

Consultazione pubblica sullo 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.

La posizione di Netcomm

Netcomm, il Consorzio del Commercio digitale italiano, in rappresentanza delle aziende che operano nel settore digitale accoglie con favore il provvedimento emanato dal Direttore dell'Agenzia delle Entrate Netcomm e la possibilità di condividere le proprie osservazioni.

1. DEFINIZIONI.

- **Tematica:** Definizione di "interfaccia digitale"
- **Paragrafi del provvedimento interessati:** Paragrafo 1 lettera g.
- **Osservazioni / Contributi:**

La definizione di "interfaccia digitale" come "qualsiasi software [...] attraverso cui sono prestati i servizi digitali" sembra evidentemente includere anche la TV digitale, che rappresenta una fetta rilevante del mercato pubblicitario in Italia. Si richiede di specificarlo tra i servizi elencati, per evitare letture discriminanti tra diversi soggetti operanti sul mercato.

- **Tematica:** Definizione di "ricavi imponibili"
- **Paragrafi del provvedimento interessati:** Paragrafo 1 lettera i.
- **Osservazioni / Contributi:**

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";

La proposta dovrebbe chiarire se il reddito imponibile a cui si applica la percentuale è composto da tutte le operazioni, ovunque siano realizzate, oppure solo da quelle in cui vi è almeno un utente localizzato in Italia.

- **Tematica:** Definizione di "pubblicità mirata"
- **Paragrafi del provvedimento interessati:** Paragrafo 1 lettera k.
- **Osservazioni.**

La bozza di provvedimento individua come criterio unico per definire una pubblicità "mirata" il fatto che sia collocata "in funzione dei dati relativi a un utente che accede a tale interfaccia e la consulta".

Se ne deduce quindi che è da considerarsi come mirata **solo la pubblicità determinata dai dati dell'utente e dalla sua profilazione** (ad esempio perché l'utente è loggato o registrato) e che, invece, non siano soggetti all'imposta quelle pubblicità determinate non da dati relativi all'utente, ma solo da cosa sceglie di visualizzare (ad esempio, immettendo un canale tv, o digitando una keyword, o un URL) o dalla mera posizione del dispositivo.

Si richiede, quindi, di specificare in modo più preciso tali aspetti, ad esempio "in funzione dei dati relativi al profilo personale di un utente registrato che accede a tale interfaccia e la consulta"; in altre parole, **si chiede se debbano essere presi in considerazione i comportamenti dell'utente nel momento in cui accede all'interfaccia digitale** (ad es. L' uso di parole chiave da parte dell'utente) **oppure la sua personale profilazione o cronologia di navigazione.**

A mero titolo di esempio, si evidenzia che fanno parte della prima fattispecie, ovvero pubblicità non determinate dalla profilazione personale dell'utente, ma solo dalle scelte di navigazione in un determinato momento, i seguenti casi:

- a. Un banner o un annuncio pubblicitario che appare su una pagina secondaria di un sito web (ad esempio <https://www.decathlon.co.uk/C-2490745-donna-sport-zaini>), a tutti i clienti che visualizzano tale pagina secondaria. Per accedere alla pagina secondaria, il cliente clicca su un link all'interno della pagina principale. **Il Provvedimento dovrebbe chiarire se i click effettuati dall'utente facciano rientrare tale tipo di pubblicità nell'ambito di applicazione dell'imposta sui servizi digitali.**

- b. 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.

Il Provvedimento dovrebbe chiarire se le parole chiave inserite dal cliente facciano rientrare tale tipo di pubblicità nell'ambito di applicazione dell'imposta sui servizi digitali.

- c. Un banner o un annuncio pubblicitario che appare su una particolare pagina web, con il cliente che raggiunge questa pagina web facendo clic su un link visualizzato nella pagina web di terzi.

La legislazione secondaria dovrebbe chiarire se questo clic faccia rientrare questo tipo di pubblicità nell'ambito di applicazione dell'imposta sui servizi digitali.

Sono invece esempi di pubblicità determinata dalla profilazione personale dell'utente:

- le pubblicità posizionate sui feed di social network in funzione degli interessi e delle pagine seguite dall'utente
- il cosiddetto re-targeting, ovvero le pubblicità posizionate su vari siti web in funzione della storia di navigazione di un utente (ad esempio: un utente che ha visitato le pagine relative a un certo vestito, e che mostrano all'utente - sui diversi siti in cui naviga - quello stesso vestito)
- le pubblicità posizionate su vari siti web in funzione del profilo personale degli utenti - in questi casi lo stesso utente può visualizzare la stessa pubblicità su siti differenti, e diversi utenti vedono pubblicità differenti pur visitando la stessa pagina

- **Tematica:** Definizione di "veicolazione"
- **Paragrafi del provvedimento interessati:** Paragrafo 1 lettera l.
- **Osservazioni / Contributi:**

La bozza di provvedimento, pare, fornire una interpretazione estensiva del termine veicolare, che viene definito non solo come sinonimo di "trasferire", ma anche come sinonimo di "ospitare".

Una interpretazione di questo tipo va ben oltre i servizi specifici delle piattaforme web e includerebbe tutta la pubblicità digitale ospitata da piattaforme web, TV e editori appartenenti a gruppi al di sopra delle soglie di fatturato fissate.

Si propone di rispettare la lettera della norma approvata dal Parlamento e di limitare l'applicazione dell'ISD al servizio specifico delle piattaforme web di veicolare pubblicità su siti terzi, **escludendo quindi la pubblicità che ciascun sito può autonomamente ospitare:** *"quel servizio specifico delle piattaforme web che trasferiscono su siti di terzi, percependo un corrispettivo per tale intermediazione".*

2. AMBITO APPLICATIVO ED ESCLUSIONI.

- **Tematica:** Fornitura diretta di beni
- **Paragrafi del provvedimento interessati:** 2.2.a
- **Osservazioni / Contributi:**

Il paragrafo non chiarisce cosa si intenda esattamente per "fornitura diretta di beni".

Si suggerisce di inserire degli indici che possano identificare questa fattispecie, ovvero le situazioni in cui la società si faccia carico effettivamente di fornire direttamente i beni al cliente finale.

Per maggiore chiarezza, si propone di integrare il testo con le seguenti specifiche da inserire al termine del paragrafo 2.2.a).

a) la fornitura diretta di beni e servizi, nell'ambito di un servizio di intermediazione digitale, ove per "fornitura diretta di beni" si intendono le forniture di beni in cui:

- la società si impegna alla consegna nei confronti del cliente finale, fornendo anche una stima dei tempi di consegna;*
- la società fornisce servizi di supporto tramite il servizio assistenza clienti, al fine di gestire le eventuali problematiche inerenti il servizio di consegna, anche assumendo i costi legati ai rimborsi per gli eventuali disservizi eventualmente occorsi nella consegna;*

iii. *la società gestisce direttamente, tramite propri collaboratori, il servizio di consegna."*

- Tematica: Fornitura di servizi di pagamento
- Paragrafi del provvedimento interessati: 2.2.c)
- Osservazioni / Contributi:

La fornitura di servizi di pagamento (qualora non costituisca scopo esclusivo o principale della messa a disposizione dell'interfaccia digitale) dovrebbe essere considerata come servizio accessorio e pertanto esclusa dall'ambito applicativo dell'imposta.

Sarebbe inoltre opportuno utilizzare la medesima definizione di "servizi accessori" risultante dalla legislazione in materia di IVA.

3. BASE IMPONIBILE E DETERMINAZIONE DELL'IMPOSTA.

- Tematica: Base Imponibile e determinazione dell'imposta
- Paragrafi del provvedimento interessati: Articolo 3.1. (anche alla luce dell'articolo 10 "Rimborsi")
- Osservazioni.

In relazione al paragrafo 3.1., si riportano una serie di osservazioni e di rilevazioni di criticità.

I. Osservazione.

La bozza del Provvedimento, al punto 3.1, prevede che l'imposta si applica ai ricavi imponibili realizzati nel corso dell'anno solare, riscossi da ciascun soggetto passivo.

Il provvedimento fornisce indicazioni sulla procedura dei rimborsi delle eccedenze di versamento dell'imposta. **Non vi sono, tuttavia, indicazioni sulle modalità di determinazione dell'imposta nel caso in cui i ricavi imponibili riscossi in un determinato anno siano oggetto di rettifica o di storno, a fronte del rimborso del corrispettivo già riscosso di un servizio digitale rilevante ai fini del computo dell'imposta.**

In alcuni settori, come ad esempio nel settore "Travel", può infatti accadere che il soggetto passivo possa ricevere la cancellazione della transazione inizialmente conclusa o sia tenuto a convertire il corrispettivo inizialmente incassato in un "voucher" utilizzabile nel medesimo anno o in un anno successivo (a fronte della conversione in voucher della transazione sottostante e ciò è ipotesi ricorrente per servizi digitali di cui al punto 1, lettera h) ii), i.e. 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).

Con specifico riferimento alla conversione del corrispettivo del servizio digitale inizialmente fruito in un voucher, si ritiene che non vi siano modifiche al computo della base imponibile qualora la conversione avvenga nel medesimo anno. In alternativa, si ritiene che la soluzione preferibile sia quella di escludere dal computo dei servizi imponibili le transazioni convertite con un voucher, stante l'incertezza della relativa fruizione da parte dell'Utente. Tale soluzione comporterebbe una semplificazione degli adempimenti in considerazione delle eventuali richieste di rimborso che potrebbe generare.

Qualora, diversamente, il voucher non venga utilizzato dall'Utente in un determinato periodo e sia necessario provvedere alla restituzione del corrispettivo inizialmente fatturato, tale rimborso/restituzione dovrà necessariamente essere oggetto di rimborso dell'eccedenza di imposta già versata ed il meccanismo di computo dovrebbe essere chiaramente previsto.

In alternativa, per ragioni di semplificazione amministrativa, tale rimborso dovrebbe rettificare la base imponibile determinata nell'anno in cui tale evento sia realizzato (i.e. restituzione del corrispettivo). Quest'ultima procedura potrebbe evitare di appesantire i soggetti passivi di oneri amministrativi ulteriori connessi alla necessità di procedere necessariamente alla predisposizione e alla presentazione di apposita istanza di rimborso. Tale transazione di rettifica/ristorno dovrà inoltre essere rilevante ai fini della determinazione della percentuale rappresentativa della parte di servizi collegata al territorio dello Stato, per ragioni di coerenza.

Come detto, tale aspetto rileva in particolare con riferimento ai servizi digitali di cui al punto 1, lettera h) ii) (i.e. 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).

II Osservazione.

Il punto 3.1 della Bozza del Provvedimento prevede che l'imposta si applichi ai ricavi imponibili realizzati nel corso dell'anno solare, riscossi da ciascun soggetto passivo. Per ragioni di semplificazione amministrativa, si potrebbe prevedere il criterio della contabilizzazione dei ricavi come elemento rilevante ai fini del computo dell'imposta.

Infatti, la verifica della riscossione dei corrispettivi implicherebbe l'ulteriore passaggio di verifica dell'incasso che, per i gruppi multinazionali con un numero significativo di soggetti passivi dell'imposta, costituirebbe un ulteriore aggravio amministrativo in quanto richiederebbe il coinvolgimento di due o più funzioni all'interno del gruppo (i.e. Accounting e Finance/Treasury).

Pertanto, in un'ottica di semplificazione delle procedure di verifica dei ricavi imponibili, la modalità di identificazione basata sulla contabilizzazione dei ricavi potrebbe essere preferibile in quanto più agevole.

Peraltro, tale modalità non sarebbe in alcun modo lesiva dei diritti di credito dell'Amministrazione Finanziaria Italiana, posto che potrebbe solo eventualmente tradursi in differenze temporali con eventuale anticipazione del prelievo in caso di transazioni a cavallo d'anno per le quali la contabilizzazione del ricavo imponibile sarebbe chiaramente anteriore alla riscossione.

III. Osservazione (e criticità)

Sempre in relazione al paragrafo 3.1. rileviamo la necessità che il Provvedimento **faccia riferimento ai ricavi contabilizzati nel conto economico e non ai corrispettivi riscossi**. Questo semplificherebbe molto gli adempimenti per le società multinazionali soprattutto quelle con molte società coinvolte, senza obbligarle a tracciare tali ricavi con un criterio di cassa che non è quello normalmente utilizzato dalle società per la tenuta delle loro scritture contabili.

- Tematica: Base imponibile
- Paragrafi del provvedimento interessati: Paragrafo 3.5
- Osservazioni / Contributi:

In relazione al punto 3.5) si riportano qui di seguito una serie di osservazioni e rilevazione di elementi di criticità.

I. Osservazione.

La bozza di provvedimento chiarifica che, laddove la pubblicità sia veicolata su siti terzi, la base imponibile è rappresentata sia dai corrispettivi per il servizio di veicolazione propriamente detto sia dai corrispettivi ricevuti dagli editori e dai proprietari dei siti web.

Questa interpretazione appare non allineata con il testo della norma primaria, che assoggetta a tassazione la sola veicolazione, in particolare nei casi del "modello rivenditore" in cui il fornitore di servizi pubblicitari vende spazi pubblicitari ai propri clienti per conto di terze parti, trattenendo una fee per l'intermediazione.

A nostro avviso questa interpretazione comporta il rischio di sottoporre a **ISD ricavi già soggetti al fisco nel nostro Paese**, quindi a ipotesi di doppia tassazione, in quanto **gli editori italiani che ospitano sulle proprie pagine pubblicità veicolata da piattaforme web, infatti, ricevono corrispettivi che vengono già tassati in Italia come reddito d'impresa.**

Al fine di evitare tale inconveniente suggeriamo di escludere dal computo dei ricavi imponibili i corrispettivi percepiti dai soggetti passivi dell'imposta che si limitano ad ospitare nel proprio sito web il contenuto pubblicitario, non esercitando alcuna forma di influenza o controllo sul medesimo contenuto, assoggettando all'Imposta i **solli ricavi del servizio di veicolazione, che è il servizio effettivamente specifico delle piattaforme web**: "Ai fini del computo dei ricavi imponibili [...] rilevano i corrispettivi percepiti dai soggetti passivi dell'imposta che si occupano di collocare il contenuto pubblicitario mirato su siti di terzi.

Senza contare inoltre che potrebbe risultare complicato scorporare la parte di corrispettivi attribuibile alla visualizzazione da parte dei soli utenti italiani, versus gli utenti global.

II. Osservazione.

Sempre in relazione a tale paragrafo 3.5., si rileva che il provvedimento dovrebbe altresì chiarire i seguenti punti.

a) Molti fornitori di servizi pubblicitari offrono servizi che collegano editori terzi, 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. Gli editori 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:

a1) Gli accordi vengono stipulati direttamente tra gli editori 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.

a2) Il fornitore di servizi pubblicitari acquista spazi pubblicitari dagli editori 3P e poi li vende agli SSP, guadagnando una % del prezzo pagato dagli SSP.

Il Provvedimento dovrebbe chiarire se rientri nell'ambito di applicazione dell'imposta sui servizi digitali solo la commissione netta percepita dal fornitore di servizi pubblicitari (ovvero se i costi degli spazi pubblicitari venduti agli SSP possano essere detratti dalla base imponibile).

- [Tematica: Prestazione di servizi](#)
- [Paragrafi del provvedimento interessati: 3.6](#)
- [Osservazioni / Contributi:](#)

In relazione a tale paragrafo, si rileva la poca chiarezza della formulazione che dà adito a differenti letture e interpretazioni. A tale proposito, si suggerisce di evitare l'uso di "eccezioni" **chiarendo direttamente quali sono i corrispettivi da considerare nel computo dei ricavi imponibili.**

Inoltre, 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 quando sono indipendenti 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 (IVA) quando sono costituite da più elementi (operazioni complesse).

Si propone di sostituire il paragrafo 3.6 con la seguente formulazione: *"Ai fini del computo dei ricavi imponibili, in relazione alla prestazione dei servizi di cui al punto 1, lettera h) ii), rilevano esclusivamente i corrispettivi versati dagli utenti dell'interfaccia digitale multilaterale per la cessione di beni o per la prestazione di servizi che costituiscono, sul piano economico, operazioni di accesso e di utilizzazione del servizio digitale".*

- [Tematica:](#)
- [Paragrafi: 3.9](#)
- [Osservazioni:](#)

"La percentuale rappresentativa dei servizi digitali di cui al punto 1, lettera h) 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."

Il Provvedimento dovrebbe chiarire il seguente punto. 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, ma 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, è necessario chiarire se sia possibile utilizzare un approccio alternativo.

- Tematica: Base Imponibile e determinazione dell'imposta e "Criteri di collegamento con il territorio dello Stato":
- Paragrafi: 3.10. e Articolo 4.
- Osservazioni.

I. Osservazione

Il punto 3.10 della bozza del Provvedimento prevede che *"La percentuale collegata al territorio italiano rappresentativa dei servizi di cui al punto 1, lettera h) ii), riguardanti un'interfaccia digitale multilaterale che facilita le corrispondenti cessioni di beni o prestazioni di servizi direttamente tra gli utenti, è pari al rapporto tra le operazioni di consegna di beni o prestazioni di servizi, realizzate nell'anno solare, per le quali uno degli utenti dell'interfaccia digitale è localizzato nel territorio dello Stato ed il totale delle operazioni di consegna beni o prestazioni di servizi realizzati nel medesimo periodo."*

Con specifico riferimento ai servizi digitali di cui al punto 1, lettera h) ii) (i.e. 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) **tale modalità di identificazione della percentuale di ricavi collegata al territorio italiano può determinare un rischio di doppia tassazione.**

La circostanza che tale percentuale sia determinata in funzione della presenza di uno degli utenti potrebbe attrarre a tassazione in Italia i ricavi derivanti da transazioni concluse nel territorio italiano in virtù della presenza nello stesso solo del fornitore del bene/prestatore del servizio, **laddove invece l'Utente che acquista il bene o il servizio (nella transazione sottostante) sia invece localizzato in altro Stato.**

Peraltro, tale aspetto è in contrasto con il punto 4.3 del Provvedimento che invece, con riferimento alla medesima tipologia di servizi digitali, prevede che: *"Per i servizi digitali di cui al punto 1, lettera h) ii) resi attraverso una interfaccia digitale multilaterale che facilita le corrispondenti cessioni di beni o prestazioni di servizi direttamente tra gli utenti, l'utente si considera localizzato nel territorio italiano quando ivi utilizza, nell'anno solare, un dispositivo per accedere all'interfaccia digitale e conclude un'operazione corrispondente su tale interfaccia in detto periodo"* e quindi, correttamente, prevede che l'Utente si considera localizzato nel territorio dello Stato quando ivi conclude la transazione.

Occorre quindi specificare che la presenza sul territorio italiano del fornitore del bene/prestatore del servizio non è rilevante né ai fini del computo dell'imposta, né ai fini della percentuale di riferimento, soprattutto nel caso in cui non agisca in modo attivo nella conclusione della transazione.

II. Osservazione.

Riprendendo le osservazioni sopra esposte, per quanto riguarda la localizzazione ai fini dell'individuazione dei ricavi imponibili, questa non dovrebbe **basarsi sulla localizzazione dell'interfaccia, ma sulla localizzazione dell'utente.** Nella maggior parte dei casi, l'utente e l'interfaccia si troveranno nello stesso Paese, ma non necessariamente possono essere tracciati gli indirizzi IP, perché possono essere utilizzati altri metodi di geolocalizzazione (anche alla luce di potenziali violazioni in materia di privacy).

Inoltre, gli indirizzi IP potrebbero non riflettere la reale posizione dell'utente/dispositivo in caso di connessioni VPN. I venditori italiani potrebbero anche utilizzare fornitori di servizi per caricare i loro annunci e se questi fornitori di servizi fossero situati all'estero, queste transazioni non verrebbero incluse per calcolare la percentuale di transazioni soggette a ISD italiana.

Suggeriamo di ampliare la localizzazione e di accettare anche altri metodi per localizzare l'utente - invece che il dispositivo - come, ad esempio, il suo indirizzo registrato. Ciò sarebbe in linea con le regole sul luogo di fornitura ai fini del calcolo IVA sulle *user fees*, e con quelle sulla condivisione dei dati (art. 13, Decreto-legge 34/2019).

Lo stesso approccio è previsto anche nella legge ISD francese e spagnola e garantirà un approccio armonizzato che impedirà il "cherry picking" al fine di ridurre il volume delle transazioni per Paese.

4. CRITERI DI COLLEGAMENTO CON IL TERRITORIO DELLO STATO

- Tematica: "Criteri di collegamento"
- Paragrafi: 4.3
- Osservazioni:

Il paragrafo 4.3. riporta la seguente formulazione: *"Per i servizi digitali di cui al punto 1, lettera h) ii) resi attraverso una interfaccia digitale multilaterale che facilita le corrispondenti cessioni di beni o prestazioni di servizi direttamente tra gli utenti, l'utente si considera localizzato nel territorio italiano quando ivi utilizza, nell'anno solare, un dispositivo per accedere all'interfaccia digitale e conclude un'operazione corrispondente su tale interfaccia in detto periodo. Per i servizi di cui al punto 1, lettera h) ii) non rientranti tra quelli di cui al periodo precedente, l'utente si considera localizzato nel territorio italiano quando dispone di un conto per la totalità o una parte dell'anno solare che gli consente di accedere all'interfaccia digitale e tale conto è stato aperto utilizzando un dispositivo localizzato nel territorio dello Stato."*

In relazione a tale previsione osserviamo che, se per il calcolo della percentuale da applicare ai ricavi imponibili (per i servizi di intermediazione) il Provvedimento tiene conto delle operazioni che prevedono la consegna dei prodotti in Italia invece, per determinare se un utente sia localizzato in Italia, il Provvedimento considera l'indirizzo IP (o altro sistema di geolocalizzazione). **Tale impostazione obbligherà le aziende ad utilizzare, rispetto alla stessa tipologia di servizi, due criteri diversi, rendendo estremamente oneroso il calcolo dell'imposta sui servizi digitali.**

A nostro avviso, pertanto, al fine di semplificare gli adempimenti e l'applicazione della norma, **sarebbe estremamente utile confermare il criterio di "consegna dei prodotti in Italia" (di cui al punto 3.10) come metodologia da utilizzare anche per la determinazione della localizzazione dell'utente.**

5. VERSAMENTO DELL'IMPOSTA.

Nessuna osservazione.

6. ADEMPIMENTI DICHIARATIVI.

- Tematica: Obblighi Strumentali
- Paragrafi del provvedimento interessati: Paragrafi 6.1., 6.2., 6.3.
- Osservazioni:

Si osserva che il versamento deve essere effettuato entro il 16 febbraio tuttavia, non si hanno, per tempo, indicazioni dettagliate sulle modalità di versamento/dichiarazione.

A tal proposito rileviamo che un termine armonizzato sia necessario per garantire che tutte le informazioni siano disponibili prima della scadenza del pagamento, anche in considerazione del fatto che si tratterà del primo versamento della ISD.

7. OBBLIGHI STRUMENTALI.

- Tematica: Obblighi Strumentali
- Paragrafi del provvedimento interessati: Articolo 7.
- Osservazioni:

Nell'ottica di consentire l'adempimento degli obblighi di pagamento e dichiarativi previsti dalla normativa, il Provvedimento ha previsto la possibilità per i gruppi multinazionali di designare una società del Gruppo che possa assolvere tali adempimenti per conto di tutti i soggetti passivi appartenenti al medesimo gruppo.

Il Provvedimento, tuttavia, prevede un trattamento differenziato in tal senso per i gruppi multinazionali che non abbiano società in Italia soggetti passivi d'imposta, in quanto il punto 7.6 del Provvedimento prevede chiaramente che la *"società designata deve essere individuata tra i soggetti assi del gruppo residenti o stabiliti in Italia, ove esistenti"*.

Tale “discriminazione” appare ingiustificata e non condivisibile, alla luce degli ulteriori adempimenti preliminari che i soggetti non residenti devono porre in essere per ottemperare agli obblighi dichiarativi. Infatti, la Bozza del Provvedimento prevede che ciascun soggetto passivo debba richiedere l’attribuzione di un codice fiscale qualora non ne sia già in possesso, ovvero nominare un rappresentante fiscale se il soggetto risiede in uno stato non collaborativo, privo di stabile organizzazione in Italia.

Si ritiene inoltre che la validità annuale della designazione sia un onere ulteriore che potrebbe essere oggetto di un ripensamento.

Si potrebbe prevedere il rinnovo automatico della designazione, in caso di esplicita modifica del soggetto designato per il quale si potrebbe prevedere una nuova designazione.

Non vi sono indicazioni nel Provvedimento, né chiarimenti pratici sulle modalità per l’effettuazione della designazione (accordo, modulo, etc.).

Inoltre, il provvedimento dovrebbe chiarire:

- Nel caso in cui una società che non appartiene a un gruppo consolidato, entri direttamente o indirettamente a far parte di tale gruppo, se sia necessaria una comunicazione alla società designata per il versamento,
- Nel caso di una società che non è assoggettata ad imposta sui servizi digitali nell’anno N-1, lo diventi nell’anno N-2. se sia necessaria una comunicazione alla società designata per il versamento.

- [Tematica: Obblighi Strumentali](#)
- [Paragrafi del provvedimento interessati: 7.1.](#)
- [Osservazioni](#)

In relazione alla seguente previsione: “*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 come codice fiscale.

Inoltre, sempre in relazione al punto 7.1., si contesta il fatto che, quando una società italiana del Gruppo, venga designata come soggetto per il pagamento dell’imposta sui servizi digitali per l’intero Gruppo, il Provvedimento non preveda l’obbligo per tutte le società del Gruppo di essere titolari di un codice fiscale italiano. Per le multinazionali che hanno molte aziende coinvolte nel processo potrebbe essere difficile se non impossibile ottenere i codici fiscali italiani in tempo per il pagamento dell’imposta sui servizi digitali entro il 16 febbraio.

- [Tematica: Obblighi Strumentali](#)
- [Paragrafi del provvedimento interessati: 7.6.](#)
- [Osservazioni](#)

Sarebbe opportuno precisare che, per l’adempimento degli obblighi, possa essere designata anche una società del gruppo non direttamente soggetta all’applicazione della ISD.

Inoltre, se nessuna società italiana del gruppo è soggetta alla ISD, anche un’altra entità con sede nell’UE e non stabilita in Italia dovrebbe essere in grado di rappresentare il gruppo. Ciò è possibile anche in Francia.

8. OBBLIGHI CONTABILI.

- [Tematica: Obblighi Contabili](#)
- [Paragrafi: Articolo 8.](#)

- Osservazioni.

I. Osservazione

Il paragrafo 8 della Bozza del Provvedimento prevede taluni obblighi finalizzati a raccogliere le informazioni di natura contabile rilevanti, anche ai fini della compilazione del Prospetto analitico in allegato alla Bozza, tuttavia, non vi sono indicazioni sui principi contabili utilizzabili. A tal riguardo, sarebbe importante esplicitare la possibilità di adottare i principi contabili internazionali US GAAP/IFRS al fine di consentire ai gruppi multinazionali la facilità di reperibilità e di compilazione del Prospetto, nonché la tenuta dell'apposita contabilità che viene richiesta nel Provvedimento, senza dover necessariamente effettuare gli aggiustamenti richiesti a livello locale.

Con riferimento alla conversione dei ricavi imponibili, qualora espressi in una valuta diversa dall'euro, è opportuno prevede la possibilità di far riferimento ad un'alternativa per la conversione rispetto al riferimento operato dal Provvedimento al punto 8.4, nel quale si fa riferimento all'“ultimo tasso di cambio pubblicato nella Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea, noto il primo giorno del mese nel corso del quale le somme sono riscosse o incassate.” Talune valute non sarebbero infatti disponibili, da qui, dunque, l'opportunità di prevedere un'alternativa per la conversione.

II. Osservazione.

Con riferimento al paragrafo 8.1. “*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 intenda per “apposita contabilità”.**

III. Osservazione.

Sempre con riferimento al paragrafo 8.1., va tenuto presente che, se per “apposita contabilità” si intende un sezionale dei libri contabili separato, **è impossibile adempiere a tale obbligo per tutte le società del Gruppo retroattivamente al 1 gennaio 2020.**

IV Osservazione.

Poiché l'imposta viene pagata su base annua, i calcoli mensili risultano essere molto onerosi e nel corso dell'anno non porteranno comunque a un risultato diverso. Al fine di ridurre la complessità e gli oneri amministrativi, suggeriamo che venga considerato sufficiente un calcolo annuale.

ULTERIORI COMMENTI FINALI:

- Con riferimento alla data di efficacia dell'imposta sui servizi digitali

Come noto, il paragrafo 47 dell'art. 1 della Legge no. 145/2018 (“norma DST”) prevede che “le disposizioni relative all'imposta sui servizi digitali si applicano a decorrere dal 1° gennaio 2020”. Tuttavia, alla luce dei numerosi dubbi di carattere pratico ed operativo, nonché degli adempimenti preliminari necessari (e.g. richiesta del codice fiscale) per il corretto assolvimento degli obblighi di pagamento e dichiarazione, si auspica un differimento delle scadenze attualmente previste, i.e 16 febbraio 2021 per il versamento dell'imposta e 31 marzo 2021 per la presentazione della dichiarazione.

- Con riferimento alla data di abrogazione dell'imposta sui servizi digitali

Inoltre, il paragrafo 49 bis della norma DST prevede che la normativa inclusa nei commi da 35 a 49 sarà abrogata a partire dalla data di entrata in vigore delle disposizioni che deriveranno da accordi raggiunti nelle sedi internazionali in materia di

tassazione dell'economia digitale. **A tal riguardo non è chiara la data di riferimento. In particolare, non è chiaro se la norma possa essere abrogata alla data di accordo internazionale, ovvero alla data di effettiva implementazione dello stesso**, pertanto, al fine di evitare successivi dibattiti che possano incidere ulteriormente sulla vigenza della norma creando incertezze per il sistema, **si reputa quindi opportuno esplicitare sin d'ora tale aspetto.**

- Con riferimento alla deducibilità dell'imposta sui servizi digitali dal reddito di impresa
La norma DST non include specifiche indicazioni sulla possibile deducibilità ai fini delle imposte dirette dell'imposta sui servizi digitali. Si ritiene che tale imposta debba essere deducibile per competenza, in deroga al principio di cassa previsto dall'art. 99 comma 1 dal TUIR. Infatti, l'applicazione del principio di cassa condurrebbe a posticipare la deduzione dell'imposta nell'anno del pagamento della stessa che è successivo all'anno di riferimento dei relativi ricavi. Tale trattamento sarebbe in contrasto con il principio di capacità contributiva e di separazione dei periodi di imposta.

Ringraziando per l'attenzione, restiamo a disposizione per fornire ulteriori delucidazioni e approfondimenti.
Con i migliori saluti.

Consorzio Netcomm