 Febbraio di ciascun anno solare (31 maggio per il 2011), **il compenso sarà determinato tenuto conto delle specifiche modalità di fruizione del repertorio previste dall'apposita tabella e sarà versato alla SIAE con addebito dei relativi diritti amministrativi di procedura. Verranno in seguito comunicate le modalità di pagamento stabilite dalla SIAE** (es. per un Bar da 0 a 100 mq che ha un apparecchio radio o una tv sono 18,00 euro all'anno).

**Compensi per attività stagionale:** gli Esercenti che gestiscono Esercizi aperti solo per parte dell'anno (imprese ad attività stagionale) possono richiedere l'applicazione di un compenso ridotto nelle misure che seguono:

- a) **Pubblici Esercizi - Acconciatori:** Esercizi aperti fino a sei mesi per anno solare pari al 60% della Tariffa di Riferimento; Esercizi aperti fino a tre mesi per anno solare pari al 40% della Tariffa di Riferimento
- b) **Strutture ricettivo-alberghiere, Esercizi Commerciali, Esercizi artigiani aperti al pubblico:** Esercizi aperti fino a otto mesi per anno solare pari al 70% della Tariffa di Riferimento.

**Manleva:** SCF s'impegna a manlevare gli Esercenti che effettueranno regolarmente i pagamenti nella misura e con le modalità di cui alla Convenzione da eventuali pretese avanzate da terzi in relazione ai diritti riconosciuti con il pagamento dei compensi dianzi stabiliti ed al periodo temporale per il quale i pagamenti stessi verranno effettuati.

## DIRITTO DI COPIA

Qualora un Esercente intenda ottenere la concessione in licenza del diritto di riproduzione, dovrà corrispondere a SCF un ulteriore compenso determinato in misura pari al 50% dei compensi. Laddove il compenso è determinato in base al tipo di apparecchio utilizzato, verrà preso come riferimento il compen-

so ad esso relativo, con esclusione di qualsiasi maggiorazione eventualmente dovuta per diffusori aggiuntivi, monitor e/o maxischermi.

## RIDUZIONI

**In ragione della collaborazione prestata da Confesercenti per la corretta applicazione della Convenzione e per effetto dell'ampia rappresentatività della categoria garantita dalla Confederazione, gli Esercenti Associati beneficeranno delle seguenti riduzioni:**

### Esercenti Pubblici Esercizi

- a) **riduzione del 15% dei compensi dovuti in base alla metratura, al tipo di apparecchio utilizzato e del carattere permanente o stagionale dell'attività svolta;**
- b) riduzione del 20%, in luogo del 15%, laddove gli Esercenti Associati abbiano corrisposto complessivamente, nell'anno solare precedente, un importo superiore a 100.000 euro ma inferiore a 200.000 euro; del 25%, laddove gli Esercenti Associati abbiano corrisposto complessivamente, nell'anno solare precedente, un importo superiore a 200.000 euro ma inferiore a 300.000 euro; del 30%, laddove gli Esercenti Associati abbiano corrisposto complessivamente, nell'anno solare precedente, un importo superiore a 300.000 euro.

**Per il primo anno di applicazione della Convenzione la riduzione viene riconosciuta nella misura del 20%.**

### Esercizi Commerciali ed Esercizi Artigiani aperti al pubblico

- a) **riduzione del 15% dei compensi dovuti in base alla metratura, al tipo di apparecchio utilizzato e del carattere permanente o stagionale dell'attività svolta;**
- b) riduzione del 20%, in luogo del 15%, laddove gli Esercenti Associati abbiano corrisposto complessivamente, nell'anno solare precedente, un importo superiore a 100.000 euro ma inferiore a 200.000 euro; del 25%, laddove gli Esercenti Associati abbiano corrisposto complessivamente, nell'anno solare precedente, un importo superiore a 200.000 euro ma inferiore a 300.000 euro; del 30%, laddove gli Esercenti Associati abbiano corrisposto complessivamente, nell'anno solare precedente, un importo superiore a 300.000 euro.

**Per il primo anno di applicazione della Convenzione la riduzione viene riconosciuta nella misura del 20%.**

### Strutture ricettivo-alberghiere

Riduzione del 15% dei compensi

dovuti in base alla classificazione ed al numero di stanze (es. un albergo stagionale fino a 50 camere - 3 stelle sono euro 70,60)

**Il pagamento dei compensi dovrà avvenire entro e non oltre il 28 febbraio di ciascun anno ovvero entro 30 giorni dall'apertura del nuovo Esercizio. I termini indicati si applicano anche alle attività stagionali. Limitatamente ai compensi dovuti fino all'anno solare 2011, il termine dianzi stabilito viene prorogato al 31 maggio 2011.**

**Resta inteso che, decorsa inutilmente la data di scadenza del pagamento, il compenso dovuto verrà comunque determinato sulla sola base della Tariffa di Riferimento, ed all'Esercente inadempiente, al quale non saranno riconosciute le riduzioni spettanti, verranno altresì applicati gli interessi moratori.**

## DISCIPLINA ANTECEDENTE IL 1° GENNAIO 2011

**SCF riterrà soddisfatta in via transattiva per il periodo antecedente il 1° gennaio 2011 ogni propria pretesa nei confronti di quegli Esercenti Associati che provvedano al regolare pagamento dei compensi dovuti per l'anno 2011 entro i termini previsti, e rinuncerà pertanto ad ogni eventuale richiesta a tale titolo nei confronti dei medesimi.**

In considerazione del rilevante impegno assunto da Confesercenti al fine di realizzare la più tempestiva ed estesa implementazione della Convenzione, resta espressamente convenuto che **gli Esercenti Associati nei confronti dei quali SCF abbia prima d'oggi avanzato contestazioni e/o emesso fatture (con specifico riguardo a quelle relative agli anni dal 2007 al 2010), sono ammessi alla regolarizzazione di quanto da essi dovuto per le utilizzazioni pregresse con il pagamento, entro il termine massimo del 31 maggio 2011, in aggiunta al Compenso relativo all'anno 2011, di un compenso onnicomprensivo così determinato:**

- a) **Strutture ricettivo-alberghiere: compenso pari alla tariffa 2010. Nel caso di strutture ad attività stagionale, il compenso verrà ridotto del 30%. Gli Esercenti Associati beneficeranno inoltre della riduzione del 15% spettante agli Esercenti Associati.**
- b) **Pubblici esercizi - Esercizi commerciali - Esercizi artigiani aperti al pubblico: compenso pari al 50% della tariffa dovuta per l'anno 2010;**
- c) **Parrucchieri - Barbieri - Estetisti: compenso pari a euro 25,00 più IVA.**

**COMPENSI PUBBLICI ESERCIZI AL NETTO DI IVA**

MQ	Tariffa di riferimento e radio in store	CRITERI TARIFFARI APPLICATI IN CASO DI RISCOSSIONE A CURA DI SIAE ENTRO TERMINI CONCORDATI	MQ	1 solo apparecchio radio oppure 1 solo apparecchio TV	1 radio + 1 TV	altro apparecchio*
0-100	€ 60,00		0-100	€ 18,00	€ 30,00	€ 45,00
101-200	€ 90,00		101-200	€ 27,00	€ 39,00	€ 55,00
201-400	€ 150,00		201-400	€ 50,00	€ 70,00	€ 80,00
oltre	€ 205,00		oltre	€ 75,00	€ 100,00	€ 125,00

\* Apparecchi CD. "Compatti" (inclusi di lettore audio/video e di apparecchio radio e/o TV): si applica il solo compenso relativo al lettore

Per il solo anno 2011: abbattimento del 50% delle maggiorazioni

**Stagionalità:**

6 mesi - 60% tariffa di riferimento  
3 mesi: 40% tariffa di riferimento

a) maggiorazione 10% per ogni diffusore aggiuntivo ai primi due/monitor staccato  
b) maggiorazione 10 euro per ogni schermo sup. a 37"

**COMPENSI ESERCIZI COMMERCIALI ED ESERCIZI ARTIGIANALI APERTI AL PUBBLICO AL NETTO DI IVA (ESCLUSO ACCONCIATORI) - tariffe per fasce di mq e per tipologia di utilizzo**

MQ	Tariffa di riferimento e radio in store	1 solo apparecchio radio oppure 1 solo apparecchio TV	1 radio + 1 TV	altro apparecchio*	radio in store
0-100	€ 60,00	€ 18,00	€ 30,00	€ 45,00	€ 60,00
101-200	€ 90,00	€ 27,00	€ 39,00	€ 55,00	€ 90,00
201-400	€ 150,00				
401-600	€ 205,00				
601-800	€ 265,00				
801-1000	€ 325,00				
1001-1200	€ 350,00				
1201-1500	€ 385,00				
1501-2000	€ 460,00				
2001-2500	€ 570,00				
2501-3000	€ 630,00				
3001-5000	€ 848,00				
5001-7000	€ 1.060,00				
7001-9000	€ 1.275,00				

\* Apparecchi CD. "Compatti" (inclusi di lettore audio/video e di apparecchio radio e/o TV): si applica il solo compenso relativo al lettore

**Stagionalità:**

per esercizi con apertura inferiori a 8 mesi per anno solare: 70% del compenso applicabile

Per i soli esercizi commerciali ed esercizi artigiani fino a 200 mq:

a) maggiorazione 10% per ogni diffusore aggiuntivo ai primi due/monitor staccato  
b) maggiorazione 10 euro per ogni schermo sup. a 37"

Per il solo anno 2011: abbattimento del 50% delle maggiorazioni

Ogni ulteriori 2.000 mq € 215,00

**COMPENSI ESERCIZI DI PARRUCCHIERI E BARBIERI (ACCONCIATORI) - ESTETISTI tariffe per fasce di mq e per tipologia di utilizzo**

MQ	Tariffa di riferimento e radio in store	CRITERI TARIFFARI APPLICATI IN CASO DI RISCOSSIONE A CURA DI SIAE ENTRO TERMINI CONCORDATI	MQ		1 solo apparecchio radio oppure 1 solo apparecchio TV	1 radio + 1 TV	altro apparecchio*
0-100	€ 60,00		0-100**	fascia A	€ 15,00	€ 15,00	€ 15,00
101-200	€ 90,00		0-100***	fascia B	€ 18,00	€ 30,00	€ 45,00
201-400	€ 150,00		101-200		€ 27,00	€ 39,00	€ 55,00
oltre	€ 205,00		201-400		€ 50,00	€ 70,00	€ 80,00
			oltre		€ 75,00	€ 100,00	€ 125,00

\* Apparecchi CD. "Compatti" (inclusi di lettore audio/video e di apparecchio radio e/o TV): si applica il solo compenso relativo al lettore

Per il solo anno 2011: abbattimento del 50% delle maggiorazioni

\*\* fascia A Esercizi che svolgono principalmente attività di acconciatura capelli ed estetica

\*\*\* fascia B Esercizi che svolgono principalmente altre attività

a) maggiorazione 10% per ogni diffusore aggiuntivo ai primi due/monitor staccato  
b) maggiorazione 10 euro per ogni schermo sup. a 37"

**Stagionalità:**

6 mesi - 60% tariffa di riferimento  
3 mesi: 40% tariffa di riferimento

**TARIFFE STRUTTURE RICETTIVO-ALBERGHIERE AL NETTO DI IVA**

APERTURA ANNUALE - diffusore di fonogrammi						
camere	fino a 25	fino a 50	fino a 100	fino a 250	oltre 250 per ogni 100 camere in più	
1 stella	61,63	67,24	78,44	89,64	5,60	
2 stelle	72,84	84,03	95,24	106,45	16,80	
3 stelle	95,24	100,85	112,04	134,47	28,01	
4 stelle	145,66	168,08	201,69	235,31	39,22	
5 stelle	224,11	257,72	302,53	347,36	50,43	

APERTURA ANNUALE - diffusore di fonogrammi						
1 stella	43,14	47,05	54,90	62,75	3,92	
2 stelle	50,99	58,83	66,66	74,52	11,78	
3 stelle	66,66	70,60	78,44	94,13	19,61	
4 stelle	101,96	117,65	141,18	164,70	27,45	
5 stelle	156,88	180,40	211,78	243,14	35,30	

**Stagionalità:** apertura fino a 8 mesi per anno solare 70% del compenso annuale

A cognizione dell'avvenuto pagamento dei compensi di cui alle lettere a), b) e c) che precedono, SCF provvederà ad emettere i conseguenti documenti fiscali rettificativi e rinuncerà ad ogni ulteriore richiesta a tale titolo nei confronti dei medesimi. Con riguardo a quegli Esercenti Associati nei confronti dei quali SCF abbia prima d'oggi promosso azioni in giudizio, qualora gli stessi provvedano al regolare pagamento dei compensi dovuti per l'anno 2011 entro i termini, SCF rinuncerà ad ogni ulteriore pretesa nei loro confronti per il periodo antecedente a condizione che tali Esercenti dichiarino altresì a SCF - entro il termine massimo del 31 maggio 2011 - la propria volontà di rinunciare alla lite, con spese legali reciprocamente compensate. **Per chiarimenti e per tutte le informazioni sulle modalità di pagamento e le relative tabelle per categorie sono a disposizione presso tutte le sedi dell'Associazione.**

# Nuovi vincoli all'utilizzo in compensazione di crediti erariali (D.L. n. 78/2010, art. 31)

A decorrere dal **1° gennaio 2011** sono entrate in vigore nuove limitazioni per le compensazioni in presenza di imposte iscritte a ruolo. La Manovra Correttiva 2010, infatti, ha vietato la **compensazione dei crediti relativi alle imposte erariali, fino a concorrenza dell'importo dei debiti, di ammontare superiore a 1.500 euro, iscritti a ruolo per imposte erariali e relativi accessori, e per i quali è scaduto il termine di pagamento.** In pratica, finalità della disposizione è quella di evitare che i contribuenti compensino crediti erariali (IVA, IRPEF, IRAP, IRES, ecc.), nel modello F24, qualora siano debitori verso l'erario di importi iscritti a ruolo, in relazione a imposte erariali. Il suddetto limite di 1.500 euro deve ritenersi costituito dall'ammontare complessivo degli importi iscritti a ruolo e non pagati, anche se i debiti derivanti dalle singole cartelle di pagamento non superano tale soglia (ad esempio, il divieto opera in presenza di una cartella di pagamento scaduta per 1.000 euro a titolo di IRPEF e di un'altra per 900 euro a titolo di IVA). Il 18 febbraio è stato pubblicato il decreto del Ministero dell'Economia datato 10 febbraio che attua il nuovo regime delle compensazioni. Quindi ora i contribuenti che hanno arretrati con l'agente della riscossione possono eliminare i debiti erariali mediante la compensazione. Se il debito con l'agente della riscossione è superiore a 1.500 euro prima occorre pagarlo anche mediante compensazione e poi si potrà utilizzare il residuo credito per altre compensazioni. Qualora i crediti erariali superino l'importo dei debiti iscritti a ruolo e non pagati, la compensazione deve ritenersi ammessa solo dopo aver pagato o compensato il debito con l'agente della riscossione, ad esempio credito irpef 10.000 euro, debito iva iscritto a ruolo e non pagato per 6.000 euro, in tal caso sarà possibile utilizzare in compensazione il credito Irpef residuo di 4.000 euro solo dopo aver compensato il debito iva iscritto a ruolo per euro 6.000.

- **Non sussiste alcun divieto alla compensazione** in presenza di importi iscritti a ruolo e non pagati di **importo pari o inferiore a 1.500 euro.**
- Ai fini dell'applicazione del divieto di compensazione deve essere scaduto il termine di pagamento della cartella, ovvero deve essere **decorso il termine di 60 giorni dalla notifica della cartella di pagamento.**
- Qualora sia intervenuta, invece, l'ipotesi di sospensione della riscossione o concessione di regolare il pagamento delle rate a seguito di dilazione delle somme iscritte a ruolo ex art. 19, DPR n. 602/73, non potrà configurarsi un inadempimento del contribuente per i debiti iscritti a ruolo.
- In relazione agli importi a debito iscritti a ruolo, si noti che per **"accessori" delle imposte erariali** si intendono: gli interessi e le sanzioni.
- La disposizione in esame è circoscritta ai **crediti e debiti relativi alle sole imposte erariali** (ad esempio, IRPEF, IRES, IRAP, IVA, ecc.).
- Alla luce di quanto sopra sono, pertanto, escluse dall'ambito applicativo del divieto le altre imposte, quali: i tributi locali (es. IC); i contributi previdenziali (es. INPS dipendenti, artigiani, commercianti, gestione separata ex L. 335/95); i premi **INAIL** contro gli infortuni sul lavoro e le malattie professionali; le **sanzioni amministrative** riscosse tramite ruolo (es. per violazioni al Codice della strada).
- In caso di inosservanza del divieto, sarà applicata una **sanzione pari al 50% dell'importo indebitamente compensato**, calcolata sull'intero ruolo compreso di sanzioni, interessi e aggio. La sanzione non potrà essere applicata fino al momento in cui sull'iscrizione a ruolo penda una contestazione giudiziale o amministrativa e non potrà essere comunque superiore al 50% di quanto indebitamente compensato.

**COMUNICAZIONE DELLE OPERAZIONI RILEVANTI AI FINI IVA SUPERIORI A 3.000 EURO (Art. 21, D.L. n. 78/2010 - conv. con modif. L. n. 122/10 - Provvedimento Agenzia Entrate del 22/12/2010)**

Il D.L. n. 78/2010 ha introdotto l'obbligo di **comunicare telematicamente tutte le operazioni rilevanti ai fini IVA di importo pari o superiore a 3.000 euro.**

## SOGGETTI OBBLIGATI

Sono obbligati alla comunicazione in esame tutti i soggetti

passivi ai fini dell'imposta sul valore aggiunto i quali effettuano operazioni rilevanti ai fini di tale imposta, così come successivamente individuate.

## OGGETTO DELLA COMUNICAZIONE

Oggetto della comunicazione sono:

- **le cessioni di beni,**
- **e le prestazioni di servizi rese e ricevute,** dai soggetti passivi IVA, di importo pari o superiore a **3.000 euro al netto dell'imposta.**

Per le **operazioni IVA per le quali non ricorre l'obbligo di emissione della fattura (documentate quindi da scontrini o ricevute fiscali), il predetto limite è elevato a 3.600 euro al lordo dell'imposta sul valore aggiunto applicata.** Ai fini di verificare il limite al raggiungimento del quale scatta l'obbligo di effettuare la comunicazione, occorre considerare che in caso di contratti di appalto, fornitura, somministrazione o altri contratti da cui derivano corrispettivi periodici, l'operazione è da comunicare qualora i corrispettivi dovuti in un anno solare siano complessivamente di importo pari o superiore a 3.000 euro. Inoltre, qualora siano stipulati più contratti tra loro collegati, ai fini del calcolo del limite, si considera l'ammontare complessivo dei corrispettivi previsti per tutti i predetti contratti.

## CASI PARTICOLARI

Nei casi di operazioni straordinarie o altre trasformazioni sostanziali soggettive, avvenute durante il periodo cui si riferisce la comunicazione, è necessario distinguere le seguenti ipotesi:

- a) soggetto che, per effetto dell'operazione straordinaria, **si è estinto:** il **subentrante** deve trasmettere la **comunicazione contenente anche i dati** delle operazioni effettuate dal **soggetto estinto;**
- b) soggetto che, per effetto dell'operazione straordinaria, **non si è estinto:** la comunicazione deve essere **presentata dallo stesso.**

## OPERAZIONI ESCLUSE

Sono escluse dall'obbligo di comunicazione le seguenti operazioni:

- importazioni;
- esportazioni di cui all'art. 8, comma 1, lettere a) e b) del D.P.R. n. 633/72;
- le cessioni di beni e le prestazioni di servizi effettuate e ricevute, registrate o soggette a registrazione, nei confronti di operatori economici aventi sede, residenza o domicilio in Paesi cosiddetti **black list;**
- operazioni che hanno **costituito oggetto di comunicazione all'Anagrafe tributaria,** ai sensi dell'art. 7 del D.P.R. n. 605/73 (si pensi ad esempio a quelle di amministratori di condominio e istituti finanziari).

## TERMINI DI INVIO COMUNICAZIONE TELEMATICA

I soggetti passivi IVA tenuti all'adempimento in esame **effettuano la comunicazione entro il 30 aprile dell'anno successivo a quello di riferimento,** mediante utilizzo del servizio telematico Entratel o Internet (Fisconline) in relazione ai requisiti da essi posseduti per la presentazione telematica delle dichiarazioni. Si evidenzia che è consentita la trasmissione di una comunicazione in sostituzione di un'altra precedentemente inviata, purché essa si riferisca al medesimo periodo e la sostituzione avvenga, previo annullamento della precedente comunicazione, non oltre 30 giorni dalla scadenza del termine previsto per la trasmissione dei dati.

## DISCIPLINA TRANSITORIA

In fase di prima applicazione l'Agenzia delle Entrate ha disposto una disciplina transitoria, per effetto della quale,



per il periodo d'imposta 2010:

- la **comunicazione è limitata alle sole operazioni soggette all'obbligo di fatturazione** (non vanno pertanto comunicate le operazioni documentate da scontrino e/o ricevuta fiscale);
- l'importo di **3.000 è stato elevato a 25.000 euro (al netto dell'IVA);**
- l'**invio telematico della comunicazione** può essere effettuato **fino al 31 ottobre 2011.**

Limitatamente alle sole operazioni rilevanti ai fini IVA per le quali **non ricorre l'obbligo di emissione della fattura, sono altresì escluse dalla comunicazione le operazioni effettuate fino al 30 aprile 2011.**

## ELEMENTI DA INDICARE NELLA COMUNICAZIONE

Nella comunicazione vanno indicati, per ciascuna cessione o prestazione: l'anno di riferimento; la partita IVA o, in mancanza, il codice fiscale del cedente, prestatore, cessionario o committente; per i soggetti non residenti nel territorio dello Stato e privi di codice fiscale i dati di cui all'art. 4, co. 1, lett. a) e b), del DPR n. 605/73 (se persona fisica il cognome e il nome, il luogo e la data di nascita, il sesso e il domicilio fiscale, se soggetti diversi dalle persone fisiche, la denominazione, la ragione sociale o la ditta, il domicilio fiscale); i corrispettivi dovuti dal cessionario o committente, o al cedente o prestatore, secondo le condizioni contrattuali, e l'importo dell'imposta sul valore aggiunto applicata o la specificazione che trattasi di operazioni non imponibili o esenti; per le operazioni rilevanti ai fini dell'imposta sul valore aggiunto per le quali non ricorre l'obbligo della fattura, i corrispettivi comprensivi dell'imposta sul valore aggiunto applicata. Per le operazioni non soggette all'obbligo di fatturazione dovranno essere indicati i dati identificativi del committente o del commissionario ed i corrispettivi saranno comprensivi dell'iva.


## AUTORIZZAZIONE PER OPERAZIONI INTRA-UE

La "Manovra correttiva" al fine di adeguare la normativa nazionale a quella comunitaria ha introdotto a partire dal 2011 una specifica autorizzazione dall'Agenzia delle Entrate per poter effettuare operazioni in ambito UE. La nuova disciplina prevede che i soggetti che intendono effettuare operazioni intraUE devono ottenere dall'Agenzia delle Entrate una specifica autorizzazione a seguito della quale avviene l'iscrizione nell'archivio dei soggetti autorizzati (VIES). **Tutti i soggetti in attività che hanno presentato i modelli Intra-stat relativi agli anni 2009 o 2010 sono esclusi dalla richiesta dell'autorizzazione in quanto, essendo già iscritti, rimarranno inseriti nell'archivio. Tutti i soggetti in attività che non hanno presentato i modelli Intra-stat relativi agli anni 2009 o 2010 saranno cancellati automaticamente dall'archivio entro il 28/02/2011, quindi chi intende effettuare nell'anno 2011 operazioni intraUE deve presentare un'apposita istanza all'Agenzia delle Entrate con l'indicazione degli importi presunti di acquisti o cessioni entro il 29/01/2011.**

## TABELLA RIEPILOGATIVA


	DISCIPLINA TRANSITORIA	DISCIPLINA ORDINARIA
OPERAZIONI CON OBBLIGO DI FATTURA	per il 2010 comunicazione per operazioni di importo superiore a 25.000 euro (al netto di IVA) TERMINI: ENTRO IL 31/10/2011	Dal 2011 comunicazione per operazioni di importo superiore a 3.000 euro (al netto di IVA) TERMINI: ENTRO IL 30/4/2012
OPERAZIONI SENZA OBBLIGO DI FATTURA	nessun adempimento	nessun adempimento per operazioni effettuate fino al 30/4/2011 comunicazione per operazioni effettuate dal 1/5/2011 di importo superiore a 3.600 euro (al lordo dell'IVA) TERMINI: ENTRO IL 30/4/2012

stico, ovviamente per impattare questo mercato dalle caratteristiche particolari. La nostra Regione aveva ancor più esplicitato il concetto, affermando sostanzialmente che la Giunta regionale avrebbe individuato i comuni ad economia prevalentemente turistica e le città d'arte, prevedendo, di norma, che questa possibilità si applicasse alle sole parti del territorio comunale in cui erano rilevanti tali caratteristiche e per i periodi del maggior afflusso turistico. Ora non è ancora chiaro se la fregatura risiedesse in quel "di norma" o se la degenerazione, rapidamente avviata, sia esclusivamente frutto della subitanea volontà di assecondare outlet e centri commerciali. Ma quanto è accaduto in questi anni, se non avesse determinato danni sostanziali alle piccole e medie imprese esistenti, rasenterebbe la pura comicità. Si è iniziato con l'outlet autorizzato in aperta campagna con deroga

 segue dalla prima pagina

### Iper e centri...

tematiche come lo sviluppo sostenibile, l'impatto ambientale, l'ecologia. Fattori questi che si scontrano duramente con le politiche dei centri commerciali che invece adoperano (e consumano) molto territorio per insediarsi, che hanno bisogno di grandi parcheggi, che utilizzano grandi riserve di energia. I centri commerciali di fronte a questi primi segnali preoccupanti non stanno certo fermi e per compensare il calo di frequenze stanno riorganizzando un grande lavoro di marketing, aumentando l'offerta con una politica dei prezzi sempre più aggressiva, proponendo sconti quasi quotidiani anche nel settore tessile e dell'abbigliamento. Tuttavia la strada sembra ormai tracciata, i consumatori paiono aver ritrovato il piacere di fare spesa nei piccoli negozi e riprendono a frequentare i negozi di prossimità. Il 2011 si annuncia forse un anno difficile per le grandi strutture che per la prima volta si trovano nella condizione di dover recuperare frequenze e consumi, in una situazione generale di crisi anche di disaffezione dei consumatori.

 segue dalla prima pagina

### Dossier Confesercenti ...

come si può constatare dal rapporto sulle 100 tasse l'elenco è lungo: si va dalla tassa sui gradini e ballatoi a quella sull'ombra che invade suolo pubblico (perché allora non far pagare anche chi passa sotto la tenda?); si va da quella sulla raccolta dei funghi a quella sulle suppliche, alla gabella sugli sposi per celebrare matrimoni nei comuni. Non si scherza nemmeno con la burocrazia, con balzelli continui sui certificati, sulla giustizia, su ogni sorta di autorizzazione. Ci sono pure imposte per le quali sarebbe legittimo indignarsi come quella sulla... disoccupazione per i concorsi pubblici, o quella sui debiti come l'imposta ipotecaria, o l'imposta regionale per gli studenti universitari. Per non parlare delle cosiddette tasse macabre che non risparmiano nulla dai tumuli ai lumini. Un'attenzione particolare va poi rivolta al capitolo del fisco lunare: ogni anno in Italia si deve fare i conti con 62.500 norme tributarie. Insomma il mondo delle tasse, come si può evincere dai casi sottoposti, non risparmia proprio nulla: divertimenti, movimenti (auto, aerei, treni), discariche, fogne, ascensori, lampioni, tv, frigoriferi, insegne, musica nei locali e così via. Anzi nel nostro Paese diventa un pericolo persino... inventare visto che ogni brevetto è colpito da 3 tasse. Archimede e Galileo sarebbero certamente fuggiti all'estero. Al momento del voto, Governi, Regioni, enti locali, tutti si presentano come innovatori: vogliono semplificare, ridurre la pressione fiscale. Verrebbe voglia di dire: chiediamogli davvero conto delle loro affermazioni, mettiamo una "tassa" salata sulle promesse non mantenute. E pensare che ancora uno dei controlli maggiori che viene effettuato nelle attività riguarda l'emissione degli scontrini fiscali, scontrini che dovevano essere superati con l'entrata a regime degli studi di settore. Cosa che non è avvenuta. I marinai si offendono se vengono citati per le ripetute e mancate promesse ministeriali. Per non parlare di certe rigide interpretazioni delle Agenzie delle entrate con gli accertamenti sui redditi aziendali dei giorni nostri. Questo spesso solo per fare cassa. La Confesercenti resterà attiva e presente su questi ed altri nodi fiscali e rimane comunque speranzosa sulla possibilità di avere al più presto una riforma che, fra l'altro, faccia giustizia di questo bestiario fiscale" così come per lo snellimento degli adempimenti contabili a carico delle imprese. L'intero rapporto è sul sito internet dell'associazione.

all'obbligo di chiusura domenicale e festiva valida per tutto l'anno, motivata dall'esistenza in zona di una chiesetta sconosciuta, inizialmente coperta di rovi, sconosciuta anche ai vicini contadini, notoriamente cattolici praticanti. Fino alle recenti vicende di Faenza, dove, non ce ne vogliono gli amici faentini, in una delle zone più brutte e prive di qualsiasi attrattiva della Romagna, a meno che non si vada a caccia di odori originali, ancorché tipici e penetranti, potrà, a breve, insediarsi un altro outlet, con garantita deroga annuale per l'apertura domenicale e festiva, motivata, tra l'altro, dal fatto che sarà lo stesso outlet ad originare una nuova tipologia di turismo, quello commerciale. Colpa certamente dell'italiano e delle mille sfaccettature a cui lo si può piegare e modulare. Ma evidente è la responsabilità di chi ci amministra a livello regionale, che ha consentito quest'andazzo. Infatti i nostri illuminati amministratori regionali hanno ben pensato, a fronte di proposte immotivate, di accedere al regime di deroga alle chiusure domenicali e festive, formulate dai diversi comuni emiliano-romagnoli, accompagnate dal parere contrario delle associazioni di categoria, di dare un primo, dignitoso, diniego. Ma se la richiesta viene reiterata dal comune proponente la risposta della Regione cambia e al secondo giro diventa positiva. In effetti il tutto rientra in un comportamento tipicamente italiano, di cui per la verità non pochi si vergognano ed al quale molti di più dovrebbero prestare attenzione e trarne giudizio. Tutta questa successione di accadimenti, favorendo diffuse aperture domenicali, ha fortemente mutato le abitudini d'acquisto dei consumatori, costringendo le piccole e medie imprese a fare i conti con un problema sempre crescente, quello cioè della competizione non solo su prezzi e prodotti, ma anche sugli orari di apertura al pubblico. Un terreno di sfida che non piace, perché aggiunge costi, peggiora la qualità della vita dei commercianti e dei loro dipendenti, per le famiglie degli uni e degli altri. Eppure si tratta di un cambiamento delle regole del gioco che costringe chiunque voglia restare in partita, seppur malvolentieri, ad adattarsi. A questo punto si pone il problema di dovere, come sistema, trovare le risposte giuste, compatibili con la struttura delle imprese che Confesercenti tipicamente rappresenta, cioè il mondo delle piccole imprese.

Le nostre imprese, ovviamente, non hanno, da sole la capacità di attrarre turismo commerciale. Quindi possono restare aperte nelle giornate festive o domenicali, solo se insediate in autentiche località turistiche o nelle zone delle città d'arte, veramente percorse da flussi turistici. Ma se e quando operano in luoghi diversi e non vogliono o non possono più, per la tipologia di prodotti che vendono, rinunciare alle quote di mercato che inesorabilmente si muovono nei giorni festivi e domenicali, pena la chiusura, occorre aiutarle a prendere l'iniziativa per competere. Confesercenti non deve rinunciare a denunciare la doppiezza e la responsabilità di chi ci amministra e ci ha messo in questa condizione, e lo deve fare cercando di trovare nuovi interlocutori che vogliono ascoltarci, per modificare sia il quadro normativo che il penoso andazzo. Ma contemporaneamente non può abbandonare anche chi, pur con queste disgraziate regole, vuole comunque combattere e difendere, anche cambiando, il proprio spazio imprenditoriale. Non esiste un'unica risposta, buona per tutte le imprese e per tutti i luoghi dove queste sono insediate, ne esiste un numero minimo o massimo di aperture domenicali e festive che si possa concedere a somma di quanto prevede la legge Bersani, cioè quelle del mese di dicembre più altre otto, che possa valere a miglior tutela delle nostre imprese, sull'intero territorio regionale. Se avessimo amministratori meritevoli della nostra stima, dovrebbero esistere una serie di tavoli dove persone serie trovano risposte equilibrate, che consentano alle nostre imprese di avere un futuro, nell'ambito di un sistema che non demolisca la propria credibilità, dando risposte che paiono degne di Zelig, l'apice del cabaret televisivo. A proposito del quale vale la pena citare un pezzo apparso su "IL FOGLIO.IT" diretto da Giuliano Ferrara, il 17 febbraio scorso, intitolato "Libera domenica in libero stato" e che, guarda caso, suggerisce una nuova legge nazionale composta di un unico articolo che dovrebbe stabilire che: "Nessuna amministrazione dello stato può imporre gli orari di apertura e di chiusura dell'attività commerciale al pubblico". Se a leggere l'intero testo dell'articolo alla nazione, fosse l'Assessore Palmiro Cangini, qualcuno potrebbe anche ridere. Noi e la stragrande maggioranza dei nostri associati, sicuramente no.

## Altro che scossa all'economia!

Dopo mesi di impressionante silenzio se non di vuoto, erano stati annunciati, e in pompa magna, provvedimenti di grande rilievo per rilanciare il sistema economico. Provvedimenti chiesti da tempo dal mondo economico e produttivo. A ben guardare il testo dei provvedimenti, le buone intenzioni non si sono tradotte in granché. In qualche caso addirittura sono stati ipotizzati interventi controproducenti e contro alcune categorie del commercio che da anni fanno anche gli esattori per conto dello Stato (benzinai, tabaccai) senza particolari ritorni. Più che modifiche costituzionali, peraltro di dubbia efficacia, al Paese servono ben altre iniziative per imprimere una scossa all'economia. La crisi non è passata e il fattore tempo è decisivo per consentire agli imprenditori di cogliere i primi segnali della ripresa. Per questo servono misure immediatamente e concretamente spendibili dalle imprese. Razionalizzazioni, semplificazioni ed efficienza della pubblica amministrazione vanno bene purché dagli annunci si passi ai fatti. E si ascoltino le istanze e le aspettative delle categorie. Lo facciamo sia il governo (che ne ha la prima responsabilità oltre che l'onere) che l'opposizione superando anche impostazioni assurde, se non quasi punitive nei confronti del lavoro autonomo. I problemi veri del paese vanno risolti e sono la priorità delle priorità, altro che con i negozi aperti la domenica tutto l'anno o con i giornali e i tabacchi dal benzaio.



**CONFESERCENTI** Cesena Forlì Ravenna

**COMMERCIO & TURISMO** n.1 ROMAGNOLLO

Proprietario: Confesercenti provinciale forlivese  
Autorizzazione tribunale di Forlì n. 6/2004 - Autorizzazione del tribunale di Ravenna n. 1226/2004  
Redazione: 47100 Forlì - Via Grado n. 2 - tel. 0543 375701  
Direttore Responsabile Giancarlo Corzani  
Recapito Confesercenti Ravenna, Piazza Bernini 7, tel. 0544 292711  
Recapito Confesercenti Cesena, Via Roverella 1, tel. 0547 361711  
Stampa Tipografia Moderna Ravenna  
Hanno collaborato a questo numero:  
da Ravenna Roberto Lucchi, Giancarlo Melandri, Barbara Montani;  
da Cesena Gianpiero Giordani, Graziano Gozi, Angelo Spanò;  
da Forlì Giancarlo Corzani, Lores Frignani.  
Chiuso in tipografia il 1° Marzo 2011