

Digital Service Tax

Simona Zangrandi

Aldo Bisioli

Tax Breaks

Scuola universitaria professionale
della Svizzera italiana

SUPSI

Indice

- *Excursus normativo*
- *Principi base*
- *I soggetti passivi: who to tax?*
- *La verifica del presupposto impositivo: when to tax?*
- *L'oggetto dell'imposta e le esclusioni: what to tax?*
- *I criteri di collegamento con il territorio italiano: where to tax?*
- *La quantificazione dell'imposta*

Web Tax - Excursus normativo



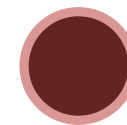
Legge di bilancio 2018

Primo approccio di introduzione nell'ordinamento italiano di un'imposta digitale sui servizi («web tax») che per mancanza dei decreti attuativi non ha avuto seguito



Legge di bilancio 2019

Alla luce della proposta di Direttiva Comunitaria, vengono abrogate le disposizioni contenute nella Legge di Bilancio 2018 e viene reimposta in modo fortemente innovativo l'imposta digitale sui servizi («web Tax») che si sarebbe dovuta concretizzare entro il 30.04.19



Legge di bilancio 2020

E' intervenuta con alcuni correttivi rispetto alla versione precedente.

Provvedimento 13185/2021



Circolare n.3 del 23.3.2021

Contributi consultazione pubblica AE

<https://www.agenziaentrate.gov.it/portale/commenti>

Web Tax - Excursus normativo



Web Tax - Principi

L'approccio italiano, al pari di quello comunitario, si fonda su quattro principi di base:

- ➡ **WHO TO TAX? – I soggetti passivi**
- ➡ **WHEN TO TAX - la verifica del presupposto impositivo**
- ➡ **WHAT TO TAX? – l'ambito oggettivo e le esclusioni**
- ➡ **WHERE TO TAX? – I criteri di collegamento con il territorio italiano**

Web tax - I soggetti passivi

L'ambito di applicazione soggettivo è caratterizzato da un duplice criterio identificativo:



SVOLGIMENTO DI ATTIVITÀ DI IMPRESA

Nozione ampia

Società, enti commerciali e non commerciali (limitatamente all'attività commerciale da essi svolta), residenti o non residenti, e le persone fisiche che svolgono attività imprenditoriale.

Web tax - I soggetti passivi



SUPERAMENTO DI DUE SOGLIE DIMENSIONALI

Che realizzino **congiuntamente** (a livello individuale o di gruppo) nel corso dell'anno solare precedente (i.e. 2019) a quello in cui sorge il presupposto impositivo (i.e. 2020):

1^a SOGLIA: un ammontare complessivo di ricavi rilevanti* **ovunque** realizzati, **indipendentemente** dalla natura dell'attività svolta (quindi anche **privi di connotazione digitale**) **non inferiore** a € 750 ML (**principio di competenza**);

2^a SOGLIA: un ammontare di ricavi percepiti** (imponibili e risultanti da bilancio consolidato o individuale) derivanti da specifici servizi digitali, realizzati in Italia, non inferiore a € 5,5 ML (**principio di cassa**).

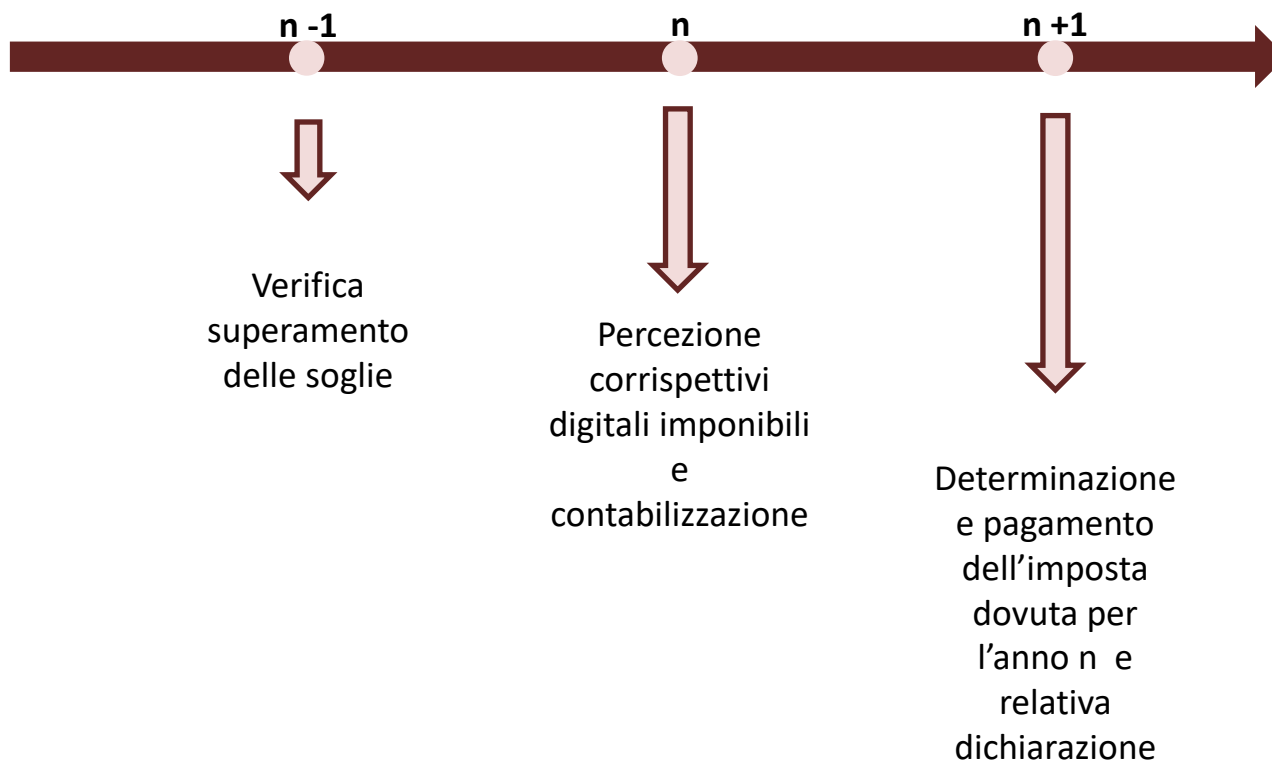
*Tutti i proventi ordinari e straordinari (esclusi i dividendi).

** Delimitazione qualitativa e geografica dei ricavi rilevanti.

Web tax - la verifica del presupposto applicativo



VERIFICA DEL PRESUPPOSTO APPLICATIVO



Web tax - l'oggetto dell'imposta

In via semplificativa e sommaria rientrano fra i servizi rilevanti resi dietro corrispettivo, per il superamento della seconda soglia :

- a) veicolazione di «**pubblicità mirata**» agli utenti.
- b) l'accesso ad un «**interfaccia digitale**» che consente:
 - lo scambio di informazioni, beni o servizi fra gli utenti di detto circuito;
 - di partecipare ad una «**rete sociale**» (all'interno della quale gli utenti interagiscono)
- c) la cessione di dati raccolti sui movimenti degli utenti sul circuito digitale con o senza rielaborazione degli stessi («**Big Data**»).

Si tratta di prestazioni riconducibili, sostanzialmente, alla pubblicità ed alla intermediazione in senso generale.

L'oggetto dell'imposta: a) la pubblicità mirata



la pubblicità mirata **si concretizza** in messaggi pubblicitari collocati su un'interfaccia digitale **collegati** ai dati relativi a un utente che accede a tale interfaccia.

Oggetto dell'imposta



il **corrispettivo** che colui che vuole pubblicizzare un proprio prodotto paga al gestore dell'**interfaccia**, su cui la pubblicità è **veicolata**, per l'apparizione di un messaggio pubblicitario mirato nell'apparecchio che un **utente** (impresa o consumatore finale) consapevolmente o meno attiva.

Il **soggetto colpito dall'imposta** è il proprietario/gestore dell'interfaccia. Qualora si tratti di soggetti giuridici diversi, ad essere soggetto all'imposta è il solo gestore.

L'oggetto dell'imposta: a) la pubblicità mirata

Elementi caratterizzanti:

- **onerosità della prestazione:** corrispettivo in denaro o in natura;
- **interfaccia digitale:** si intende qualsiasi software, compresi i siti web o parte di essi e le applicazioni, anche mobili, accessibili agli utenti attraverso cui sono prestati i servizi digitali, che consenta lo scambio informazioni, beni o servizi fra gli utilizzatori di detto circuito; vi sono ricomprese anche le piattaforme digitali che erogano servizi televisivi e programmi a pagamento;
- **attività di veicolazione:** servizio degli operatori tramite interfacce digitali che trasferiscono (intermediazione) o ospitano la pubblicità mirata dietro corrispettivo;
- **utente:** qualsiasi soggetto (persona fisica o impresa) che si connette ad un interfaccia digitale

L'oggetto dell'imposta: a) la pubblicità mirata

Le prestazioni che rientrano nell'imposta sono:

- ⇒ Cessione diretta di spazi da parte dei *publisher* (siti internet, blog ed editori) sulla propria interfaccia agli *inserzionisti* per i propri msg di pubblicità mirata.
- ⇒ Cessione Indiretta di spazi mediante l'attività di intermediazione tramite altra interfaccia digitale per mettere in contatto il *publisher* e l'*inserzionista*.

La cessione indiretta può avvenire tramite diversi intermediari che potrebbero dar luogo a fenomeni di doppia o plurima imposizione («effetti a cascata»)

Tuttavia, le soglie dimensionali ed il fatto che quando vi è veicolazione, intesa come intermediazione, è **necessaria un'ulteriore interfaccia digitale**, dovrebbero ridurre significativamente tale rischio.

L'oggetto dell'imposta: b) l'interfaccia digitale multilaterale



L'accesso ad un'interfaccia digitale multilaterale si **concretizza** in una sorta di accesso ad una piazza/vetrina commerciale dove DOMANDA e OFFERTA per un determinato bene o servizio si incontrano.

Oggetto dell'imposta



il corrispettivo dell'accesso alla vetrina e non quello della transazione conclusa.

Il soggetto colpito dall'imposta è colui che ha predisposto e tiene costantemente aggiornata tale vetrina (colui che ha il ruolo di intermediario).

L'oggetto dell'imposta: b) l'interfaccia digitale multilaterale

Per fare qualche esempio

 Booking.com

- L'utente che, ad esempio, acquista il godimento di una stanza in albergo paga 100; ma detto importo è poi scomposto in 80 che vanno all'albergatore e 20 a Booking.com

La prestazione rilevante è solo il servizio reso da Booking.com e non anche l'ammontare corrisposto al prestatore dell'oggetto acquisito.

 amazon

- L'utente acquista su Amazon un bene messo in vendita da un terzo, oggetto di tassazione sarà la commissione ritratta da Amazon (qualora il bene sia invece di proprietà di Amazon, non si avrà alcun ricavo da servizio digitale)

L'oggetto dell'imposta: b) l'interfaccia digitale multilaterale



L'accesso ad un'interfaccia digitale multilaterale si **concretizza** anche in una partecipazione ad una rete sociale (social network).

Oggetto dell'imposta



Eventuale «*subscription fee*» pagata dall'utente

L'oggetto dell'imposta: c) la trasmissione dati raccolti



Il presupposto è che vi sia un soggetto che raccoglie, aggrega secondo certe logiche, trasmette e vende dati e informazioni sugli utenti che utilizzano interfacce digitali.

Questi dati sono tra l'altro i movimenti – e quindi le tracce - che ciascun utente lascia nel corso della sua attività digitale; dati che, opportunamente raccolti ed ordinati, si traducono in un aggregato (c.d. Big Data) a sua volta rivendibile su un diverso e più ampio mercato

Sono inoltre ricompresi anche i dati di tipo economico industriale, scientifico, statistico o di altro tipo **non collegati a persone fisiche** (dati di Banche, Ospedali etc..)

L'oggetto dell'imposta: le esclusioni

- a) fornitura diretta di beni e servizi, nell'ambito di un servizio di ID;
- b) fornitura di beni servizi su web del fornitore quando questo non è intermediario;
- c) messa a disposizione di un'interfaccia digitale per servizi di comunicazione a pagamento o per gestire servizi finanziari;
- d) la cessione dati dei soggetti che forniscono servizi finanziari;**
- e) organizzazione e gestione di piattaforme per energia, gas, carburanti.
- f) le prestazioni di servizi accessori (cfr. art. 12 del D.p.r. 633/72 e R.M.230/2002)

Web tax: i criteri di collegamento con il territorio italiano

I ricavi rilevano ai fini dell'imposta **se** il dispositivo utilizzato dall'utente per accedere all'interfaccia digitale **è localizzato in Italia**.

La localizzazione avviene mediante l'identificazione dell'indirizzo IP (codice numerico) del dispositivo (smartphone, tablet, router o elettrodomestico).

Tuttavia l'IP non è attendibile in quanto gli utenti possono nascondere o modificarlo con l'utilizzo di una rete privata virtuale (VPN).

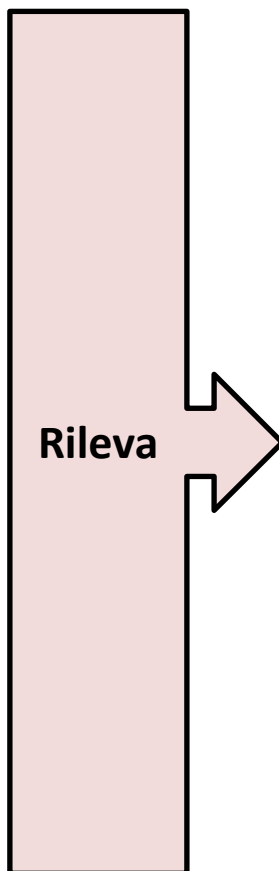
In alternativa: criterio basato sul GPS o stazioni radio base, segnali delle fonti Wifi, cookies)

Web tax: i criteri di collegamento con il territorio italiano

Servizio di veicolazione su interfaccia digitale di pubblicità mirata

Accesso interfaccia digitale che consente l'accesso ad informazioni per lo scambio di beni e servizi

Servizi digitali di trasmissione dati raccolti dagli utenti



la localizzazione in Italia del dispositivo **nel momento in cui la pubblicità figura sull'interfaccia.**

la localizzazione in Italia del dispositivo con cui si accede, **al momento della conclusione dell'operazione,** indipendentemente da dove poi sia eseguita la prestazione.

la localizzazione in Italia del dispositivo da cui sono stati raccolti i dati **nel momento in cui l'utente ha effettuato l'accesso all'interfaccia digitale.**

Web tax: la quantificazione dell'imposta

L'imposta si applica, con l'aliquota del 3%, sull'ammontare complessivo dei ricavi (al lordo dei costi di digitalizzazione e al netto dell'IVA ed altre imposte), delle transazioni della specie realizzate nel corso di un anno solare.

Da tale ammontare vanno esclusi i ricavi da servizi digitali resi nell'ambito del Gruppo (art.2359 c.c.).

N.B. Il concetto di Gruppo differisce dal concetto di gruppo rilevante al fine del superamento delle soglie.

L'imposta sui servizi digitali è un'imposta indiretta. Quindi deducibile, ai sensi dell'art. 99, co 1 del TUIR dalla base imponibile nella determinazione del reddito d'impresa. In quanto imposta indiretta non è coperta dai Trattati contro le doppie imposizioni.

Grazie per l'attenzione!



Associazione Professionale

MILANO

Corso Europa 2

20122 (MI)

Tel. 02 76 36 931

Fax 02 76 01 51 78

simona.zangrandi@sbnp.it

aldo.bisioli@sbnp.it

www.sbnp.it