

Spettabile  
AGENZIA DELLE ENTRATE  
DIREZIONE CENTRALE  
NORMATIVA E CONTENZIOSO  
Torre A  
Settore Imposte Indirette – Ufficio Iva  
Via Cristoforo Colombo 426 C/D  
ROMA

---

oggetto: **Richiesta di consulenza giuridica ai sensi dell'art. 11/Legge 27 luglio 2000 n. 212 circa l'applicazione degli articoli Artt. 7 ter, 7 quater, 7 quinquies del DPR 633/72 ai fini della corretta individuazione della territorialità nell'ambito dell'attività organizzativa di congressi, fiere, eventi culturali e scientifici e comunque eventi in genere, nelle varie forme organizzati e nelle varie tipologie di vendita dei servizi resi alla Clientela in occasione degli eventi stessi.**

La scrivente FEDERCONGRESSI, Associazione con sede in Roma – Piazzale Konrad Adenauer n. 8 - C.F. 97357330584 e P.IVA 08368631001, telefono 06.49270874 - fax 06.49389184 - e-mail segreteria@federcongressi.it, che ha rappresentanza nazionale di primo livello delle aziende che operano nel settore congressuale e degli eventi, in persona del Presidente, legale rappresentante, Paolo Zona, nato Torino il 31.12.1969 C.F. ZNOPLA69T31L219P sottopone la presente richiesta di

### **CONSULENZA GIURIDICA**

ai sensi della legge in oggetto e in riferimento agli artt. 7 ter, 7 quater e 7 quinquies del D.P.R. 633/1972 in vigore dal 1° gennaio 2011 e ora dal Regolamento di Esecuzione (UE) n. 282/2011 pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea il 23.3.2011

### **FATTO**

Lo svolgimento dell'attività di "organizzazione congressuale", intendendo richiamare con questa sintetica identificazione l'organizzazione di una pluralità di fattispecie di eventi, convention, riunioni, corsi di aggiornamento, ecc., quando svolta da P.C.O. (Professional Congress Organizers), da Imprese che curano la gestione di Palazzi dei Congressi o di altre sedi congressuali (Ville, Hotel, ecc.) o da Convention Bureau Territoriali, si realizza con diverse modalità che, in particolare per quanto riguarda l'applicazione dell'IVA, presentano difficoltà interpretative alla luce dell'applicazione dell'art. 7 quinquies del DPR 633/72, così come variato dalla Dir. Comunitaria n. 8/2008 e pertanto con decorrenza 01/01/2011, visto il Regolamento di esecuzione del Consiglio del 15/3/2011 di recente pubblicazione.



**Anteriormente** all'entrata in vigore del nuovo art. 7 quinquies (1/01/2011) le imprese organizzatrici di eventi si erano attestate sull'interpretazione, prima basata sulla sentenza della Corte di Giustizia Europea (sesta sezione) del 9/03/2006 procedimento C-114-05, poi sulla Risoluzione dell'Agenzia delle Entrate n. 367 del 3/10/2008, le cui conclusioni in sintesi si rifacevano a quanto stabilito dall'art. 52 della Dir. Cee n. 112 del 28/11/2006 e pertanto la rilevanza territoriale delle prestazioni relative ad "attività culturali, artistiche, sportive, scientifiche, d'insegnamento, ricreative o affini, ivi comprese quelle degli organizzatori di dette attività, nonché, eventualmente, le prestazioni di servizi accessorie a tali attività", andava individuata nel luogo in cui la prestazione veniva realmente eseguita. E' stata quindi assunta la posizione di considerare tutti gli altri servizi, diversi dalla quota di iscrizione, come servizi strettamente connessi con lo svolgimento del congresso ed accessori alla prestazione principale e come tali da considerarsi relative ad "un evento di natura culturale", territorialmente rilevante nel luogo di materiale esecuzione dello stesso, in quanto l'art. 52 della sopraddeata direttiva così prevedeva. Nell'ambito delle prestazioni culturali e connesse alle prestazioni culturali, rientravano quindi tutte le prestazioni che venivano fornite in tale occasione e comprendenti le seguenti tipologie di servizi:

**1) pacchetti composti da vari servizi, tra cui:**

- quota di iscrizione al congresso che comprende l'accesso alla sessione scientifica del congresso, il kit congressuale, il libro degli abstracts, la colazione di lavoro, il coffee break, il cocktail di benvenuto, l'accesso alla mostra ed in alcuni casi la cena di gala e vari intrattenimenti;
- "sponsor simposio", che comprende l'uso della sala, impianti tecnici, eventuale traduzione simultanea, allestimenti ed arredi, esposizione logo azienda sponsor, coffee break, colazioni di lavoro ed hostess;
- "mostra" che comprende il noleggio del solo spazio espositivo, ove il richiedente può collocare il proprio stand o quello preso a noleggio dallo stesso organizzatore con contratto separato da quello della concessione d'uso dello spazio espositivo, nonché altri servizi standard, quali pulizie, allacciamento energia o altri ancora se richiesti quali noleggio piante, arredi, ecc.

**2) Altri specifici servizi richiesti dai Clienti direttamente e indirettamente collegati con la manifestazione (non pacchetti), tra cui:**

- alberghi per relatori e partecipanti,
- colazioni di lavoro e cene,
- servizi di traduzione e di interpretariato, guide per tour, hostess, pubblicità, ecc

L'Agenzia delle Entrate con il chiarimento fornito con la Risoluzione n. 367/2008 ha tenuto a precisare che per poter considerare tutte le prestazioni rese in occasione del congresso quali prestazioni accessorie alla quota di iscrizione, con l'attuale formulazione dell'art. 12 del DPR 633/72, occorre che queste siano rese da colui che effettua la prestazione principale. Pertanto, tutti i servizi sopra menzionati si consideravano territorialmente rilevanti nel luogo di esecuzione della manifestazione, solo qualora questi fossero forniti dall'organizzatore del congresso.

Qualora altresì, i servizi di cui al punto 2 fossero forniti a Clienti da terzi, ancorchè strettamente connessi alla manifestazione e pur rientrando fra i servizi culturali, scientifici, ecc., in quanto resi da soggetto terzo rispetto all'organizzatore del congresso e simili, si presentano come servizi aggiuntivi, oltre a venir meno il principio di accessorieta.

Pertanto, per la partecipazione di un gruppo a congressi organizzati da terzi, non essendo il fornitore di questi servizi il prestatore della prestazione principale, non potendosi quindi correttamente applicare il requisito soggettivo richiesto dall'art. 12 del DPR 633/72, pur riconoscendo la riferibilità delle operazioni rese all'operazione principale, le prestazioni rese dovevano essere esaminate singolarmente al fine di individuarne la territorialità secondo le disposizioni dell'art. 7 del citato DPR 633/72.

**Alla luce della nuova formulazione dell'art. 7 quinquies del DPR 633/72, con decorrenza 1/01/2011,** non sono più considerate territorialmente rilevanti nel luogo dello svolgimento della manifestazione, se fatturate a soggetti passivi (B2B), "le prestazioni di servizi relative ad attività culturali, scientifiche, ecc., nonché le attività degli organizzatori di dette attività, nonché le prestazioni di servizio accessorie alle precedenti".

Si tratta di chiarire se l'esclusione dalla deroga del 7 quinquies delle "prestazioni di servizi relative ad attività culturali, scientifiche, ecc., nonché le attività degli organizzatori di dette attività, nonché le prestazioni di servizio accessorie alle precedenti" qualora ricadenti nella fattispecie del B2B comporti l'automatica applicazione del 7ter qualora dette prestazioni di servizio siano rese da P.C.O. (Professional Congress Organizers), da Imprese che curano la gestione di Palazzi dei Congressi o di altre sedi congressuali (Ville, Hotel, ecc.) o da Convention Bureau Territoriali.

Ci pare questa l'interpretazione più probabilmente nell'ottica delle finalità che l'Unione Europea si proponeva con la variazione dell'art. 52 della Direttiva 112/2006, e pertanto con i nuovi artt. 53 e 54 inseriti dalla Direttiva 8/2008. Tale interpretazione, sicuramente apprezzata dagli organizzatori, considerate le sanzioni in caso di cattiva applicazione della territorialità e considerati i volumi trattati dal settore, necessita dell'esplicita espressione e comunicazione da parte di Codesta Agenzia in modo che gli operatori possano contare su indirizzi applicativi certi.

L'interpretazione alla quale ci riferiamo è il fatto di considerare attuali la Risoluzione dell'Agenzia delle Entrate n. 367/08, la pronuncia della Corte di Giustizia Europea del 9/03/2006 proc. C114/05, il parere dell'avvocatura della Corte di Giustizia Europea del 13/01/2011 C-530/09 e da ultimo il Regolamento di esecuzione UE n. 282/2011, nel senso di consentire di ricondurre ad una prestazione di servizi (e nel caso specifico la Prestazione Scientifica e Culturale) la prestazione globale fornita da un organizzatore, cioè comprensiva di tutti i servizi collaterali ed accessori necessari alla realizzazione dell'evento con conseguente applicazione dell'articolo 7 ter lettera a) nel caso di prestazioni a soggetti passivi (B2B) essendo la deroga prevista nel 7 quinquies limitata a "committenti non soggetti passivi".

Tale interpretazione farebbe sì che un evento organizzato in Italia, con la mostra intesa come concessione in uso di spazi e/o come affitto stand resa sul territorio nazionale, con ristorazione resa nel territorio nazionale, qualora tali servizi siano resi dall'Organizzatore a committenti esteri U.E. soggetti passivi (B2B) gli addebiti sarebbero effettuati con esclusione da IVA art. 7 ter; senza quindi l'applicazione delle deroghe previste dall'art. 7 quater e quindi senza una valutazione del singolo servizio non essendo riconducibile in tal modo alla prestazione culturale, scientifica, artistica, ecc.

Restano incluse nell'art. 7 quinquies, anche se fatturate a soggetti passivi, "le prestazioni di accesso a manifestazioni culturali, artistiche, sportive, scientifiche, ecc... ivi comprese

fiere ed esposizioni, nonché le prestazioni di servizi accessorie connesse con l'accesso", così come confermato dagli artt. 32 e 33 del Regolamento di esecuzione UE 282/2011.

Queste nostre valutazioni ci sembrano sostenute da quanto emerso nel corso di Telefisco 2011 e facendo anche riferimento al parere dell'avvocatura della Corte di Giustizia Europea del 13/01/2011 C-530/09, la cui conclusione "... ritengo che l'art. 52, lett. a), della Direttiva 2006/112 debba essere interpretato nel senso che la prestazione di servizi, che consiste nella messa a disposizione temporanea degli espositori, di stand fieristici è una prestazione accessoria alle attività fieristiche e di esposizione e, pertanto, rientra in questa disposizione".

In tale circostanza (Telefisco 2011) il relatore comunque auspicava una presa di posizione a livello europeo sull'argomento e concludeva anche che, sia per le concessioni d'uso degli spazi espositivi, sia per gli allestimenti degli stand, "... deve essere risolto se queste prestazioni seguono, **come sembra verosimile**, la nuova regola di tassazione nel Paese del Committente (B2B) ovvero sono prestazioni legate all'immobile ove si realizza la manifestazione e tassate di conseguenza nel Paese dove è situato l'immobile".

Quanto sopra trova anche conferma, a mano dello stesso autorevole autore, in un articolo del 24 ORE del 2/1/2011 pag. 19, dove si sostiene quanto segue: "Con riferimento agli eventi che si realizzano in Italia, ..... per tutte le altre prestazioni invece rese a favore di soggetti passivi di imposta, occorrerà distinguere: le prestazioni di accesso e quelle accessorie seguono la stessa regola dei privati, mentre le prestazioni dirette alla realizzazione delle manifestazioni seguiranno la regola generale prevista al precedente art. 7 ter con la tassazione nel Paese di stabilimento del Committente".

In altra "situazione" (Convention realizzata sull'argomento della territorialità) si è sostenuto genericamente che le quote di iscrizione al congresso e tutti i servizi: affitti sale, ristorazione e quant'altro necessario, essendo tutte prestazioni accessorie ad una prestazione culturale, sono soggetti alla disciplina di cui all'art. 7 ter lett. a (B2B).

Alla luce di quanto esposto, riteniamo utile fornire un'ampia panoramica delle modalità di vendita dei servizi in ordine all'organizzazione dei congressi ed eventi in genere a carattere culturale, scientifico, ecc. a cui aggiungiamo – caso per caso - la proposta di soluzione interpretativa che ci appare corretta da un punto di vista normativo e di prassi, auspicando, considerata la complessità di quanto di seguito riportato, si possa addivenire ad un chiarimento da parte dell'Agenzia delle Entrate tendente ad un allargamento della fatturazione B2B che – come detto - ci sembra la direzione voluta da parte dell'Unione Europea.

## CASISTICA E SOLUZIONE INTERPRETATIVA DELLA SCRIVENTE

### A- FATTURAZIONE A PRIVATI NON SOGGETTI PASSIVI:

#### A.1 QUOTE DI ACCESSO E QUOTA DI ISCRIZIONE

- 1) **QUOTA DI ACCESSO E QUOTA DI ISCRIZIONE A CONGRESSO**: quota che prevede l'accesso alla manifestazione ed ulteriori servizi accessori al congresso, o che corrisponde ad una quota ridotta e riservata ad iscritti ad una eventuale associazione, o diversamente aperta al pubblico.

**Si ritiene che si debba applicare la regola prevista dall'art. 7 quinquies lett. a.**

## **A.2 ALTRI SERVIZI**

2) **SERVIZI DIVERSI DALLA QUOTA DI ISCRIZIONE:** qualora siano ceduti solo alcuni servizi in un congresso organizzato in proprio, considerata la Ris. dell'Agenzia delle Entrate 367/2008 e la pronuncia della Corte di Giustizia Europea del 9/03/2006 proc. C114/05,

**Si ritiene applicabile la regola prevista dall'art. 7 quinquies lett. a.**

## **B- FATTURAZIONE A SOGGETTI PASSIVI (B2B):**

### **B.1 QUOTE DI ACCESSO E QUOTA DI ISCRIZIONE A CONGRESSI, CONVENTION ED EVENTI**

Occorre innanzitutto che si faccia chiarezza su quella che abitualmente viene indicata come "quota di iscrizione" non essendo presente nella terminologia congressuale e degli eventi la "quota di accesso".

Senza dubbio il pagamento della quota di iscrizione costituisce il diritto di accesso alla manifestazione ma è raro che il congresso o l'evento preveda una quota di accesso che abbia le caratteristiche descritte dall'art. 32 del Regolamento di esecuzione 282/2011: "... prestazioni di servizi le cui caratteristiche essenziali consistono nel concedere un diritto di accesso ad una manifestazione in cambio di un biglietto di ingresso o di un corrispettivo, ivi compreso un corrispettivo sotto forma di abbonamento, di biglietto stagionale o di quota periodica". Inoltre, negli eventi congressuali, il pagamento della quota di iscrizione dà diritto di ricevere ulteriori servizi dei quali probabilmente una parte dovranno essere considerati accessori alla quota di accesso, ed altri, che non si possono considerare accessori. In quest'ultimo caso non sarà applicabile la regolamentazione di cui all'art. 7 quinquies lett. b) bensì, per l'intera quota di iscrizione sarà applicata la regola generale prevista dall'art. 7 ter lett. a (B2B).

E' fondamentale pertanto chiarire quando la quota di iscrizione sia da considerarsi di semplice accesso e quali servizi si possano considerare accessori alla quota di accesso e quando si debba parlare invece di quota di iscrizione quale corrispettivo di servizi ben più complessi e preponderanti del semplice accesso alla manifestazione.

Per far questo prendiamo in considerazione una quota di iscrizione "completa" di tutti i servizi che potrebbero essere inclusi nella stessa; in aggiunta al diritto di accesso alla manifestazione la quota potrebbe ulteriormente comprendere: il cocktail di benvenuto, il kit congressuale, il libro degli abstracts, il coffee break, l'accesso alla mostra, la colazione di lavoro ed in alcuni casi la cena di gala e vari intrattenimenti. E' necessario quindi che l'Agenzia si pronunci a regolamentare fra i servizi ulteriori all'accesso quali si intendano a questo accessori e quali altri no, considerato il conseguente assoggettamento della prestazione all'iva o meno. In via preventiva, gli organizzatori fatturando già queste prestazioni nel corso del 2011 e dovendo autonomamente valutare quali possano essere tali servizi accessori, si ritiene che fra quelli sopra descritti si possa fare la seguente distinzione:

- a. **QUOTA DI ACCESSO e relativi servizi accessori:** semplice accesso al congresso
- b. **QUOTA DI ISCRIZIONE e ALTRI SERVIZI non accessori all'accesso:** cocktail di benvenuto, kit congressuale, libro degli abstracts, coffee break, visita alla mostra colazioni di lavoro, cena sociale, intrattenimenti.

***Nel caso a) troverà applicazione l'art. 7 quinquies***

***Nel caso b) troverà a nostro avviso applicazione l'art. 7 ter***

Si ritiene infatti che non possa considerarsi quota di accesso, con conseguente applicazione dell'art. 7 quinquies lett. b, la quota di iscrizione che includa anche uno solo dei servizi elencati al punto b. Per tali quote di iscrizione si rende applicabile il principio generale di cui all'art. 7 ter lett. a (B2B).

***Tali proposte interpretative prescindono dalle considerazioni circa "manifestazioni aperte o non aperte al pubblico" essendo questa una categoria non considerata all'art. 32 del Regolamento di esecuzione.***

## **B.2 CONCESSIONE D'USO DELLA SEDE CONGRESSUALE, CONCESSIONE D'USO SALE, MOSTRA, NOLEGGIO O ALLESTIMENTO STAND**

Di seguito si riportano le varie modalità con cui vengono messi a disposizione i locali per lo svolgimento di congressi, convention ed eventi.

- 1) **CONCESSIONE D'USO DELL'INTERA SEDE DEL CONGRESSO AD UN UNICO CLIENTE**
- 2) **CONCESSIONE D'USO DELLE SINGOLE SALE PER RIUNIONI**
- 3) **CONCESSIONE D'USO DEI SOLI SPAZI ESPOSITIVI CEDUTI A METRO QUADRATO**
- 4) **SPESE A FORFAIT A CIFRA FISSA PER SERVIZI STANDARD COLLEGATI ALLA CONCESSIONE D'USO A METRO QUADRATO DELLO SPAZIO ESPOSITIVO**
- 5) **CONCESSIONE D'USO DEGLI SPAZI ESPOSITIVI E NOLEGGIO/ ALLESTIMENTO STAND**
- 6) **CONCESSIONE D'USO HOSPITALITY SUITE (solo spazio)**
- 7) **CONCESSIONE D'USO HOSPITALITY SUITE ALLESTITA**

I locali e gli spazi sono in genere messi a disposizione da Imprese che curano la gestione di Palazzi dei Congressi o di altre sedi congressuali (Ville, Hotel, ecc.) o da Convention Bureau Territoriali che forniscono servizi di organizzazione in quanto alla messa a disposizione della sede fisica uniscono la fornitura di servizi aggiuntivi e autonomi che, anche se quotati singolarmente, presuppongono appunto una complessa organizzazione quali: guardaroba, guardiania, pulizia generica e interna agli stand, servizio di magazzino per il materiale, eventuale noleggio di stand e di servizi tecnici più o meno complessi.

***Si ritiene pertanto applicabile l'art. 7 ter (B2B) in quanto nel caso degli eventi in questione la concessione d'uso della sede non può considerarsi una mera prestazione relativa a beni immobili bensì (pur nella sua maggiore o minore***

**complessità) una prestazione di servizi di organizzazione complessi necessari allo svolgimento di servizi culturali, artistici, sportivi, scientifici, ecc.**

Raramente può avvenire che la sede venga fornita senza alcun servizio, tanto meno autonomo; è il caso in cui la sede viene consegnata spoglia e con le sole utenze di base attive (luce ed acqua).

***In questo caso potrebbe essere applicabile l'art. 7 quater lett. a) in quanto la prestazione è di tipo esclusivamente immobiliare.***

Per quanto riguarda invece i servizi di cui ai punti da B.2 1) a B.2 7), qualora forniti dall'organizzatore congressuale, abbiamo già detto nelle considerazioni iniziali che trattasi di servizi collegati alla prestazione scientifica, culturale, ecc., quindi ***si ritiene applicabile sempre l'art. 7 ter.***

### **B.3 SPONSORIZZAZIONI VARIE**

#### **PREMESSA**

Occorre innanzitutto precisare che spesso nell'ambito congressuale gli organizzatori, ma anche i loro Clienti, associano alla parola sponsorizzazione la parola pubblicità. Anche se è vero che dietro ad una sponsorizzazione spesso esiste un servizio o un messaggio pubblicitario, crediamo occorra comunque individuare la prestazione che viene effettivamente resa in cambio appunto di una sponsorizzazione, in quanto non si deve dimenticare che l'art. 1 del DPR 633/72 rende applicabile la disciplina dell'IVA alle "cessioni di beni ed alle prestazioni di servizi rese", e che l'art. 21 dello stesso DPR elenca fra gli elementi costitutivi della fattura la "natura, quantità e qualità dei beni e dei servizi formanti oggetto dell'operazione". Non si può pertanto prescindere dall'individuare l'esatta prestazione resa al Cliente solo in quanto si è instaurato un rapporto con il Cliente cosiddetto di "sponsorizzazione". A volte si viene tratti in inganno in quanto il congresso prevede delle quote di sponsorizzazione elevate, che a prima vista sembrano eccessive rispetto al servizio reso. Spesso non si considera che per adempiere correttamente al contratto di sponsorizzazione occorre noleggiare delle sale che debbono essere dotate di impianti tecnici, ma ciò che si riscontra come ritorno prestazionale dal programma cartaceo del congresso ovvero dal sito web dello stesso è la pubblicità conseguente l'uso del marchio dell'azienda, risultando evidente in tale circostanza, la prevalenza della pubblicità sul resto dei servizi.

**Le casistiche che sottoponiamo ai fini della corretta applicazione della territorialità dell'IVA sono le seguenti:**

1. **SPONSORIZZAZIONE OSPITALITA' RELATORI:** l'organizzatore, nella ricerca delle forme di sponsorizzazione chiede alle aziende di sponsorizzare i servizi prestati da alcuni o dalla generalità dei relatori. In questi casi l'azienda Cliente può partecipare con una cifra che corrisponda alle effettive spese necessarie per l'ospitalità di uno o più relatori (albergo, viaggio e colazioni), oppure mediante un cifra forfettaria che non copre tutte le spese.

***Riteniamo che in ogni caso si possa prevedere l'applicazione della regola generale prevista all'art. 7 ter (B2B).***

2. **SPONSORIZZAZIONE FEE RELATORI:** l'organizzatore può chiedere alle aziende di sponsorizzare l'onorario di alcuni relatori. Considerato che il fee spettante agli stessi consiste nel pagamento di un prezzo per la prestazione scientifica da essi resa, la prestazione addebitata al Cliente mantiene la stessa natura "scientifica".  
***Per tale prestazione, non essendo più questa una deroga inclusa nell'art. 7 quinquies, si ritiene applicabile l'art. 7 ter.***
3. **SPONSORIZZAZIONE CENA SOCIALE:** Il Cliente può sponsorizzare l'intero costo della cena, oppure contribuire con una sponsorizzazione forfettaria.  
***Nel caso in cui la fatturazione venga dall'organizzatore dell'evento, si ritiene valida l'applicazione della regola di cui all'art. 7 ter lett. a (B2B), mentre nel caso in cui la fatturazione venga dall'impresa di catering al committente, o da altro PCO che ha a sua volta acquistato i servizi dall'organizzatore principale, si ritiene applicabile la regola dell'art. 7 quater lett. c, in quanto somministrazione di alimenti e bevande.***
4. **WORKSHOP O SIMPOSIO SATELLITE:** L'organizzatore concede al Cliente una sala per uno spazio di tempo molto limitato (1-2 ore) al di fuori dell'orario del programma scientifico del congresso, normalmente equipaggiata, ad esempio con impianti tecnici di amplificazione, proiezione, eventuale hostess o tecnico audio/video; a volte viene fornito incluso nella sponsorizzazione anche un box lunch. La quota di sponsorizzazione include la pubblicità sul programma con l'inserimento del logo aziendale e con promozione del simposio stesso, oltre alla eventuale promozione effettuata sul sito web del congresso e con flyers inseriti nel programma cartaceo. L'importo della sponsorizzazione risulta essere considerevole (a volte di qualche decina di migliaia di euro) rispetto ai servizi fisicamente forniti: spazi, impianti tecnici, ecc. E' evidente pertanto che per tale simposio risulta molto forte il messaggio promozionale conseguente all'inserimento nel programma del logo dell'azienda, oltre che nel sito web e nei flyers.  
***Essendo predominante la prestazione pubblicitaria resa dall'organizzatore, ma principalmente essendo un pacchetto di servizi connessi ad una prestazione culturale, scientifica, ecc., si ritiene applicabile la regola prevista dall'art. 7 ter (B2B).***
5. **PLATINUM SPONSOR, GOLD SPONSOR, SILVER SPONSOR, ECC.:** Vengono "costruiti" dei pacchetti da sponsorizzare e da offrire a Clienti; coloro che li acquisteranno verranno definiti "Major sponsor". Gli importi corrispettivi di questi pacchetti, a parità di servizi offerti, variano molto da congresso a congresso: in base all'importanza dello stesso (se nazionale, internazionale, mondiale); alla rilevanza scientifica della società titolare o promotrice dell'evento; in base alla scelta dei relatori ed alla materia scientifica che viene trattata, cioè alla possibilità di attrarre più o meno l'interesse partecipativo delle aziende subordinato alla partecipazione di pubblico o comunque di visibilità delle stesse. La variabilità degli importi vi è sia per maggiori servizi "fisici" presenti nei vari pacchetti a seconda che siano Platinum, Gold, Silver, ecc. ma principalmente per il servizio di "vetrina" (promozionale) che viene reso in tale circostanza, per i motivi sopra esposti. Il pacchetto "Platinum" può essere composto da tutta una serie di servizi, quali ad esempio: l'organizzazione di un Simposio, affitto o concessione d'uso di "x" metri



quadrati di mostra, priorità nella scelta degli spazi dove collocare il proprio stand all'interno della mostra, pubblicità con pubblicazione del proprio logo aziendale sul programma finale del congresso e sul libro degli abstracts, priorità nella scelta della collocazione del proprio logo all'interno del programma e nel libro degli abstracts, inserimento di materiale promozionale a mezzo flyer all'interno del materiale congressuale da consegnare agli iscritti, n. "x" quote di accesso per i rappresentanti dell'azienda Cliente, conferma ed informazione dell'avvenuta sponsorizzazione in qualità di "Gold Sponsor" nel programma e nel sito web del congresso.

***Si ritiene applicabile la regola prevista dall'art. 7 ter (B2B).***

## **B.4 EVENTI MONOSPONSOR O CONGRESSI IN APPALTO**

### **1. EVENTI MONOSPONSOR (vendita dei servizi)**

Trattasi di congressi, eventi in genere a carattere scientifico, che vengono interamente sponsorizzati da un Cliente che può essere una società scientifica, italiana o straniera, o un'azienda, italiana o straniera. Normalmente per quanto concerne l'evento monosponsor viene redatto un consuntivo dettagliato dei servizi resi durante l'evento, con l'applicazione dei prezzi di ogni singolo servizio. Trattandosi di eventi a carattere scientifico si ritiene di applicare la norma come segue:

- a) qualora lo sponsor sia una società scientifica che dichiara di non svolgere attività economica, ***si ritiene applicabile l'art. 7 quinquies lett. a) a tutti i servizi resi ed indicati in consuntivo;***
- b) nel caso in cui lo sponsor sia un'azienda, o una società scientifica che svolge una attività economica, si ritiene che le prestazioni rese debbano rientrare nelle casistiche sopra richiamate, quindi ***si ritiene applicabile la regola prevista dall'art. 7 ter (B2B).***

### **2. EVENTI MONOSPONSOR (Partecipazione alle spese)**

Trattasi di eventi a carattere scientifico, più facilmente corsi formativi su materia scientifica, che vengono interamente sponsorizzati da un Cliente, che può essere una società scientifica, italiana o straniera, o un'azienda italiana o straniera. In questo caso la società scientifica o l'azienda si impegna a sponsorizzare l'evento partecipando integralmente alle spese sostenute dall'organizzatore (totalità delle spese), mediante un contributo educativo non condizionante (unrestricted educational grant). Per tale prestazione di servizi, non trattandosi di vendita dei singoli servizi al Cliente, bensì un riaddebito del totale speso, a titolo contributivo, si ritiene ***applicabile la regola generale di cui all'art. 7 ter, lett. a o b, a seconda se trattasi di Soggetto Passivo o meno.***

E' il caso di precisare che non si può trattare di una erogazione liberale, in quanto l'evento viene realizzato ed il corrispettivo è dovuto per un impegno contrattuale assunto fra le parti. Solo per completezza di informazione si fa presente che in tale circostanza si ritiene di dovere applicare l'IVA ordinaria e non per natura, qualora l'operazione sia territorialmente rilevante come sopra scritto.

### 3. EVENTI IN PROPRIO SPONSORIZZATI

Trattasi di eventi a carattere scientifico, principalmente corsi di formazione organizzati in proprio, quindi senza incarico di alcuno. In questo caso i servizi non sono rivenduti ad alcuno, salvo la sporadica eventualità di una quota di iscrizione. Le entrate sono rappresentate da uno sponsor che partecipa alla copertura di tutte le spese dell'evento (documentate da consuntivo dettagliato dei costi) in cambio di avere il diritto di promuovere la propria azienda in occasione del corso con apporto di proprio materiale: un cartellone pubblicitario, penne e blocchi con logo da distribuire ai partecipanti, presenza al di fuori dell'aula di proprio personale al fine di distribuire materiale promozionale.

***Si ritiene di poter affermare che la prestazione resa dall'organizzatore rientri fra le prestazioni di cui all'art. 3 c. 1 dipendenti da obbligazioni di fare, non fare e di permettere e che pertanto si debba applicare la regola di cui all'art. 7 ter (B2B).***

### 4. CONGRESSI IN APPALTO

Trattasi di eventi a carattere scientifico affidati in appalto all'organizzatore da una società scientifica (le entrate sono affidate con mandato senza rappresentanza). Il corrispettivo stabilito per l'appalto si determina contrattualmente dalla sommatoria dei costi diretti, indiretti e di un fee spettante all'organizzatore, oppure lo stesso corrispettivo può essere forfettariamente stabilito senza alcuna sommatoria dei costi. Premesso che sotto il profilo civilistico il contratto di appalto costituisce una prestazione unitaria, articolata in una serie di servizi diversi, che concorrono ad un risultato unico, ***si ritiene***, non solo per il corrispettivo forfettario, ma anche qualora il corrispettivo sia determinato contrattualmente dalla sommatoria dei costi che:

- qualora lo sponsor sia una società scientifica che dichiara di non svolgere attività economica (soggetto NON passivo d'imposta), ***sia applicabile quanto previsto dall'art. 7 quinquies lett. a, a tutti i servizi resi ed indicati in consuntivo.***
- qualora lo sponsor sia una società scientifica che svolge un'attività economica (soggetto passivo d'imposta), ***sia applicabile la disposizione di cui all'art. 7 ter (B2B).***

Dobbiamo infine portare all'attenzione di codesta rispettabile Agenzia che l'interpretazione che viene data all'art. 33 del nuovo Regolamento n. 282/2011 ai servizi accessori, ci sembra "lontana" da quella in uso in Italia e di cui all'art. 12 del DPR 633/72, ripresa nella Risoluzione dell'Agenzia n. 367/2008. Si legge infatti sul Regolamento, per quanto concerne i suddetti servizi: "..... comprendono i servizi in relazione diretta con (l'accesso) a manifestazioni culturali, artistiche, sportive, scientifiche.....forniti separatamente alla persona che assiste una manifestazione, dietro un corrispettivo" senza porre la condizione che gli stessi siano forniti dall'organizzatore.

Tale interpretazione ci farebbe pensare che i servizi di cui alla presente richiesta di consulenza, anche qualora forniti da soggetti passivi che non siano gli organizzatori diretti dell'evento, essendo comunque servizi correlati ad una prestazione scientifica, culturale, ecc., possano considerarsi anch'essi prestazioni accessorie alla prestazione culturale,

scientifico, ecc. come affermato nella Sentenza della Corte di Giustizia Europea del 9/03/2006 procedimento C-114-05.

Si chiede quindi di precisare se, visto il Regolamento di esecuzione n. 282/2011, la distinzione ribadita nella Risol. 367/2008 per la quale i servizi, per essere considerati accessori, debbono essere forniti dall'Organizzatore principale, sia ancora valida ovvero in forza del Regolamento le prestazioni di servizio diventino accessorie per **loro caratteristica oggettiva**, indipendentemente dal soggetto prestatore del servizio. Qualora infatti tali servizi dovessero essere considerati accessori alla prestazione principale ancorché resi da un soggetto "non organizzatore principale dell'evento" anche quest'ultimo dovrebbe applicare alle varie tipologie di servizi forniti le stesse regole dell'organizzatore principale qui proposte.

### CONCLUSIONI

In merito alle questioni sopra descritte si chiede a Codesta Amministrazione ai sensi dell'art. 11 Legge n. 212/2000 e del D.M. 26 aprile 2001 n. 209 di indicare nei modi e nei termini prescritti, il proprio parere circa la soluzione interpretativa prospettata, ritenuta conforme alla legge.

In fede.

Roma, 18.05.2011

FEDERCONGRESSI

Il Presidente  
Dott. Paolo Zona

