

Le mani del fisco sull'e-commerce scatta la lotta mondiale all'evasione

DALL'INDIA ALL'AMERICA MA SOPRATTUTTO IN EUROPA, SI CERCA DI DISCIPLINARE UN FENOMENO CHE FINORA È PASSATO INDENNE ATTRAVERSO LE MAGLIE DI TUTTE LE AMMINISTRAZIONI E CHE INVECE È UNA RISORSA STRAORDINARIA IN TEMPI DI RISTRETTEZZE FINANZIARIE

Valerio Maccari

Roma

In India, la Nokia si è appena vista confermare in appello l'obbligo di corrispondere più di 350 milioni di euro per tasse mai versate dal 2007 ad oggi. Alla Microsoft in Danimarca potrebbe andare ancora peggio: la compagnia è accusata di aver evaso quasi 800 milioni di euro. La Apple, appena condannata da un tribunale francese al pagamento di 5 milioni per un'imposta mai versata sugli iPad venduti nel 2011, non è l'unica major dell'hi-tech nel mirino del fisco.

Il comportamento fiscale delle multinazionali dell'it è sotto accusa in tutto il mondo, sulla stampa o direttamente in tribunale. Amazon.com, divenuta un gigante nell'e-commerce non più solo di libri, è stata accusata in Inghilterra di pagare le tasse dove più le conviene, ma si moltiplicano i casi di condanne di imputati eccellenti, a cui le autorità nazionali chiedono di saldare cifre stellari in tasse mai corrisposte. Una svolta nel rapporto tra istituzioni e big della tecnologia, finora decisamente importato al *laissez faire*. Il prolungarsi della crisi co-

stringe le autorità di tutto il mondo a perseguire politiche sempre più rigorose dell'elusione e dell'evasione. Un fenomeno che ha colpito tutti i settori, ma che si è materializzato con grande forza nelle nuove tecnologie. Sotto esame è soprattutto la fiscalità della rete: la consapevolezza che pezzi sempre più grandi dell'economia reale si stanno spostando verso il digitale spinge le autorità di tutti i Paesi a ripensare il quadro normativo, nella speranza di intercettare gettito aggiuntivo da uno dei pochi settori ancora in crescita.

In molti Paesi spuntano progetti di estensione delle imposte su beni e servizi digitali. Il primo fu Sarkozy, che nel 2010 entrò in polemica con i giganti della Rete per una tassa su Internet peraltro rientrata. Ma tentativi in questo senso continuano. Sono esemplificativi i casi dell'India e degli Stati Uniti: il Paese asiatico, che negli ultimi 12 mesi ha condannato o messo sotto accertamento oltre Nokia anche Google, Microsoft e Samsung, ha in cantiere l'estensione della tassa sulla vendita ai software, finora defiscalizzati. Negli Stati Uniti, Nevada e Texas propongono tasse sui servizi cloud, mentre il Senato ha approvato il Market Fairness Act, che obbliga i venditori di e-commerce che hanno vendite sopra il milione di dollari nel territorio statunitense a raccogliere e inviare agli Stati dei clienti finali le sales tax dovute. Non è una nuova imposta: le sales tax dell'e-commerce finora non sono state raccolte per difficoltà tecniche nella determina-

zione del dovuto, problema superato dalle attuali tecnologie. Anche se non è sempre facile. Secondo Luigi Perin, esperto di diritto tributario americano, la nuova normativa "comporterà un aggravio burocratico per le aziende notevole".

Per Perin, autore insieme a Giuliano Iannaccone di "Stati Uniti d'America, guida al diritto e alla fiscalità d'impresa", il fisco Usa fa ancora fatica a stare dietro ai cambiamenti portati dalle tecnologie. «Negli Stati Uniti, in quanto confederati, una volta scritta la norma bisogna tener conto di una lunga serie di interpretazioni dell'amministrazione finanziaria alla Corte suprema». Soprattutto sui beni digitali dove, argomenta Perin, «sarà probabile qualche confusione. I beni digitali non costituiscono una categoria omogenea, ma sono composti di sottocategorie diverse - software, videogame, e-book, mp3 - sottoposte a tassazioni diverse di stato in stato». Nonostante le difficoltà tecniche, sono in molti nel Congresso a pensare che il Market Fairness Act sia un passo necessario per allineare il peso fiscale che grava sulle imprese della distribuzione commerciale online, con quello imposto sui negozi tradizionali, costretti a praticare sugli stessi articoli un prezzo del 5% circa più alto a causa della maggiore imposizione. Il Market Act riduce lo squilibrio, annullando un vantaggio competitivo e permettendo allo stato americano di agganciare la crescita dell'e-commerce: potrebbe valere per gli erari degli Stati Usa fino a 11 miliardi di dollari l'anno.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

