



Il fisco Il 21 marzo arriva la web tax europea

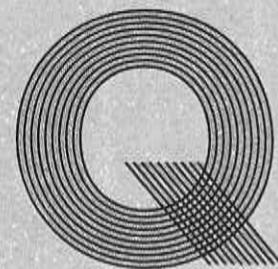
Così la Ue tasserà i colossi della Rete

Dal nostro corrispondente
ALBERTO D'ARGENIO, BRUXELLES.

Una tassa continentale fino al 5% del fatturato delle potenti multinazionali del digitale. Ecco la web tax europea, o meglio la bozza del testo che sarà ufficialmente pubblicato dalla Commissione Ue il 21 marzo. Nel mirino i social network e le grandi piattaforme che mettono in contatto i clienti, ovvero le aziende che generano profitti grazie alla raccolta dei dati - e delle preferenze - dei loro utenti. Prima di entrare in vigore la tassa per i colossi della Rete dovrà essere approvata dai governi dell'Unione e non sarà facile visto le resistenze di una mezza dozzina di capitali che lucrano sul dumping fiscale interno alla Ue. Intanto Bruxelles tra dieci giorni avanza un secondo testo per chiudere anche la partita con i grandi del web a livello globale. Lo scorso autunno i governi di Italia, Francia, Germania e Spagna avevano chiesto ai partner e a Bruxelles la web tax europea. Le multinazionali del digitale, infatti, sfuggono alla normale tassazione perché le loro attività spesso sono floride anche in paesi in cui non hanno una presenza aziendale fisica. A questo si aggiungono i fiscal ruling chiusi con alcuni governi Ue come quello lussemburghese o irlandese, grazie ai quali pagano in un solo Paese tasse irrisorie sui profitti realizzati in giro per il Vecchio Continente. Prima di Natale il fronte dei 4 si era allargato a una ventina di governi, ma paesi come Irlanda, Lussemburgo, Austria, Malta e Cipro si erano messi di traverso per salvaguardare i loro accordi con le multinazionali. Tra le argomentazioni usate per bloccare la web tax tra l'altro la richiesta di una soluzione

Le multinazionali digitali dovranno versare fino al 5 per cento del fatturato realizzato nel Vecchio Continente

globale, non a livello Ue. Accordo che richiederebbe tempi decisamente lunghi, praticamente un rinvio sine die. Per questa ragione la discussione tra governi si era arenata ed era stato chiesto al Bruxelles di andare avanti con un testo per poi provare a piegare le resistenze di Dublino e soci. Così la Commissione tra due mercoledì pubblicherà la sua proposta legislativa. Scritta su due binari. Il primo con la web tax europea definita una soluzione "transitoria". Il secondo con alcuni suggerimenti per arrivare al definitivo accordo globale, in seno all'Ocse, che superi e sostituisca quello Ue. Per



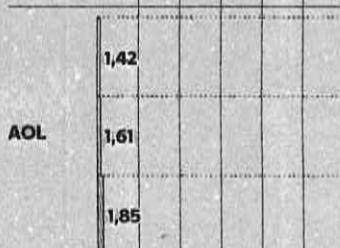
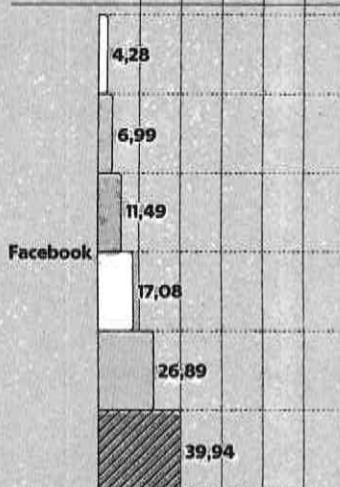
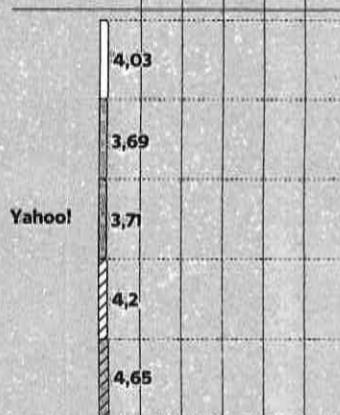
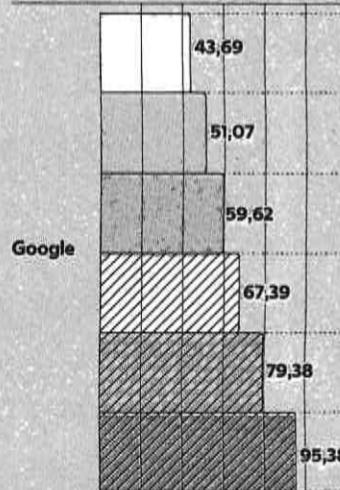
QUARTA PAGINA

Il web

Le entrate pubblicitarie digitali

miliardi di dollari

○ 2012 ○ 2014 ○ 2016
○ 2013 ○ 2015 ○ 2017



Bruxelles la soluzione ottimale. Ma nell'attesa l'Europa è pronta a partire con un'imposta propria. Su questo versante la Commissione parte dal presupposto che oggi le multinazionali aggirano il fisco per via di un'asimmetria tra il luogo dove la tassazione viene imposta e quello dove viene creato il valore dei servizi digitali (dato dai clienti). Per questo Bruxelles con una direttiva introduce il principio del Digital permanent establishment, una sorta di residenza digitale grazie alla quale pagheranno la web tax europea le aziende con un reddito superiore ai 10 milioni di euro in un paese Ue e con un numero superiore a una soglia (ancora da stabilire) di utenti e di contratti online. Il fatturato da tassare sarà calcolato in base alla creazione del valore da parte dei consumatori in quanto per le aziende digitali proprio i dati, e i gusti dei clienti, sono la fonte principale di guadagno poiché vengono venduti o permettono la pubblicità mirata sul consumatore perfetto (identificato proprio grazie ai dati raccolti sui social). La web tax colpirà le attività in cui l'asimmetria tra tassazione dei profitti e creazione del valore aggiunto è particolarmente significativa. Per questa ragione verranno tassate aziende in cui i dati degli utenti sono monetizzati attraverso le inserzioni pubblicitarie o attraverso la loro vendita come Facebook, Google, Twitter, Instagram o il servizio non a pagamento di Spotify. Pagheranno la web tax anche le piattaforme digitali che mettono in contatto gli utenti, il consumatore con l'erogatore del servizio, come Airbnb o Uber. La tassa sarà applicata solo alle multinazionali visto che prevede due criteri: reddito globale annuo superiore ai 750 milioni di euro e ricavi in Europa superiori ai 10/20 milioni (la cifra è ancora in discussione). Esclusi invece i servizi che si limitano ad offrire contenuti online senza che il ruolo attivo del consumatore (e dei suoi dati) sia cruciale per il profitto, come Netflix, Ubisoft o il servizio a pagamento di Spotify. La web tax prevederà una singola aliquota a livello Ue dall'1 al 5% del fatturato dal quale le aziende non potranno scalare le tasse pagate nei passaggi precedenti. La proposta della Commissione dovrà essere approvata dal Parlamento europeo e dai governi, passaggio appunto complicato per le resistenze del gruppo di paesi che si arricchisce attraverso gli accordi fiscali con le multinazionali della Rete. Prima di Natale, tuttavia, i leader convinti della necessità di introdurre la web tax avevano immaginato di andare avanti anche con una cooperazione rafforzata, aggirando il veto dei riottosi che verrebbero esclusi dal progetto (ma correndo il rischio di depotenziare l'impatto della tassa). Come andrà a finire sarà più chiaro nelle prossime settimane.