

# Indice

## **Parte Prima** **IL DIRITTO D'AUTORE**

<b>1</b>	<b>Il diritto d'autore</b>	<b>3</b>
1.1	Premessa	5
1.2	La natura giuridica del diritto d'autore	8
1.3	La creatività dell'opera	9
1.4	Oggetto della protezione	12
1.5	I soggetti	13
1.6	Acquisto del diritto	15
1.7	Contenuto del diritto d'autore	16
	1.7.1 Diritto morale dell'autore – 1.7.2 Diritto patrimoniale d'autore	
1.8	L'utilizzazione economica dei diritti	21
1.9	Trasferimento dei diritti di utilizzazione	22
1.10	Capacità dell'autore	23
1.11	Forma dei contratti e conflitto tra più aventi causa	23
1.12	Ritiro dell'opera dal commercio	24
1.13	La tutela patrimoniale del diritto d'autore	25
	1.13.1 Forme di tutela – 1.13.2 Contraffazione e plagio – 1.13.3 L'attività cautelare – 1.13.4 Il Registro pubblico generale delle opere della Legge sul diritto d'autore – 1.13.5 La SIAE	
1.14	I diritti connessi	32
1.15	Il contratto di edizione	33
	1.15.1 Contratto di edizione e fallimento – 1.15.2 Il compenso dell'autore – 1.15.3 Estinzione del contratto di edizione	
1.16	Progetti di lavori	37
1.17	Interpreti ed esecutori	39
1.18	Il software	40

1.19	Opere fotografiche	42
1.20	Le banche dati	42
1.21	Le opere del disegno industriale	45
<b>2</b>	<b>Trattamento fiscale ai fini delle imposte dirette dei compensi percepiti dagli autori</b>	<b>47</b>
2.1	Diritti d'autore	48
2.2	Opere collettive	49
2.3	Tassazione dei diritti d'autore	51
	2.3.1 Base imponibile – 2.3.2 Ritenute	
2.4	La collaborazione a giornali, riviste, enciclopedie e simili	56
2.5	L'autore editore di se stesso	62
2.6	Diritto d'autore e royalties per utilizzo delle testate editoriali: le Convenzioni contro le doppie imposizioni e la Direttiva 2003/49/CE	64
<b>3</b>	<b>Trattamento ai fini IVA delle opere dell'ingegno</b>	<b>71</b>
3.1	Premessa	72
3.2	Diritti d'autore	72
3.3	Proprietà industriali	74
3.4	Diritti di immagine, riprese televisive e trasmissioni radiofoniche	75
3.5	Territorialità	75

## **Parte Seconda**

### **I SOGGETTI DEL SETTORE E LA DIFFUSIONE DEI PRODOTTI EDITORIALI**

<b>4</b>	<b>La diffusione dei prodotti editoriali</b>	<b>81</b>
4.1	Premessa	82
4.2	Natura giuridica dei rapporti editore-distributore-rivenditore di quotidiani e periodici	82
4.3	Il contratto estimatorio	87
	4.3.1 Individuazione del momento in cui si verifica il trasferimento della proprietà – 4.3.2 L'ipotesi in cui l'accipiens trattiene le cose – 4.3.3 Conto deposito e conto assoluto – 4.3.4 Clausola di resa	

---

<b>5</b>	<b>Le rilevazioni contabili</b>	95
5.1	Premessa	96
5.2	Le rilevazioni contabili del distributore e del rivenditore di prodotti editoriali	96
	5.2.1 Conto deposito – 5.2.2 Conto assoluto	
5.3	Le rilevazioni contabili dell'editore	107
	5.3.1 Conto deposito – 5.3.2 Conto assoluto – 5.3.3 La contabilizzazione dell'IVA	
5.4	La gestione documentale dei prodotti editoriali presso terzi	113
<b>6</b>	<b>Il bilancio e le imposte dirette sul reddito</b>	117
6.1	Il principio di derivazione rafforzata	118
	6.1.1 La disapplicazione del comma 1 dell'art. 109 TUIR – 6.1.2 La disapplicazione del comma 2 dell'art. 109 TUIR – 6.1.3 IFRS 15 e vendite con diritto di reso – 6.1.4 Contratto estimatorio	
6.2	Editori	128
	6.2.1 Il bilancio dell'editore – 6.2.2 I costi di realizzazione del numero zero – 6.2.3 Valutazione dei libri in rimanenza – 6.2.4 Valutazione dei giornali e periodici in rimanenza – 6.2.5 La procedura per la distruzione di prodotti editoriali	
6.3	Distributori e rivenditori di prodotti editoriali	140
	6.3.1 Distributori – 6.3.2 Rivendite di prodotti editoriali: edicole e librerie	
6.4	La tassa etica	173
<b>7</b>	<b>L'imposta sul valore aggiunto nel settore editoriale</b>	175
7.1	Il regime speciale IVA per il commercio di prodotti editoriali	177
	7.1.1 Ambito soggettivo – 7.1.2 Ambito oggettivo – 7.1.3 Prezzo di copertina – 7.1.4 Esclusioni dall'ambito oggettivo di applicazione del regime speciale	
7.2	Aliquota applicabile	183
7.3	L'individuazione dei periodici e dei libri a cui sia possibile applicare l'aliquota agevolata del 4%	187
	7.3.1 I periodici – 7.3.2 La Direttiva comunitaria e l'aliquota ridotta per i prodotti editoriali – 7.3.3 La normativa nazionale e l'aliquota ridotta per i prodotti editoriali – 7.3.4 I libri	
7.4	La registrazione dei periodici e l'identificazione con codici ISSN e ISBN dei prodotti editoriali	195
7.5	Criteri di determinazione dell'imposta nel regime speciale IVA editoria	197

7.5.1 Metodo della resa forfetaria – 7.5.2 I supporti integrativi – 7.5.3 Ricommercializzazione della resa – 7.5.4 Determinazione dell'imposta in base alle copie vendute – 7.5.5 Cessioni di giornali quotidiani, periodici e libri unitamente a beni diversi dai supporti integrativi – 7.5.6 Criteri di determinazione del rapporto costo-prezzo e imputazione dell'aliquota propria di ciascuno dei beni – 7.5.7 Pubblicazioni occasionalmente vendute con altri beni	
7.6 La cessione congiunta di beni con aliquote diverse nel regime ordinario	214
7.6.1 Le regole comunitarie e l'interpretazione della Corte di Giustizia –	
7.6.2 Conclusioni	
7.7 Fatturazione elettronica	220
7.8 Agenzie di stampa	222
7.9 Pagine giornalistiche	223
7.10 Pubblicazioni edite da associazioni senza fini di lucro	224
7.11 Cessione di pubblicazioni estere a biblioteche universitarie	225
7.12 Prodotti editoriali per non vedenti	226
7.13 Agende – diari	226
7.14 Intermediari con rappresentanza di prodotti editoriali	228
7.15 Operazioni con l'estero	229
7.15.1 Cessioni intracomunitarie di prodotti editoriali – 7.15.2 Acquisti intracomunitari di prodotti editoriali – 7.15.3 Importazioni – 7.15.4 Esportazioni – 7.15.5 Trasferimenti di beni in depositi presso terzi: contratto estimatorio e consignment stock nelle operazioni con l'estero	
7.16 Stampa per committente estero	250
7.17 Scontrino fiscale e certificazione dei corrispettivi	250
7.18 Distributori stampa: operazioni di trasporto, tralzo e strillonaggio	251
7.19 Distributori e rivenditori di prodotti editoriali: detrazione e rimborso IVA	252
7.19.1 La compensazione e il rimborso del credito IVA	
7.20 Pro-rata di detrazione in presenza di regimi monofase	255
7.21 La cessione dei prodotti editoriali invenduti come carta da macero	256
7.22 Il commercio di libri e prodotti editoriali usati	257
7.23 I giornali gratuiti	258
7.24 House organ	259
7.25 Prodotti editoriali per bambini	260
7.26 E-book e prodotti editoriali elettronici	263
7.27 Le banche dati online	265
7.28 Cessione di testata giornalistica	268

---

<b>8</b>	<b>Imposta di bollo e imposta sulla pubblicità</b>	275
8.1	Imposta di bollo	276
8.2	Imposta sulla pubblicità	277

**Parte Terza**  
**EDITORIA MULTIMEDIALE**

<b>9</b>	<b>Editoria multimediale, commercio elettronico, nuove professioni digitali</b>	281
9.1	Editoria digitale e multimediale	282
9.2	Commercio elettronico	283
	9.2.1 Brevi considerazioni giuridiche – 9.2.2 Imposta sul valore aggiunto	
9.3	Nuove professioni digitali	306

**Parte Quarta**  
**NORMATIVA DEL SETTORE EDITORIALE**

<b>10</b>	<b>La legge sull'editoria e il Registro degli operatori di comunicazione</b>	315
10.1	Il pluralismo dell'informazione	316
10.2	La legge sull'editoria	319
	10.2.1 Titolarità delle imprese editrici – 10.2.2 Il trasferimento di azioni o quote di società editrici – 10.2.3 La concentrazione nella stampa quotidiana – 10.2.4 Cessazione di testata giornalistica – 10.2.4 Imprese concessionarie di pubblicità	
10.3	La registrazione delle pubblicazioni	324
10.4	Indicazioni obbligatorie sugli stampati	326
10.5	Le pubblicazioni online	326
10.6	Il deposito legale dei documenti di interesse culturale destinati all'uso pubblico	328
10.7	Autorità per le garanzie nelle comunicazioni	330
	10.7.1 Il Registro degli operatori di comunicazione (ROC) – 10.7.2 Comunicazione annuale al ROC – 10.7.3 Informativa economica di sistema – 10.7.4 Il contributo all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni	

10.8	Sintesi dei principali adempimenti per la pubblicazione di un libro e di un periodico	341
<b>11</b>	<b>Provvidenze e crediti di imposta per lo sviluppo del settore editoriale</b>	343
11.1	La riforma del sistema dei contributi diretti per le imprese editrici	344
11.2	I contributi diretti	345
	11.2.1 Contributi alle imprese editrici di quotidiani e periodici – 11.2.2 Contributi alle imprese editrici di quotidiani italiani diffusi all'estero – 11.2.3 Imprese editrici di periodici diffusi all'estero – 11.2.4 Editoria speciale periodica per non vedenti e ipovedenti – 11.2.5 Editoria speciale periodica a tutela dei consumatori e degli utenti	
11.3	Tariffe postali agevolate	356
11.4	Premi e menzioni speciali per le pubblicazioni periodiche di elevato valore culturale	357
11.5	Fondo di sostegno all'editoria e CIGS per crisi aziendale e per riorganizzazione delle imprese	358
11.6	Credito d'imposta sugli investimenti pubblicitari incrementali	360
11.7	Credito d'imposta a favore delle librerie	364
11.8	Credito d'imposta per le edicole	367
11.9	Bonus cultura	367
11.10	Credito di imposta per le imprese culturali e creative	368
11.11	Agevolazioni telefoniche per la radio, la TV e l'editoria	369
<b>12</b>	<b>Legislazione in materia di diffusione di prodotti editoriali</b>	371
12.1	Premessa	372
12.2	Il sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica in Italia	373
12.3	La disciplina del prezzo dei libri	377
12.4	L'apertura di un punto vendita di prodotti editoriali online	379