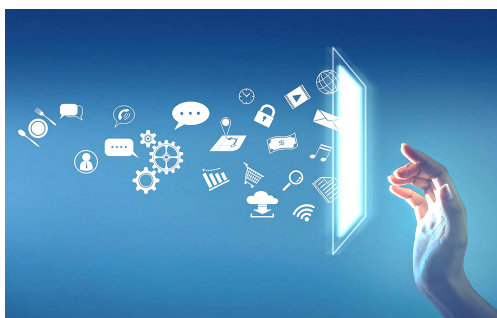


Normativa e prassi

## Veicolazione di pubblicità mirata: sconta l'imposta sui servizi digitali

22 Marzo 2022

Sono soggetti a tassazione i ricavi conseguiti da un gruppo editoriale a seguito della cessione di spazi pubblicitari con Ad-Exchange, in cui domanda e offerta si incontrano tramite provider



Le prestazioni di "pubblicità mirata", ossia i messaggi pubblicitari collocati su piattaforma digitale in funzione dei dati relativi a un utente che accede a tale interfaccia, sono soggetti all'imposta sui servizi digitali (ItD). Il fatto che vi sia una pluralità di operatori coinvolti nella veicolazione della pubblicità mirata non consente di per sé di escluderne qualcuno dall'applicazione del tributo. Questo in sintesi il

chiarimento dell'Agenzia fornito con la **risposta n. 149** del 22 marzo 2022.

L'istante è un gruppo editoriale che fra le varie attività provvede anche alla cessione di spazi pubblicitari *online*. Nell'ambito dei canali di vendita, accanto a quelli tradizionali, in cui la negoziazione avviene direttamente tra l'istante e l'inserzionista, vi sono quelli "*programmatic*", in cui la compravendita degli spazi pubblicitari è intermediata da piattaforme digitali (*Ad-Exchange*) che fanno incontrare domanda e offerta, cui inserzionisti e editori non accedono direttamente ma si avvalgono di intermediari denominati "*Demand Side Platform*" (DSP) per gli inserzionisti e "*SellSide Platform*" (SSP) per gli editori.

L'istante chiede dei chiarimenti sull'applicabilità dell'imposta sui servizi digitali ai ricavi derivanti dalla "pubblicità programmatic" considerando che non dispone sempre del controllo dei criteri di

*targeting* utilizzati nella compravendita degli spazi pubblicitari. Lo stesso dubbio viene posto dall'istante per la pubblicità riferita alla geolocalizzazione dell'utente, quando la stessa è basata unicamente sui dati forniti dal *provider (Internet Service Provider)*.

L'Agenzia ricorda che l'imposta sui servizi digitali è stata introdotta dalla legge di bilancio 2019 (articolo 1, commi da 35 a 50) e ritoccata dalla legge di bilancio 2020. Le modalità applicative dell'imposta sono state disciplinate da ultimo con il provvedimento delle Entrate del 15 gennaio 2021 e dalla circolare n. 3/2021.

Il tributo si applica in presenza di un'attività di impresa e del superamento di specifiche soglie indicate nel comma 36 della norma primaria e nel citato provvedimento (ricavi complessivi ovunque non seguiti non inferiore a 750milioni di euro e ricavi derivanti da servizi digitali realizzati nel territorio dello Stato non inferiore a 5 milioni e 500mila euro).

Per quanto concerne la fattispecie rappresentata nell'interpello, il servizio reso dalla società istante è riconducibile a quello di "veicolazione su un'interfaccia digitale di pubblicità mirata agli utenti della medesima interfaccia" che sconta l'imposta digitale. Come indicato anche dalla circolare n. 3/2021, infatti, l'attività di veicolazione include anche la cessione di spazi pubblicitari da parte dei cosiddetti *publisher*, tra i quali è annoverabile l'istante.

L'Agenzia chiarisce che la pluralità di operatori coinvolti nella veicolazione della pubblicità mirata non consente di per sé di escluderne qualcuno dall'applicazione del tributo, essendo tutti soggetti passivi dell'imposta sui servizi digitali qualora sussistano i presupposti. Sul punto, la circolare fornisce chiarimenti per eliminare eventuali fenomeni di doppia o plurima imposizione (cosiddetti "effetti a cascata") in sede di determinazione della base imponibile.

Va rilevato che non tutta l'attività di veicolazione della pubblicità rientra nell'area imponibile, essendo legata alle sole prestazioni di "pubblicità mirata", ossia i messaggi pubblicitari collocati su un'interfaccia digitale in funzione dei dati relativi a un utente che accede a tale interfaccia.

In conclusione, l'Agenzia ritiene che l'istante, in qualità di editore, renda un servizio digitale (articolo 1, comma 37, lettera a), della legge di bilancio 2019) che sconta la relativa imposta in tutti i casi in cui tale servizio si possa qualificare "veicolazione di pubblicità mirata", e sia soggetto passivo d'imposta in relazione ai ricavi che ne derivano.

Riguardo al secondo quesito viene respinta la tesi del contribuente, secondo la quale l'imposta vada applicata solo ai ricavi derivanti da pubblicità basata sulla geolocalizzazione individuata

facendo riferimento a dati che l'utente accetta di mettere a disposizione. A parere dell'Agenzia infatti sono rilevanti anche i dati sulla geolocalizzazione raccolti tramite *provider*, a prescindere dal fatto che l'utente ne abbia consapevolezza.

di

**r.fo.**

URL: <https://www.fiscooggi.it/rubrica/normativa-e-prassi/articolo/veicolazione-pubblicita-mirata-sconta-limposta-sui-servizi>