



IVA

Aspetti Iva della professione di “influencer”

di Sandro Cerato - Direttore Scientifico del Centro Studi Tributari

Convegno di aggiornamento

Fiscalità diretta e indiretta del web

Scopri di più

La digitalizzazione dell'economia ha portato in questi anni alla **creazione di alcune figure professionali** che svolgono la propria attività in modo continuativo **utilizzando i social media** e, più in generale, le piattaforme *internet*. Mentre in passato solamente i **personaggi noti** (attori, sportivi, ecc.) potevano trarre **profitti per la realizzazione di campagne pubblicitarie** (sfruttando la loro immagine), oggi anche **personaggi sconosciuti** sono diventati **nel tempo influencer**, grazie alla pubblicazione frequente e ripetuta di **post nei social media**.

La popolarità di questi soggetti ha attratto molte aziende che **utilizzano la notorietà** e la visibilità degli stessi per la **pubblicizzazione dei propri prodotti o servizi**, remunerando l'*influencer* in **denaro o tramite un corrispettivo in natura** (ad esempio con dei **capi di vestiario**, se trattasi di aziende di abbigliamento).

Prescindendo da questioni legate alla soggettività Iva, laddove tali attività siano svolte con **professionalità e abitualità è richiesta l'apertura di una posizione Iva**, e deve essere individuato il corretto inquadramento (anche) ai fini Iva dei **corrispettivi percepiti per l'attività svolta**. Il principale provento percepito da un *influencer* è **senza dubbio inquadrabile nell'ambito della pubblicità**, che si realizza qualora un determinato post (in cui l'*influencer* sponsorizza un certo prodotto) consegua almeno un **determinato numero di like**, ovvero quando un video (postato su *Youtube* o *TikTok*) sia visualizzato da un **certo numero di persone** e all'interno del quale vi siano dei **messaggi pubblicitari veicolati da un'azienda**. Ai fini Iva, e più precisamente per individuare il **luogo di rilevanza territoriale della prestazione** resa dall'*influencer* nei confronti dell'azienda committente, si rendono applicabili le regole di cui all'[articolo 7-ter, D.P.R. 633/1972](#), per i **servizi generici B2B**, con la conseguenza che:

- se il soggetto committente è **stabilito ai fini Iva in Italia**, la prestazione è soggetta ad Iva nel nostro Paese (imponibile **Iva al 22%**);
- se il soggetto committente è **stabilito ai fini Iva in altro Stato** (Ue o extraUe), la prestazione è **esclusa da Iva per carenza del presupposto territoriale**, ma con obbligo di emissione della fattura, così come previsto dall'[articolo 21, comma 6-bis, D.P.R. 633/1972](#) (con la dicitura “inversione contabile” se il committente è **soggetto passivo**)



in altro Stato Ue, ovvero “operazione non soggetta”, in presenza di **committente stabilito**, ai fini Iva, in uno Stato extraUe).

Qualora si tratti di **influencer non organizzato in forma societaria**, bensì con partita Iva individuale, è possibile l’adozione del **regime forfettario** di cui all’[articolo 1, comma da 54 a 89, L. 190/2014](#), qualora il **volume di ricavi o proventi non superi la soglia di euro 85.000**. In tal caso, la fattura elettronica emessa nei confronti del committente *business* **non contiene l’addebito dell’Iva**, ma deve evidenziarsi la seguente differenza:

- se il soggetto committente è **stabilito ai fini Iva in Italia**, nella fattura deve essere indicato che il prestatore applica il regime forfettario (**codice Natura “N2.2”**);
- se il soggetto committente è stabilito in **altro Stato** (Ue o extraUe), si applicano le regole dell’[articolo 7-ter, D.P.R. 633/1972](#) (codice Natura “N2.1”).

Nel caso in cui l’*influencer* sia, invece, **remunerato in natura**, si rende applicabile l’[articolo 11, D.P.R. 633/1972](#), che disciplina le **operazioni permutative**, secondo cui le **cessioni di beni e le prestazioni di servizi** effettuate in corrispettivo di altre cessioni di beni o prestazioni di servizi sono soggette all’imposta in maniera separata. Pertanto, ai fini Iva, vi sono due operazioni: la **prestazione pubblicitaria** posta in essere dall’*influencer* e l’**operazione** (cessione di beni o prestazioni di servizi) effettuata in **contropartita dall’azienda committente**. Anche per quest’ultima, va individuata la **territorialità** in base alle regole di cui all’[articolo 7-bis, D.P.R. 633/1972](#), se si tratta di una **cessione di beni**, ovvero applicando gli [articoli 7-ter](#) e seguenti, D.P.R. 633/1972, se si tratta di una **prestazione di servizi**.