

# **BIANCO FIDUCIARIA E DI REVISIONE**

*società fiduciaria e di revisione contabile*

Milano, 21 gennaio 2026

Oggetto:

## **CAMBI MERCE PUBBLICITA'. NOVITA' IVA: DAL VALORE NORMALE AL COSTO**

(testo pubblicato in data 18 febbraio 2026 su “ Il Commercialista Telematico” )

Sommario:

- **PREMESSA**
- **RIFERIMENTI NORMATIVI**
- **MOTIVAZIONE DEL CAMBIAMENTO**
- **LA LEGGE IVA PER I CAMBI MERCI**
- **EFFETTI SUI CAMBI MERCI PUBBLICITA'**
- **IVA SUI CAMBI MERCI FINO A TUTTO IL 2025**
- **DAL 2026, BASE IMPONIBILE DEI CAMBI MERCI PARI AI COSTI RIFERIBILI AI BENI E SERVIZI SCAMBIATI**
- **DIFFICOLTA' DELLA RILEVAZIONE DEI COSTI RIFERIBILI AI CAMBI MERCI**
- **COSTI RIFERIBILI A BENI E SERVIZI AUTOPRODOTTI – GLI SPAZI PUBBLICITARI DELL'EDITORE**
- **COSTI RIFERIBILI A BENI E SERVIZI ACQUISTATI – GLI SPAZI PUBBLICITARI DELLA CONCESSIONARIA**
- **MODALITA' DI FATTURAZIONE, PRINCIPI CONTABILI, IMPOSTE SUI REDDITI.**
- **CONCLUSIONI**

### - **PREMESSA**

Dal 2026 è cambiata la legge iva per la determinazione della base imponibile delle operazioni in cambio merce.

Dal criterio del valore normale si passa al criterio dei costi riferibili ai beni e/o servizi scambiati.

Ciò comporta incertezze applicative, in particolare quando non è agevole attribuire in modo accettabile tutti i costi riferibili al bene o servizio scambiato (ad esempio beni autoprodotti, servizi professionali, spazi pubblicitari di un prodotto editoriale).

Le stesse autorità italiane nelle sedi europee hanno rappresentato le difficoltà insite nel criterio del cosiddetto *full cost criteria*<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Nel Working Paper n. 1107 del 16 aprile 2025 European Commission – Value added tax committee , si legge : *Italy refers to difficulties related to the way general costs, such as rent of premises, personnel, current expenses, financing costs, etc. are to be taken into account when use is made of the full cost criteria for determining the taxable amount in respect of self-produced goods and intellectual work services. Regarding self-produced goods, Italy argues that production may not involve any or only a partial externalisation of costs as the supplier produces the goods exclusively by their own means.*

Appare pertanto opportuno che gli operatori economici interessati sollecitino l'agenzia delle entrate, anche tramite l'istituto della consulenza giuridica, per delineare:

- un criterio - accettabile e non opinabile in sede di verifica - di attribuzione dei costi che esprima la base imponibile iva dei cambi merci e
- le modalità formali di fatturazione dei cambi merci valevoli ai fini iva.

### - RIFERIMENTI NORMATIVI

La legge di bilancio per il 2026 (legge n.199 del 30 dicembre 2025 , articolo 1 , comma 138) ha modificato, con effetto dal 1 gennaio 2026, la lettera d) del comma 2 dell'articolo 13 del dpr n.633/72 (decreto iva), sostituendo le parole : «*dal valore normale dei beni e dei servizi che formano oggetto di ciascuna di esse*» con le seguenti : «*dal valore dei beni e dei servizi che formano oggetto di ciascuna di esse, determinato dall'ammontare complessivo di tutti i costi riferibili a tali cessioni o prestazioni*».

Il comma 139 della stessa legge di bilancio per il 2026, ha stabilito che le “*disposizioni di cui al comma 138 si applicano alle operazioni effettuate successivamente alla data di entrata in vigore della presente legge (1 gennaio 2026). **Sono fatti salvi i comportamenti pregressi adottati anteriormente alla predetta data di entrata in vigore**”.*

### - MOTIVAZIONE DEL CAMBIAMENTO

Questa modificazione della legge iva è stata originata dalla asserita incompatibilità della legge iva italiana con la direttiva iva europea (Direttiva CE n.112 del 2006) ed in particolare con l'articolo 80 della direttiva che riserva il valore normale per la determinazione della base imponibile iva solo ad operazioni concluse fra parti reciprocamente legate da rapporti familiari, societari e di altro genere, in presenza di condizioni che non consentono la detraibilità dell'iva o di operazioni esenti. In questa nota non si commenta questo aspetto del problema e cioè la incompatibilità della legge iva italiana con la direttiva iva europea in tema di valore normale.

Per chi avesse interesse ad approfondire l'argomento, si veda il Working Paper n. 1107 del 16 aprile 2025 ed il Working Paper n. 1112 del 30 giugno 2025 European Commission – Value added tax committee.

### - LA LEGGE IVA PER I CAMBI MERCI

La legge iva applicabile ai cambi merci è data dall'articolo 13 comma 2 lettera d) e dall'articolo 11 del dpr n.633/72 che è la norma modificata dal 1 gennaio 2026. Fino alla fine del 2025 è stato anche applicabile anche l'articolo 14 del dpr n.633/72.

**L' articolo 13 - Base Imponibile - del dpr n.633/72**, dopo la modificazione in commento, è il seguente:

1. *La base imponibile delle cessioni di beni e delle prestazioni di servizi e' costituita dall'ammontare complessivo dei corrispettivi dovuti al cedente o prestatore secondo le condizioni contrattuali, compresi gli oneri e le spese inerenti all'esecuzione e i debiti o altri oneri verso terzi accollati al cessionario o al committente, aumentato delle integrazioni direttamente connesse con i corrispettivi dovuti da altri soggetti.*

2. *Agli effetti del comma 1 i corrispettivi sono costituiti:*

*a)....., b)....., c)....., d) per le cessioni e le prestazioni di servizi di cui all'articolo 11, (dal valore normale dei beni e dei servizi che formano oggetto di ciascuna di esse) dal valore dei beni e dei servizi che formano oggetto di ciascuna di esse, determinato dall'ammontare complessivo di tutti i costi riferibili a tali cessioni o prestazioni; e).....*

Le *cessioni e le prestazioni di servizi di cui all'articolo 11* (del dpr n.633/72) richiamate dalla lettera d) dell'articolo 13 sopra riportato comprendono le operazioni permutative e cioè “ *le cessioni di beni e le prestazioni di servizi effettuate in corrispettivo di altre cessioni di beni o prestazioni di servizi* “. Lo stesso articolo 11 dispone che le operazioni permutative debbano essere soggette ad iva “ *separatamente da quelle in corrispondenza delle quali sono effettuate*”.

Si riporta di seguito il testo dell'articolo 11 del dpr n.633/72.

**Articolo 11 dpr. N.633/72 - Operazioni permutative e dazioni in pagamento- .**

*Le cessioni di beni e le prestazioni di servizi effettuate in corrispettivo di altre cessioni di beni o prestazioni di servizi, o per estinguere precedenti obbligazioni, sono soggette all'imposta separatamente da quelle in corrispondenza delle quali sono effettuate.*

*La disposizione del comma precedente non si applica per la cessione al prestatore del servizio di residuati o sottoprodotti della lavorazione di materie fornite dal committente quando il valore dei residuati o sottoprodotti ceduti, determinato a norma dell'art. 14, non supera il cinque per cento del corrispettivo in denaro.*

**- EFFETTI SUI CAMBI MERCI PUBBLICITA' .**

La modificazione normativa iva di cui sopra ha effetto sulle modalità di determinazione della base imponibile e di fatturazione dei cambi merce pubblicità.

Il cambio merce pubblicità , anche noto come “ *media barter*” , è un accordo fra l'editore (o il suo concessionario) e l'inserzionista pubblicitario, in base al quale l'editore pubblica l'inserzione pubblicitaria sul proprio giornale (o diffonde il messaggio pubblicitario sul proprio mezzo) e l'inserzionista, invece del pagamento in denaro, trasferisce all'editore dei beni o presta allo stesso dei servizi.

Il cambio merci pubblicità è pertanto una operazione permutativa così come prevista dall'11 del dpr 633/72. Infatti nel cambio merci pubblicitario si hanno “ *le cessioni di beni e le prestazioni di servizi effettuate* (dall'inserzionista) *in corrispettivo di altre prestazioni di servizi* (inserzione pubblicitaria effettuata dall'editore) “.

L'articolo 11 del dpr 633/72 dispone che le operazioni permutative “*sono soggette all'imposta separatamente da quelle in corrispondenza delle quali sono effettuate*”.

Il ché significa che il cambio merci pubblicitario , in quanto operazione permutativa, comporta due flussi di fatturazione:

- l'editore fattura all'inserzionista la prestazione pubblicitaria e
- l'inserzionista fattura all'editore i beni ceduti o i servizi prestati in corrispettivo della prestazione pubblicitaria ricevuta.

### - IVA SUI CAMBI MERCI FINO A TUTTO IL 2025

Fino a tutto il 2025, il valore dei beni e/o servizi scambiati era costituito, ai fini iva, dal cosiddetto “valore normale” degli stessi.

La definizione di valore normale è contenuta nell'articolo 14 del dpr n.633/72. Per i beni e servizi scambiati sul mercato il comma 1 del predetto articolo 14 dispone che “ *per valore normale si intende l'intero importo che il cessionario o il committente, al medesimo stadio di commercializzazione di quello in cui avviene la cessione di beni o la prestazione di servizi, dovrebbe pagare, in condizioni di libera concorrenza, ad un cedente o prestatore indipendente per ottenere i beni o servizi in questione nel tempo e nel luogo di tale cessione o prestazione*”.

Pertanto, esemplificando schematicamente il cambio merci pubblicità in vigenza – fino a tutto il 2025 – della regola del “valore normale” si ha:

Cambio merce di 1 pagina pubblicitaria con 1 set di 12 sedie concordato fra le parti sulla base dei seguenti prezzi:

- Pagina pubblicitaria prezzo di listino: euro 1.000 (mille) + iva
- Set di 12 sedie, prezzo all'ingrosso: euro 1.000 + iva.

La base imponibile ai fini iva determinata in base al valore normale, fino al 2025 , poteva coincidere – come nell'esempio - con i valori concordati dalle parti per i beni e/o servizi scambiati, nella misura in cui le parti concordavano valori in linea con quelli di mercato. Per cui fino a tutto il 2025, il flusso della fatturazione era il seguente:

- Fattura da editore ad inserzionista, valore normale 1 pagina di pubblicità, euro 1.000 + iva euro 220 = euro 1.220
- Fattura da inserzionista ad editore valore normale 1 set di 12 sedie, euro 1.000 + iva euro 220 = euro 1.220

Dal 2026, la stessa operazione di cui sopra non potrà essere fatturata, ai fini iva, in base al valore normale dei beni e servizi scambiati (1 pagina pubblicitaria in cambio di 2 set di sedie) .

### - DAL 2026, BASE IMPONIBILE DEI CAMBI MERCI PARI AI COSTI RIFERIBILI AI BENI E SERVIZI SCAMBIATI

Dal 2026, la stessa operazione dovrà essere fatturata ai fini iva in base al valore “*determinato dall'ammontare complessivo di tutti i costi riferibili a tali cessioni o prestazioni*”.

Ma tali valori valevoli ai fini iva - e cioè i costi riferibili rispettivamente alla pagina pubblicitaria ed alle sedie (nell'esempio) - non sono quelli concordati fra le parti che, normalmente, riflettono i rispettivi valori di mercato.

Infatti, l'inserzionista che intende acquistare una pagina pubblicitaria, resta indifferente ed ignora quali siano i costi sostenuti dall'editore e riferibili a quella pagina. L'inserzionista decide l'acquisto in base al prezzo della pagina (euro 1.000 nell'esempio) ed al vantaggio di poter "pagare" la pagina non in denaro ma scambiando merci (2 set di 6 sedie) il cui valore di mercato (euro 1.000 nell'esempio) è maggiore del costo sostenuto per produrle o acquistarle.

Per converso, l'editore che accetta di ricevere, in cambio della pagina pubblicitaria, 2 set di 6 sedie, resta indifferente ed ignora quali siano i costi sostenuti dall'inserzionista riferibili alle sedie.

L'editore decide lo scambio in base al prezzo delle sedie (euro 1.000 nell'esempio), alla utilità che si attende dallo scambio ovvero dalla quantità di denaro che potrà ottenere rivendendo le sedie ed al vantaggio di incrementare i ricavi pubblicitari anche se con la modalità del cambio merce.

In tale contesto, emerge il tema della differenza fra il valore concordato per lo scambio (normalmente maggiore) e la base imponibile iva (normalmente minore) determinata dall'ammontare complessivo di tutti i costi riferibili rispettivamente (nell'esempio) alle sedie ed alla pagina pubblicitaria.

Secondo la nuova formulazione della norma, la base imponibile iva è pari all'**ammontare complessivo di tutti i costi riferibili a tali cessioni o prestazioni**.

Occorre quindi che l'editore stabilisca quale sia l'ammontare complessivo di tutti i costi riferibili alla pagina pubblicitaria scambiata in cambio merci e che l'inserzionista stabilisca quale sia l'ammontare complessivo di tutti i costi riferibili alle sedie scambiate in cambio merci.

### - DIFFICOLTA' DELLA RILEVAZIONE DEI COSTI RIFERIBILI AI CAMBI MERCICI

Il processo di imputazione dei costi riferibili al bene o servizio scambiato in cambio merci è difficoltoso ed in alcuni casi opinabile.

Tale processo può risultare difficoltoso e con risultati opinabili nei casi in cui l'operatore destini al cambio merci beni o servizi autoprodotti, per i quali non vi sono prezzi di acquisto ma costi di produzione.

Tale processo appare, invece, più agevole nei casi in cui l'operatore abbia acquistato i beni o servizi che destina al cambio merci, potendo rilevarne il prezzo pagato per essi.

### - COSTI RIFERIBILI A BENI E SERVIZI AUTOPRODOTTI – GLI SPAZI PUBBLICITARI DELL'EDITORE

Il processo di rilevazione di tutti i costi riferibili può risultare difficoltoso e con risultati opinabili quando i beni e servizi scambiati in cambio merci sono stati autoprodotti – e non acquistati da terzi –.

In tali casi, infatti, non vi sono prezzi di acquisto ma costi di produzione.

Per beni prodotti su scala industriale ci si potrebbe avvalere dei dati della contabilità industriale per rilevare i costi di produzione imputabili al prodotto e di una quota di costi generali e finanziari imputabili.

Molto più complicato ed opinabile è il caso di beni non prodotti su scala industriale ed in contesti non dotati di contabilità industriale.

Restando al cambio merci pubblicità, l'editore che non si avvalga di concessionarie e che pertanto venda direttamente gli spazi pubblicitari sui propri mezzi di comunicazione dovrà stabilire il valore dello spazio pubblicitario scambiato in base a tutti i costi ad esso riferibili.

Lo spazio pubblicitario di un giornale, programma radiofonico o tv non è un prodotto a sé stante ma parte di un prodotto complesso quale il prodotto editoriale.

Lo spazio pubblicitario di un prodotto editoriale non esisterebbe e non potrebbe essere venduto o scambiato in mancanza del prodotto editoriale la cui diffusione, notorietà, audience, autorevolezza determina il valore e la vendibilità dello spazio pubblicitario.

Pertanto, il costo totale riferibile allo spazio pubblicitario (comprensivo dei costi generali e finanziari imputabili) dovrebbe considerare, oltre i costi industriali, anche i costi sostenuti per la produzione dei contenuti informativi e per la diffusione del prodotto editoriale.

Le incertezze e difficoltà di questo processo sono rappresentate da molteplici quesiti, di cui di seguito se ne riportano solo alcuni esempi.

Dovendo determinare il costo riferibile al singolo spazio pubblicitario oggetto di cambio merci, occorre individuare il numeratore da applicare al denominatore (totale dei costi riferibili).

Ad esempio, nel caso dei periodici è accettabile che il numeratore da applicare al denominatore (totale dei costi riferibili) possa essere dato dalla foliazione del periodico?

Il costo totale riferibile alla pagina-quarta di copertina di un dato periodico è lo stesso del costo totale riferibile ad una qualsiasi altra pagina all'interno dello stesso periodico? Allo stesso modo, uno spot di 30 secondi in fascia protetta di una tv ha gli stessi costi riferibili dello spot di 30 secondi in altra fascia oraria della stessa tv ?

Il totale dei costi riferibili allo spazio pubblicitario possono essere quelli rilevati nel periodo precedente, ad esempio nell'esercizio precedente o devono esser riferiti all'esercizio in corso?

Quelli di cui sopra sono solo alcuni esempi indicativi delle difficoltà ed incertezze insite nel processo di individuazione di tutti i costi riferibili allo spazio pubblicitario di un prodotto editoriale che – come già detto - non è un prodotto a sé stante ma parte di un prodotto complesso quale il prodotto editoriale.

Ci si chiede quale possa essere un processo di rilevazione e quantificazione di tutti i costi riferibili allo spazio pubblicitario di un prodotto editoriale scambiato in cambio merci che non dia adito a contestazioni da parte dell'autorità fiscale.

Si potrebbero avanzare delle proposte sul metodo di rilevazione dei costi riferibili agli spazi pubblicitari di prodotti editoriali valevoli ai fini iva, ma vista la rilevanza generale del tema della determinazione della base imponibile iva delle pagine o spazi pubblicitari scambiati in cambio merci, pare auspicabile che le associazioni imprenditoriali interessate richiedano all'agenzia delle entrate una apposita consulenza giuridica ai sensi dell'articolo 10-octies della legge 27 dicembre 2000, n. 212 ove si prevede che l'amministrazione finanziaria offre chiarimenti interpretativi di disposizioni tributarie su casi di rilevanza generale che non riguardano singoli contribuenti.

### **- COSTI RIFERIBILI A BENI E SERVIZI ACQUISTATI – GLI SPAZI PUBBLICITARI DELLA CONCESSIONARIA**

Quando i beni e servizi destinati al cambio merci siano stati acquistati da terzi, il processo di rilevazione di tutti i costi ad essi riferibili appare più agevole. In tali casi infatti si potrà rilevarne il prezzo di acquisto al quale aggiungere i costi accessori ed una quota imputabile di costi generali e finanziari.

Restando ancora agli spazi pubblicitari in cambio merci, le difficoltà ed incertezze sopra delineate nel caso cambi merci pubblicitari posti in essere dall'editore, diverrebbero più tenui qualora lo stesso cambio merci fosse realizzato da una concessionaria.

Le concessionarie di pubblicità sono imprese che vendono agli utenti gli spazi pubblicitari dei mezzi di comunicazione – non propri – ma di editori terzi. Accade spesso che le concessionarie siano concessionarie “*captive*” e cioè imprese controllate dallo stesso editore concedente o facenti parte dello stesso gruppo dell'editore concedente.

Generalmente ed in estrema sintesi, la concessionaria stipula con l'editore un contratto in base al quale la concessionaria vende gli spazi pubblicitari dei mezzi di comunicazione dell'editore e riconosce a quest'ultimo una quota dei ricavi derivanti dalla vendita degli stessi spazi. Pertanto, con tale schema si hanno due vendite: l'editore vende alla concessionaria gli spazi su propri mezzi e la concessionaria vende gli stessi spazi agli utenti pubblicitari. Il prezzo di acquisto riconosciuto dalla concessionaria all'editore è normalmente una quota del prezzo di vendita riconosciuto dagli utenti alla concessionaria.

Nel cambio merci pubblicitario posto in essere dalla concessionaria, quest'ultima potrà rilevare il prezzo di acquisto dello spazio (normalmente una quota del prezzo riconosciuto dall'utente). E tale processo appare più agevole rispetto al compito che sarebbe spettato all'editore che avesse posto in essere direttamente lo stesso cambio merci, le cui difficoltà sono state accennate nel paragrafo di cui sopra.

Nel cambio merci pubblicitario posto in essere dalla concessionaria, si ritiene che la concessionaria possa determinare la base imponibile iva dello spazio pubblicitario scambiato in cambio merci, rilevando il prezzo di acquisto riconosciuto contrattualmente all'editore, i costi di vendita (agenti e simili) ed una quota di costi generali e finanziari imputabili allo spazio pubblicitario scambiato in cambio merci.

### - MODALITA' DI FATTURAZIONE, PRINCIPI CONTABILI, IMPOSTE SUI REDDITI.

Resta il tema delle modalità di fatturazione e della rilevazione contabile (ricavi e costi) dei beni e servizi oggetto di cambio merce.

Fino a tutto il 2025 non si ponevano incertezze o difficoltà per la fatturazione e la rilevazione contabile, nella misura in cui le parti accettavano di attribuire ai beni ed ai servizi scambiati in cambio merci il valore di mercato che, normalmente, coincideva con il “valore normale”<sup>2</sup> richiesto ai fini iva. Pertanto detto valore era valido ai fini dell'iva, ai fini contabili per quantificare i ricavi ed i costi, ai fini delle imposte sui redditi e per la compensazione delle rispettive partite di credito/debito.

Invece, dal 2026 si ha la divaricazione dei valori del cambio merci: da un lato il valore concordato fra le parti (in condizioni normali pari al valore di mercato) e dall'altro il valore ai fini iva determinato in base a tutti i costi riferibili ai beni e servizi oggetto del cambio merci.

Normalmente il valore concordato fra le parti, se determinato in base al valore di mercato, risulta essere maggiore del valore ai fini iva determinato in base ai costi.

Tornando all'esempio sopra proposto ed assumendo superate le difficoltà ed incertezze del processo di attribuzione dei costi riferibili ai beni e servizi scambiati, si ponga il seguente esempio di cambio merci:

Cambio merce di 1 pagina pubblicitaria con 1 set di 12 sedie concordato fra le parti sulla base dei seguenti valori:

---

<sup>2</sup> Per la definizione del valore normale ai fini iva, si veda l'articolo 14 del dpr n.633/1972 (decreto iva).

## BIANCO FIDUCIARIA E DI REVISIONE

- Pagina pubblicitaria prezzo di listino: euro 1.000 (mille), valore di costo ai fini iva : euro 600
- Set di 12 sedie, prezzo all'ingrosso: euro 1.000 (mille), valore di costo ai fini iva : euro 450

In tale situazione, occorre stabilire le modalità di fatturazione, il criterio di contabilizzazione del ricavo/costo, la rilevanza dei valori ai fini delle imposte sui redditi e gli effetti sulla compensazione delle rispettive partite di debito/credito.

Quanto alle modalità di fatturazione, si ritiene che le fatture possano evidenziare i due valori, come segue:

fattura dell'editore all'inserzionista	euro
Spazio pubblicitario in cambio merci	1.000
iva	132
Totale	1.132
Base imponibile iva , art.13 , comma 2 , lett.d) dpr 633/72, euro 600, iva 132	
Importo escluso dalla base imponibile iva, art.13, comma 2, lett.d) dpr 633/72, euro 400	

fattura dell'inserzionista all'editore	euro
Set di 12 sedie in cambio merci	1.000
iva	99
Totale	1.099
Base imponibile iva , art.13 , comma 2 , lett.d) dpr 633/72, euro 450, iva 99	
Importo escluso dalla base imponibile iva, art.13, comma 2, lett.d) dpr 633/72, euro 550	

Si noti che le due fatture non si compensano in toto, ancorché riferite ad un cambio merci concordato alla pari (fattura editore euro 1.132 – fattura inserzionista euro 1.099 = saldo a favore dell'editore euro 33, pari alla maggiore iva sullo spazio pubblicitario di euro 132 rispetto all'iva sulle sedie di euro 99) .

**Anche il tema delle modalità di fatturazione sopra delineata, quantomeno per gli aspetti iva e per i riferimenti di legge, dovrebbe essere oggetto di richiesta all'agenzia delle entrate** di una apposita consulenza giuridica ai sensi dell'articolo 10-octies della legge 27 dicembre 2000, n. 212 ove si prevede che l'amministrazione finanziaria offre chiarimenti interpretativi di disposizioni tributarie su casi di rilevanza generale che non riguardano singoli contribuenti.

Quanto alla rilevazione contabile, in presenza di due valori (valore concordato fra le parti e valore ai fini iva) soccorre il principio contabile nazionale n.16 (OIC 16 Immobilizzazioni materiali, paragrafi 82 ,83 e 84) che detta le regole in presenza di operazioni permutative. Anche se il principio OIC 16 si riferisce alle immobilizzazioni materiali, si ritiene che le stesse regole valgano anche nei casi in cui oggetto del cambio merce siano servizi e beni merce.

L'OIC 16 distingue la permuta commerciale - che *nella sostanza realizza un'operazione di acquisto e vendita* - dalla permuta effettuata per procurare la disponibilità di un cespite di analoghe caratteristiche funzionali senza l'obiettivo di conseguire un componente positivo di reddito.

Con riferimento alla permuta commerciale, l'OIC 16 afferma che *“La permuta di un bene con un altro, se nella sostanza realizza un'operazione di acquisto e vendita, è rilevata in base al presumibile valore di mercato attribuibile al bene ricevuto alla data di acquisizione”*.

Pertanto, nel nostro esempio, il cambio merci di una pagina pubblicitaria con un set di 12 sedie (beni merce) concordato fra le parti in base ai valori di mercato deve essere contabilizzato ai valori di mercato anche se i valori fatturati ai fini iva sono diversi (normalmente inferiori) dai valori di mercato.

Questa regola vale anche ai fini delle imposte dirette, ai sensi dell'articolo 9 commi 2 e 3 del TUIR (testo unico delle imposte dirette) . Il comma 2 dell'articolo 9 del TUIR stabilisce che gli scambi *in natura sono valutati in base al valore normale dei beni e dei servizi da cui sono costituiti*. Il comma 3 dell'articolo 9 del TUIR stabilisce che per valore normale si intende *il prezzo o corrispettivo mediamente praticato per i beni e i servizi della stessa specie o similari, in condizioni di libera concorrenza e al medesimo stadio di commercializzazione, nel tempo e nel luogo in cui i beni o servizi sono stati acquisiti o prestati, e, in mancanza, nel tempo e nel luogo più prossimi. Per la determinazione del valore normale si fa riferimento, in quanto possibile, ai listini o alle tariffe del soggetto che ha fornito i beni o i servizi e, in mancanza, alle mercuriali e ai listini delle camere di commercio e alle tariffe professionali, tenendo conto degli sconti d'uso. Per i beni e i servizi soggetti a disciplina dei prezzi si fa riferimento ai provvedimenti in vigore*.

Pertanto, riprendendo la fattura dell'editore del nostro esempio, avremo:

	EDITORE	euro		euro
1)	Credito v/inserzionista	1.132	Ricavi da vendita spazi pubblicitari in cambio merci	1.000
			Iva a debito (22% di euro 600)	132
2)	Costi per acquisti in cambio merci	1.000	Debito v/ inserzionista	1.099
	Iva a credito (22% di euro 450)	99		
3)	Debito v/ inserzionista	1.099	Credito v/inserzionista	1.132
	Banca - riscossione saldo	33		
4)	Iva a debito (22% di euro 600)	132	Iva a credito (22% di euro 450)	99
			Iva c/erario	33
5)	Magazzino prodotti in cambio merci	1.000	Costi per acquisti in cambio merci	1.000
	totale	4.495	totale	4.495

IVA			
Volume d'affari iva	euro 600	aliquota 22%	iva euro 132
Acquisti con iva detraibile	euro 450	aliquota 22%	iva euro 99

<b>RILEVAZIONE CONTABILE ED IMPOSTE DIRETTE</b>			
Ricavi contabili	euro 1.000	Ricavi imponibili	euro 1.000
Costi contabili	euro 1.000	Costi deducibili	Euro 1.000

## **- CONCLUSIONI**

La modificazione della legge iva in materia di permuta (cambi merce) ha sostituito il criterio del valore normale con il criterio di tutti i costi riferibili ai beni e servizi oggetto del cambio merci, ai fini della determinazione della base imponibile iva degli stessi.

Questo cambio di criterio riguarda solo il trattamento iva, mentre ai fini contabili e fiscali (imposte sui redditi) resta il valore di mercato dei cambi merce.

Il cambio del criterio ai fini iva fa sì che gli operatori debbano individuare e quantificare tutti i costi riferibili ai beni e servizi oggetto del cambio merci e cioè non solo i costi di acquisto o di produzione ma anche i costi generali e finanziari.

Questo processo comporta difficoltà ed incertezze in particolare per i beni e servizi "autoprodotti" per i quali non vi sono prezzi di acquisto ma costi di produzione. In particolare, per beni e servizi non prodotti su scala industriale ed in mancanza di sistemi di contabilità industriale, i costi rischiano di essere rilevati ed imputati in modo opinabile in sede di verifica.

Nel caso di cambi merce di spazi pubblicitari posti in essere direttamente dall'editore le difficoltà di rilevazione ed imputazione di tutti i costi riferibili agli spazi pubblicitari sono maggiori rispetto allo stesso cambio merci posto in essere dalla concessionaria che acquista gli spazi dall'editore.

Le stesse autorità italiane hanno evidenziato in sede europea le difficoltà conseguenti il passaggio dal criterio del valore normale al criterio di tutti i costi riferibili per la determinazione della base imponibile iva dei cambi merce.

In linea con quanto già evidenziato dalle autorità italiane in sede europea, appare opportuno che gli operatori sollecitino un intervento dell'agenzia delle entrate, anche tramite l'istituto della consulenza giuridica, per delineare:

- un criterio - accettabile e non opinabile in sede di verifica - di attribuzione dei costi che esprima la base imponibile iva dei cambi merci e
- le modalità formali di fatturazione dei cambi merci valevoli ai fini iva.

Milano, 21 gennaio 2026

Pierangelo Bianco