

Buongiorno.

Rappresento UNA - Aziende della Comunicazione Unite, l'associazione delle agenzie pubblicitarie. Abbiamo preso visione del provvedimento e abbiamo raccolto alcuni commenti che vi riportiamo nella speranza di fare cosa utile e rendere il provvedimento più chiaro e più preciso nei suoi intenti. Rimaniamo a disposizione per qualsiasi approfondimento dovesse essere necessario.

- **Tematica:** Definizione di “pubblicità mirata”
  - **Paragrafi del provvedimento interessati:** Paragrafo 1 lettera k.
  - **Osservazioni / Contributi:** i pubblicitari sanno bene che qualsiasi pubblicità è mirata, pertanto apprezziamo l'impegno a definire bene il perimetro di applicazione in modo che siano effettivamente soggetti alla tassazione solo quegli spazi pubblicitari che fanno uso dei dati personali degli utenti, come nello spirito della norma. Tuttavia riteniamo che l'interpretazione proposta sia ancora troppo vaga e possa portare a dubbi e potenziali contenziosi. La bozza di provvedimento infatti definisce come “mirata” una pubblicità che sia collocata *“in funzione dei dati relativi a un utente che accede a tale interfaccia e la consulta”*. Si ritiene preferibile specificare che i dati a cui si fa riferimento sono quelli personali, o comunque di profilazione individuale, e che pertanto non sono soggette a tassazione quelle pubblicità che sono attivate in seguito all'azione di un utente o alla sua posizione - ad esempio scegliendo una pagina web o un canale tv - ma non sono legate alla profilazione individuale.
- 
- **Tematica:** Definizione di “veicolazione”
  - **Paragrafi del provvedimento interessati:** Paragrafo 1 lettera l.
  - **Osservazioni / Contributi:** nella bozza di provvedimento si opta per una interpretazione ampia di “veicolare”, definito come sinonimo di “trasferire” e anche come sinonimo di “ospitare”. Questa interpretazione estende la base imponibile ben oltre i servizi specifici delle digital platforms, fino a assoggettare a ISD tutta la pubblicità mirata ospitata anche da TV e editori appartenenti a gruppi al di sopra delle soglie di fatturato fissate. Se l'obiettivo è sottoporre a tassazione i modelli di business tipici delle digital platforms, sarebbe opportuno limitarsi a considerare “veicolazione” come sinonimo di “trasferimento”.
- 
- **Tematica:** Base imponibile - intermediari
  - **Paragrafi del provvedimento interessati:** Paragrafo 3
  - **Osservazioni / Contributi:** la bozza di provvedimento, al paragrafo 3.3, specifica che non sono soggetti a ISD gli scambi intergruppo, ma sembra non considerare che il mercato della pubblicità online è costituito da molti intermediari (agenzie, centri media) indipendenti, che talvolta superano le soglie di fatturato di cui al punto 1. b). Sovente lo stesso spazio di pubblicità mirata è acquistato dalle digital platforms e venduto al cliente finale da parte di questi intermediari. Si rileva il rischio che la ISD sia dovuta ad ogni passaggio, con un effetto di doppia (o tripla) tassazione a cascata. Una dinamica di questo tipo, di fatto, renderebbe più conveniente per il cliente acquistare direttamente dalle *digital platforms*, scavalcando la filiera pubblicitaria locale. Si chiede pertanto di specificare che l'ISD non è dovuta per la vendita di spazi di pubblicità mirata da parte di intermediari che l'abbiano acquistata da imprese già soggette a ISD al fine di evitare il fenomeno patologico della doppia imposizione.
- 
- **Tematica:** Base imponibile - corrispettivi dei publishers
  - **Paragrafi del provvedimento interessati:** Paragrafo 3.5
  - **Osservazioni / Contributi:** come noto, i corrispettivi per la pubblicità veicolata dalle digital platforms vengono ripartiti tra la piattaforma e il sito che ospita la pubblicità. La parte di questi corrispettivi ricevuta dai siti italiani che ospitano pubblicità è già soggetta a tassazione in Italia - in quanto reddito di imprese italiane. Stupisce che la bozza di provvedimento imponga il pagamento della ISD anche su quei corrispettivi, di fatto sottoponendoli a doppia tassazione. Si ritiene indispensabile applicare l'ISD ai soli ricavi trattenuti dalle digital platforms, esentando invece *“i corrispettivi percepiti dai soggetti passivi dell'imposta che ospitano nel sito web tale contenuto pubblicitario”*.

Con i più cordiali saluti.

**Stefano Del Frate**

Direttore Generale