

Memorándum 13/15

Nuevo régimen de identificación de espacios publicitarios en la vía pública y de información de contratos de publicidad

Buenos Aires, 29 de enero de 2015

Mediante la RG 3724, la AFIP estableció un sistema de identificación fiscal de espacios físicos afectados a la publicidad en la vía pública y un régimen de información de contratos de publicidad. A continuación, una síntesis de las novedades:

1. Sistema de identificación fiscal de soportes publicitarios en la vía pública

1.1. Espacios físicos alcanzados: los de la vía pública, tipo estático, de cualquier naturaleza (estructuras, medianeras, pantallas, carteles publicitarios, etc.) con una superficie de al menos 30 m². Quedan exceptuados:

1.1.1. Los espacios físicos afectados a la publicidad desarrollada en el interior o exterior de locales comerciales, industriales y/o de prestación de servicios cuando los avisos o anuncios publicitarios se refieran exclusivamente a su propia marca comercial.

1.1.2. Los espacios afectados a fines publicitarios de tipo móvil

1.2. Sujetos obligados: quienes dispongan de soportes publicitarios deberán tramitar el “Código de Identificación Fiscal de Soportes Publicitarios (CISOP)”, dentro de los 10 días corridos de su afectación¹, mediante el aplicativo creado al efecto.

2. Régimen de información de contratos de publicidad

2.1. Contratos comprendidos: Cualquiera sea la denominación que se les otorgue y con prescindencia de la forma o modalidad en que sean

¹ Cualquier modificación, desafectación o inutilización del soporte, deberá ser informada dentro de los 5 días corridos de su acaecimiento

instrumentados, celebrados o no en el país, que comprendan total o parcialmente, en forma exclusiva o no, espacios afectados a fines publicitarios en la vía pública del país —estáticos o móviles—, en los cuales una de las partes asume el carácter de “anunciante”, siempre que involucren:

2.1.1. Publicidad estática que se desarrolle en la vía pública del país cuya superficie de exhibición resulte sea de al menos a 30 m².

2.1.2. Publicidad móvil que se desarrolle en vehículos automotores, motovehículos, embarcaciones, aeronaves, subtes o trenes, cuyos anuncios publicitarios o promocionales tengan una superficie sea de al menos 1 m².

2.1.3. No quedan comprendidos los contratos:

2.1.3.1. Que utilicen exclusivamente los espacios físicos disponibles en unidades de transporte cuya titularidad resulten del anunciante a efectos de publicitar o promocionar su propia marca comercial y/o los productos o servicios que comercialice.

2.1.3.2. Cuando el anunciante sea el Estado (Nacional, Provincial o Municipal) y las instituciones pertenecientes a los mismos, excluidos los organismos y entidades comprendidos en el Artículo 1° de la Ley N° 22.016.

2.2. Sujetos obligados:

2.2.1. Quienes asuman las obligaciones con el anunciante de servicio de publicidad o promoción, con prescindencia del carácter que asuman (agencia de publicidad, intermediario, comisionista, locador de soporte publicitario, etc.) deberán informar el dentro de los 10 días corridos contados desde su celebración, instrumentación o ejecución, la que fuere anterior², mediante el aplicativo creado al efecto.

2.2.2. Los sujetos obligados deberán suministrar los CISOP de los espacios afectados al contrato de publicidad registrado.

2.2.3. Los sujetos obligados deberán entregar al anunciante una copia, impresa o en formato digital, de la siguiente documentación,

² Las modificaciones se deberán informar dentro de los 5 días corridos de producida

dentro de los 5 días corridos contados desde la fecha de efectuada la/las transacción/es informática/s respectiva/s:

2.2.3.1. Constancia de código de contrato informado.

2.2.3.2. De corresponder, constancia de la transacción efectuada respecto a la vinculación o afectación de los CISOP.

3. Responsabilidad solidaria:

Todo aviso publicitario o promocional exhibido en la vía pública, que no cuente con su CISOP y un contrato de publicidad informado, hará responsables solidarios a los sujetos obligados y a los anunciantes de las omisiones y/o irregularidades que se detectaren.

4. Vigencia

4.1. Obligación de identificar fiscalmente a cada “soporte publicitario” en la vía pública.

4.1.1. Para los existentes al día 21/4/2015: hasta el 30/4/2015.

4.1.2. Para aquellos afectados posteriormente, 10 días corridos.

4.2. Obligaciones de informar los contratos de publicidad o promoción.

4.2.1. Para los existentes al día 21/4/2015: hasta el 30/4/2015.

4.2.2. Para aquellos afectados posteriormente, 10 días corridos.