



## **DISEGNO DI LEGGE**

**d’iniziativa del senatore PANIZZA e ZIN**

**COMUNICATO ALLA PRESIDENZA IL 18 NOVEMBRE 2015**

Modifica al decreto del Presidente della Repubblica 26 ottobre 1972, n. 633, in materia di applicazione dell’imposta sul valore aggiunto per gli acquisti di servizi per via telematica

ONOREVOLI SENATORI. - Il presente disegno di legge, di modifica del decreto del Presidente della Repubblica 26 ottobre 1972, n. 633, mira a tassare i profitti di società estere, derivanti dalla fornitura di servizi per via telematica (*online*) sul territorio dello Stato a soggetti passivi (*business to business*, definito anche B2B).

La *ratio* del provvedimento - che ripercorre il testo presentato già nell'altro ramo del Parlamento dall'Onorevole Boccia - è quella di contrastare l'evasione fiscale tipica delle transazioni *online*, intese come commercio elettronico diretto o indiretto che, com'è ormai noto, sfuggono al regime di tassazione dei Paesi dove, in effetti, vengono fruiti i beni o i servizi venduti e sui quali, quindi, si producono ricavi.

Nelle vendite di beni e di servizi *online*, infatti, è difficile individuare la «territorialità» del venditore e anche, alle volte, il luogo di utilizzo o di fruizione del bene. Per ovviare a questo *gap* normativo, pertanto, il disegno di legge intende imporre, ai soggetti giuridici con sedi in mercati esteri, ma che traggono profitti dal contesto economico italiano, una contribuzione che si ritiene necessaria e che appare in linea, quanto meno nei principi generali, con analoghe proposte già presentate in altri Paesi europei.

L'esigenza è quella di consentire che società estere paghino le tasse nei Paesi dove operano, anziché in quelli dove hanno la sede legale che, molto spesso, hanno un'imposizione fiscale molto più bassa di quella dei Paesi membri dell'Unione europea.

Tale modalità, peraltro, pone anche seri problemi di una palese concorrenza sleale ri-

spetto a operatori che mantengono le proprie sedi in Paesi membri dell'Unione europea.

L'obbligo per i committenti - soggetti passivi - di servizi *online* (commercio elettronico diretto o indiretto) di acquistare solo da soggetti in possesso di una partita IVA italiana vuole fare sì che in generale non sfuggano a un corretto modello di tassazione gli introiti derivanti da tali servizi.

In tale obbligo rientra anche l'acquisto di spazi pubblicitari e di *link* sponsorizzati, che appaiono nelle pagine dei risultati dei motori di ricerca (servizi di *search advertising*), che non possono che essere venduti esclusivamente da operatori (editori, concessionarie pubblicitarie, motori di ricerca o altri operatori pubblicitari) in possesso di regolare partita IVA italiana.

È chiaro che deve trattarsi di spazi pubblicitari visualizzabili sul territorio italiano durante la visita di un sito o la fruizione di un servizio *online*, attraverso rete fissa o rete e dispositivi mobili. Allo stato attuale, il traffico pubblicitario italiano viene sempre più acquistato all'estero da operatori stranieri che a loro volta vendono dall'estero rendendo assolutamente non tracciabile l'operazione di compravendita.

Il presente disegno di legge è stato articolato non come un'imposizione dell'apertura di una partita IVA a carico di soggetti passivi di imposizione in Paesi non membri dell'Unione europea che, peraltro, rispetto alla stessa disciplina europea, richiederebbe il presupposto di una stabile organizzazione in Italia, ma esclusivamente come obbligo, a carico del committente, qualora lo stesso sia soggetto passivo di imposta, di acquistare da un soggetto fornito di partita IVA italiana.

Tale imposizione non è espressamente vietata dalla direttiva 2006/112/CE del Consiglio, del 28 novembre 2006, né dal decreto legislativo n. 18 del 2010 che ne ha recepito le disposizioni.

L'articolo 7-septies del decreto del Presidente della Repubblica n. 633 del 1972, infatti, specificamente stabilisce che «non si considerano effettuate nel territorio dello Stato le seguenti prestazioni di servizi (in cui rientrano anche le prestazioni pubblicitarie), quando sono rese a committenti non soggetti passivi». Il disegno di legge, invece, vuole assoggettare tutte quelle transazioni tra soggetti passivi definite, ormai comunemente, *business to business* o B2B.

In concreto si è cercato di dare coerenza al principio dell'articolo 7-ter del citato decreto del Presidente della Repubblica n. 633 del 1972 che espressamente prevede che le prestazioni di servizi si considerano effettuate nel territorio dello Stato quando sono rese a soggetti passivi stabiliti nel territorio dello Stato.

La coerenza risiede nell'ovvia circostanza che tutti i soggetti passivi che acquistano tali tipologie di servizi debbano relazionarsi solo con soggetti titolari di partita IVA giacché, in caso contrario, non vi sarà più, in maniera chiara e inequivocabile, l'esenzione dall'applicazione del regime IVA ed essi rischierrebbero, quindi, di dover versare loro l'IVA all'erario.

Sono state prese in considerazione anche le particolari modalità di pagamento utilizzate, generalmente, nelle vendite virtuali.

Analogamente a quasi tutte le operazioni commerciali transnazionali, le forniture *online* si realizzano con mezzi diversi dal denaro contante, cioè con una serie di strumenti rientranti nel concetto di «moneta elettronica» (concetto che indica il denaro circolante in formato di *bit* viaggianti su reti telematiche, compresi i bonifici).

È proprio attraverso l'identificazione del beneficiario effettivo del pagamento, infatti,

che lo Stato può contrastare queste forme di evasione.

Da anni le rappresentanze di imprese e di professionisti della tesoreria e della finanza richiedono che, nell'esecuzione di pagamenti a mezzo di bonifico, sia resa obbligatoria l'indicazione di una codifica atta a:

- 1) individuare in modo univoco le controparti;
- 2) consentire una tracciabilità delle transazioni;
- 3) agevolare la riconciliazione dei pagamenti;
- 4) ripristinare, svolgendoli in modalità automatizzata, i controlli di corrispondenza tra beneficiario del pagamento e titolare del conto sul quale vengono accreditati i fondi.

Inizialmente si ipotizzava che tale codifica potesse essere basata, sia per le imprese che per i consumatori, sul codice fiscale, già utilizzato dal sistema bancario per gli adempimenti connessi alla normativa antiriciclaggio. Successivamente, anche per servirsi di un codice che potesse essere condiviso e diffuso a livello di Unione europea, si è sponsorizzata l'adozione del *VAT code UE*, corrispondente per l'Italia al numero di partita IVA con il suffisso IT.

L'inserimento obbligatorio di tale codifica nei pagamenti tra imprese è stato richiesto anche nell'ambito dei lavori del Piano nazionale di migrazione all'Area unica dei pagamenti in euro (*Single Euro Payments Area* - SEPA) e sui tavoli di regolamentazione e normazione tecnica europei, nei quali sono stati disegnati i nuovi strumenti di pagamento della SEPA, la cui adozione è diventata obbligatoria dal 1° febbraio 2014 per effetto delle previsioni del regolamento (CE) n. 260/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 14 marzo 2012.

L'estensione di tale codifica anche alle transazioni nelle quali la controparte è un privato cerca, quindi, di restringere ulteriormente le possibilità di evasione possibili.

I tracciati interbancari di tali strumenti di pagamento (SEPA *Credit Transfer* e SEPA *Direct Debit*) già contengono appositi campi specificamente destinati a essere utilizzati per trasferire dall'ordinante al beneficiario le codifiche delle controparti interessate alla transazione monetaria e consentono quindi già oggi, senza alcuna necessità di in-

vestimenti addizionali per il sistema bancario, di veicolare le codifiche dei titolari dei conti correnti interessati dalla transazione e dei soggetti per conto dei quali sono effettuati incassi e pagamenti.

Il disegno di legge si inserisce, quindi, in un solco già tracciato.

## DISEGNO DI LEGGE

---

### Art. 1.

1. Nel decreto del Presidente della Repubblica 26 ottobre 1972, n. 633, dopo l'articolo 17 è inserito il seguente:

«Art. 17.1 - (*Acquisti di servizi per via telematica*). - 1. I soggetti passivi che intendano acquistare servizi per via telematica, come commercio elettronico diretto o indiretto, anche attraverso centri *media* e operatori terzi, sono obbligati ad acquistarli da soggetti titolari di partita IVA italiana.

2. Gli spazi pubblicitari per via telematica e i *link* sponsorizzati che appaiono nelle pagine dei risultati dei motori di ricerca, visualizzabili sul territorio italiano durante la visita di un sito telematico o la fruizione di un servizio per via telematica attraverso rete fissa o rete e dispositivi mobili, devono essere acquistati esclusivamente da soggetti titolari di partita IVA italiana. Il presente comma si applica anche nel caso in cui l'operazione di compravendita sia stata effettuata mediante centri *media*, operatori terzi o soggetti inserzionisti.

3. Il regolamento finanziario ovvero il pagamento degli acquisti di servizi e di spazi pubblicitari per via telematica devono essere effettuati dal soggetto acquirente esclusivamente tramite lo strumento del bonifico bancario o postale, ovvero con altri strumenti di pagamento idonei a consentire la piena tracciabilità delle operazioni e la conoscibilità della partita IVA del beneficiario».





