

L'imposta sui servizi digitali. Genesi e meccanismi d'imposizione

In attesa di una soluzione sovranazionale, come contrastare l'emorragia di gettito fiscale, posto che la web tax non ha ancora trovato una sua concretizzazione legislativa?



Angelo Colombo

Dottore commercialista,
Managing Partner,
Studio AC – Avvocati e Commercialisti, Milano



Vincenzo Cristiano

Avvocato tributarista, pubblicista,
Senior Associate,
Studio AC – Avvocati e Commercialisti, Milano

La nuova imposta sui servizi digitali, che punta a incassare 150 mio. di euro per il 2019 (a causa del debutto effettivo nella seconda metà dell'anno) e 600 mio. annui a partire dal 2020, estende a macchia d'olio il proprio perimetro di applicazione adottando (ma non totalmente, come vedremo) la versione avanzata dalla Commissione europea lo scorso mese di marzo. Secondo alcune stime dovrebbe ricomprendere una platea "attiva" di circa 200 aziende. Con il seguente articolo si cerca di focalizzare l'attenzione sui presupposti di imponibilità e i punti di mancato dialogo con la proposta di Direttiva europea. Resta comunque il dato che la nuova normativa domestica, al pari di quella comunitaria, si preoccupa di rispondere ai tre interrogativi mai demodée nel contesto tributario internazionale: "who to tax" (chi tassare); "what to tax" (che cosa tassare); "where to tax" (dove tassare).

50 dell'art. 1 della Legge di bilancio 2019 abroga la disciplina dell'imposta sulle transazioni digitali relative a prestazioni di servizi effettuate tramite mezzi elettronici, che avrebbe, invece, dovuto applicarsi a decorrere dal 1° gennaio 2019[2].

La riscrittura era, in realtà, attesa[3] e del tutto prevedibile considerato l'intervento – il 21 marzo 2018 – della proposta di Direttiva dell'Unione europea (UE) relativa al sistema comune d'imposta sui servizi digitali applicabile ai ricavi derivanti dalla fornitura di taluni servizi digitali sulla medesima materia che ne caratterizzava i contenuti come imposta comunitaria e ne prevedeva l'istituzione a partire dal 1° gennaio 2020[4].

Siffatta proposta di Direttiva UE, com'è evidente, ha operato la prima incrinatura circa l'asserito equilibrio fra multinazionali del settore digitale e imprese di diverso settore. Le prime, infatti, operano in tutto il mondo e, quindi, si atteggiano con disinvoltura anche nei rapporti con le autorità fiscali; le seconde, invece, sono soggette a più o meno onerosi regimi ordinari. Ma non solo: le prime possono "lavorare" in molteplici contesti territoriali senza necessità di costituirvi strutture fisiche fisse o tangibili; le seconde sono costrette, invece, dalla natura stessa del proprio business, ad insediamenti caratterizzati da inevitabili presenze fisiche. Detto in altri termini, significa assenza dei presupposti per l'identificazione di una stabile organizzazione nel primo caso; inevitabile presenza degli stessi nel secondo[5].

I. La genesi normativa	179
II. Il perimetro applicativo d'imposizione	180
III. Il perimetro oggettivo.....	180
IV. Le operazioni (procedure) di calcolo e di versamento dell'imposta dovuta.....	181
V. I recenti orientamenti e le valutazioni dell'OCSE.....	182

I. La genesi normativa

La Legge di bilancio 2019 (art. 1, comma 35) istituisce, come noto, l'imposta sui servizi digitali[1]. Contestualmente, il comma

[1] Ai fini bibliografici si veda: (i) proposta di Direttiva del Consiglio relativa al sistema comune d'imposta sui servizi digitali applicabile ai ricavi derivanti dalla fornitura di taluni servizi digitali – Progetto COM(2018)148 Final, Bruxelles, 21 marzo 2018; (ii) Legge (L.) del 30 dicembre 2018, n. 145 – Bilancio di previsione dello Stato per l'anno finanziario 2019 e bilancio pluriennale per il triennio 2019-2021; (iii) L. del 27 dicembre 2017, n. 205 – Bilancio di previsione dello Stato per l'anno finanziario 2018 e bilancio pluriennale per il triennio 2018-2020; (iv) The Political statement – Joint initiative on the taxation of companies operating in the digital economy (Ministère de l'Économie et des Finances, Bundesministerium der Finanzen, Ministero dell'Economia e delle Finanze, Ministerio de Economía, Industria e Competividad, settembre 2017); (v) "Rispondere alle sfide della tassazione degli utili dell'economia digitale", FISC 346 ECOFIN 1092; (vi) OCSE, Addressing the Tax Challenges of the Digital Economy: Action 1 – 2015

Final Report, Parigi 2015; (vii) ENRICO ZANETTI, L'imposta sui servizi digitali, in: Eutekne.info, 2018; (viii) ALDO BISOLI/ANNA ZULLO, Web tax: una lettura in chiave comunitaria, in: Corriere Tributario n. 13/2018; (ix) MARCO CERRATO, La procedura di cooperazione e collaborazione rafforzata in materia di stabile organizzazione (cd. "web tax transitoria"), in: Rivista di diritto tributario, 2018.

[2] Contenuta nell'art. 1, commi da 1011 a 1019 della Legge di bilancio 2018, L. n. 205/2017.

[3] Visto che non era stato formulato il Decreto attuativo della L. n. 205/2017 previsto per il 30 aprile 2018.

[4] Cfr. European Commission COM(2018)148 Final, del 21 marzo 2018.

[5] La questione, peraltro, è sul tavolo dell'OCSE, che dibatte ormai già da tempo non sul "se" ma sul "come" aggiornare un concetto ormai obsoleto quale quello di "stabile organizzazione" (cfr. OCSE, Tax Challenges Arising from Digitalisation, Interim Report 2018, Parigi, 16 marzo 2018).

Il legislatore italiano, che si era già espresso – con la L. n. 205/2017 – a favore dell'introduzione di una nuova imposta, ha dunque semplicemente tenuto conto di questa evoluzione storica e ha, conseguentemente, allineato la formulazione del proprio testo a quello di fonte comunitaria, manifestando così un sostegno pieno all'iniziativa della Commissione europea.

Per l'effetto, la nuova normativa italiana si preoccupa di rispondere, così come la proposta Direttiva UE, alle tre domande classiche in materia: "who to tax" (chi tassare); "what to tax" (che cosa tassare); "where to tax" (dove tassare).

II. Il perimetro applicativo d'imposizione

I soggetti passivi dell'imposta sono tutti i soggetti esercenti attività d'impresa (comma 36)[6], a condizione che superino la soglia di ricavi richiesta *ex lege*, singolarmente o a livello di gruppo, nel corso di un anno solare. Nello specifico, i soggetti passivi devono realizzare congiuntamente (art. 4 par. 1 proposta Direttiva UE):

- a) un ammontare complessivo di ricavi, ovunque realizzati, non inferiore a 750 mio. di euro;
- b) un ammontare di ricavi derivanti da servizi digitali, nel territorio dello Stato, non inferiore a 5,5 mio. di euro.

L'individuazione del presupposto soggettivo si presta a qualche incertezza. Rientrano, infatti, fra i soggetti passivi d'imposta, sia qualora (i soggetti) realizzino i volumi sopraindicati singolarmente, sia qualora vi pervengano "a livello di gruppo". Questa dicitura mostra un'evidente esigenza di cautelarsi contro possibili abusi di parte. Ma v'è di più. Essa appare addirittura più ampia di quella utilizzata dalla proposta di Direttiva, dove si individua il "gruppo" nell'ambito circoscritto di un bilancio consolidato di gruppo[7].

III. Il perimetro oggettivo

Ai sensi del comma 37 (cfr. anche art. 4 par. 1 proposta Direttiva UE) risulta che i ricavi da servizi digitali, ai quali si applica l'imposta, sono quelli derivanti dalla fornitura dei seguenti servizi:

- 1) veicolazione su un'interfaccia digitale di pubblicità mirata agli utenti della medesima interfaccia;
- 2) 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;
- 3) trasmissione di dati raccolti da utenti e generati dall'utilizzo di un'interfaccia digitale.

Si tratta, com'è intuibile, di prestazioni riconducibili, sostanzialmente, alla pubblicità ed all'intermediazione in senso

generale. Mentre la proposta di Direttiva UE codifica l'uso di certe espressioni attribuendo ad esse un ben preciso significato convenzionale, la legge domestica difetta di queste precisazioni, che, tuttavia, potranno ben essere adottate dal Decreto ministeriale (D.M.) previsto al comma 45.

Le parole chiave minime sono in questo caso "interfaccia digitale" e "utente". Con la prima espressione (*digital interface*) s'intende una strumentazione informatica – cioè *software*, musica, video, testi, giochi – idonea ad essere utilizzata attraverso un apparecchio fisico (*device*), tale essendo un computer, un telefono cellulare, un *ipad* o altro mezzo simile con cui accedere al mondo che opera per via digitale. Con la seconda (*user*) s'intendono sia persone fisiche che imprese (costituite quali persone giuridiche o meno).

Il successivo comma 38 esclude dall'imposta i ricavi derivanti da servizi digitali, se sono resi a soggetti che, ai sensi delle norme del codice civile (art. 2359 c.c.) si considerano in posizione di controllo (siano essi controllati, controllanti o controllati dallo stesso soggetto controllante).

Il comma 39 definisce, poi, le modalità di calcolo dell'imponibile: i ricavi tassabili sono assunti al lordo dei costi e al netto dell'imposta sul valore aggiunto e di altre imposte indirette.

Ai sensi del comma 40, il periodo d'imposta coincide con l'anno solare. Un ricavo si considera tassabile in un determinato periodo d'imposta se l'utente di un servizio tassabile è localizzato nel territorio dello Stato in detto periodo.

Al riguardo, è bene precisare che un utente è localizzato nel territorio dello Stato se:

- a) nel caso di un servizio di veicolazione su un'interfaccia digitale di pubblicità mirata (comma 37, lett. a), la pubblicità in questione figura sul dispositivo dell'utente nel momento in cui il dispositivo è utilizzato nel territorio dello Stato, in detto periodo d'imposta, per accedere ad un'interfaccia digitale;
- b) nel caso di un servizio di 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 (comma 37, lett. b):
 - ♦ se il servizio comporta un'interfaccia digitale multilaterale che facilita le corrispondenti cessioni di beni o prestazioni di servizi direttamente tra gli utenti, l'utente utilizza un dispositivo nel territorio dello Stato in detto periodo d'imposta per accedere all'interfaccia digitale e conclude un'operazione corrispondente su tale interfaccia in detto periodo d'imposta;
 - ♦ se il servizio comporta un'interfaccia digitale multilaterale di un tipo che non rientra nel punto 1, l'utente dispone di un conto per la totalità o una parte di tale periodo d'imposta, che gli consente di accedere all'interfaccia digitale e tale conto è stato aperto utilizzando un dispositivo nel territorio dello Stato;

[6] Dunque persone fisiche e giuridiche, a prescindere dalla tipologia e dalla forma giuridica utilizzata.

[7] L'art. 4 par. 6 proposta Direttiva UE dispone quanto segue: "[s]e l'entità di cui al paragrafo 1 appartiene a un gruppo consolidato a fini di contabilità finanziaria, tale paragrafo si applica invece ai ricavi a livello mondiale dichiarati dal gruppo nel suo insieme e ai ricavi imponibili ottenuti all'interno dell'Unione dallo stesso".

c) nel caso di un servizio di trasmissione di dati raccolti da utenti e generati dall'utilizzo di un'interfaccia digitale (comma 37, lett. c), i dati generati dall'utente che ha utilizzato un dispositivo nel territorio dello Stato per accedere a un'interfaccia digitale, nel corso di tale periodo d'imposta o di un periodo d'imposta precedente, sono trasmessi in detto periodo d'imposta.

Com'è evidente, la normativa italiana non avverte la necessità di chiarire il tema della localizzazione se non per individuare il momento in cui la prestazione diventa rilevante. In sintesi, la prestazione si considera eseguita (ed il relativo ricavo diventa tassabile) se l'utente "è localizzato nel territorio dello Stato" in un certo periodo.

Senonché, per verificare se un utente si considera "localizzato nel territorio dello Stato", occorre procedere distinguendo ulteriormente fra le tre tipologie di prestazioni descritte in precedenza. In particolare, volendo riprendere quanto sopra anticipato:

- 1) per le prestazioni pubblicitarie, l'utente si considera "localizzato" in Italia se la pubblicità figura sul suo apparecchio nel momento in cui detto apparecchio viene utilizzato in Italia per accedere ad un'interfaccia digitale ovunque localizzata. Il che vuol dire che l'utente (italiano o francese che esso sia) che si trova a Ventimiglia fa sorgere il presupposto dell'imposta sui servizi digitali (ISD) se accende il suo *ipad* entro il confine italiano. Ma se oltrepassa il confine genererà, tutt'al più, il medesimo presupposto per l'autorità fiscale francese, ma non per quella italiana. Sono evidenti le ricadute in tema di controllo^[8];
- 2) per i servizi di cui alla lett. b (prestazioni di accesso ad un circuito digitale che consente lo scambio di informazioni, beni o servizi fra gli utilizzatori di detto circuito), l'utente si considera "localizzato" in Italia al verificarsi di determinate condizioni di utilizzo di un'interfaccia digitale.
 - Nella prima ipotesi, cioè se il servizio utilizzato si concretizza nel mettere a disposizione un'interfaccia che facilita cessioni di beni o prestazioni di servizi fra utenti, l'utente si considera "localizzato" in Italia se utilizza "un dispositivo nel territorio dello Stato [...] per accedere all'interfaccia digitale e conclude un'operazione corrispondente su tale interfaccia". In altri termini, non è sufficiente che l'apparecchio si trovi fisicamente in Italia, ma occorre, altresì, che dal suo utilizzo derivi la conclusione di un'operazione. Anche in questo caso, è palese la difficoltà accertativa perché non basta conoscere il luogo di attivazione del *device*, ma occorre anche verificare che una transazione commerciale sia stata conclusa.
 - La seconda ipotesi è quella che contempla l'accesso a un'interfaccia digitale che opera con finalità diverse da quelle soprarichiamate: non mira, cioè, a facilitare la cessione di beni o la prestazione di servizi. È, ad es., il classico *social network* in cui si paga un corrispettivo per essere ammessi ad un certo circuito di "amici" che

si incontrano intorno ad alcune tematiche. In questo caso, l'utente si considera "localizzato" in Italia se il diritto di accesso è stato attivato "utilizzando un dispositivo nel territorio dello Stato".

- 3) per le prestazioni di cui alla lett. c (fornitura di dati raccolti sui movimenti di utenti sul circuito digitale), l'individuazione della "localizzazione" dell'utente presenta difficoltà oggettive. Si può ritenere che "un utente si considera localizzato nel territorio dello Stato se [...] i dati generati dall'utente che ha utilizzato un dispositivo nel territorio dello Stato per accedere a un'interfaccia digitale [...] sono trasmessi in detto periodo". Come è evidente, si intrecciano nel presente caso elementi di carattere temporale (il riferimento a periodi d'imposta) con elementi di carattere spaziale (il luogo in cui è stato attivato il dispositivo).

Si può ritenere che la localizzazione dell'utente vada ricercata in ciascun accesso ad un'interfaccia digitale indipendentemente dalle ragioni per cui lo fa e dai risultati di tale accesso.

IV. Le operazioni (procedure) di calcolo e di versamento dell'imposta dovuta

L'ISD si applica in funzione delle prestazioni realizzate. Non rileva, quindi, il momento dell'incasso, ma solo quello dell'emersione del diritto a percepire l'ammontare dovuto.

Il comma 41 chiarisce che l'imposta dovuta si ottiene applicando l'aliquota del 3% all'ammontare dei ricavi tassabili realizzati dal soggetto passivo in ciascun trimestre.

Il comma 42 indica le modalità di versamento dell'imposta, da effettuarsi entro il mese successivo a ciascun trimestre; la dichiarazione dell'imposta è, invece, annuale e riguarda l'ammontare dei servizi tassabili prestati entro 4 mesi dalla chiusura del periodo d'imposta. Con norma secondaria (D.M. di cui al comma 45) può essere previsto che, per le società appartenenti al medesimo gruppo, per l'assolvimento degli obblighi derivanti dalle disposizioni in commento sia nominata una singola società del gruppo.

Il successivo comma 43 chiarisce che i soggetti non residenti, privi di stabile organizzazione nel territorio dello Stato e di un numero di partita IVA, che nel corso di un anno solare realizzano i presupposti per l'applicazione dell'imposta, sono tenuti a richiedere all'Agenzia delle Entrate un numero identificativo ai fini dell'ISD. La richiesta è effettuata secondo modalità previste con provvedimento del Direttore dell'Agenzia delle Entrate (comma 46).

I soggetti residenti nel territorio dello Stato, ove appartengano allo stesso gruppo dei soggetti non residenti (di cui sopra) sono solidalmente responsabili con quest'ultimi per le obbligazioni derivanti dalla nuova imposta, la cui disciplina è contenuta nelle norme in esame.

Il comma 44 rimanda per quanto concerne l'accertamento, le sanzioni e la riscossione dell'imposta, nonché per il relativo contenzioso, alle disposizioni previste in materia di imposta sul valore aggiunto (IVA), in quanto compatibili.

[8] Cfr. MARTTI NIEMINEN, *The scope of the Commission's Digital Tax Proposals*, in: *Bulletin for International Taxation*, n. 11/2018; TOMMASO DI TANNO, *L'imposta sui servizi digitali si allinea alla proposta di direttiva UE*, in: *il fisco*, 4/2019, p. 326.

Il comma 45 affida a un decreto del Ministro dell'Economia e delle Finanze di concerto con il Ministro dello Sviluppo Economico, sentite l'Autorità per la garanzia nelle comunicazioni, l'Autorità garante per la protezione dei dati personali e l'Agenzia per l'Italia digitale, il compito di emanare entro 4 mesi dalla data di entrata in vigore della legge di bilancio 2019 (1° maggio 2019), le disposizioni di attuazione dell'ISD. Il successivo comma 46 affida, invece, ad uno o più provvedimenti del Direttore dell'Agenzia delle Entrate il compito di individuare le modalità applicative dell'imposta.

In punto di decorrenza giova ricordare che la Legge di bilancio 2019 è stata pubblicata in Gazzetta ufficiale il 31 dicembre 2018 e le novità ivi previste decorrono dal 1° gennaio 2019.

V. I recenti orientamenti e le valutazioni dell'OCSE

L'UE sta vagliando di cambiare approccio e creare una riforma globale sulla tassazione delle società *internet*. Così, prossimamente si comincerà a discutere sul piano d'ingresso di un'imposta digitale su scala europea, la *web tax*, ma acconsentiranno, contestualmente, a lavorare a una riforma globale della tassazione delle società di *internet*.

La riforma globale delle norme fiscali è stata dibattuta per anni, ma non è mai stata concordata in quanto gli interessi nazionali sono molto diversi su questo punto (anche dal punto di vista italiano, ad es.).

Secondo il piano originariamente proposto dalla Commissione europea lo scorso anno, alle grandi società sarebbe stato richiesto di pagare una tassa sulle vendite di dati, sui mercati *online* e sulla pubblicità mirata. Ma diversi Stati membri dell'UE lo hanno bloccato, temendo una perdita di entrate e ritorsioni da parte degli Stati Uniti d'America (USA) e da altri Paesi colpiti.

Come facilmente intuibile, le riforme fiscali all'interno dell'UE devono essere approvate all'unanimità, ma Irlanda e Paesi scandinavi si sono fermamente opposti alla revisione. Anche altri Paesi hanno mostrato dello scetticismo. Nel tentativo di salvare il piano, la Francia ha concordato a dicembre con la Germania di limitare il suo campo di applicazione solo alla pubblicità digitale.

Come noto, Francia, Italia e Spagna si sono mossi per introdurre le imposte digitali a livello nazionale. E così molto recentemente il governo francese ha introdotto la tassa per i colossi *internet* come Google, Amazon e Facebook, portando avanti una regolamentazione più severa senza però un sostegno complessivo da parte dell'UE. La nuova imposta del 3% si applicherà alle entrate francesi di circa 30 grandi aziende, per lo più dagli USA.

Il Ministro delle Finanze francese, Bruno Le Maire, ha stimato che l'imposta avrà un gettito di circa 500 mio. di euro all'anno. L'imposta francese rappresenterebbe solo una piccola parte delle entrate dei giganti tecnologici americani. Potrebbe, però, aprire la strada a un'ulteriore regolamentazione delle società tecnologiche USA in Europa, compresa un'imposta digitale su scala europea.

Al riguardo, merita un richiamo quanto dichiarato da Francesca Mariotti, Direttore Politiche Fiscali di Confindustria, nel corso di un recente intervento organizzato da Wolters Kluwer in collaborazione con ANDAF^[9] il 28 febbraio 2019, secondo la quale "[l]'efficacia della *web tax* italiana dipenderà molto dalla capacità di imporre e di far rispettare i precetti normativi. La cosa che stupisce, in negativo, è la necessità, esplicitata in legge, di attuare l'imposta senza nuovi o maggiori oneri di finanza pubblica. Si tratta di una previsione inverosimile che contraddice le constatazioni dell'OCSE e della Commissione europea in merito agli oneri amministrativi di simili interventi. La *web tax* prevede meccanismi applicativi inediti e potenzialmente molto complessi, che richiederebbero un investimento in termini di risorse, anche umane, da parte dell'Amministrazione finanziaria non trascurabile"^[10].

Nel corso dell'incontro è stato rilevato che il dibattito sui temi concernenti il nesso territoriale e l'allocatione dei profitti delle attività digitali sembra tuttavia aver nuovamente diviso la Comunità internazionale, con alcuni Paesi che richiedono l'adozione di correttivi non solo per i modelli di *business* "altamente digitalizzati", ma del sistema fiscale internazionale nel suo complesso, poiché i processi di globalizzazione, digitalizzazione, utilizzo intensivo di dati ed *intangibles*, a loro parere, non sarebbero prerogative della *web economy*.

L'ultima parola sull'argomento dovrebbe giungere nel 2020 quando l'Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico (OCSE) presenterà il suo rapporto finale sulla tassazione dell'economia digitale al G20.

In attesa di una (si spera imminente) soluzione internazionale, la Commissione europea ha presentato, nel marzo 2018, un articolato pacchetto di proposte volte ad introdurre "norme fiscali moderne, eque, ed efficaci per l'economia digitale". Le proposte consistono, come noto, in una soluzione di breve termine, nella forma di un'imposta sui ricavi derivanti da taluni servizi digitali, ed in una di lungo termine, volta ad ampliare il concetto di stabile organizzazione ai fini dell'imposta sui redditi societari, includendovi l'innovativa nozione di "presenza digitale significativa", corredata dai relativi principi per l'allocatione territoriale degli utili. Ma v'è di più. Nel corso del citato convegno è stato rilevato che si configurerebbe un'alta probabilità che il tributo venga completamente traslato a valle, incidendo di fatto il consumatore italiano del servizio imponibile (sia esso impresa o persona fisica) frustrando i presupposti equitativi della misura. Tale rischio appare ancor più rilevante se si considera la scarsa concorrenza nei comparti in cui i soggetti potenzialmente interessati dall'imposta operano.

A queste considerazioni di carattere economico vanno aggiunti alcuni interrogativi sul piano applicativo. Permangono profili di incertezza nella demarcazione dell'ambito oggettivo del tributo, le tre fattispecie di ricavi imponibili (pubblicità *online*, ricavi da interfacce multilaterali e da trasferimento di dati generati dagli utenti) appaiono, infatti, un'approssimazione

[9] Associazione Nazionale Direttori Amministrativi e Finanziari.

[10] Cfr. FRANCESCA MARIOTTI, Confindustria: quanto sarà efficace la *web tax* italiana?, in: Quotidiano Ipsos del 25 febbraio 2019.

arbitraria delle attività digitali che presentano rischi di erosione della base imponibile.

Ed invero, come altrove considerato^[11], la *web tax* prevede meccanismi applicativi inediti e potenzialmente molto complessi (quali, ad es., la valutazione del numero di visualizzazioni dei messaggi pubblicitari apparsi sui dispositivi degli utenti localizzati in Italia) che richiederebbero un investimento in termini di risorse, anche umane, da parte dell'Amministrazione finanziaria, non trascurabili, e ciò in un contesto in cui l'Agenzia delle Entrate non ha ancora ultimato i processi di riorganizzazione.

Sono considerazioni che offrono l'occasione per ribadire quanto l'efficienza dell'Amministrazione finanziaria sia centrale per l'attività delle imprese, tutte, indipendentemente dal livello di digitalizzazione.

Nel panorama così delineato e, quindi, evidenziati gli sforzi compiuti dall'Europa per tassare le grandi società tecnologiche, non può prendersi atto del recentissimo "nulla di fatto" con cui, in data 12 marzo 2019, i Ministri delle Finanze dell'UE non sono riusciti a trovare un accordo su una proposta di compromesso che ridimensionasse l'ampio piano inizialmente previsto dalla Commissione europea e dalla Francia. In particolare, si è clamorosamente arenato l'accordo ECOFIN sul testo di compromesso sulla *web tax* UE presentato dalla Presidenza Romana.

Esemplificativo (*rectius* illuminante) quanto dichiarato dal Commissario agli Affari economici, Pierre Moscovici, che ha parlato di "occasione mancata" indicando che se entro fine 2020 non sarà trovato un accordo a livello globale si tratterà di (ri)tornare a dibattere sulla proposta comunitaria che, quindi, non sarà ritirata dall'esecutivo di Bruxelles.

Non resta che attendere fiduciosi (ma non troppo) le prossime evoluzioni in materia.

[11] Cfr. MARIOTTI (nota 10).