

Dopo il comma 1~~7~~ aggiungere il seguente

(vendita di servizi online)

Art. 17-bis

Al D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633, dopo l'art. 17 è inserito il seguente art. 17-bis:

«1. I soggetti passivi che intendano acquistare servizi online, sia come commercio elettronico diretto che indiretto, anche attraverso centri media ed operatori terzi, sono obbligati ad acquistarli da soggetti titolari di una partita IVA italiana.

2. Gli spazi pubblicitari online e i link sponsorizzati che appaiono nelle pagine dei risultati dei motori di ricerca (altrimenti detti servizi di search advertising), 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, devono essere acquistati esclusivamente attraverso soggetti (editori, concessionarie pubblicitarie, motori di ricerca o altro operatore pubblicitario) titolari di partita IVA italiana. La disposizione si applica anche nel caso in cui l'operazione di compravendita sia stata effettuata mediante centri media, operatori terzi e soggetti inserzionisti.

3. Il regolamento finanziario, ovvero il pagamento, degli acquisti di servizi e campagne pubblicitarie online deve essere effettuato dal soggetto che ha acquistato servizi o campagne pubblicitarie online esclusivamente tramite lo strumento del bonifico bancario o postale, ovvero con altri strumenti di pagamento idonei a consentire la piena tracciabilità delle operazioni ed a veicolare la partita IVA del beneficiario».

FANUCCI, BOCCADUTRI, CARBONE, CASTRUCONE, COVINO

Eugenio Fanucci,  
serg. Baccini

Eugenio Covino  
serg. Baccini

Giuseppe Baccini

L. 1702/.

(Questa è quella Baccini)

Sono

La modifica del D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633, mira a tassare i profitti di Società estere, derivanti dalla fornitura di servizi online sul territorio dello Stato a soggetti passivi (business to business - definito anche B2B).

La ratio è di contrastare l'evasione fiscale tipica delle transazioni online, intese sia come commercio elettronico diretto che indiretto che, come è ormai noto, sfuggono al regime di tassazione dei Paesi dove, in effetti, vengono fruiti i beni e/o i servizi venduti e sui quali, quindi, si producono ricavi.

Nelle vendite di beni e/o servizi online, infatti, è difficile individuare la "territorialità" del venditore ed, alle volte, il luogo di utilizzo / fruizione del bene. Per ovviare a questo gap normativo, pertanto, l'articolato intende imporre, ai soggetti giuridici con sedi su piazze estere, 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 non consentire che società estere non paghino le tasse nei paesi dove operano, bensì, in quelli dove hanno la sede legale che, guarda caso, hanno un'imposizione fiscale molto più bassa dei Paesi UE.

Tale modalità, peraltro, pone anche seri problemi rispetto ad una palese concorrenza sleale rispetto ad operatori che mantengono le proprie sedi in paesi UE.

L'obbligo, per i committenti - soggetti passivi - di servizi online (c.d. commercio elettronico diretto ed indiretto), di poter acquistare solo da soggetti in possesso di una partita IVA italiana vuol far sì che, in generale, non sfuggano ad un corretto modello di tassazione gli introiti derivanti da tali servizi.

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

E' 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, i quali, a loro volta, vendono dall'estero rendendo assolutamente non tracciabile l'operazione di compravendita.

La proposta di legge è stata articolata non come un'imposizione dell'apertura di una partita Iva a carico di soggetti passivi di imposizione in paesi extra UE che, peraltro, rispetto alla stessa disciplina UE 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 28 novembre 2006 n. 2006/112/CE, né dal D.Lgs. 18/2010 che ne ha recepito le disposizioni.

L'art. 7 septies del D.P.R. 633/1972, 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*" la proposta, invece, vuole assoggettare tutte quelle transazioni tra soggetti passivi definite, oramai comunemente, business to business o B2B.

In concreto si è cercato di dare coerenza al principio già espresso nell'art. 7 ter del D.P.R. 633/1972 in cui espressamente viene previsto che le prestazioni di servizi si

A. 1702/1

considerano effettuate nel territorio dello Stato: quando sono rese a soggetti passivi stabiliti nel territorio dello Stato.

La cogenza risiede, nell'ovvia circostanza, che tutti i soggetti passivi che acquistano tale tipologie di servizi debbano relazionarsi solo con soggetti titolari di partita iva giacché, in caso contrario, non vi sarà più, in maniera chiara ed inequivocabile, l'esenzione dall'applicazione del regime iva e rischierebbero, 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, vale a dire 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, ivi compreso il bonifico).

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

- individuare in modo univoco le controparti;
- consentire una tracciabilità delle transazioni;
- agevolare la riconciliazione dei pagamenti;
- 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 UE, 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 alla SEPA e sui tavoli di regolamentazione e normazione tecnica europei, nei quali sono stati disegnati i nuovi strumenti di pagamento della Single Euro Payments Area, la cui adozione diventerà obbligatoria dal prossimo 1° febbraio 2014 per effetto delle previsioni del Regolamento UE 260/2011.

L'estensione di tale codifica anche alle transazioni, dove controparte sia un privato, cerca, quindi, di restringere ulteriormente le sacche di evasione possibili.

I tracciati interbancari di tali strumenti di pagamento (SEPA Credit Transfer e SEPA Direct Debit) già contengono appositi campi specificamente destinati ad 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 investimenti aggiuntivi 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.

L'articolato si inserisce, quindi, in un solco già tracciato.

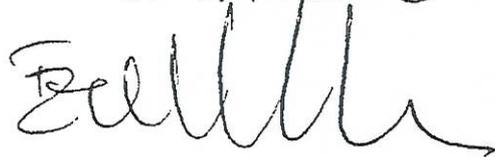
1. 1702

~~Proposta di legge: modifica della nozione di stabile organizzazione~~

Dopo il comma 95, aggiungere il seguente:  
95-bis, All'art. 162 TUIR, dopo il comma 5, è inserito il comma 5 bis:

“Nonostante le disposizioni dei commi precedenti, costituisce stabile organizzazione l'utilizzo abituale della rete nazionale, sia essa fissa, mobile o satellitare, per trasmettere dati da elaboratori elettronici, localizzati anche al di fuori del territorio nazionale, verso indirizzi IP italiani, al fine di fornire servizi online, ivi inclusi quelli consistenti in tutte le azioni poste in essere al fine di attribuire maggiore visibilità sulla rete internet al fruitore del servizio, compresi banner o finestre di pop up visualizzati nelle pagine web, indicizzazione e visualizzazione di link sponsorizzati sui motori di ricerca, annunci pubblicitari trasmessi via email, visualizzati all'interno di social network o per mezzo di applicazioni su dispositivi mobili”.

I. CARBONE



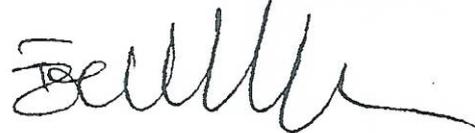
1.642/

119

~~Proposta di legge: modifica della nozione di stabile organizzazione~~

Dopo il comma 5, aggiungere il seguente:  
95. bis All'art. 162 TUIR, dopo il comma 5, è inserito il comma 5 bis:

“Nonostante le disposizioni dei commi precedenti, costituisce stabile organizzazione l'utilizzo abituale della rete nazionale, sia essa fissa, mobile o satellitare, per trasmettere dati da elaboratori elettronici, localizzati anche al di fuori del territorio nazionale, verso indirizzi IP italiani, al fine di fornire servizi online, ivi inclusi quelli consistenti in tutte le azioni poste in essere al fine di attribuire maggiore visibilità sulla rete internet al fruitore del servizio”.

E. CARBONE  


1.660%

## Relazione Illustrativa

In materia d'imposte dirette, i redditi d'impresa di soggetti non residenti sono tassati in Italia solo se derivano da attività esercitate nel territorio italiano mediante "stabile organizzazione" (art. 23 lett. e TUIR).

La stabile organizzazione è una struttura di fatto la cui configurabilità va esaminata caso per caso, ed è definita dall'art. art. 162 TUIR, come modificato, l'ultima volta, nel 2003

Con l'avvento delle nuove tecnologie, imprese straniere che prestano stabilmente servizi in Italia non hanno la necessità di avvalersi, sul territorio nazionale, una stabile organizzazione in senso tradizionale, che sia costituita, cioè, da una sede fisica, sia essa un ufficio, una succursale o altro.

Si pensi, in particolare, ai fornitori di servizi rappresentati da azioni poste in essere al fine di attribuire maggiore visibilità sul web al fruitore del servizio; tra questi nuovi servizi sono inclusi, tra gli altri, i seguenti:

- Display Advertising: rientrano in questa sotto-categoria i banner pubblicitari (statici, dinamici o interattivi visualizzati su porzioni di pagina web, pop-up, pop-under), gli interstitial (ossia le finestre web non controllabili dall'utente che si inseriscono fra una pagina e un'altra durante la navigazione);
- Search Engine Advertising: includono i Link Sponsorizzati (ad esempio servizi di ricerca interna per i siti di molte imprese di tutto il mondo in questo modo le imprese clienti godono di maggiore visibilità) e indicizzazione sui motori di ricerca;
- Email Advertising: includono mail contenenti un messaggio pubblicitario indirizzato ad un target ristretto: "opt-in e-mail advertising", legittimo e "spam", illegale; sponsorizzazione di newsletter, tipico esempio di marketing pubblicitario, attraverso il quale vengono inviate e-mail ai consumatori che le hanno sottoscritte;
- Social Media Advertising: annunci e inserzioni composte da immagini e testi, mirate ad un target definito di utenti dei social networks, selezionato secondo particolari criteri;
- Multimedia Advertising: utilizzo di multimedia (quali video, podcasts, ecc.) a fini pubblicitari;
- Mobile Advertising: visualizzazione di messaggi pubblicitari su dispositivi mobili (come quelli ad esempio all'interno di apps).



*A. G. G. O. /*

115

Al fine di fornire i servizi sopra elencati a titolo esemplificativo, le imprese hanno, invece di una sede fisica, la necessità di utilizzare, in forma stabile, strumenti di comunicazione elettronica che sfruttano in forma abituale la rete nazionale, sia essa fissa, mobile o satellitare, per trasmettere dati diretti ad IP italiani.

Il concetto stesso di stabile organizzazione è, quindi, per la prestazione di servizi online, radicalmente mutato, sicché si rende necessario adeguare alla realtà fattuale della prestazione di servizi online la definizione di stabile organizzazione contenuta nell'art. 162 del TUIR.

Presupposta la struttura a maglia con organizzazione ai vertici gerarchica delle rete Internet, la trasmissione dei dati avviene secondo quella che viene definita commutazione di pacchetto (*packet switching*). Tale tecnica di accesso multiplo ripartito nel tempo, utilizzata per condividere un canale di comunicazione tra più nodi in modo non deterministico e specificamente concepita per il trasporto di dati nelle reti di telecomunicazione, prevede che l'informazione da trasmettere venga suddivisa in pacchetti di piccola dimensione, cui viene aggiunta una intestazione (*header*) che precede il contenuto informativo vero e proprio e che contiene tutta l'informazione necessaria affinché il pacchetto possa essere identificato e inoltrato sino all'indirizzo del destinatario, la sua posizione all'interno del flusso informativo, più tutta una serie di informazioni aggiuntive come ad esempio il livello di priorità del singolo pacchetto, la lunghezza del campo informativo, il tipo di informazione trasportata (per distinguere per esempio i pacchetti che trasportano contenuto informativo dai pacchetti che trasportano informazioni di protocollo o di altro tipo).

I pacchetti vengono, così, inviati individualmente attraverso la rete e vengono poi riassemblati, grazie al numero di pacchetto, nell'ordine originale quando arrivano sul nodo destinatario.

Il meccanismo della trasmissione a pacchetti è ricorsivo, nel senso che il campo informativo di un pacchetto può essere a sua volta un altro pacchetto, consentendo così di realizzare una pila gerarchica a più livelli.

La trasmissione dei pacchetti avviene secondo un meccanismo di instradamento costituito da nodi intermedi, i quali decidono quale percorso ottimale deve seguire un pacchetto al fine di raggiungere la propria destinazione. Tali scelte vengono effettuate in base alle informazioni

presenti nelle tabelle di *routing* e ad elaborazioni da parte di protocolli di *routing*. Il percorso così determinato, può cambiare da pacchetto a pacchetto in dipendenza delle condizioni della rete nel preciso istante di tempo (congestione, malfunzionamento del link o del nodo, capacità massima dei link ecc.), per cui pacchetti di uno stesso contenuto informativo possono intraprendere anche percorsi distinti.

In base a quanto sopra detto, è possibile determinare la frequenza, e quindi l'abitudine, con cui determinati pacchetti, provenienti da un preciso indirizzo IP (univoco per ogni elaboratore sulla rete), attraversano i dispositivi di instradamento dei provider nazionali, avendo come destinazione finale ulteriori indirizzi IP relativi ad elaboratori (client) localizzati sul territorio italiano.

Pertanto, un flusso di dati con un elevato tasso, presuppone sia un preciso target di riferimento per il business sia la costante fruizione di infrastrutture di rete localizzate sul territorio nazionale, da cui si possa evincere una nuova forma di stabile organizzazione.

A seguito delle modifiche previste dalla presente disposizione, l'art. 162 TUIR avrà il testo di seguito trascritto in forma consolidata:

Art. 162. Stabile organizzazione.

1. Fermo restando quanto previsto dall'articolo 169<sup>3</sup>, ai fini delle imposte sui redditi e dell'imposta regionale sulle attività produttive di cui al decreto legislativo 15 dicembre 1997, n. 446, l'espressione «stabile organizzazione» designa una sede fissa di affari per mezzo della quale l'impresa non residente esercita in tutto o in parte la sua attività sul territorio dello Stato.

2. L'espressione «stabile organizzazione» comprende in particolare:

- a) una sede di direzione;
- b) una succursale;
- c) un ufficio;
- d) un'officina;
- e) un laboratorio;
- f) una miniera, un giacimento petrolifero o di gas naturale, una cava o altro luogo di estrazione di risorse naturali, anche in zone situate al di fuori delle acque territoriali in cui, in conformità al diritto internazionale consuetudinario ed alla legislazione nazionale relativa

---

<sup>3</sup> Art. 169. Accordi internazionali [Testo post riforma 2004] (869): "Le disposizioni del presente testo unico si applicano, se più favorevoli al contribuente, anche in deroga agli accordi internazionali contro la doppia imposizione."

all'esplorazione ed allo sfruttamento di risorse naturali, lo Stato può esercitare diritti relativi al fondo del mare, al suo sottosuolo ed alle risorse naturali.

3. Un cantiere di costruzione o di montaggio o di installazione, ovvero l'esercizio di attività di supervisione ad esso connesse, è considerato «stabile organizzazione» soltanto se tale cantiere, progetto o attività abbia una durata superiore a tre mesi.

4. Una sede fissa di affari non è, comunque, considerata stabile organizzazione se:

- a) viene utilizzata una installazione ai soli fini di deposito, di esposizione o di consegna di beni o merci appartenenti all'impresa;
- b) i beni o le merci appartenenti all'impresa sono immagazzinati ai soli fini di deposito, di esposizione o di consegna;
- c) i beni o le merci appartenenti all'impresa sono immagazzinati ai soli fini della trasformazione da parte di un'altra impresa;
- d) una sede fissa di affari è utilizzata ai soli fini di acquistare beni o merci o di raccogliere informazioni per l'impresa;
- e) viene utilizzata ai soli fini di svolgere, per l'impresa, qualsiasi altra attività che abbia carattere preparatorio o ausiliario;
- f) viene utilizzata ai soli fini dell'esercizio combinato delle attività menzionate nelle lettere da a) ad e), purché l'attività della sede fissa nel suo insieme, quale risulta da tale combinazione, abbia carattere preparatorio o ausiliario.

5. Oltre a quanto previsto dal comma 4 non costituisce di per sé stabile organizzazione la disponibilità a qualsiasi titolo di elaboratori elettronici e relativi impianti ausiliari che consentano la raccolta e la trasmissione di dati ed informazioni finalizzati alla vendita di beni e servizi.

5 bis. "Nonostante le disposizioni dei commi precedenti, costituisce stabile organizzazione l'utilizzo abituale della rete nazionale, sia essa fissa, mobile o satellitare, per trasmettere dati da elaboratori elettronici, localizzati anche al di fuori del territorio nazionale, verso indirizzi IP italiani, al fine di fornire servizi online, ivi inclusi quelli consistenti in tutte le azioni poste in essere al fine di attribuire maggiore visibilità sulla rete internet al fruitore del servizio".

6. Nonostante le disposizioni dei commi precedenti e salvo quanto previsto dal comma 7, costituisce una stabile organizzazione dell'impresa di cui al comma 1 il soggetto, residente o non residente, che nel territorio dello Stato abitualmente conclude in nome dell'impresa stessa contratti diversi da quelli di acquisto di beni.

7. Non costituisce stabile organizzazione dell'impresa non residente il solo fatto che essa eserciti nel territorio dello Stato la propria attività per mezzo di un mediatore, di un commissionario generale, o di ogni altro intermediario che goda di uno status indipendente, a condizione che dette persone agiscano nell'ambito della loro ordinaria attività.

8. Nonostante quanto previsto dal comma precedente, non costituisce stabile organizzazione dell'impresa il solo fatto che la stessa eserciti nel territorio dello Stato la propria attività per mezzo di un raccomandatario marittimo di cui alla legge 4 aprile 1977, n. 135, o di un mediatore marittimo di cui alla legge 12 marzo 1968, n. 478, che abbia i poteri per la gestione commerciale o operativa delle navi dell'impresa, anche in via continuativa.

9. Il fatto che un'impresa non residente con o senza stabile organizzazione nel territorio dello Stato controlli un'impresa residente, ne sia controllata, o che entrambe le imprese siano controllate da un terzo soggetto esercente o no attività d'impresa non costituisce di per sé motivo sufficiente per considerare una qualsiasi di dette imprese una stabile organizzazione dell'altra.