

IMPOSTE E TASSEdi **ALBERTO DI VITA****Iva della fidelizzazione tramite programma a punti**

Un'App che consente a un gruppo di esercenti l'emissione di punti, che i clienti possono successivamente spendere, non rientra nella disciplina dei buoni ma identifica una semplice affiliazione commerciale remunerata.

L'**interpello 7.06.2021, n. 392** fa luce su un interessante programma di fidelizzazione commerciale reso possibile dall'uso di un'App.

In estrema sintesi, attraverso tale programma, il promotore cede agli esercenti aderenti un pacchetto di **punti virtuali**. Per ogni punto assegnato, il promotore incassa 5 centesimi. Gli esercenti, a loro volta, possono assegnare gli stessi punti ai propri clienti in ragione di un punto per ogni euro speso.

Un sottogruppo di esercenti si impegna ad **accettare in pagamento i punti** così messi in circolazione. Questi ultimi esercenti possono scegliere se rimettere in circolazione i punti accreditati o estinguerli presso il promotore dell'iniziativa. In quest'ultimo caso, l'esercente ottiene a rimborso il 50% del valore nominale dei punti.

Ovviamente tutta l'operazione funziona su un' **apposita App** in accompagnamento ad apposite campagne di marketing. Oltre ai movimenti descritti, sono previsti a favore del promotore ulteriori **fee di affiliazione**.

L'Agenzia delle Entrate, interpellata in merito al regime Iva dei movimenti descritti, esprime le seguenti valutazioni. In primo luogo, l' **acquisto dei punti da parte degli esercenti** rappresenta una parte del corrispettivo (variabile) a fronte dell'affiliazione al programma. Il programma garantisce la pubblicazione del profilo dell'esercente sulla piattaforma. Ciò in quanto la funzione dell'iniziativa è quella di **migliorare l'immagine dell'esercente** presso la clientela. La conclusione dell'Agenzia contrasta l'idea del contribuente che, invece, aveva ipotizzato che i punti emessi costituissero un semplice documento di legittimazione (una sorta di moneta), la cui circolazione sarebbe stata esclusa dal regime Iva.

Non è chiarissima, la risposta in relazione al **trattamento dei punti restituiti al promotore**. Qui l'Agenzia, occupandosi del solo profilo (attivo) del promotore, afferma che l'operazione evidenzia un elemento di **ricavo** per il promotore in quanto la restituzione avviene a un valore inferiore al nominale. D'altra parte, aggiungiamo, il fatto generatore si era già manifestato al momento dell'emissione dei punti, sicché non è agevole inquadrare sotto il profilo Iva la natura del pagamento che il promotore effettua agli esercenti che ricevono e restituiscono i punti.

Un primo caso si presenta quando avviene una **compensazione tra punti emessi e punti accettati in pagamento** (al 50%) con saldo a favore del promotore. In tal caso, poiché le obbligazioni fanno riferimento al medesimo contratto, il promotore emetterà una fattura a saldo applicando il principio della compensazione, che determina l'obbligo di emissione della fattura nel momento in cui essa opera.

Nel caso in cui il saldo tra punti emessi e punti accettati in pagamento (sempre al 50% del nominale) sia a favore dell'esercente, ci sembra di capire che l'Agenzia individui una **prestazione di servizi** resa dall'esercente al promotore, sempre in dipendenza dal contratto. Quindi, dovrebbe essere l'esercente a fatturare una prestazione al promotore in virtù dell'impegno a concedere lo sconto al cliente, discendente dal contratto di affiliazione.