

13 dicembre 2017

## Attività di ricerca nell'ambito del marketing

La Legge 23 dicembre 2014, n. 190 (Legge di Stabilità 2015) ha introdotto un credito d'imposta per attività di ricerca e sviluppo, sostituendo integralmente l'articolo 3 del decreto-legge 23 dicembre 2013, n. 145 (convertito, con modificazioni, dalla legge 21 febbraio 2014, n. 9, noto come "decreto Destinazione Italia"). Successivamente con Decreto del Ministro dell'economia e delle finanze, di concerto con il Ministro dello sviluppo economico del 27 maggio 2015, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 174 del 29 luglio 2015, sono state adottate le disposizioni applicative necessarie al pieno funzionamento dell'incentivo.

Tale impianto normativo è stato commentato dall'Agenzia delle Entrate con la circolare 5/E del 2016. La predetta circolare stabilisce al punto 2.1 (*la ricerca agevolabile*):

*"Il novellato articolo 3, ai commi 4 e 5, e l'articolo 2 del decreto attuativo delimitano l'ambito oggettivo dell'agevolazione, elencando le attività di ricerca e sviluppo ammissibili al credito di imposta e quelle escluse dal beneficio. In via preliminare, si precisa che le attività di ricerca e sviluppo, che devono ricadere nell'elencazione contenuta nelle menzionate disposizioni, possono essere svolte anche in ambiti diversi da quelli scientifico e tecnologico (ad esempio, in ambito storico o sociologico) atteso che, in linea generale, le attività di ricerca e sviluppo sono volte all'acquisizione di nuove conoscenze, all'accrescimento di quelle esistenti e all'utilizzo di tali conoscenze per nuove applicazioni."*

Atteso che le attività di ricerca e sviluppo possono essere svolte in molteplici ambiti, per un'individuazione analitica degli stessi è opportuno fare riferimento alla declaratoria dei settori-scientifico disciplinari del Decreto Ministeriale 4 ottobre 2000 del Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale del 24 ottobre 2000 n. 249 - supplemento ordinario n. 175, e successive modifiche e integrazioni.

Nel caso di specie le attività di ricerca inerenti l'ambito del marketing sono riconducibili al settore scientifico-disciplinare (SSD) SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese, come definito dal Decreto Ministeriale 4 ottobre 2000 del Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca e successive modifiche ed integrazioni (Macrosettore 13/B ai sensi del Decreto Ministeriale 30 ottobre 2015 n. 855 Pubblicato nella Gazzetta Ufficiale del 20 novembre 2015 n. 271). Tale settore viene così definito:

*"Il settore si occupa, a fini didattici e di ricerca, della gestione e direzione delle aziende di produzione di beni e servizi, sia con riferimento al sistema d'impresa e alle aree funzionali di esso, sia a imprese in tipici settori di attività industriale, commerciale e dei servizi. Particolare evidenza assumono il campo delle decisioni dei dirigenti e delle operazioni aziendali e quello delle relazioni tra sistema d'impresa e sistema competitivo. In posizione di centralità si colloca l'economia e gestione delle imprese, sia negli aspetti istituzionali sia con riferimento a specifici settori e rami di attività. In quest'ambito, assumono fondamentale importanza economia e gestione dell'innovazione, strategie d'impresa, economia e tecnica degli scambi internazionali, **marketing**, tecniche di gestione degli investimenti e*

*finanziamenti, nonché economia e gestione del settore cooperativo e direzione delle organizzazioni non aventi fine di profitto.”*

In ragione di quanto sopra, si conferma che, subordinatamente al rispetto dei parametri previsti dalla vigente normativa, possono essere eseguite attività di ricerca nell’ambito del marketing all’interno del regime della Legge 23 dicembre 2014, n. 190 e successive modifiche e integrazioni.

Dr. Marco Claudio Colombo  
Consigliere Giuridico  
Centro Ricerche e Studi dei Laghi