



# American Chamber of Commerce in Italy

Spett.le Agenzia delle Entrate

Milano, 29 Dicembre 2020

A mezzo e-mail: [div.contr.internazionale@agenziaentrate.it](mailto:div.contr.internazionale@agenziaentrate.it)

Type text here

**Oggetto: Contributo alla consultazione pubblica inerente lo schema di provvedimento relativo all'imposta sui servizi digitali di cui all'articolo 1, commi da 35 a 50 della legge 30 dicembre 2018, n. 145, modificata dall'articolo 1, comma 678 della legge 27 dicembre 2019, n. 160.**

## I. Introduzione

L'American Chamber of Commerce in Italia, nel suo primario ruolo di advocacy, di seguito intende rendere i commenti e le osservazioni predisposti dal suo Gruppo di Lavoro Politiche Fiscali in merito alla pubblica consultazione sullo schema di provvedimento ("Provvedimento") relativo all'imposta sui servizi digitali ("ISD") recante la definizione delle modalità applicative delle disposizioni relative a tale imposta. Ringraziamo per l'opportunità di confronto che questa consultazione rappresenta per gli operatori economici. Siamo, infatti, convinti che occorra dare all'imposta in questione, per la sua rilevanza nell'ambito di un'economia globale sempre più interconnessa e digitale, adeguata attenzione valutando consapevolmente gli impatti che essa può generare e comprendendone appieno tutte le caratteristiche e peculiarità.

La disciplina italiana relativa all'ISD, ispirandosi alla proposta di Direttiva COM (2018) 148 final a sua volta influenzata dai lavori dell'OECD in merito al Pillar 1, ripropone a tratti gli stessi non chiariti dubbi interpretativi e applicativi dei lavori in corso a livello internazionale lasciando aperte questioni tecnico-operative di non secondaria importanza che l'emanando provvedimento dovrebbe, a seguito della presente consultazione, dirimere con maggior chiarezza e trasparenza per evitare che zone d'ombra alimentino la non corretta applicazione della normativa in materia.

## II. Commenti ed osservazioni allo schema di provvedimento

**Tematica:** Definizione di "soggetti passivi dell'imposta".

**Paragrafi del provvedimento interessati:** Paragrafo 1, lett. b.

**Osservazioni / Contributi:** il Provvedimento prevede che "*per "soggetti passivi dell'imposta" s'intendono i soggetti esercenti attività d'impresa che, nel corso dell'anno solare precedente a quello in cui sorge il presupposto impositivo: i) realizzano ovunque nel mondo, singolarmente o congiuntamente a livello di gruppo, un ammontare complessivo di ricavi non inferiore a euro 750.000.000; e ii) realizzano nel medesimo periodo, singolarmente o congiuntamente a livello di gruppo, un ammontare di ricavi da servizi digitali non inferiore a euro 5.500.000 nel territorio dello Stato, calcolati secondo i criteri individuati nel punto 3 e senza tener conto dei ricavi derivanti dai servizi di cui ai punti 2.2 e 2.3"*

Ebbene, in vista della prima applicazione della disciplina in argomento i soggetti potenzialmente interessati dovrebbero verificare il superamento delle due soglie di ricavi, quella mondiale e quella domestica, prendendo in considerazione i dati del 2019. Se la verifica dei ricavi mondiali nella maggior parte dei casi può rivelarsi di facile applicazione, ben più complessa è la verifica circa il superamento dell'ammontare di ricavi da servizi digitali realizzati nel territorio dello Stato, ciò in quanto tale verifica presuppone la ricostruzione a ritroso delle fattispecie di ricavi imponibili basata su distinzione tra pubblicità mirata e non mirata, localizzazione degli utenti, conteggio delle visualizzazioni locali rispetto a quelle mondiali, ecc. Trattasi di criteri non previsti nel 2019 e per i quali ad oggi mancano ancora le necessarie indicazioni operative, per cui si chiede di indicare nel Provvedimento come debbano



# American Chamber of Commerce in Italy

comportarsi gli operatori nella fase di prima applicazione della disciplina per ovviare alla mancanza di dati di dettaglio probabilmente non ricostruibili a ritroso. Sarebbe auspicabile prevedere una moratoria delle sanzioni relative agli obblighi di versamento e dichiarativi per quanti non riuscissero a verificare se rientrano o meno tra i soggetti passivi per il 2020.

**Tematica:** Definizione di “ricavi imponibili”.

**Paragrafi del provvedimento interessati:** Paragrafi 1, lett. i; 3.1; 3.5; 3.6; 8.4.

**Osservazioni / Contributi:** Dal tenore letterale dei paragrafi in commento, nei quali sono utilizzati termini quali “percepiti”, “riscossi”, “versati” e “incassati”, sembrerebbe che i “ricavi imponibili” debbano essere considerati secondo il principio di “cassa”. Il principio di cassa non è richiamato dalla norma primaria e non trova conferma in altri passaggi del Provvedimento (come ad esempio nel punto 1, lettera b) e nell’Allegato 1 – Sezione I, laddove si fa riferimento ai ricavi “realizzati”, con ciò richiamando il principio di competenza). A parte il disorganico utilizzo della terminologia, sarebbe opportuno allineare i criteri di tenuta della contabilità generale con gli obblighi di rendicontazione previsti ai fini dell’imposta in oggetto facendo riferimento ai ricavi contabilizzati nel conto economico. Obbligare i soggetti passivi a tracciare i ricavi imponibili secondo un criterio di cassa, che non è quello normalmente utilizzato per la tenuta delle scritture contabili, costituirebbe una enorme difficoltà applicativa da parte dei soggetti passivi.

**Tematica:** Definizione di “ricavi imponibili”.

**Paragrafi del provvedimento interessati:** Paragrafi 1, lett. i.

**Osservazioni / Contributi:** Secondo il Provvedimento “*per “ricavi imponibili” s’intendono i corrispettivi percepiti, nel corso dell’anno solare, dai soggetti passivi dell’imposta per l’effettuazione dei servizi digitali ovunque realizzati, limitatamente alla percentuale rappresentativa della parte di tali servizi collegata al territorio dello Stato secondo i criteri individuati nel punto 3”*;

Il Provvedimento dovrebbe chiarire se, in relazione a ciascuna fattispecie di servizi digitali, il relativo ricavo imponibile a cui si applica la percentuale rappresentativa della parte collegata al territorio dello Stato è composto da tutte le operazioni, ovunque realizzate, oppure solo da quelle operazioni in cui vi sia almeno un utente localizzato nel territorio dello Stato secondo i criteri previsti dal Provvedimento.

**Tematica:** Definizione di “pubblicità mirata”.

**Paragrafi del provvedimento interessati:** Paragrafi 1, lett. k.

**Osservazioni / Contributi:** Secondo il Provvedimento “per “pubblicità mirata” s’intendono i messaggi pubblicitari collocati su un’interfaccia digitale in funzione dei dati relativi a un utente che accede a tale interfaccia e la consulta”.

Il concetto di “pubblicità mirata” così come rappresentato nel Provvedimento è estremamente vago e si presta a difficoltà applicative. Trattandosi dell’elemento centrale per distinguere la pubblicità in ambito da quella non in ambito occorrerebbe enucleare dei criteri analitici per l’identificazione del concetto di “mirata”. Si richiamano i principi generali richiamati dalla proposta di Direttiva del Consiglio COM (2018) 148 final del 21 marzo 2018, nel punto in cui la Commissione UE indica che l’imposta sui servizi digitali “è un’imposta che ha una portata mirata che viene riscossa sui ricavi generati dalla fornitura di determinati servizi digitali caratterizzati dalla creazione di valore da parte degli utenti. I servizi che rientrano nell’ambito di applicazione dell’ISD sono quelli per i quali la partecipazione degli utenti a un’attività digitale costituisce un contributo fondamentale per l’impresa che svolge tale attività e che le permette di ottenerne dei ricavi”. Ebbene, il concetto di “creazione di valore da parte degli utenti”, che richiede un loro “contributo” partecipativo “fondamentale” è centrale per considerare “mirata” la pubblicità allo stesso destinata e per individuare quel valore che l’imposta si prefigge di intercettare ed assoggettare a prelievo. Pertanto, è cruciale che il Provvedimento contempli accanto alla definizione generale di pubblicità mirata anche una declinazione puntuale di quali siano le caratteristiche che rendono tale una pubblicità ai fini dell’imposta in esame, e ciò è possibile solo ampliando il concetto di “dati relativi a un utente” – anch’esso espresso in maniera estremamente generica – e come questi vengono raccolti.



# American Chamber of Commerce in Italy

È fondamentale specificare, ad esempio, il ruolo che assume la profilazione dell'utente ovvero la partecipazione attiva dell'utente che accede all'interfaccia digitale (e.g., immissione di una URL, scelta di un canale televisivo, l'uso di parole chiave, selezione di un video, ecc.) ai fini dell'alimentazione dei "dati relativi a un utente". Occorre fare una distinzione cioè tra azione momentanea dell'utente (click o keyword) e profilazione individuale in quanto solo la seconda è da considerarsi nel perimetro

In tale ottica il Provvedimento dovrebbe dare indicazioni chiare circa il fatto che un banner o un annuncio pubblicitario che appare su una pagina secondaria di un sito web a tutti gli utenti che visualizzano tale pagina secondaria accessibile tramite link all'interno della pagina principale, non dovrebbe rientrare nell'ambito della pubblicità mirata.

Allo stesso modo il Provvedimento dovrebbe fornire chiare indicazioni per consentire ai destinatari della normativa di orientarsi sui seguenti casi, nei quali non c'è una profilazione individuale dell'utente e che pertanto dovrebbero essere fuori dal perimetro dell'ISD:

- Se un banner o un annuncio pubblicitario che appare su una particolare pagina web, come risultato di ricerche basate su parole chiave che l'utente inserisce nel sito web, rappresenti una pubblicità mirata;
- Se un banner o un annuncio pubblicitario che appare su una particolare pagina web, con l'utente che raggiunge questa pagina web facendo clic su un link visualizzato nella pagina web di terzi, rappresenti una pubblicità mirata.

Sono invece esempi di pubblicità determinata dalla profilazione personale dell'utente e rientrante, a ns avviso, nel perimetro:

- a. le pubblicità posizionate sui feed di social network in funzione degli interessi e delle pagine seguite dall'utente
- b. il cosiddetto re-targeting, ovvero le pubblicità posizionate su siti web in funzione della storia di navigazione di un utente - riproponendo prodotti che ha visualizzato
- c. le pubblicità posizionate su vari siti web in funzione del profilo personale degli utenti - ad esempio pubblicità di hotel in Spagna per chi sta cercando informazioni sulla Spagna.

**Tematica:** Definizione di "veicolazione"

**Paragrafi del provvedimento interessati:** Paragrafo 1, lett. 1.

**Osservazioni / Contributi:** Secondo il Provvedimento "*per "veicolazione" s'intende quel servizio specifico delle piattaforme web che trasferiscono su siti di terzi o ospitano pubblicità mirata, percependo un corrispettivo per tale intermediazione o per tale prestazione*". Dalla combinazione delle definizioni di "pubblicità mirata" e "veicolazione" connesse alla fattispecie di servizi digitali di cui al punto h).i. del Provvedimento, emerge che ad essere imponibile è il compenso connesso alla veicolazione del messaggio pubblicitario mirato. Il concetto di veicolazione, tuttavia, è vago e si presta a difficoltà applicative. Andrebbe chiarito se la veicolazione è intesa quale diffusione del messaggio pubblicitario tra gli utenti. Tale concetto è fondamentale in quanto funzionale a perimetrare l'ambito impositivo dell'ISD. Infatti, se la veicolazione è riferita all'utente, tutte le attività svolte lungo la supply chain dell'online advertising (es. attività svolte dalle commissionarie, Demand-Side-Platforms e Supply-Side-Platforms, centri media) resterebbero escluse da tassazione. Tale interpretazione, che sembra essere quella più coerente con la disciplina in argomento, eliminerebbe i fenomeni di doppia tassazione all'interno dell'imposta. Si chiede pertanto di esprimere in maniera più puntuale la portata applicativa del concetto di veicolazione.

**Tematica:** Ambito applicativo ed esclusioni.

**Paragrafi del provvedimento interessati:** Paragrafo 2.3.

**Osservazioni / Contributi:** Tra le fattispecie di esclusione "oggettiva" dei servizi digitali vengono indicati anche i "servizi accessori" alle fattispecie analiticamente elencate al punto 2.2. del Provvedimento. Trattasi di una esclusione non prevista espressamente dalla norma primaria. Vista la definizione "positiva" di servizi digitali, tale esclusione non può che riferirsi ai proventi derivanti dalla "pubblicità mirata" relativa ai servizi elencati al punto 2.2 ed ai corrispettivi versati dagli utenti delle interfacce multilaterali sempre connesse ai servizi elencati al punto 2.2. Tale interpretazione è coerente con l'esclusione dello



# American Chamber of Commerce in Italy

scambio di dati derivanti da tali servizi, già prevista alla lettera e) del punto 2.2 del Provvedimento. Si chiede di esprimere in maniera più estensiva la portata applicativa di tale paragrafo.

**Tematica:** Base imponibile e determinazione dell'imposta.

**Paragrafi del provvedimento interessati:** Paragrafo 3.5.

**Osservazioni / Contributi:** Il paragrafo 3.5 del Provvedimento prevede che *“ai fini del computo dei ricavi imponibili, in relazione alla prestazione dei servizi di cui al punto 1, lettera b) i), rilevano i corrispettivi percepiti dai soggetti passivi dell'imposta che si occupano di collocare il contenuto pubblicitario mirato su siti di terzi e i corrispettivi percepiti dai soggetti passivi dell'imposta che ospitano nel sito web tale contenuto pubblicitario”*.

Il Provvedimento non prende in considerazione il funzionamento dei vari modelli di business relativi alla fornitura di servizi di web advertising con ciò alimentando potenziali fattispecie imponibili che tali non dovrebbero essere.

Ad esempio, il “modello rivenditore”, dove il fornitore di servizi pubblicitari sostiene dei costi per l'acquisizione di spazi pubblicitari da terze parti per poi rivenderli ai propri clienti, non dovrebbe ricadere nell'ambito impositivo in quanto mancherebbe la “veicolazione” del messaggio pubblicitario.

Più in generale, il Provvedimento dovrebbe chiarire che i soggetti intermediari nella fornitura di servizi pubblicitari andrebbero esclusi da tassazione in quanto il ricavo da pubblicità mirata dovrebbe sorgere solo in capo a colui che veicola il messaggio pubblicitario, e non nelle fasi intermedie che intervengono tra gli operatori del settore. In alternativa, occorrerebbe chiarire che per gli intermediari rileva come base imponibile solo il margine dato dalla compravendita di spazi, in deroga a quanto previsto dal punto 3.2 del Provvedimento secondo cui *“i ricavi imponibili sono assunti al lordo dei costi sostenuti per la fornitura dei servizi digitali...”*. In caso contrario, si creerebbe un fenomeno di doppia tassazione perché lo stesso ricavo da servizio pubblicitario sarebbe assoggettato a ISD in capo a più soggetti.

Un altro caso riguarda i fornitori di servizi pubblicitari che mettono in collegamento editori/publisher sulle cui interfacce verranno visualizzati annunci pubblicitari, con i cosiddetti “Supply-Side Partners (SSP)”, il cui scopo è automatizzare e ottimizzare la vendita di spazi pubblicitari per gli editori/publisher. Gli editori/publisher possono inviare e ricevere offerte per spazi pubblicitari sui loro siti a/da SSP. Ci possono essere diversi modelli contrattuali per questa tipologia di servizi pubblicitari:

- Gli accordi vengono stipulati direttamente tra editori/publisher e gli SSP, con il fornitore di servizi pubblicitari che agisce come un intermediario per lo spazio pubblicitario. Il fornitore di servizi pubblicitari è remunerato tramite commissioni di accesso pagate mensilmente dagli SSP.
- Il fornitore di servizi pubblicitari acquista spazi pubblicitari dagli editori/publisher e poi li vende agli SSP, guadagnando una percentuale del prezzo pagato dagli SSP.

Il Provvedimento dovrebbe chiarire tali fornitori, in quanto intermediari, sono esclusi dall'imposta oppure in alternativa se per tali soggetti rientri nell'ambito di applicazione dell'imposta sui servizi digitali la sola commissione netta percepita, in deroga a quanto previsto dal punto 3.2 del Provvedimento secondo cui *“i ricavi imponibili sono assunti al lordo dei costi sostenuti per la fornitura dei servizi digitali...”*. Diversamente, si creerebbe un fenomeno di doppia imposizione.

Infine, il Provvedimento non affronta il problema della doppia tassazione che potrebbe emergere quando proprietario e gestore dell'interfaccia su cui viene veicolata la pubblicità mirata non coincidono. Tale aspetto è invece affrontato nella proposta di Direttiva COM (2018) 148 final, che all'articolo 3, paragrafo 3, chiarisce che nei casi in cui il fornitore del servizio pubblicitario e il proprietario dell'interfaccia digitale sono entità distinte, si considera che quest'ultimo non abbia fornito il servizio imponibile, ciò per evitare possibili effetti a cascata o la doppia imposizione degli stessi ricavi. È pertanto necessario introdurre un meccanismo correttivo che prevenga l'insorgenza di quei fenomeni di doppia (o multipla) imposizione che a livello comunitario si intendeva evitare.

**Tematica:** Base imponibile e determinazione dell'imposta.

**Paragrafi del provvedimento interessati:** Paragrafo 3.6.

**Osservazioni / Contributi:** Il paragrafo 3.6 del Provvedimento prevede che *“Ai fini del computo dei ricavi imponibili, in relazione alla prestazione dei servizi di cui al punto 1, lettera b) ii), rilevano i corrispettivi versati dagli utenti”*.



# American Chamber of Commerce in Italy

*dell'interfaccia digitale multilaterale, ad eccezione di quelli versati come corrispettivo della cessione di beni o della prestazione di servizi che costituiscono, sul piano economico, operazioni indipendenti dall'accesso e dall'utilizzazione del servizio digitale".*

Il Provvedimento dovrebbe chiarire cosa si intende per "operazioni indipendenti". In particolare, il Provvedimento dovrebbe chiarire se le transazioni possano essere considerate indipendenti sul piano economico in ogni circostanza oppure quando non dipendono dall'accesso e dall'uso dell'interfaccia digitale. Sarebbe utile chiarire, inoltre, se questa condizione di indipendenza sia la stessa definita a livello europeo per valutare l'ambito delle operazioni economiche tassabili per l'imposta sul valore aggiunto quando sono costituite da più elementi (operazioni complesse).

**Tematica:** Base imponibile e determinazione dell'imposta.

**Paragrafi del provvedimento interessati:** Paragrafo 3.9.

**Osservazioni / Contributi:** Il paragrafo 3.9 del Provvedimento prevede che *"La percentuale rappresentativa dei servizi digitali di cui al punto 1, lettera b) i) collegata al territorio italiano è pari al rapporto dei messaggi pubblicitari apparsi, nell'anno solare, su un'interfaccia digitale in funzione di dati relativi ad un utente che consulta tale interfaccia mentre è localizzato nel territorio dello Stato e il totale dei messaggi pubblicitari mirati apparsi su un'interfaccia digitale nel medesimo periodo"*.

In primo luogo, si chiede di specificare secondo quali modalità e strumenti i verificatori potranno accertare il numero di messaggi pubblicitari apparsi agli utenti localizzati nel territorio dello Stato rispetto alla totalità di messaggi visualizzati. Ciò al fine di scongiurare l'uso di un approccio semplicistico alla verifica basato su parametri ulteriori e/o diversi da quelli posti alla base del calcolo dalla normativa.

Inoltre, il Provvedimento dovrebbe chiarire se nel caso di una piattaforma di social media, i ricavi pubblicitari possono essere generati da un "influencer" che mostra un prodotto/servizio sul proprio live streaming. Normalmente tale tipo di pubblicità non è venduta in base al costo per visualizzazione, quanto piuttosto in base ad un corrispettivo fissato sulla promozione di un prodotto per un certo numero di volte o per una certa durata di tempo. In tali casi, nei quali le visualizzazioni non sono tracciate in quanto non rilevanti ai fini della quantificazione del valore della pubblicità, è necessario chiarire se sia possibile utilizzare un approccio alternativo.

**Tematica:** Criteri di collegamento con il territorio dello Stato.

**Paragrafi del provvedimento interessati:** Paragrafi 4.1 e seguenti

**Osservazioni / Contributi:** è previsto che *"un ricavo è imponibile quando il servizio digitale è fruito da utenti mediante l'utilizzo di un dispositivo localizzato nel territorio dello Stato"* e che *"il dispositivo si considera localizzato nel territorio italiano sulla base dell'indirizzo di protocol internet (IP) del dispositivo stesso o, in mancanza di questo indirizzo, facendo ricorso ad altro metodo di geolocalizzazione"*.

Trattasi di aspetti tecnico-informatici di enorme importanza per il calcolo dei ricavi imponibili sui quali sorgono alcuni interrogativi in ordine alle modalità e strumenti attraverso cui i verificatori potranno condurre le necessarie verifiche. Ci si chiede come possa l'Agenzia delle entrate o la Guardia di Finanza accertare la correttezza delle localizzazioni degli utenti, così come dichiarate dai soggetti d'imposta, ai fini della corretta quantificazione del ricavo imponibile. Considerato che il ricavo imponibile è realizzato verso una controparte che non è l'utente, il quale rimane anonimo rispetto alla transazione ed in generale in relazione ai dati della sua "navigazione" sul web, si chiede come potranno essere condotte le necessarie verifiche al fine di scongiurare approcci semplicistici basati su parametri ulteriori e/o diversi da quelli posti alla base del calcolo dalla normativa.

In secondo luogo, il riferimento generico a *"ad altro metodo di geolocalizzazione"* in mancanza dell'IP non è accettabile. Il Provvedimento dovrebbe elencare i metodi alternativi di geolocalizzazione e stabilire a priori i casi in cui questi possono essere usati in alternativa all'IP.

**Tematica:** Criteri di collegamento con il territorio dello Stato.

**Paragrafi del provvedimento interessati:** Paragrafi 3.10. e 4.3

**Osservazioni / Contributi:** Dalla lettura combinata dei due paragrafi del Provvedimento sembrerebbe



# American Chamber of Commerce in Italy

che per le interfacce multilaterali che facilitano lo scambio di beni debba farsi riferimento alle operazioni che prevedono la consegna dei prodotti in Italia per determinare se un utente sia localizzato in Italia. Tale criterio è ulteriore rispetto all'indirizzo IP (o altro sistema di geolocalizzazione) a cui si fa rinvio in maniera generalizzata.

Questo aspetto andrebbe chiarito in quanto non è chiaro a quale dei due criteri il contribuente debba far riferimento.

**Tematica:** Obblighi strumentali.

**Paragrafi del provvedimento interessati:** Paragrafo 7.1.

**Osservazioni / Contributi:** Il paragrafo 7.1 del Provvedimento prevede che *“Al fine di adempiere agli obblighi di cui ai punti 5 e 6 e per richiedere il rimborso di cui al punto 10, i soggetti passivi dell'imposta provvedono mediante il proprio codice fiscale rilasciato dall'amministrazione finanziaria italiana”*.

Il Provvedimento dovrebbe chiarire se il numero di partita IVA possa essere accettato in luogo del codice fiscale in quei casi in cui il soggetto estero si sia già identificato in Italia. La normativa primaria, infatti, all'articolo 1, comma 43, della legge 30 dicembre 2018, n. 145 prevede che *“I soggetti non residenti, privi di stabile organizzazione nel territorio dello Stato e di un numero identificativo ai fini dell'imposta sul valore aggiunto, che nel corso di un anno solare realizzano i presupposti indicati al comma 36 devono fare richiesta all'Agenzia delle entrate di un numero identificativo ai fini dell'imposta sui servizi digitali”*.

**Tematica:** Obblighi strumentali.

**Paragrafi del provvedimento interessati:** Paragrafi 7.6 e seguenti

**Osservazioni / Contributi:** Con riferimento agli obblighi strumentali il Provvedimento dovrebbe chiarire quanto segue:

- Nel caso in cui una società che non appartiene ad un gruppo consolidato entri successivamente a far parte di tale gruppo, se sia necessaria una comunicazione alla società designata e secondo quali modalità, per l'esecuzione degli adempimenti;
- Nel caso in cui una società non assoggettata ad imposta sui servizi digitali nell'anno N-1 lo diventi nell'anno N, se sia necessaria una comunicazione alla società designata per l'esecuzione degli adempimenti.

**Tematica:** Obblighi strumentali.

**Paragrafi del provvedimento interessati:** Paragrafo 7.8.

**Osservazioni / Contributi:** Il paragrafo 7.8 prevede che *“La società designata può richiedere il codice fiscale per le società del gruppo che ne siano prive, secondo le modalità di cui ai punti 7.2 e 7.3”*.

Il Provvedimento sembra prevedere l'obbligo per tutte le società del gruppo di avere un codice fiscale italiano ai fini dell'assolvimento degli obblighi inerenti l'ISD. Andrebbe chiarito, invece, che tale obbligo sussiste solo per quelle società del gruppo che risultino essere soggetti passivi dell'imposta.

**Tematica:** Obblighi contabili.

**Paragrafi del provvedimento interessati:** Paragrafo 8.1.

**Osservazioni / Contributi:** Il paragrafo 7.1 del Provvedimento prevede che *“I soggetti passivi dell'imposta tengono un'apposita contabilità per rilevare mensilmente le informazioni sui ricavi imponibili di cui ai paragrafi da 3.5 a 3.8, così come gli elementi quantitativi mensili utilizzati per calcolare le proporzioni di cui ai paragrafi da 3.9 a 3.11”*.

Il Provvedimento dovrebbe specificare che cosa si intende per “apposita contabilità”. Se si tratta di contabilità analitica è necessario fissare i criteri per identificare contabilmente i ricavi per servizi soggetti all'imposta da quelli esclusi.

Considerata l'imminente scadenza dei primi obblighi dichiarativi per l'anno 2020, ed in assenza, ad oggi, delle necessarie indicazioni operative circa la corretta tenuta di una “apposita contabilità”, sarebbe opportuno escludere l'applicazione di sanzioni per l'eventuale non corretta tenuta di tale contabilità per il 2020 e di fare salva qualsiasi modalità adottata dai contribuenti purché utile alla definizione della base



## American Chamber of Commerce in Italy

imponibile e dell'imposta.

Va tenuto presente, infatti che, se per "apposita contabilità" si intende un sezionale dei libri contabili separato, potrebbe essere impossibile adempiere a tale obbligo retroattivamente dal 1° gennaio 2020.

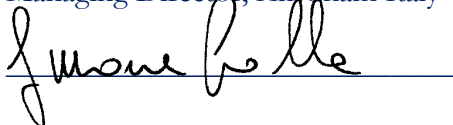
**Tematica:** Responsabilità del soggetto passivo residente appartenente ad un gruppo.

**Paragrafi del provvedimento interessati:** Paragrafo 9.

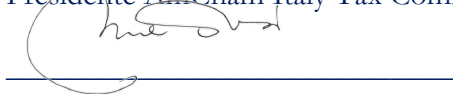
**Osservazioni / Contributi:** Il paragrafo 9 del Provvedimento prevede che *"I soggetti residenti nel territorio dello Stato, che alla fine dell'anno solare in cui sono realizzati i ricavi imponibili appartengono allo stesso gruppo dei soggetti passivi non residenti, diversi da quelli stabiliti in uno Stato non collaborativo e privi di una stabile organizzazione in Italia, sono solidalmente responsabili con questi ultimi per il versamento dell'imposta dovuta"*.

Il Provvedimento dovrebbe chiarire se tale responsabilità solidale opera esclusivamente in relazione ai soggetti residenti nel territorio dello Stato "designati" ai sensi del punto 7 del Provvedimento. Così formulato, infatti, il punto 9 del Provvedimento sembra applicarsi indipendentemente dalla designazione, estendendo in maniera intersoggettiva gli obblighi di compliance di altri soggetti, dei cui dati il residente potrebbe essere totalmente ignaro e così facendo s'introduce un principio di solidarietà tributaria per atti e fatti non imputabili al soggetto residente in Italia, prescindendo dalla partecipazione di quest'ultimo all'atto/fatto come invece ordinariamente previsto dalla normativa tributaria italiana ( i.e. art 14 Dlgs 472/97). Si chiede, infine, di chiarire su quali basi verrà effettuato l'accertamento sul soggetto italiano posto che le informazioni relative al soggetto passivo non sono note come peraltro evidenziato nei punti precedenti in relazione ai criteri di collegamento dei ricavi realizzati con il Territorio dello Stato.

Simone Crolla  
Managing Director, AmCham Italy



Maricla Pennesi  
Presidente AmCham Italy Tax Committee



Luana FoffoCiucci  
Segretario esecutivo AmCham Italy Tax Committee

