

Sito web: la deduzione fiscale dei costi

La deducibilità fiscale dei costi legati alla creazione di un sito web sono oneri pluriennali qualora il sito web possa classificarsi come e-commerce, mentre sono classificabili come spese di pubblicità nel caso in cui si tratti di siti vetrina o pubblicitari.

Il **sito web** è ormai diventato un elemento fondamentale per il **marketing di aziende e professionisti** che hanno qualcosa da vendere o da dire. Ampliare ed affiancare alle tradizionali forme commerciali e pubblicitarie un sito web, rappresenta un'opportunità per ampliare la propria attività, tessendo una **rete di conoscenze** e di rapporti, che se adeguatamente sfruttate possono trasformarsi in futuri profitti.

Tuttavia, la **progettazione** e la **realizzazione** di un **sito web** necessitano di conoscenze specifiche, in termini di **linguaggio informatico, piattaforme web, grafica, posizionamento, marketing**, che soltanto esperti del settore possono offrire al meglio. Lanciare un **sito web** non è una cosa facile se l'obiettivo è quello di convertire i lettori in possibili clienti, o ancora più difficile è sopravvivere nella spietata concorrenza nel campo dell'. Avvalersi di un professionista, ma spesso ne occorrono diversi per competenze specifiche, comporta necessariamente il sostenimento di **costi** di importo e di natura variabile, spesso dipendenti dallo **scopo** che l'azienda o il professionista intendono raggiungere.

Diventa, quindi, di interessante attualità affrontare il tema della corretta **contabilizzazione dei costi** legati alla **realizzazione**, ed alla **gestione del sito web**, di professionisti ed imprese.

Differenti categorie di siti web

Un **sito web** è uno spazio virtuale condiviso con gli utenti del web, formato da un insieme di **pagine correlate** tra loro, e raggiungibili attraverso un **indirizzo internet**, che permettono diversi tipi di **interazione** all'utente finale: dalla visualizzazione di informazioni, al download di documenti, fino ad arrivare all'. Sulla base di queste caratteristiche possiamo distinguere tre diverse **categorie di siti web**, che a loro volta originano **trattamenti fiscali diversi** dei costi che sono in grado di generare:

- **Sito e-commerce** – sito web che consente l'acquisto di beni e/o servizi direttamente on-line, consentendo sia la visualizzazione dell'offerta aziendale che la possibilità di acquistare beni e servizi, attraverso una piattaforma di e-commerce completa che permette la gestione di molteplici informazioni ed il trattamento di una certa quantità di dati e informazioni. L'e-commerce è una materia molto complessa, che coinvolge diverse discipline e che può generare diversi tipi di costi legati a marchi, domini internet e la pubblicità, che tra tutti sono sicuramente gli elementi determinanti per il successo del sito. Le normative rilevanti poi sono molteplici e vanno dal commercio elettronico, alla disciplina per la tutela dei

consumatori, alle disposizioni sui segni distintivi e la pubblicità, alla protezione dei dati personali e, infine, ad altre varie normative egualmente rilevanti;

- **Sito pubblicitario** – sito web dinamico che permette di presentare il catalogo di beni e servizi che l'azienda offre, salvo poi invitare l'utente a contattare l'azienda al recapito fisico per gli acquisti. Rispetto al vero sito di e-commerce non è possibile acquistare direttamente i prodotti, in quanto l'obiettivo del sito è quello promuovere l'azienda o i contenuti che intende offrire rispetto alla vendita diretta del prodotto. Si tratta di siti web volti a promuovere la *brand identity* dell'azienda
- **Sito vetrina** – sito web meramente informativo: è il tipo di sito internet che si limita a indicare i beni e servizi forniti dall'azienda e i recapiti per raggiungerla fisicamente. Non vi sono aree che si aggiornano di frequente o sezioni di notizie o informazione, ma semplicemente di un biglietto da visita dell'azienda o del professionista. La natura statica dei contenuti lo rende poco efficace per le campagne di promozione sui motori di ricerca, ma può sfruttare molto bene grafica e sull'impatto emozionale piuttosto che sulla soddisfazione dei criteri di ricerca internet, in quanto lo scopo del sito è solo quello di rafforzare il valore di mercato di chi già conosce il brand o l'azienda. In questa categoria rientrano i siti che sono che comportano costi di realizzazione e di gestione più contenuti.

Dopo aver esaminato le diverse categorie di siti web, vediamo adesso il corretto **trattamento dei costi** ad essi relativi ai fini delle **imposte dirette**.

Disciplina contabile e fiscale dei costi legati ai siti web

Ai sensi dell'**articolo 2575 del Codice Civile**, un sito internet può essere annoverato tra le **opere dell'ingegno** di carattere creativo, così come il dato che è il risultato di una creazione intellettuale originale dell'autore. Generalmente i **costi** sostenuti per la **realizzazione** e l'**implementazione** del **sito web** devono essere **capitalizzati**, a condizione che ne sia dimostrata l'**utilità futura** (in termini di incremento dell'efficienza e della competitività) e che sia **stimabile**, con ragionevole certezza, la loro **recuperabilità**, tenendo conto del principio di prudenza. Tuttavia, sia le norme civilistiche che i **principi contabili nazionali (OIC)**, hanno previsto specifiche disposizioni riguardanti la **contabilizzazione** e la **rilevazione in bilancio** dei costi sostenuti per la realizzazione dei siti web. Sul piano operativo, il trattamento dei costi in esame risulta essere strettamente correlato alle **caratteristiche del sito**, a seconda che lo stesso possa considerarsi un sito vetrina, nel qual caso i costi di realizzazione sono assimilabili alle spese di pubblicità, fino ad arrivare ad un vero e proprio sito di e-commerce.

Siti web: indicazione dei costi in bilancio

Nel caso in cui il **sito web**, sia realizzato dall'azienda al dichiarato fine di **implementare la rete commerciale** nel web, appare evidente come lo stesso rientri nella categoria dei **siti di e-commerce**, e pertanto, i relativi **costi** dovranno essere considerati come **oneri pluriennali** da capitalizzare. Per i **siti di e-commerce** il trattamento fiscale e contabile dei costi è assimilabile a quello relativo ai **software applicativi** acquistati a titolo di proprietà.

Per i **siti di e-commerce** costi di realizzazione, ai sensi del **principio contabile OIC n. 24** andranno pertanto iscritti nella **voce B.I.3 “Diritti di brevetto industriale e utilizzazione delle opere dell’ingegno”** del **bilancio d’esercizio** dell’azienda. Tutto ciò in quanto questo tipo di costi presenta il requisito della **identificabilità** ed è in grado di generare di **futuri benefici economici** per l’azienda, a patto che vengano soddisfatte le condizioni per l’iscrizione tra le attività ed i costi possano essere misurati in modo attendibile. Mentre, nella diversa ipotesi in cui la realizzazione del sito web sia configurabile come un’**espansione dell’attività aziendale** in direzioni precedentemente non perseguite, invece, le spese sostenute dovranno essere indicate nella **voce B.I.1** tra i **“Costi di impianto e di ampliamento”**.

Siti web: le quote di ammortamento

Per i **siti di e-commerce**, i cui costi sono stati capitalizzati, l’**ammortamento** dovrà essere previsto in **quote costanti** correlate al periodo di prevista **utilità futura**. Qualora tale periodo non sia determinabile il **principio contabile OIC n. 24**, in tema di **software applicativi**, consiglia di utilizzare il periodo di tre esercizi *“inteso come periodo presunto di utilità dei costi per software, data l’elevata obsolescenza tecnologica cui è sottoposto di norma il software”*. Da un punto di vista fiscale l’**articolo 103, comma 1, del Tuir** dispone invece che le quote di ammortamento del costo dei diritti di utilizzazione di opere dell’ingegno sono **deducibili in misura non superiore al 50% del costo** purché ovviamente il bene stesso partecipi al processo produttivo in modo duraturo.

Nel caso in cui il **sito web** si limiti ad **illustrare l’azienda o i suoi prodotti e servizi** (siamo nelle fattispecie dei siti vetrina e pubblicitari) le spese sostenute potranno essere trattate come **spese di pubblicità** e quindi **deducibili nell’esercizio** in cui sono state sostenute. Le spese di pubblicità infatti sono per definizione quelle spese sostenute per diffondere il nome e l’immagine dei prodotti dell’azienda e quindi incrementare le vendite.

Sito Web: i costi di gestione periodici

Accanto ai costi di progettazione e realizzazione del sito web l’azienda o il professionista sostengono ogni anno anche dei **costi di gestione** periodici, legati ai **server**, al **dominio** e alla **manutenzione del sito** internet. Pertanto, diventa fondamentale capire anche il trattamento contabile e fiscale per queste particolari tipologie di costi:

- **Costi di manutenzione e gestione del sito web** – si tratta principalmente dei costi legati alla manutenzione e gestione del sito internet. In particolare si tratta dei costi legati al server utilizzato per la memorizzazione dei dati e per l’hosting, e le varie consulenze legate a questi aspetti. Tali costi, devono essere spesi nell’esercizio in quanto trattasi di costi operativi ricorrenti;
- **Costi legati al dominio internet** – si tratta del costo annuo legato al dominio internet del sito. Il dominio rappresenta il nome che contraddistingue in maniera univoca un sito web e può essere acquistato esclusivamente in concessione per l’utilizzo, e mai in proprietà. I costi sostenuti per il dominio devono essere capitalizzati come oneri pluriennali, alla voce di

bilancio B.I.4 e ammortizzate come “*Concessioni, licenze e simili*”. Attenzione, però, nel caso in cui il dominio rappresenti anche il marchio (registrato come tale), occorre necessariamente rispettare la relativa normativa. Ricordiamo che la condizione per iscrivere un dominio Internet come marchio in bilancio è che lo stesso sia identificabile nel patrimonio aziendale e abbia piena individualità da poterlo distinguere dall’azienda di cui fa parte. Il dominio, registrato come marchio può essere ammortizzato e fiscalmente le quote sono deducibili in misura non superiore ad 1/18;

- **Costi legati alla redazione e preparazione dei contenuti** – sono costi legati ai contenuti pubblicati sul sito web, e legati a possibili acquisizioni di diritti per la pubblicazione, consulenze, e tutte le altre spese legate alle pubblicazioni web. I relativi costi devono essere iscritti in conto economico e spesati nell’esercizio in quanto la vita dei contenuti genericamente molto breve.