

Il monitoraggio. Comunicazioni alle Entrate

Invio diretto dagli intermediari finanziari

L'ATTUAZIONE

Un decreto dell'Agenzia dovrà disciplinare modalità e tempi di trasmissione dei dati su pagamenti e beneficiari

■ **L'agenzia delle Entrate**, in futuro, dovrebbe disporre di informazioni dettagliate per controllare la raccolta di pubblicità online. Infatti i pagamenti per gli acquisti di questi servizi dovrebbe avvenire unicamente tramite strumenti di pagamento tracciabili e il Fisco otterrà le informazioni direttamente dagli intermediari finanziari che avranno il compito di collazionare le informazioni e spedirle direttamente alle Entrate. Questa possibilità è per ora congelata in attesa che venga emanato un apposito provvedimento direttoriale della stessa Agenzia. In particolare, l'articolo 1, comma 178 della legge 147/2013 prevede che con provvedimento del direttore **dell'agenzia delle Entrate**, sentite le associazioni di categoria degli operatori finanziari, sono stabilite le modalità di trasmissione al Fisco, in via telematica, delle informazioni necessarie per monitorare le specifiche operazioni.

Ci si attende che gli intermediari, sfruttando il canale a loro dedicato, siano in grado di individuare esattamente le operazioni e di segnalare le stesse in modo tempestivo alle Entrate. L'esperienza dello spesometro dovrebbe essere il modello che verrà seguito dall'Agenzia per imporre

l'adempimento.

Per comprendere in pieno lo scopo della normativa appena introdotta si tenga in considerazione che l'intero intervento ha previsto, da una parte, dei nuovi obblighi Iva e, dall'altra, un irrigidimento dei meccanismi di determinazione, ai fini delle imposte dirette, dei prezzi di trasferimento nei gruppi internazionali di imprese. Con riferimento al primo profilo l'articolo 1, comma 33 della legge di Stabilità 2014 prevede che gli operatori che intendono acquisire servizi di pubblicità online, ovvero spazi pubblicitari sul web o siti sponsorizzati devono acquisirli necessariamente da una partita Iva italiana. La norma interviene inserendo una nuova disposizione direttamente nella legge Iva nazionale (articolo 17 bis del Dpr 633/72). Questa disposizione nella sua formulazione pone dei problemi di compatibilità comunitaria e lo stesso legislatore ha deciso, pochi giorni dopo l'approvazione della legge di Stabilità, di prorogare il termine di operatività della disposizione al 1° luglio 2014.

Con riferimento alle imposte dirette l'articolo 1, comma 177 prevede, a decorrere dal 1° gennaio 2014, che le società che operano nel settore della raccolta pubblicitaria devono, nella determinazione dei prezzi di trasferimento infragruppo, utilizzare criteri di ripartizione del profitto diversi da quelli di mero costo.

B. Sa.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

