

Milano, 31 dicembre 2020

A mezzo e-mail: [div.contr.internazionale@agenziaentrate.it](mailto:div.contr.internazionale@agenziaentrate.it)

**Oggetto:** Consultazione pubblica inerente lo schema di provvedimento relativo all'imposta sui servizi digitali di cui all'articolo 1, commi da 35 a 50 della legge 30 dicembre 2018, n. 145, modificata dall'articolo 1, comma 678 della legge 27 dicembre 2019, n. 160.

IAB Interactive Advertising Bureau Italia fornisce di seguito le proprie osservazioni.

**Tematica: DEFINIZIONE DI PUBBLICITA' MIRATA**

**Paragrafi del provvedimento interessati:** Paragrafi 1, lett. k.

**Osservazioni:** La definizione di "pubblicità mirata" è elemento centrale per distinguere tra la pubblicità rilevante ai fini ISD da quella esclusa. Occorre a nostro parere avere dei criteri analitici per l'identificazione del concetto di "mirata". La Commissione UE definisce ISD come un'imposta che ha una portata mirata che viene riscossa sui ricavi generati dalla fornitura di determinati servizi digitali caratterizzati dalla creazione di valore da parte degli utenti. Il concetto di "creazione di valore da parte degli utenti" è un elemento che deve necessariamente essere considerato, con una declinazione puntuale delle caratteristiche della pubblicità mirata, ampliando il concetto di "dati relativi a un utente".

È necessario chiarire il ruolo che assume la profilazione dell'utente ovvero la partecipazione attiva dell'utente che accede all'interfaccia digitale il quale immette una URL, digita delle parole chiave, ecc.

Dovrebbe anche essere fatta una distinzione tra azioni temporanee (es. accesso ad un link con un click,) e profilazione di dettaglio basata su specifici comportamenti dell'utente che ne tracci la navigazione, i propri interessi e preferenze. Solo quest'ultima dovrebbe essere considerata come pubblicità mirata.

**Tematica: DEFINIZIONE DI "SOGGETTI PASSIVI DELL'IMPOSTA".**

**Paragrafi del provvedimento interessati:** Paragrafo 1, lett. b.

**Osservazioni:** L'imposta si verifica se nell'anno precedente "siano stati realizzati ricavi, singolarmente o congiuntamente a livello di gruppo, per un ammontare non inferiore a euro 750.000.000 ovunque nel mondo e ricavi da servizi digitali imponibili per un ammontare non inferiore a euro 5.500.000 nel territorio dello Stato".

Occorre quindi che gli operatori interessati verifichino il superamento delle suddette soglie di ricavi sulla base dei dati del 2019. La verifica riguardo al superamento dell'ammontare di ricavi da servizi digitali realizzati nel territorio dello Stato è complessa in quanto presuppone la ricostruzione delle tipologie di ricavi imponibili sulla base di criteri non previsti nel 2019. Si chiede di indicare nel Provvedimento come debbano comportarsi gli operatori nella fase di prima applicazione della disciplina per ovviare alla mancanza di dati di dettaglio la cui ricostruzione a ritroso potrebbe rivelarsi impossibile. Altro elemento per la definizione di "pubblicità mirata" è la cosiddetta "veicolazione", cioè i vari passaggi attraverso cui la pubblicità arriva all'utente.

Andrebbe chiarito se la veicolazione sia intesa quale diffusione del messaggio pubblicitario tra gli utenti. Tale concetto è fondamentale: se la veicolazione fosse riferita all'utente, andrebbero escluse da tassazione tutte le attività svolte lungo la supply chain dell'online advertising (es. attività svolte dalle Demand-Side-Platforms e Supply-Side-Platforms, e dai centri media).

**Tematica: BASE IMPONIBILE E DETERMINAZIONE DELL'IMPOSTA.**

**Paragrafi del provvedimento interessati:** Paragrafi 3.2 e 3.5.

**Osservazioni:** il Provvedimento non tiene conto del ruolo degli intermediari della pubblicità online, il che può generare fenomeni di doppia imposizione.

**IAB Italia - Interactive Advertising Bureau**

Sede Legale: Piazza Grandi 24, 20135 Milano - Sede Operativa: Via Bergognone 34, 20144 Milano  
C.F. 97229130154 Tel. +39 02 58320694, [info@iab.it](mailto:info@iab.it), <http://www.iab.it>



Il Provvedimento dovrebbe escludere gli intermediari dalla tassazione in quanto il ricavo da pubblicità mirata dovrebbe essere attribuito solo a chi veicola il messaggio pubblicitario verso gli utenti, quindi gli editori/publisher. Se ciò non fosse fatto, si creerebbe un fenomeno di doppia tassazione perché lo stesso ricavo sarebbe in capo a più soggetti.

Altro aspetto importante è la determinazione della percentuale di servizi collegata con il territorio dello Stato, dove sarebbe importante specificare come sarà possibile accertare il numero di messaggi pubblicitari apparsi agli utenti localizzati nel territorio dello Stato rispetto alla totalità di messaggi visualizzati ovunque nel mondo.

**Tematica: BASE IMPONIBILE E DETERMINAZIONE DELL'IMPOSTA - COLLEGAMENTO CON IL TERRITORIO DELLO STATO.**

**Paragrafi del provvedimento interessati:** Paragrafi 3.8 e seguenti.

**Osservazioni:** Importante è la definizione di “fruizione del servizio” in quanto il Provvedimento prevede l'imponibilità dei ricavi quando il servizio digitale è fruito da utenti mediante dispositivi localizzati nel territorio dello Stato sulla base di indirizzo IP o altri metodi di geolocalizzazione.

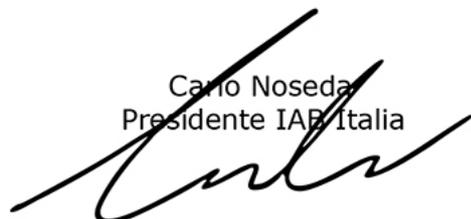
Occorre capire come il verificatore possa accertare la correttezza della localizzazione degli utenti, per poter quantificare il ricavo imponibile. Oltre a indirizzo IP, dovrebbero essere elencati i metodi alternativi di geolocalizzazione e dovrebbero essere definiti i casi in cui tali metodi potrebbero essere utilizzati in alternativa a IP.

---

Con la presente si esprime il consenso alla pubblicazione sul sito dell'Agenzia delle Entrate del contributo fornito e del soggetto proponente

IAB INTERACTIVE ADVERTISING BUREAU ITALIA

Carlo Noseda  
Presidente IAB Italia



**IAB Italia - Interactive Advertising Bureau**

Sede Legale: Piazza Grandi 24, 20135 Milano - Sede Operativa: Via Bergognone 34, 20144 Milano  
C.F. 97229130154 Tel. +39 02 58320694, [info@iab.it](mailto:info@iab.it), <http://www.iab.it>