Scritto da Raffaello Lupi
Venerdì 08 Maggio 2015 11:11

L'economia digitale ha consentito di cedere beni e prestare servizi via «internet», rendendo necessario l'adeguamento dello strumentario concettuale previsto per la determinazione dei tributi. Non si tratta di tassare il web, che sarebbe come

tassare "la carta", o "il telefono", o "la televisione" (parlare di web tax ha lo stesso senso, ambiguo e generico, che avrebbe parlare di paper tax o di phone tax o di television tax). Si tratta di adeguare i criteri di determinazione e localizzazione dei concetti rilevanti ai fini tributari, cioè reddito e consumo, alle possibilità offerte dal web. Oggi infatti un soggetto non residente riesce a rendere visibili messaggi, ad esempio pubblicitari, in altri Paesi, senza avere in essi strutture di alcun tipo, come pure a vendere beni digitali (video e software). Per i beni reali invece, come amazon e altri venditori via internet, il web è solo una vetrina, un catalogo virtuale. Per quanto riguarda la tassazione del consumo è tutto relativamente facile, i venditori si identificano e pagano iva nei paesi dei clienti, mentre il problema è solo reprimere la pirateria di chi informaticamente, evade, puramente e semplicemente, prende i soldi e non paga. Le aziende organizzate, però, già pagano IVA nel paese degli acquirenti consumatori finali e far loro prendere la partita IVA (come il famoso emendamento Boccia) non risolve il problema del reddito. Qui va abbandonata la ridicola rilevanza del luogo dove è ubicato il server come "stabile organizzazione"; si tratta piuttosto di modificare quest'ultimo concetto per adeguarlo alle possibilità di operare sul territorio, in modo informatico, senza una presenza fisica. Nella pubblicità online e anche nella vendita diretta di software a clienti italiani è facile prevedere una stabile organizzazione, estendendo il concetto anche ai servizi forniti via internet da un non residente a un cliente pagante italiano. Non è questione di norma antielusiva, ma di modifica di un concetto che è stato superato dall'evoluzione tecnologica. Resta fermo il presupposto secondo cui nelle vendite internazionali il reddito è imponibile nel paese del fornitore e il consumo in quello del cliente. Solo che un pezzo dell'attività produttiva, grazie a internet, si colloca anch'esso nel paese del cliente.

Il problema è piuttosto come valorizzare il reddito della stabile organizzazione, che sarebbe un troncone di un network complessivo, estratto dal contesto. Quando si vendono beni materiali e internet funge solo da vetrina informatica, questo criterio appare fuori luogo visto che la prestazione ha ad oggetto pur sempre un bene materiale, fisicamente consegnato da una filiera che produce redditi nel paese del cliente. Se si dovesse prevedere anche qui una stabile organizzazione , per una prestazione che non si esaurisce affatto su internet, il reddito attribuitole dovrebbe essere corrispondentemente inferiore.