

# 2012



Editore:

[www.commercialistatelematico.com](http://www.commercialistatelematico.com)

Autore: Enrico Larocca

## **PREMI SU VENDITE: ASPETTI OPERATIVI E CONTABILI**

---

Le crisi congiunturali spesso si combattono attraverso forme di stimolo all'economia delle imprese attivate mediante la concessione d'incentivi al raggiungimento di determinati obiettivi di vendita. Nel presente intervento ci occuperemo delle rilevazioni contabili dei premi concessi ai clienti, esaminandone gli aspetti iva e reddituali.

---

## ASPETTI GENERALI

Accade spesso nella pratica d'affari, che in corrispondenza di crisi congiunturali, la pratica di concedere degli incentivi a coloro che partecipano al processo di vendita, porta degli innegabili vantaggi, anche in termini di stimolo psicologico. Questi vantaggi o incentivi prendono il nome di "premi" che possono sostanzialmente distinguersi in due sottocategorie:

- 1) Premi di quantità o sconti di fine anno:** con i quali al raggiungimento di un determinato budget di acquisto (che per il venditore è volume d'affari) vengono concessi dei premi di quantità o degli sconti sul valore degli acquisti effettuati dal cliente nell'esercizio. Tali importi possono richiedere un processo di valutazione che va oltre il 31/12, non fosse per altro per la necessità di chiudere i conti e stabilire i livelli di fatturato raggiunti da ciascun cliente. Dovendo attendere la chiusura dell'anno per procedere alla rendicontazione occorrerà, in sede di scritture di assestamento, per il rispetto del principio di «competenza economica», tener conto della rettifica ai costi d'acquisto (o da lato del venditore della rettifica ai ricavi di vendita);
- 2) Premi di fedeltà:** concessi ai clienti col fine di accrescere e rafforzare le relazioni commerciali con il cliente.

In conclusione, mentre i **premi di quantità** sono legati al raggiungimento di determinati obiettivi, i **premi di fedeltà** sono motivati solo da esigenze di rafforzamento delle relazioni commerciali, col fine di stabilizzare tali rapporti.

## PREMI DI QUANTITA'

I **premi di quantità o sconti di fine anno** sono legati alla condizione che il cliente raggiunga determinati obiettivi di acquisto. Si tratta, dunque, di incentivi previsti dalle originarie condizioni contrattuali e quindi soggette alla normativa di cui all'art. 26 del D.P.R. n. 633/72. La norma, infatti, concede al cedente, la facoltà (non l'obbligo) di ridurre i corrispettivi delle operazioni di vendita, emettendo apposita nota di credito che registrerà nel registro delle vendite, con segno negativo. L'acquirente, correlativamente, annoterà con segno negativo l'operazione, nel registro degli acquisti.

Si tratta di operazione prevista dalle originarie condizioni contrattuali e in quanto tale agisce sull'imponibile dell'operazione riducendolo. Non opera per essa alcun limite temporale di un anno dall'effettuazione dell'operazione originaria, in quanto tale termine è riservato alle sole operazioni di rettifica che intervengono per fatti non previsti dalle originarie condizioni contrattuali.

## CASISTICA DI PREMIO DI QUANTITA'

- Ad esempio, se nell'anno 2011, è stato convenuto tra la società ALFA S.p.A. (cedente) e la società BETA S.r.l. (cessionario) un contratto di fornitura che prevede al raggiungimento di una fatturato di 200.000 Euro uno sconto dell'1 %, la nota di credito emessa nell'anno 2012 di 2.000 Euro, non soffrirà di limiti temporali di emissione, in quanto il premio era previsto dalle originarie condizioni contrattuali di fornitura.

## PROBLEMATICHE IVA PER I PREMI DI QUANTITÀ

Ricordiamo che **i premi di quantità o sconti di fine anno**, possono essere in:

- denaro;
- in natura,

ed essere

- riferiti ad acquisti soggetti ad I.V.A.;
- riferiti ad acquisti non soggetti ad IVA.

### PREMI DI QUANTITA' IN DENARO

Nel caso **di premi di quantità soggetti ad IVA**, la rilevazione della nota di credito emessa avverrà con la seguente scrittura a P.D.:

CONTI	BILCEE	DARE	AVERE
Premi su vendite <sup>1</sup>	CE - A 1)	2.000,00	
IVA ns/ debito <sup>2</sup>	P - D 12)	420,00	
Crediti verso clienti per fatture da emettere	A - C II 1)		2.420,00
Per rilevazione della nota di credito per un premio di 2.000 Euro + Iva ordinaria			

<sup>1</sup> L'utilizzo del conto "Premi su vendite", in sostituzione del conto "Ricavi di vendita" è finalizzato a imprimere maggiore chiarezza alle scritture contabili, sebbene in virtù dell'art. 2425 - bis co. 1 si potrebbe utilizzare direttamente il conto "Ricavi di vendita", dovendo il bilancio rilevare i ricavi e i proventi, i costi e gli oneri, al netto dei resi, degli sconti, abbuoni e **premi**, rammentando che la rilevazione in sede di bilancio d'esercizio, nella forma riclassificata, deve far necessariamente riferimento alla voce A1 del Conto Economico.

<sup>2</sup> Il conto IVA ns/debito verrebbe addebitato, avendo nella scrittura funzione rettificativa del debito originario.

Nel caso di premi di quantità, non soggetti ad IVA, la scrittura a P.D. sarebbe:

CONTI	BILCEE	DARE	AVERE
Premi su vendite <sup>3</sup>	CE - A 1)	2.000,00	
Crediti verso clienti per fatture da emettere	A - C II 1)		2.000,00
Per rilevazione della nota di credito per un premio di 2.000 Euro			

Stessa rilevazione precedente si effettuerebbe nel caso di premi non imponibili per vendite all'export, per le quali si rilevarebbe:

CONTI	BILCEE	DARE	AVERE
Premi su vendite estero	CE - A 1)	2.000,00	
Crediti verso clienti esteri per fatture da emettere	A - C II 1)		2.000,00
Per rilevazione della nota di credito per un premio di 2.000 Euro			

Per quanto riguarda i premi in denaro, può accadere che il cliente al raggiungimento di un determinato traguardo di acquisto, maturi il diritto a ricevere una riduzione sul debito di fornitura che gli viene concesso attraverso l'emissione di una nota di credito che il cedente rileva se ivata come già mostrato in precedenza:

CONTI	BILCEE	DARE	AVERE
Premi su vendite	CE - A 1)	2.000,00	
IVA ns/debito	P - D 12	420,00	
Crediti verso clienti per fatture da emettere	A - C II 1)		2.420,00
Per rilevazione della nota di credito per un premio di 2.000 Euro + Iva ordinaria			

<sup>3</sup> L'utilizzo del conto "Premi su vendite", in sostituzione del conto "Ricavi di vendita" è finalizzato a imprimere maggiore chiarezza alle scritture contabili, sebbene in virtù dell'art. 2425 - bis co. 1 si potrebbe utilizzare direttamente il conto "Ricavi di vendita", dovendo il bilancio rilevare i ricavi e i proventi, i costi e gli oneri, al netto dei resi, degli sconti, abbuoni e **premi**.

All'atto dell'emissione della N.C. in Co.Ge. rileveremo:

CONTI	BILCEE	DARE	AVERE
Crediti verso clienti per fatture da emettere	A - C II 1)	2.000,00	
Crediti verso clienti	A - C II 1)		2.000,00
Per rilevazione dell'emissione della nota di credito per un premio di 2.000 Euro			

La partita rilevata attraverso l'accreditamento del conto "Crediti verso clienti" si compenserà con il credito originario rilevato con l'emissione delle fatture relative alla singole forniture, determinando intra-conto, il netto che il cliente deve corrispondere.

Se, per avventura, il diritto del cliente al premio di quantità, **matura in forza di una liquidazione definitiva, successiva all'esercizio in cui si è prodotta la condizione che ne ha determinato il diritto alla percezione fino ad allora non esattamente determinabile** (con incertezza sia nell'*an* che nel *quantum*), allora occorrerà rilevare a fronte dell'accensione del debito nei confronti del cliente una sopravvenienza passiva.

A partita doppia, avremo:

CONTI	BILCEE	DARE	AVERE
Sopravvenienze passive	CE - E 21	2.000,00	
Crediti verso clienti per fatture da emettere	A - C II 1)		2.000,00
Per rilevazione del sopravvenienza passiva per il premio di 2.000 Euro dovuto dal cedente.			

e successivamente la rilevazione del bonifico per riconoscimento del premio su forniture di annualità precedenti, relative a partite già regolate.

CONTI	BILCEE	DARE	AVERE
Crediti verso clienti per fatture da emettere	A - C II 1)	2.000,00	
Banca X c/c	A - C IV 1)		2.000,00
Per rilevazione del pagamento del il premio di 2.000 Euro dovuto dal cedente.			

## PREMI DI QUANTITA' IN NATURA

Nel caso di premi di quantità in natura, a fronte della consegna dei beni ed indipendentemente dall'esercizio della rivalsa - che potrebbe non essere esercitata - sarà emessa una fattura di vendita da rilevarsi con la scrittura:

CONTI	BILCEE	DARE	AVERE
Crediti verso clienti	A - C II 1)	2.420,00	
Ricavi di vendite	CE - A 1)		2.000,00
IVA ns/debito	P - D 12		420,00
Per rilevazione della fattura per un premio in natura di 2.000 Euro + Iva ordinaria			

Essendo un premio, il credito verso il cliente sopra rilevato, non darà luogo ad una riscossione, ma sarà stornato come spesa promozionale con la scrittura:

CONTI	BILCEE	DARE	AVERE
Spese di pubblicità e promozionali	CE - B7	2.420,00	
Crediti verso clienti	A - C II 1)		2.420,00
Per rilevazione dello storno del credito per premio in natura			

## PREMI DI FEDELTA'

I **premi di fedeltà** - come confermato dalla stessa A.F. con R.M. 23/09/1974 n. 502713 - si configurano come operazioni di cessione di denaro, escluse dal campo di applicazione dell'IVA, ai sensi dell'art. 2 co. 3, lett. a) del DPR n. 633/72. Per tale ragione, l'emissione della nota di credito, non obbligatoria ai fini IVA, è effettuata solo ai fini di rendicontazione contabile. La registrazione a P.D. di queste operazioni avverrà come segue:

CONTI	BILCEE	DARE	AVERE
Premi su vendite	CE - A1)	2.000,00	
Crediti verso clienti per fatture da emettere	A - C II 1)		2.000,00
Per rilevazione del premio di quantità			

procedendo successivamente alla rilevazione del pagamento del premio :

CONTI	BILCEE	DARE	AVERE
Crediti verso clienti per fatture da emettere	A - C II 1)	2.000,00	
Banca X c/c	A - C IV 1)		2.000,00
Per rilevazione del pagamento del premio di fedeltà			

Di recente, l'Agenzia delle Entrate, si è pronunciata sui bonus erogati dalle case produttrici di autovetture ai propri concessionari pervenendo a queste considerazioni, qui riassunte<sup>4</sup>:

R.M. 17/09/2004 n.  
120/E

- la risoluzione ministeriale in rassegna si è occupata dei bonus concessi alle concessionarie auto, distinguendo gli stessi in:
  - **bonus quantitativi** : che sono quelli volti ad incentivare il concessionario a stipulare quantità incrementalmente di contratti di compravendita e quindi riconducibili alla fattispecie di cui all'art. 26, co. 2 del DPR n. 633/72;
  - **bonus qualitativi**: che sono quelli tesi a favorire la partecipazioni del concessionario alle attività di marketing, di miglioramento dell'assistenza post-vendita. Per l'Agenzia dell'Entrate, questa seconda forma di incentivi si configura come prestazione di servizio reso dal concessionario, ex art. 3 DPR n. 633/72.

Matera, 20/01/2012

Enrico Larocca

<http://www.commercialistatelematico.com/>

<sup>4</sup> Per un approfondimento si veda [E. Larocca in "Il trattamento I.V.A. dei bonus corrisposti ai concessionari di auto"](#) su [www.commercialistatelematico.com](http://www.commercialistatelematico.com), ed. 2004

<http://www.commercialistatelematico.com/newsletter.html>

© 1995 - 2012 Commercialista Telematico. È vietata ogni riproduzione totale o parziale di qualsiasi tipologia di testo, immagine o altro presente su questo sito. Ogni riproduzione non espressamente autorizzata è violativa della L. 633/41 e pertanto perseguibile penalmente.

