



La politica ostaggio del populismo digitale mina la credibilità italiana

La web tax è una norma in cui ognuno può leggere quello che vuole, accreditandosi una vittoria politica a danno della chiarezza e dell'immagine del paese

di Raffaello Lupi

28 Novembre 2017 alle 10:55



Serve a poco discettare sulle sfumature tecnico-linguistiche della norma sulla web tax, che già nella denominazione rivela notevoli carenze. Le imposte, infatti, non si riferiscono a settori economici, come l'edilizia, il turismo, l'agricoltura o il web, ma a concetti economicamente rilevanti, cioè redditi, consumi o spostamenti patrimoniali. Le multinazionali del web applicano già regolarmente l'Iva al consumo, secondo i criteri delle vendite a distanza, registrandosi nei paesi dove sono ubicati gli acquirenti finali. Secondo la logica tributaria tradizionale, anteriore al mercato digitale, tali vendite a distanza provocavano tassazione al consumo nel paese dell'acquirente, mentre il reddito era tassato nel paese del fornitore; ciò era conforme alla logica secondo cui la mera esportazione, di beni o servizi non dava luogo, nel paese di destinazione, a redditi del fornitore. Per la vendita a distanza serviva infatti comunque una filiera di contatti collocata necessariamente nel paese del cliente e dove avrebbe dato luogo comunque a redditi imponibili (distributori di cataloghi, pubblicitari, trasportatori, ecc.).

Era quindi antieconomica e trascurabile la rilevanza tributaria reddituale alle vendite a distanza, comprese quelle al dettaglio. In base a questo presupposto fu costruito quindi il concetto di “stabile organizzazione” nei trattati internazionali contro le doppie imposizioni. Questo quadro è entrato in crisi con la possibilità di un contatto diretto via internet tra fornitore e consumatore, con la visibilità su internet di messaggi pubblicitari dall'estero, nonché con la raccolta di informazioni su chi naviga in rete (Big data). Da qui le polemiche sulla web tax, cui gli emendamenti discussi in Parlamento rispondono in modo per certi versi carente e per certi versi sovrabbondante e confuso.

In un certo senso tali emendamenti dimostrano quanto la politica sia ostaggio della pubblica opinione, in cui s'intrecciano tendenze sensate, ma prive del necessario coordinamento da parte degli studiosi del settore tributario. La legittima tendenza politico sociale ad adeguare la determinazione degli imponibili ai nuovi contatti possibili via internet va infatti coordinata con la precedente tecnica di individuazione dei redditi imponibili prodotti in Italia da non residenti. Su questa necessità insoddisfatta di coordinamento vengono invece calate le polemiche e le recriminazioni, in parte legittimamente dirette a visibilità politica. La politica diventa così ostaggio delle tendenze di opinione intrecciate nella società, ed è costretta a “fare qualcosa”; si deve mediare tra “pulsioni” e “repulsioni”, desideri di lanciare il cuore al di là dell'ostacolo e dei dubbi di fattibilità, latenti persino nella mente delle stesse persone. Questo misto di decisionismo e di cautela si percepisce chiaramente all'interno dell'ipotesi normativa, carente prima di tutto nel settore degli “scambi di beni”, cioè degli acquisti “online” di merci; qui tutto sembra rimanere com'è, salva un'ammiccante modifica del concetto di stabile organizzazione, dove si parla di “significativa e continuativa presenza economica nel territorio dello stato costruita in modo tale da non farne risultare una sua consistenza fisica nel territorio stesso”.

E' una tipica norma in cui ognuno può leggere quello che vuole, accreditandosi una vittoria politica a danno della chiarezza e dell'immagine del paese. In parallela confusione si stratificano invece la segnalazione delle prestazioni di servizi e la ritenuta del 6 per cento sulle medesime, da operare attraverso le banche, rinviando così il tutto al 2019. Siccome però le prestazioni di servizi sono soprattutto pubblicitarie, con acquirenti “impresa”, sarebbe bastato introdurre a carico di costoro, come sostituti d'imposta, un obbligo di ritenuta, e sarebbe stato possibile partire molto più rapidamente. Viene quindi da pensare che, stretti tra pulsioni e repulsioni d'immagine, si sia voluto monetizzare un effetto di annuncio immediato, rinviando l'individuazione e la soluzione dei veri problemi. Si rischia però così di dare un'immagine di confusione e di inaffidabilità, nociva in generale per la credibilità del paese.

Raffaello Lupi, Università di Roma Tor Vergata

