

UNITÀ

6

CAPITOLO

2



La tassazione degli utili delle imprese multinazionali e la web tax

□ L'economia digitale e il superamento del principio della stabile organizzazione

La globalizzazione, caratterizzata da una crescente integrazione delle economie e dei mercati, pur non essendo un fenomeno nuovo, negli ultimi anni è cresciuta in maniera molto veloce e a volte imprevedibile. Il peso delle multinazionali è andato via via rafforzandosi, tanto da lasciare i sistemi fiscali dei diversi Paesi privi di strumenti idonei ad assicurare un'equa imposizione sui redditi prodotti dalle stesse. La novità più dirompente è stata rappresentata dall'ingresso sullo scenario internazionale delle cosiddette imprese digitali, che per il perseguimento del loro oggetto sociale, non richiedono una presenza fisica sul territorio dei diversi Paesi in cui operano. Sempre più si pone, pertanto, il problema di come debba essere attuata dagli Stati la tassazione degli utili da esse prodotti.



metamorworks/iStock

Per lungo tempo la soluzione prescelta si è basata sul principio, adottato a livello internazionale, di “stabile organizzazione”. Questo comporta che l’impresa paghi le imposte in un determinato Paese, se esiste in questo una presenza fisica di imprese controllate, filiali o simili. Il concetto di stabile organizzazione è stato elaborato proprio al fine di individuare, con criteri oggettivi, i casi in cui l’insediamento nel territorio di uno Stato, possa essere considerato tale da definire l’impresa straniera come attivamente presente e coinvolta nella vita economica dello stesso. Solo in tal caso si riconosce allo Stato il diritto di tassare il reddito prodotto sul proprio territorio dall’impresa non residente. Per molti anni, il concetto di stabile organizzazione è stato idoneo a rispondere alle esigenze che ne stavano alla base, consentendo di disciplinare l’attività delle multinazionali e assicurando il corretto esercizio del potere impositivo dei vari Stati. Negli ultimi decenni, tuttavia, tale idoneità ha cominciato a indebolirsi. È facile comprendere, infatti, che il meccanismo della stabile organizzazione funziona nei settori tradizionali dell’economia, in cui la presenza fisica sul territorio è necessaria per l’attività operativa, ma è sicuramente obsoleto nell’ambito dell’economia digitale, in quanto le imprese possono operare in più Paesi senza dare vita a una stabilità dell’organizzazione aziendale. Per le imprese digitali, infatti, le vendite di beni e servizi possono avvenire senza nessuna presenza fisica sul territorio ed è quindi nella loro piena facoltà la scelta di localizzarsi in un Paese caratterizzato da un regime fiscale privilegiato. Si tratta di una possibilità assai concreta, dal momento che alcuni Stati, anche in Europa, hanno adottato legislazioni fiscali particolarmente favorevoli allo scopo di attrarre le basi imponibili delle multinazionali a danno degli altri Stati.

Oltre alla mobilità, un’altra caratteristica tipica delle imprese operanti nel web è rappresentata dalla volatilità, che “consente a queste ultime, a fronte in particolare della sostanziale assenza di barriere all’ingresso, di penetrare in un determinato settore del mercato e di affermarvisi in un lasso di tempo anche molto breve, rendendo talvolta difficoltosa la loro esatta localizzazione, in termini di radicamento in uno Stato piuttosto che in un altro.



Strettamente connesso a tale modello di operatività nel mercato è la circostanza per la quale le funzioni dell'impresa possono essere svolte senza necessità di avvalersi di personale in loco, o ricorrendo in ogni caso a scarso personale". (T. di Tanno, F. Marchetti, *La tassazione dell'economia digitale*, Fondazione Bruno Visentini, febbraio 2019)

Per queste ragioni, è diffusa l'idea che i principi tributari adottati prima della rivoluzione digitale siano ormai superati, in quanto determinano un vantaggio competitivo delle grandi imprese multinazionali rispetto alle imprese locali e riducono in misura crescente il gettito tributario per gli Stati. Le organizzazioni internazionali e sovranazionali, come l'Ocse e l'Unione europea, sono impegnate a trovare una soluzione condivisa ai problemi esposti, ma il percorso non è semplice anche a causa della presenza di interessi contrapposti.

Nel 2018, la Commissione europea ha ipotizzato due soluzioni al problema, presentando due distinte proposte di direttiva, finalizzate a rendere più equa la tassazione delle attività digitali all'interno dell'Unione europea.

La prima proposta ("Tassazione delle imprese con una presenza digitale significativa") costituisce una soluzione di lungo termine, che la Commissione ritiene essere la migliore risposta. Essa consiste essenzialmente nell'integrare il concetto di "stabile organizzazione" con il principio della "presenza digitale significativa". Lo scopo è di rendere possibile la tassazione degli utili delle società nel Paese in cui esse effettuano transazioni con gli utenti attraverso i canali digitali, indipendentemente da una loro presenza fisica in quel determinato Paese.

Secondo questa proposta, la presenza digitale significativa verrebbe individuata sulla base dei seguenti indicatori: i ricavi derivanti dalla fornitura di servizi digitali a utenti che risiedono in un determinato Paese, il numero di utenti e il numero di contratti commerciali per quei servizi. Vengono poi individuati alcuni principi sulla base dei quali determinare gli utili tassabili, in conseguenza della presenza digitale significativa.



La seconda proposta (“Tassa sui servizi digitali”), dovrebbe essere di più facile attuazione e avere una valenza solo temporanea. Viene suggerito un modello di tassazione dei servizi digitali, allo scopo di dare un segnale ai Paesi che stanno prendendo iniziative unilaterali, indicando così la necessità di un accordo internazionale per evitare approcci troppo diversificati.

La proposta consiste in una tassazione dei ricavi dei servizi digitali di tipo indiretto, da considerarsi equivalente a una tassazione implicita diretta dei profitti.

I servizi digitali a cui verrebbe applicata questa imposta sono quelli per i quali la partecipazione degli utenti a un’attività digitale costituisce un contributo fondamentale all’ottenimento di ricavi da parte dell’impresa (per esempio: piattaforme, raccolta di dati personali, altre applicazioni digitali).

□ L’Italia e la tassazione dell’economia digitale

L’Italia è fra i Paesi che, in attesa di un coordinamento internazionale, hanno messo in atto alcuni interventi per cercare di affrontare i problemi della tassazione dell’economia digitale.

Con una prima iniziativa, l’Italia si è impegnata per conciliare l’azione della magistratura con quella del fisco, al fine di potere dimostrare, attraverso prove documentali di vario tipo (comunicazioni, procure, viaggi di personale, transiti bancari, ecc.), l’esistenza nel nostro Paese di una stabile organizzazione, produttrice di utili tassabili in Italia.

Un secondo tipo di intervento consiste nell’introduzione di una procedura di composizione delle controversie in merito alla tassazione di utili prodotti in Italia da società multinazionali. Lo scopo è di incentivare, su base volontaria, una regolarizzazione agevolata delle controversie fiscali pregresse, fornendo anche la garanzia di un trattamento fiscale concordato con l’amministrazione finanziaria per gli anni futuri, così da consentire di operare in Italia nell’ambito di una cornice di regole certe e definite, avendo garanzie sul trattamento fiscale riservato.





creisinger/Stock

Il terzo tipo di intervento consiste nell'introduzione di una vera e propria web tax (o digital tax), una imposta sui servizi digitali in linea con la seconda proposta di direttiva europea sopra descritta. Già presente nelle leggi di Bilancio del 2018 e del 2019, ma slittata per ragioni tecniche e in attesa di eventuali accordi a livello europeo, la digital tax italiana – la seconda nell'Eurozona dopo quella francese – è entrata in vigore il 1° gennaio 2020.

Per individuare i soggetti passivi dell'imposta sono state accolte le proposte della Commissione europea che prevedono:

- un fatturato globale individuale o di gruppo, ovunque realizzato, non inferiore a 750 milioni di euro;
- un ammontare di ricavi derivanti da servizi digitali erogati nel territorio nazionale, non inferiore a 5,5 milioni di euro.

La definizione della base imponibile è molto articolata e accompagnata da una lunga lista di esclusioni. Per esempio, è esclusa la fornitura di servizi bancari digitali, così come sono escluse le vendite on line fatte dai produttori sui propri siti aziendali, con la conseguenza che una piccola impresa che vende tramite Amazon viene penalizzata rispetto a un marchio famoso che vende sul proprio sito. È chiara, comunque, la volontà di colpire le imprese di grandi dimensioni, come Google, Apple, Facebook, Amazon, mentre sarebbe contro lo spirito della norma tassare i siti dei produttori nazionali.

La base imponibile è costituita dai ricavi, al lordo dei costi e al netto dell'imposta sul valore aggiunto e di altre imposte indirette, derivanti dalla fornitura dei seguenti servizi:

- veicolazione su un'interfaccia digitale di pubblicità mirata agli utenti della medesima interfaccia;
- messa a disposizione di un'interfaccia digitale multilaterale, che consente agli utenti di essere in contatto e di interagire tra loro, anche al fine di facilitare la fornitura diretta di beni o servizi (per esempio Uber e Airbnb);
- trasmissione di dati raccolti da utenti e generati dall'utilizzo di un'interfaccia digitale.

In sostanza l'imposta si propone di colpire la pubblicità on line dei suddetti operatori, nonché le commissioni che aziende come Amazon incassano dalla vendita di beni o servizi su una piattaforma online.

Per considerare un ricavo tassabile, è necessario che l'utente del servizio che lo genera sia localizzato nel territorio dello Stato in quel determinato periodo d'imposta: questo significa che il computer/cellulare/smartphone su cui si concretizza il servizio di intermediazione debba avere un IP geolocalizzato in Italia o debba essere comunque localizzabile nel nostro Paese.

L'aliquota dell'imposta è pari al 3% dell'ammontare dei ricavi tassabili conseguiti in ciascun trimestre. L'obiettivo è di rendere sostanzialmente equivalente l'onere della tassazione realizzata sui ricavi a quello che potrebbe derivare da una tassazione effettuata, con l'aliquota ordinaria, sui relativi profitti.

L'imposta deve essere pagata entro il 16 febbraio dell'anno solare successivo a quello di competenza dei ricavi soggetti a tassazione. Il primo pagamento è pertanto dovuto nel febbraio 2021.

□ Considerazioni conclusive

La legge di Bilancio 2020 ha in parte modificato, rispetto alla legge di Bilancio 2019, le norme sulla web tax. Il testo scaturito non è però di facile comprensione e, comunque, sono state segnalate ambiguità su questioni di fondo relative alla individuazione dei soggetti passivi e alla determinazione della base imponibile. Si ritiene pertanto necessaria l'emanazione di una legge correttiva o, almeno, di una circolare esplicativa e interpretativa da parte dell'Agenzia delle Entrate.

Un altro punto molto importante riguarda l'esistenza di un possibile conflitto con la normativa sulla *privacy*, riguardo alla questione della localizzazione territoriale delle transazioni digitali che si intendono tassare. In base alle norme sulla *privacy*, chiunque abbia uno smartphone può escludere la geolocalizzazione nelle impostazioni del telefono o in quelle di Google; è possibile, inoltre, navigare su Internet in incognito. Probabilmente l'attuale livello della tecnologia consente di geolocalizzare un utente che non vuole essere geolocalizzato, ma ciò costituirebbe una violazione della volontà dell'utente stesso, che in tutti i Paesi avanzati, fra cui l'Italia, è protetta dalla normativa sulla *privacy*.

Infine, occorre tenere conto che il governo degli Stati Uniti ha minacciato azioni di rappresaglia contro le imposte digitali francese, italiana e britannica, così come aveva fatto attraverso i dazi sui prodotti delle imprese europee. Il Ministro dell'Economia francese ha annunciato l'intenzione di sospendere la tassa fino a dicembre 2020. Il Ministro italiano dell'Economia, Roberto Gualtieri, ricordando che la web tax italiana non dovrà essere versata prima del febbraio 2021, ha auspicato il raggiungimento di un accordo internazionale sulla materia. In sostanza, siamo di fronte a una tregua, che impedisce al momento l'inizio di una guerra commerciale. Bisogna però agire per trovare un accordo a livello europeo, necessario nel merito e anche per potere negoziare con gli Stati Uniti da posizioni di maggior forza.

Fonti

- B. Bonini, G. Galli, *La web tax italiana: prospettive e problemi*, Osservatorio CPI – Università Cattolica del Sacro Cuore, 25 gennaio 2020
- P. Bosi, C. Guerra, *La tassazione degli utili delle imprese multinazionali digitali e non digitali e la «web tax»*, I tributi nell'economia italiana, Il Mulino, 2019
- T. Di Tanno, *La web tax italiana si veste all'europea*, lavoce.info, 11 gennaio 2019
- T. Di Tanno, *Sulla web tax una partita a scacchi tra Ue, Usa e Ocse*, lavoce.info, 28 gennaio 2020
- T. di Tanno, F. Marchetti, *La tassazione dell'economia digitale*, Fondazione Bruno Visentini, febbraio 2019