



QUESITO RIMANENZE MATERIALE DI CONSUMO

spazio quesiti



ATTENZIONE: la risposta ai quesiti è stata formulata attenendosi alle leggi vigenti all'epoca della richiesta. Pertanto si consiglia di verificare se da detta data sono state emanate delle norme o delle disposizioni ministeriali che hanno modificato il trattamento tributario dell'oggetto del quesito.

Le risposte ai quesiti non costituiscono in alcun caso servizi di consulenza coperti da riserva professionale; le risposte vengono formulate con diligenza e facendo ricorso alla normativa in essere al momento del quesito. La responsabilità di conformarsi alle indicazioni fornite è interamente lasciata all'utente che in nessun caso potrà rivalersi nei confronti dell'estensore.



IL QUESITO

“Il nostro commercialista sostiene che sia necessario gestire le rimanenze di materiale pubblicitario, depliant, buste e carta intestata come se si trattasse di prodotti destinati alla vendita quando in realtà non lo sono. A suo giudizio, anche questi beni vanno valorizzati a fine anno in quanto, in futuro, parteciperanno al conseguimento del reddito e quindi non sono soltanto un costo, ma devono essere inclusi nelle rimanenze finali di magazzino alla stessa stregua della strumentazione che noi commercializziamo. E' giusto? In tal caso questa ipotesi varrebbe anche per tutto il materiale di cancelleria e di consumo ancora in essere al 31 dicembre? Non possiamo considerarli semplicemente un costo dell'esercizio in cui vengono acquistati? Se sì, che fare delle rimanenze di materiale pubblicitario presenti tra le rimanenze iniziali all'1 gennaio?”

LA RISPOSTA

Il corretto trattamento delle rimanenze finali di quella tipologia di beni che rientra nella generica definizione di “materiale di consumo”, tra cui, ad esempio, anche la cancelleria (comprese le buste e la carta intestata) ed il materiale per la pulizia, è stato oggetto di una accesa diatriba in campo dottrinale, non esistendo una specifica normativa al riguardo.

Infatti la partecipazione al processo produttivo di tali spese è di difficoltosa determinazione cosicché appare difficile stabilire se tali acquisti lascino traccia nel patrimonio aziendale oppure siano entità esclusivamente concorrenti alla formazione del Conto economico.

La dottrina ad oggi prevalente è orientata verso la prima delle alternative sopraccitate in quanto ritiene che il materiale di consumo rientri nel campo di applicazione dell'art. 85 del TUIR ovvero tra i beni che danno luogo a “ricavi”, cosicché le rimanenze finali di tale materiale vengono rilevate dal punto di vista fiscale visto il disposto dell'art. 92 del TUIR (variazioni delle rimanenze).

Tale tesi, d'altro canto trova diretta conferma nel Codice Civile all'art. 2426, nn. 9 e 12.

In questa ipotesi, la valutazione di tali beni in giacenza deve essere effettuata al costo di acquisto o, se inferiore, al valore di realizzo desumibile dall'andamento del mercato e può anche essere eseguita a valori costanti qualora le giacenze di materiali di consumo siano costantemente rinnovate, complessivamente di scarsa importanza in rapporto all'attivo di bilancio e non abbiano subito variazioni sensibili.

Teniamo altresì a precisare che, da un punto di vista meramente fiscale, l'unica fonte normativa in materia è una Circolare ministeriale del 26 novembre 1981 che prevede l'esclusione dall'obbligo di registrazione nelle scritture ausiliarie di magazzino (contabilità di magazzino) dei materiali di consumo, vista l'eccessiva onerosità che ne deriverebbe in relazione alla scarsa utilità ai fini del controllo dei ricavi. Dal che si desume che, anche fiscalmente, il materiale di consumo fa effettivamente parte delle rimanenze.

Naturalmente la prassi aziendale, specie quando questi materiali di consumo sono modesti, privilegia la semplificazione e, in molti casi, di materiale di consumo non si troverà traccia tra le rimanenze. Ma questa è un'altra questione.

Ciò detto, in particolare sul materiale pubblicitario, che consideriamo diverso dal mero materiale di consumo sebbene dal tono del quesito non sia facile comprendere di cosa esattamente si tratti, ci pare necessaria una precisazione. Quando esso sia costituito da veri e propri beni o comunque da beni a prevalente contenuto materiale (e di utilizzo ultrannuale) sarà rilevato tra le rimanenze. Qualora invece si tratti fondamentalmente di supporti con prevalente contenuto di prestazione di servizio, magari facenti parti di campagne pubblicitarie, se soggetti ad utilizzazione pluriennale, dovrebbero già essere allocati tra le spese pubblicitarie (immobilizzazioni immateriali).

Sull'ultimo quesito "*Se si, che fare...*": qualora si sia in presenza di appostazioni veramente errate e di importo non trascurabile, si procederà a rettifica in corso di esercizio, non trascurando di dare dettagliata notizia nella Nota integrativa spiegandone i motivi e l'influenza sulla rappresentazione della situazione patrimoniale e finanziaria e del risultato economico.