

Perchè la web tax italiana rischia di mancare il bersaglio

Alessandro Valente - Crowe Valente/Valente Associati GEB Partners

Con l'entrata in vigore, dal 1° gennaio, della legge di Bilancio 2020 è stata introdotta in Italia la digital services tax, già prevista nella legge di Bilancio 2019 e mai entrata in vigore. La nuova previsione normativa prevede l'applicazione di un'imposta pari al 3% sul fatturato delle imprese che superano determinate soglie di ricavi connessi alla prestazione di servizi digitali. L'imposta assume notevole rilevanza, in quanto affronta il tema della tassazione della componente intangibile dei servizi digitali forniti dalle multinazionali del web. Tuttavia, stante l'incidenza della web tax sul fatturato delle aziende, è sempre più concreto il rischio di uno spostamento del carico impositivo sull'utente finale.

Affrontare in maniera coordinata le problematiche derivanti dalla crescente digitalizzazione dell'economia e dalla progressiva affermazione dei **nuovi modelli di business non collegati al territorio** è tema di grande priorità per OCSE, UE e per i singoli Stati membri.

La **web tax italiana (imposta sui servizi digitali o ISD)**, ispirata a modelli applicativi unilaterali (quali quello francese nell'eurozona) introduce, a fronte del superamento di determinate soglie, una tassazione fissa sul valore generato in Italia dalle imprese operanti in ambito digitale.

La risposta nazionale ai nuovi modelli di business affrancati dalla presenza fisica all'interno del territorio, mira a

- contrastare fenomeni di aggressive tax planning e
- stabilire un punto di ancoraggio tecnico del valore prodotto con il territorio; ciò considerando la naturale, **asimmetria** - propria del web - tra luogo ove gli utili sono (potenzialmente) tassati e quello in cui il valore è (effettivamente) creato.

Invero, nonostante i profili di novità introdotti dalla previsione normativa, non mancano talune criticità.

Principali profili di novità

Con la legge di Bilancio 2020 (legge n. 160/2019) sono state apportate, ai sensi dell'art. 1, comma 678, alcune modifiche allo schema normativo in materia di tassazione dei servizi digitali già introdotto dall'art. 1, comma 50, della legge di Bilancio 2019 (legge n. 145/2018).

L'imposta sui servizi digitali corrisponde al 3% dei ricavi derivanti da determinati servizi forniti con mezzi digitali ai clienti B2B e B2C da società o gruppi di società, stabilite o non stabilite in Italia, che nell'arco di un periodo d'imposta:

- realizzano almeno 750 milioni di euro worldwide;
- generano un importo di ricavi per i servizi digitali, pari ad almeno 5,5 milioni di euro in Italia.

Come emerge dalla lettura dell'art. 37, obiettivo del Legislatore è quello di tassare le piattaforme digitali in grado di:

- raccogliere i dati degli utenti che ne fanno utilizzo;

- trasmettere pubblicità agli utenti che ne fanno utilizzo;
- permettere agli utenti di interagire tra loro.

L'art. 37-*bis*, invece, delinea i servizi esclusi dal perimetro della previsione normativa. A tal riguardo, sono **esclusi** dal novero dei servizi digitali sottoposti alla web tax i servizi che consistono nella fornitura:

- diretta di beni e servizi, nell'ambito di un servizio di intermediazione digitale;
- di beni o servizi ordinati attraverso il sito web del fornitore di tali beni e servizi, quando questo non funge da intermediario;
- di contenuti digitali o servizi a pagamento a carico degli utenti mediante un'interfaccia digitale.

Per comprendere **quando un servizio è fornito in Italia** e, conseguentemente, quando un reddito è generato nel territorio nazionale, l'art. 1, comma 40-*ter* introduce il **principio di territorialità**.

In tal senso, il dispositivo dell'utente è considerato impiegato in Italia facendo riferimento all'**indirizzo IP** (Internet Protocol) e a una serie di **regole di localizzazione** che consentono di incrociare il luogo d'utilizzo del dispositivo e la trasmissione dei dati generati dal servizio utilizzato.

Quanto agli aspetti applicativi, si pone in evidenza che l'imposta viene riscossa indipendentemente dal fatto che il fornitore di servizi abbia una stabile organizzazione in Italia. A tal riguardo, i soggetti non residenti che non hanno una stabile organizzazione in Italia devono richiedere un numero di identificazione ai fini fiscali per i servizi digitali o, in alternativa, per adempiere agli obblighi di rendicontazione fiscale e di pagamento dei servizi digitali, nominare un rappresentante fiscale.

Si segnala inoltre che, ai sensi dell'art. 1, comma 44, con riferimento alle **sanzioni**, connesse alla nuova imposta sui servizi digitali, si applicano le norme previste ai fini IVA (ai sensi dell'art. 5, D.Lgs. n. 471/1997) e, inoltre, che ai sensi dell'art. 1, comma 38, è prevista un'esenzione sulle entrate derivanti dai servizi infragruppo (ai sensi dell'art. 2359 c.c.).

L'imposta, infine, deve essere **pagata entro il 16 febbraio dell'anno solare successivo** a quello di competenza dei ricavi soggetti a tassazione.

Considerazioni conclusive e profili di criticità

L'entrata in vigore della web tax, dopo numerosi rinvii, è indicativa della volontà da parte dell'Italia di contrastare i fenomeni di aggressive tax planning (nella linea promossa dagli organismi sovranazionali), nonché di adeguarsi alle iniziative proposte (in particolare) a livello europeo per contrastare la manifesta inadeguatezza delle norme vigenti rispetto alle novità introdotte dalla digital economy.

Le attuali **previsioni normative**, infatti, appaiono ormai **obsolete** rispetto ai nuovi modelli di business legati al digitale la cui creazione di utili all'interno di uno Stato prescinde dalla presenza fisica sul territorio.

Quanto alle possibili **ricadute fiscali**, si pone in evidenza che, stante l'incidenza della web tax sul fatturato delle aziende, è sempre più concreto il rischio di uno **spostamento del carico impositivo** sull'utente finale.

Ulteriori problematiche, inoltre, si pongono in materia di **privacy**: è evidente il contrasto tra la previsione normativa in commento, la quale richiede alle imprese di registrare le transazioni effettuate dagli utenti mediante i dispositivi elettronici, e le norme in materia di protezione dei dati personali che, a contrario, tutelano il diritto dell'utente a non essere geolocalizzato.

