



WEB TAX DIGITAL DIVIDE ITALIA EUROPA E POLITICHE PER L'INNOVAZIONE

Roma 30 marzo 2022

Premessa

AssoTerziario Confesercenti, Coordinamento delle Federazioni di imprese del terziario di mercato, ha organizzato per il 30 marzo 2022, un confronto a più voci sulla web tax con riferimento al complesso internazionale delle attività economiche derivante dalla globalizzazione e dall'affermazione della new economy e dai processi di digitalizzazione, per la corretta concorrenza tra imprese e per favorire processi d'innovazione nel quadro di un'equa imposizione fiscale.

L'iniziativa di confronto parte dal forte interesse degli operatori economici nazionali a regolamentare la materia e dalla considerazione che la globalizzazione dell'economia spinge su frontiere sempre più avanzate il libero scambio, favorito da politiche di liberalizzazione e dal progresso tecnologico. L'insieme di questi fattori, rendendo i mercati nazionali contendibili da attori operanti su scala globale, mette in rilievo i limiti della potestà impositiva degli Stati ancorati a concetti di fiscalità domestica. Tali processi hanno conosciuto una notevole accelerazione con la digitalizzazione, che ha reso possibile da un lato il presidio da remoto di mercati lontani e dall'altro l'ottimizzazione dei processi economici e produttivi e nuove economie di scala, con ingenti guadagni per le imprese multinazionali operanti a livello mondiale sul web, anche in ragione di assai consistenti vantaggi fiscali e para fiscali.

Allo stesso tempo il mercato digitale mette in mostra i limiti delle tradizionali politiche impositive degli stati nazionali e le difficoltà delle istituzioni sovranazionali, bloccate da interessi e contraddizioni, a trovare una nuova sintesi impositiva. Difatti, siamo di fronte a imprese multinazionali e alla mobilità dei profitti, non essendo riferibili alla fiscalità degli Stati nazionali in cui pure- in parte- si realizzano. Creando, così facendo, importanti disparità concorrenziali con le imprese domestiche dei mercati nazionali sottoposte a regimi fiscali più stringenti, anche quando operano con le medesime modalità on line. Con un doppio impatto negativo sulle imprese tradizionali in sede fissa o ibride-on/off- e sulle entrate degli Stati. Si è posto da tempo, dunque, un problema di politica fiscale e di Web Tax che per le dimensioni e le caratteristiche del fenomeno non può che essere di politica europea e/o quantomeno di armonizzazione delle legislazioni dei paesi membri visto che la UE al momento ancora non ha prodotto un provvedimento di riferimento. Nel frattempo, alcuni paesi europei, tra cui l'Italia, hanno intrapreso un percorso di tassazione dei ricavi dei giganti del web, tra non poche difficoltà e con risultati al di sotto delle aspettative.

AssoTerziario ha organizzato l'iniziativa di confronto tra i punti di vista degli imprenditori che vivono sul campo la competizione economica con i diversi attori della filiera pubblica nazionale e

delle istituzioni europee, chiamati a confrontarsi con la sfida di politiche impositive che definiremmo transnazionali. L'intento è quello di fare il punto sulla discussa web tax e focalizzare i punti di

convergenza e indicare quelli maggiormente critici sui quali sarebbe opportuno intervenire in sede internazionale per una corretta imposizione delle imprese multinazionali digitali sia per motivi etici, sia per combattere paradisi fiscali sia per perseguire la corretta concorrenza tra imprese.

Il problema del diverso trattamento fiscale delle imprese all'interno dell'UE

Come è noto, nell'Unione Europea, esistono forti differenze nella tassazione dei redditi, in particolare in quella dei redditi delle società sulle quali alcuni paesi impongono regimi più accomodanti rispetto ad altri. Ciò consente ad alcuni paesi di praticare regimi di tassazione particolarmente favorevoli.

La Commissione li classifica come “paesi fiscalmente aggressivi”, ma questo non ha nessuna conseguenza pratica, se non attraverso un generico processo di “name and shame”.

Si tratta di Olanda, Cipro, Malta, Ungheria, Lussemburgo e Irlanda

I benefici concessi alle società da questi paesi prendono diverse forme:

- l'aliquota di tassazione societaria può essere molto bassa: Cipro e Irlanda hanno un'aliquota del 13 per cento e l'Ungheria del 9 per cento. Si consideri che Italia, Francia e Germania hanno aliquote rispettivamente del 28 (Ires+Irap), 34 e 30 per cento;
- possono essere accordati trattamenti specifici (tax ruling) alle multinazionali. Si tratta di lettere di patronage tramite le quali una multinazionale concorda con un paese il trattamento fiscale da ricevere per un certo periodo. Negli ultimi anni molti tax ruling sono finiti sotto indagine da parte della Commissione Europea come nei casi di Starbucks (2007) per l'Olanda, di FCA (2012) e Amazon (2003) per il Lussemburgo e il caso più noto di Apple per l'Irlanda, dove quest'ultima faceva pagare all'azienda di Cupertino solo lo 0,005 per cento degli utili registrati nel 2014;
- ci possono essere deduzioni che riducono la base imponibile e detrazioni che possono ridurre le tasse effettivamente dovute. Secondo lo studio “Corporate Tax Haven Index 2019” del Tax Justice Network, le aliquote statutarie che ogni paese dichiara in alcuni casi differiscono fortemente dall'aliquota realmente applicata per effetti di deduzioni, detrazioni, e applicazione dei tax ruling;
- per tutte le tasse, comprese quelle sui redditi, l'Unione Europea ha emanato la direttiva contro l'elusione che è entrata in vigore nel 2019 e che ha come obiettivo quello di introdurre i presupposti per l'armonizzazione della base imponibile della tassazione delle società, aumentare il coordinamento a livello europeo e incrementare la trasparenza informativa;
- la direttiva è stata implementata a livello nazionale da ogni Stato attraverso le proprie leggi, ma in alcuni paesi ha raggiunto risultati modesti, mentre in altri si dovrà aspettare alcuni anni per valutarne i risultati;
 - in ogni caso, interventi per ridurre l'elusione non rimuovono la causa dell'elusione, ossia le profonde differenze nelle politiche di tassazione dei profitti. Queste andrebbero rimosse o almeno ridotte.

La digital Tax italiana

Il primo tentativo del legislatore di disciplinare quanto evidenziato in premessa risale alla Legge di Stabilità del 2014, che però si dimostrò fallimentare.

Successivamente, nel 2017, il legislatore tentò di disciplinare nuovamente la materia introducendo una particolare procedura di cooperazione e collaborazione rafforzata tra le grandi imprese e l'Agenzia delle Entrate al fine di verificare l'eventuale sussistenza o meno dei requisiti da parte dei giganti del web per essere tassati (c.d. “web tax transitoria”)

Fatto questo breve *excursus* storico, la Legge di bilancio 2019, con l'obiettivo di contrastare l'elusione e l'evasione fiscale che talvolta si verificano in alcuni tipi di operazioni, ha introdotto la c.d. "digital tax" (o imposta sui servizi digitali (ISD) con l'intento di assoggettare a tassazione il fatturato prodotto dalle imprese non residenti nel territorio nazionale che, operando in rete mediante prestazioni di servizi immateriali (quali ad esempio: 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, etc.) producono di fatto dei proventi in Italia senza versare correttamente le imposte sui relativi redditi, in quanto privi di stabile organizzazione.

La misura, che nella sua formulazione prevede:

- un'aliquota pari al 3% applicata sui proventi realizzati dai predetti soggetti che, singolarmente o a livello di gruppo, nel corso dell'anno solare hanno:
 - realizzato un totale di ricavi di almeno euro 750.000.000 euro derivanti da servizi digitali;
 - percepito almeno euro 5.500.000 euro nel territorio dello Stato (individuati, ad esempio, mediante la localizzazione dell'indirizzo IP o del c.d. "protocollo Internet" del dispositivo su cui è effettuata la prestazione, etc.);
- delle regole relative al versamento ed alla trasmissione della relativa dichiarazione:
 - il termine per il versamento dell'imposta fissato al 16 marzo di ogni anno;
 - il termine per gli adempimenti dichiarativi fissato al 30 aprile di ogni anno;

tutti parametri che di fatto coinvolgono solo i giganti del web, escludendo le imprese italiane, già in forte svantaggio per le imposte dirette, come ad esempio l'IRES.

Di fatto, stante quanto scritto, la digital tax italiana può essere riassunta come un primo intervento da parte dello Stato italiano di risposta ad una necessità internazionale che, però, ancora non giunge ad una concreta condivisione da parte di tutti i soggetti coinvolti, per quanto anche altri Stati membri dell'UE abbiano messo in atto dei tentativi di difficile regolamentazione della predetta contingenza relativa alla fiscalità digitale.

Infatti, l'attuale contesto economico, estremamente variabile e dinamico, ha permesso alle imprese di invadere rapidamente alcuni mercati, senza la necessità di collocarvi una stabile sede, mediante lo sviluppo di servizi immateriali e totalmente innovativi, coadiuvate da un mancato adeguamento dei sistemi di tassazione, ancora legati ad un concetto obsoleto di impresa.

Il raggiungimento di un regolamentato equilibrio negli ambiti sopra evidenziati deve essere l'obiettivo primario quanto urgente, a maggior ragione se si considera che l'avvento della pandemia e del correlato lockdown, ha posto le basi per un utilizzo sempre più frequente dei mezzi digitali in molteplici ambiti merceologici, commerciali e personali, modificando radicalmente e strutturalmente i paradigmi commerciali dei soggetti coinvolti.

Di fatto, è parere che i tentativi messi in campo dal Governo fino ad oggi, sono stati posti come transitorio rimedio alle c.d. "operazioni digitali", che senza un coordinamento comune rischiano di fallire; gli stessi devono essere volti a:

- evitare un'eccessiva frammentazione normativa che permetta ai contribuenti di optare per il sistema più conveniente ed evitando che i profitti delle grandi imprese vengano dirottati nei Paesi a fiscalità privilegiata a svantaggio delle casse erariali dei singoli Stati, nonché a svantaggio delle piccole e medie imprese;
- scongiurare una sperequazione delle condizioni tra negozi "fisici" e commercio online, che si è creata durante la pandemia e ha portato ad uno spostamento di quote di mercato verso l'e-commerce.

La *ratio* alla base delle predette considerazioni risiede nel fatto che la contingenza sulla tassazione delle società a presenza digitale significativa e sulla tassazione dei servizi digitali è, per la natura stessa del digitale intesa come attività immateriale a livello globale, **una questione che non può essere affrontata da un solo Stato, ma deve essere affrontata in cooperazione a livello transnazionale se si vuole raggiungere un reale risultato significativo.**

Conseguentemente, riprendendo quanto evidenziato già dalla Commissione europea, si ritiene condivisibile affermare che la difficoltà nel regolamentare adeguatamente tra i vari Stati la fiscalità dei servizi immateriali digitali e in generale dei c.d. “colossi del web” con un sistema di tassazione unificato risiede, in particolare, nelle seguenti criticità:

- la variabilità della base imponibile su cui deve essere applicata la tassa, stante il fatto che l'economia digitale si riferisce prevalentemente a beni e servizi immateriali (**cosa tassare**);
- il venir meno in alcuni casi della sovranità e dell'autonomia d'azione dei singoli governi in correlazione all'incidenza sull'economia interna delle “aziende digitali” presenti sul mercato (**come tassare**);
- la localizzazione dei soggetti passivi ai fini della corretta applicazione delle disposizioni previste, posto che la tassazione dovrebbe intervenire nel Paese in cui vengono offerti i servizi digitali, garantendo al contempo che le multinazionali e i Player del web facciano la propria parte nell'economia dei rispettivi Paesi (**dove tassare**).

Pertanto, partendo proprio dalle predette considerazioni della Commissione Europea, che hanno poi di fatto portato alla formalizzazione delle due proposte di Direttive Comunitarie (la n.147 relativa alle proposte di tassazione delle società a presenza digitale significativa e la n.148 relativa alle proposte di tassazione dei servizi digitali) Confesercenti ritiene sia più produttivo, quanto necessario, avviare dei dialoghi e dei confronti su delle proposte che siano condivisibili a livello comunitario e internazionale. Al contempo, però, nel quadro prospettato si ritiene altresì che le Associazioni imprenditoriali possano e debbano rivestire un ruolo centrale, in quanto filtro di riferimento più immediato tra gli imprenditori ed il mercato, in possesso di know-how e strutture di servizio in grado di fornire all'impresa uno spazio appropriato, di assistenza e supporto completo con riguardo all'ambiente estremamente variabile in cui operano e più in generale sugli elementi determinanti per la sopravvivenza e lo sviluppo della propria attività. È superfluo ricordare come il tessuto economico italiano sia grandemente costituito, anche nel settore terziario, da imprese di ridotte dimensioni che necessitano, senza alcun dubbio, di un'adeguata infrastruttura tecnico informatica, messa a disposizione dal Paese, al fine di sopravvivere in un sistema integrato e multisettoriale, che permetta anche a questi esercizi di rivolgersi in maniera competitiva ad ulteriori mercati di riferimento anche in condizioni di normalità economica.

Stante quanto brevemente descritto, ben inteso che l'e-commerce è ritenuto un canale di vendita importante anche per gli esercizi fisici compresi quelli “di vicinato”, a fronte di un quadro economico in generale fortemente preoccupante che, stante anche le significative influenze derivanti dall'attuale emergenza sanitaria ancora in corso e dal profondo cambiamento digitale del sistema di offerta commerciale, evidenzia la chiusura complessiva di migliaia di imprese di medie e piccole dimensioni in un lasso di tempo molto breve, Confesercenti è fortemente convinta che i seguenti due strumenti, in combinazione con le questioni oggetto del presente evento, costituiscano un importante e necessario passo per la tutela, lo sviluppo e l'evoluzione del tessuto economico imprenditoriale del nostro Paese:

- la **creazione di un ambiente digitale integrato** (ADI) a livello nazionale (con un impegno sinergico ed attivo di tutti gli Attori coinvolti), dedicato al mondo del micro, piccolo e medio tessuto imprenditoriale, con il quale si otterrebbero con ogni probabilità risultati economici incrementali di natura strutturale per il sistema Paese Italia che si rifletterebero sull'intera filiera economica dello Stato.

Il sistema integrato di interventi e servizi, volti ad ottimizzare l'efficacia delle risorse, con una finalità anche sociale, andrebbe a creare un vero e proprio "Super Sistema digitale economico" che permetterebbe di:

- Ampliare l'offerta commerciale a prescindere dalla categoria merceologica di appartenenza;
 - Tutelare la sopravvivenza delle piccole e medie eccellenze italiane e di tutti gli attori coinvolti con effetti positivi anche su Player di maggiori dimensioni;
 - Strutturare dei sistemi integrati, a livello Paese Italia, in particolari comparti economici (ad. es. un "Sistema Servizi") con la conseguente creazione di un'offerta funzionale e sistemica che soddisfi appieno la domanda nel settore di riferimento;
 - Creare una catena orizzontale (vendita prodotti di diverse categorie) e soprattutto verticale (specializzazione di un solo prodotto o di una sola categoria) di eccellenze e manifatture con ridotti mercati di riferimento;
 - Enorme visibilità senza vincoli geografici;
 - Integrare da "monte a valle" l'offerta commerciale grazie alla presenza contemporanea e sinergica di imprese specializzate nei differenti settori di riferimento (vendita/commercializzazione, stoccaggio/deposito, logistica in uscita/entrata, etc.);
- la costituzione di un'**Agenzia per le imprese**, a partecipazione pubblica e privata, che inverta radicalmente la tendenza di mortalità in premessa e rivesta molteplici ruoli:
- **Informazione per gli imprenditori**: Consulenza iniziale in materia aziendale ed amministrativa con riguardo alle fasi di approccio al business. Definizione, semplificazione ed accompagnamento con riguardo a tutte le procedure e gli elementi propedeutici all'inizio dell'attività;
 - **Formazione degli imprenditori**: elaborazione e predisposizione di "Piani formativi", mirati sui nuovi paradigmi aziendali e calati nel nuovo contesto economico sociale iper dinamico, volti a qualificare adeguatamente l'imprenditore, sia in fase di partenza che di sviluppo del business, con l'obiettivo di costruire una vera e propria "classe imprenditoriale", a qualsiasi livello ed ambito merceologico, maggiormente evoluta e pronta a far fronte alle mutazioni ed evoluzioni del mercato di riferimento;
 - **Tutoraggio degli imprenditori**: un vero e proprio "accompagnamento" dell'Agenzia nei primi 5 anni di vita dell'impresa con l'obiettivo non solo di monitorarne l'andamento economico, ma soprattutto di cogliere per tempo eventuali criticità e problematiche che potrebbero pregiudicarne l'esistenza sul mercato;
 - **Servizi per le imprese già esistenti**: servizi di consulenza e tutoraggio anche per imprese già avviate, con o senza problematiche conclamate, al fine di ottenere maggiori qualifiche e strumenti con possibilità di riposizionamento ed innovazione.

Proseguendo nel percorso di previsione di un pacchetto di proposte, legislative e non, in materia di tassazione dell'economia digitale, volte ad adeguare le norme fiscali europee ai nuovi modelli imprenditoriali della realtà digitale, al fine di assicurare che le imprese che operano nell'UE paghino le tasse nel luogo in cui sono generati gli utili e il valore e con l'obiettivo di scongiurare la proliferazione di misure sui servizi digitali e similari (le c.d. "misure unilaterali" alla stessa stregua

“digital tax italiana”) e in generale delle contingenze sopra evidenziate, più di 130 Paesi in tutto il mondo hanno firmato l’accordo sulla Global Minimum tax con aliquota al 15%¹, finalizzato a:

- rivedere radicalmente le regole che definiscono dove e quanto devono pagare le multinazionali relativamente a una o più categorie predefinite di profitti;
- riassegnare parte del gettito fiscale delle imprese più grandi e con elevati tassi di redditività ai Paesi in cui le vendite sono effettivamente realizzate;
- introdurre un’imposta minima effettiva globale per le società.

Il nuovo schema di tassazione delle multinazionali

Ad ottobre 2021, 136 stati hanno sottoscritto l’accordo sulla tassazione delle multinazionali (Global Tax): è un progetto per riformare il quadro internazionale dell’imposta delle imprese multinazionali indipendentemente dal settore di appartenenza o dal modello di business **basato sull’abbinamento di «2 pilastri»:**

- **1) pillar one, re-allocation of tax in rights:** per le multinazionali con fatturato maggiore di 20 mld di euro di utile ante imposte superiore al 10% dei ricavi, si prevede un’ulteriore tassazione su un quarto dell’utile ante imposte eccedente il suddetto 10%, che sarà redistribuito nei Paesi di competenza e tassato secondo le relative aliquote fiscali;
- **2) pillar two, minimum effective taxation:** per le multinazionali con fatturato maggiore di 750 mln di euro si prevede una tassazione dell’utile ante imposte del 15%

Ambito di applicazione	Tassazione
Multinazionali con fatturato < €750 mln	Tassazione attuale
Multinazionali con fatturato > €750 mln	Tassazione del 15% dell’utile ante imposte (<i>minimum effective taxation</i>)
Multinazionali con fatturato >€20 mld e utile ante imposte > 10% dei ricavi	Tassazione del 15% dell’utile ante imposte (<i>minimum effective taxation</i>) + Tassazione del 25% della porzione di utile ante imposte eccedente il 10% del margine di utile ante imposte sul fatturato, redistribuito nei Paesi di competenza e tassato secondo le rispettive aliquote fiscali (<i>re-allocation of tax in rights</i>)

¹Austria, Francia, Italia, Spagna, Regno Unito e Stati Uniti hanno sottoscritto una dichiarazione congiunta relativa a un compromesso su un approccio transitorio alle misure unilaterali esistenti durante il periodo intercorrente prima dell’effettiva applicazione accordo

Pillar one

- Il primo pilastro prevede che una quota dei profitti delle multinazionali con fatturato superiore ai 20 miliardi di euro possa essere tassata dai paesi aderenti all'accordo, indipendentemente dalla presenza legale dell'impresa nel paese;
- sarebbe tassato in questo modo il 25 per cento del cosiddetto "*residual profit*", ossia i profitti delle multinazionali meno il 10 per cento del loro fatturato (quelle con profitti inferiori al 10 per cento del fatturato non sono quindi toccate dalla tassa);
- la base imponibile così determinata viene poi ripartita tra i paesi in base al fatturato realizzato dalle multinazionali in ognuno di essi e sarà quindi soggetta all'aliquota di tassazione di ciascuno di questi paesi.

La conseguenza principale è che il profitto globale suscettibile di questa attribuzione – un importo valutato dall'Ocse in ben 125 miliardi di dollari – sarà assegnato ai paesi-mercato per la relativa tassazione.

Se queste valutazioni sono fondate, significa che un importo dell'ordine di 31,25 miliardi di dollari l'anno verrà attribuito ai paesi-mercato per essere tassato con le aliquote a essi proprie. La divisione dell'importo totale fra i vari paesi-mercato avverrà sulla base del fatturato quivi realizzato.

Nulla si dice con riferimento alla parte che ulteriormente residua: cioè al 75 per cento del *residual profit* che non forma oggetto di *taxing rights* attribuiti ai paesi-mercato. In assenza di altre indicazioni, dovrebbe essere tassato secondo i meccanismi convenzionali attuali (che non vengono revocati). Il che vuol dire: tassazione nel paese della casa madre, salvo che vi siano controllate estere o stabili organizzazioni dichiarate in paesi esteri che verrebbero ordinariamente tassate in base agli eventuali redditi ivi dichiarati.

Pillar Two, global minimum tax

- Il secondo pilastro prevede l'introduzione di un'imposta effettiva (cioè al netto di vari ed eventuali benefici fiscali) del 15 per cento sui profitti delle multinazionali con ricavi superiori ai 750 milioni di euro (inferiore quindi al 21 per cento proposto originariamente dall'amministrazione Biden).
- L'imposta esisterebbe anche per le multinazionali che operano in paesi con tassazione inferiore al 15 per cento.
- Per la *Global Minimum Tax* si conferma, innanzitutto, che ha un'estensione ben diversa spaziando sulle multinazionali con volume di ricavi superiore solo a 750 milioni di euro. Renderebbe disponibile per la sua applicazione un importo dell'ordine di 150 miliardi di dollari l'anno.
- Se nel paese X si paga meno del 15 per cento, il paese d'origine della multinazionale (Y) ha diritto a prelevare sui redditi prodotti nel paese X un importo aggiuntivo tale da raggiungere complessivamente un prelievo pari al 15 per cento del reddito prodotto in X. Importante, però, è la specificazione che la base di calcolo della sua applicazione è l'imposta effettivamente applicata e non l'aliquota nominale applicabile nel paese X. Il che finirà per attrarre nel regime in questione anche filiali operanti in paesi apparentemente "normali".

L'accordo

Anche le voci più critiche di questo accordo, come J. Stiglitz, riconoscono che, se implementato, costituirebbe comunque un miglioramento rispetto allo status quo, riducendo gli incentivi alla competizione fiscale tra paesi e generando circa 50 miliardi di euro di maggiori entrate per gli Stati.

Tuttavia, questi risultati sono ridimensionati dal confronto con la stima OCSE del costo attuale del profit shifting, tra 100 e 240 miliardi di dollari di minori entrate, e con l'iniziale proposta americana di una tassa minima del 21 per cento, che avrebbe generato circa il doppio delle entrate.

Per quanto riguarda la competizione fiscale, l'accordo lascia intenzionalmente un margine per praticare ancora concorrenza fiscale, seppur ridotta. L'aliquota minima del 15 per cento, essendo al di sotto di quelle di quasi tutti i paesi avanzati (l'aliquota media di tassazione dei paesi OCSE è intorno al 23 per cento), incentiverà comunque le imprese a contabilizzare i profitti in giurisdizioni favorevoli.

C'è quindi il rischio che la global minimum tax si trasformi in una global maximum tax, spingendo le aliquote di tutti gli Stati verso un livello minore rispetto a oggi.

Il contributo delle multinazionali

Una recente ricerca di Mediobanca ha preso in considerazione i principali gruppi a livello mondiale (25) con fatturato superiore a 9 mld di euro e pari ad almeno l'1% del fatturato aggregato Web Soft, ne ha riclassificato i bilanci ed analizzato il peso del fisco. Il fatturato aggregato di queste società pesa il 10% sul fatturato globale delle Corporate mondiali e può essere preso come esempio di come avviene e come avverrà la tassazione a livello mondiale delle multinazionali che operano in più paesi.

Nel 2020 il loro fatturato complessivo ha toccato quota 1.153 mld di euro, il 70% del Pil italiano.

13 operano in massima parte nell'internet retailing (e-commerce, entertainment services, online travel e sharing mobility), 7 nella produzione di software e 5 nell'internet services.

Nel 2020 circa il 40% dell'utile ante imposte delle 25 multinazionali WebSoft è tassato in Paesi a fiscalità agevolata, con conseguente risparmio fiscale di 10,7 mld di euro nel 2020 e di 24,5 mld di euro nel triennio 2018-2020. L'aliquota media è pari al 12,8% nel 2020, inferiore a quella media teorica del 22,4%.

Top 25 Websoft 2020		
Azienda	Fatturato mld €	Nazionalità
Amazon.com	314,6	USA
Alphabet	148,7	USA
Microsoft	116,5	USA
JD.com	93,0	PRC
Alibaba	89,4	PRC
Facebook	70,1	USA
Tencent Holdings	60,1	PRC
Oracle	33,0	USA
SAP	27,3	Ger
Didi Global	17,7	PRC
Salesforce.com	17,3	USA
Otto Group	15,5	Ger
Meituan Dianping	14,3	PRC
Nintendo	13,9	Jap
Baidu	13,3	PRC
Vipshop Holdings	12,7	PRC
Automatic Data Processing	11,9	USA
Qurate Retail	11,6	USA
Rakuten	11,5	Jap
Wayfair	11,5	USA
Z Holdings	11,0	Jap
Adobe	10,5	USA
Coupang	9,8	Korea
NetEase	9,2	PRC
Uber Technologies	9,1	USA
Fonte: Area Studi Mediobanca		

Tassazione delle multinazionali con global tax

Le filiali italiane dei giganti del Websoft

La presenza in Italia delle grandi aziende del Websoft avviene tramite controllate ubicate in gran parte nelle province lombarde, piemontesi e liguri.

L'aggregato delle controllate italiane ha un peso minimo se confrontato al totale mondiale Websoft: nel 2020 il fatturato ha raggiunto i 4,6 mld di euro, occupando oltre 13mila lavoratori. Rispetto al 2019 si calcolano quasi tremila dipendenti in più, in massima parte assunti dalle società del Gruppo Amazon che vanta il maggior numero di occupati in Italia (8.193 unità nel 2020).

Il gettito per l'Italia dei due pilastri della global tax

Secondo notizie apparse sulla stampa (il Corriere della Sera), il ministro Franco avrebbe indicato che l'Italia otterrà un gettito modesto dal nuovo sistema di tassazione delle multinazionali, pari circa a quello della digital tax (230 milioni di euro nel 2020) che verrebbe però abolita.

In realtà, è probabile che l'affermazione del Ministro si riferisse solo al gettito del **primo pilastro**.

Secondo l'OCSE, questo dovrebbe infatti portare alla ripartizione di 125 miliardi di dollari di profitti (circa 110 miliardi di euro) tra i paesi dove le multinazionali non sono residenti.

Assumendo il PIL relativo dell'Italia rispetto a quello degli altri paesi (2,5 per cento) come proxy del fatturato per la ripartizione, all'Italia spetterebbero circa 2,7 miliardi. Applicando a quest'ultimi l'aliquota IRES del 24 per cento, si ricava un gettito per l'Italia di **circa 640 milioni**, superiore quindi a quello della digital tax, ma comunque contenuto.

Il gettito del **secondo pilastro** sarebbe invece di 2,3 miliardi nel primo anno di applicazione dell'accordo, che aumenterebbero gradualmente fino a **2,6 miliardi** in 10 anni per effetto del regime transitorio delle esenzioni. In generale, tutti i paesi coinvolti nell'accordo otterrebbero importanti benefici dal secondo pilastro, in particolare i paesi di grandi dimensioni e quelli che adottano oggi regimi di tassazione agevolati per le imprese (come Irlanda e Lussemburgo).

Il beneficio dal secondo pilastro per i conti pubblici potrebbe però essere minore. Alcune delle multinazionali italiane sono infatti a partecipazione pubblica. Queste, dovendo pagare più tasse, ridurrebbero l'ammontare dei dividendi che annualmente versano allo Stato. Secondo gli ultimi dati pubblicati dal MEF, 26 tra le 315 imprese con fatturati medi superiori a 750 milioni di euro l'anno tra il 2017 e il 2019 sono a partecipazione pubblica diretta.

Considerazioni finali

L'iniziativa di oggi dedicata alla web tax digital divide Italia Europa nasce dall'acclarata sperequazione delle condizioni tra le imprese del terziario di mercato "fisico" e quelle del mondo web in generale, e del commercio online in particolare, che si è concretizzata durante la pandemia, portando ad uno spostamento considerevole di quote di mercato verso l'e-commerce. Si tratta, secondo molti osservatori, di una tendenza che continuerà a crescere. A suo favore giocano la deregolamentazione amministrativa (saltano tutte le regole: saldi, promozioni e anche talvolta trasparenza del processo di formazione del prezzo, gli orari, i criteri autorizzatori), una pressione fiscale decisamente più leggera, ingenti risorse da destinare alla promozione, la diffusione della digitalizzazione e di quella che potremmo definire digital style.

La questione che oggi abbiamo posto non è quella di limitare le vendite online, ma la necessità non più differibile, di garantire un mercato realmente concorrenziale e in grado di superare il gap tecnologico, nel rispetto delle stesse regole normative e fiscali, per assicurare un valore essenziale che è dato dal pluralismo distributivo, essendo a rischio il terziario di mercato e il commercio di prossimità.

Si stima che tra il 2019 ed il 2021, sulla spinta delle restrizioni sanitarie, le vendite dell'e-commerce di prodotti, il cd "retail" (incluso il largo consumo e alimentare-grocery), sia passato da 17 mld a 27,6 mld€, con un incremento di 10,6 mld (62%), portando la sua incidenza al 10,5% del totale delle vendite di prodotti. Secondo fonti attendibili il 65% di questo fatturato (quindi 11 mld nel 2019 e 18 nel 2021) è appannaggio di operatori che non hanno la sede in Italia. Nel prossimo biennio si pensa che le vendite di beni online, attraverso l'e-commerce, possano raggiungere quota 44 miliardi di cui è presumibile che circa il 70% "sia intermediato" da piattaforme aventi domicilio fiscale al di fuori del nostro Paese.

Il grande rimescolamento dell'economia digitale ha riflessi anche sull'erario. L'erario sui volumi tassati ai big dell'on line incassa 1/5 di quanto incasserebbe da una rete retail

Grandi vantaggi fiscali ed economie di scala su basi globali rischiano di propiziare posizioni dominanti dal punto di vista concorrenziale che potrebbero sfociare in situazioni oligopolistiche.

La politica, nazionale ed europea, non può sottrarsi al dovere di garantire corretta e leale concorrenza e compensare gli enormi squilibri con un interventi di sostegno a favore delle imprese del terziario di mercato e del retail di prossimità, che continuerà nonostante la minimum tax del 2024. Ben inteso: l'e-commerce è un canale di vendita importante anche per gli esercizi fisici, compresi quelli "di vicinato", che sempre di più, in particolare dopo il lockdown, hanno iniziato ad utilizzare le forme di commercio digitali.

A conclusione delle riflessioni svolte e del quadro generale descritto, conseguente alla dematerializzazione e alla nuova architettura dell'economia digitale, alla luce del processo normativo avviato in sede comunitaria e in sede OCSE, AssoTerziario Confesercenti ritiene che le Associazioni imprenditoriali debbano rivestire, nel dibattito pubblico di definizione della regolamentazione della Web Tax, che necessita ancora di una fase negoziale, un ruolo pro attivo di analisi e proposte, in quanto cerniera tra imprese e mercato, e, dunque, capace di fornire un contributo aggiornato sulle dinamiche economiche in atto, utile ad avanzare proposte concrete in sede nazionale e comunitaria, che tenga conto delle peculiarità del mondo imprenditoriale italiano caratterizzato in modo prevalente da un tessuto di MPMI.

E' importante, dunque, arrivare a definire delle norme tecniche di fiscalità della web economy che si accompagnino ad un'adeguata infrastrutturazione telematica, resa disponibile dal Paese, a supporto delle MPMI in un sistema multidimensionale, che permetta anche a questi esercizi di rivolgersi in maniera competitiva ai nuovi mercati, scongiurando l'asimmetria normativa e concorrenziale tra economia "fisica" e economia "digitale".

L'effetto della crescita repentina e imponente dell'economia digitale, che sta attraversando da almeno un ventennio le realtà economiche e sociali del mondo, pone nuove sfide al regolatore e agli operatori di mercato, domande che dovranno trovare risposte a bisogni ancora in parte inespressi:

quando il sistema sarà in grado di trovare un equilibrio tra economia e sviluppo digitale? quanti danni faranno all'economia reale fenomeni come il dumping o l'elusione fiscale se non regolati? come potranno essere regolati fenomeni nuovi come il metaverso, l'IOT o l'intelligenza artificiale ?

L'impresa diffusa, cuore pulsante dell'economia di questo Paese, è pronta a raccogliere la sfida di integrazione tra economia reale ed economia digitale e come Confesercenti continueremo a chiedere a Governo e Parlamento di giocare un ruolo per contribuire alla costruzione di una tassazione globale che non sia punitiva o imbrigli l'economia, ma che sia invece equa, sostenibile ma soprattutto rispetti la libera concorrenza; Ma se vogliamo che ci sia libera concorrenza occorre che la concorrenza sia leale e che quindi esistano stesse regole, stessi doveri, stessi diritti per tutti.

Fonti utilizzate

- OCPI, Osservatorio Conti Pubblici Italiani, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano
- Lavoce.info
- Area Studi Mediobanca

- Guardia di Finanza, Scuola di Polizia Economico-finanziaria, La tassazione dell'economia digitale
- Ufficio Economico Confesercenti
- Ufficio Fiscale Confesercenti