

Attualità

L'Iva nel commercio elettronico (1)

15 Gennaio 2007

Il trattamento fiscale è diverso a seconda che la vendita abbia a oggetto beni materiali o "digitalizzati"



La continua e sempre più rapida evoluzione della tecnologia, che ha profondamente influenzato negli ultimi dieci anni la nostra società, ha offerto agli operatori economici l'opportunità di utilizzare un ulteriore mezzo per commercializzare i propri prodotti, comunemente denominato commercio elettronico, un mezzo in grado di consentire la conquista di nuovi mercati potenzialmente privi di confini geografici.

Si tratta di un nuovo metodo di scambio, che si affianca e spesso si sostituisce a quelli tradizionali, e che in questi anni si è rivelato fonte di problematiche varie per quanto riguarda le modalità di applicazione delle imposte di consumo. Il fenomeno, piuttosto generalizzato, interessa sia le imposte di consumo europee, principalmente l'Iva, sia quelle previste da altri sistemi fiscali come la *sales tax* (tassa sulle vendite) applicata negli Stati Uniti.

Le reti telematiche stabiliscono, infatti, un contatto diretto e immediato tra acquirenti e venditori, eliminando del tutto le distanze geografiche e, soprattutto, la necessità di ricorrere a una forma di intermediazione commerciale.

Se da una parte i vantaggi economici di questa trasformazione producono effetti importanti sull'evoluzione dei prezzi dei prodotti offerti in vendita sul web, dall'altra diventa sempre più urgente adeguare i sistemi fiscali, ancora prevalentemente basati sulle regole del commercio

tradizionale, a questa nuova realtà virtuale.

La progressiva eliminazione degli intermediari (filiali di zona grossisti, eccetera), infatti, ha fatto venire meno importanti punti di riferimento (*taxation points*) per tutte le Amministrazioni fiscali. Inoltre, sono aumentate a dismisura le difficoltà per individuare correttamente la localizzazione sia del venditore che dell'acquirente e, conseguentemente, determinare con precisione il luogo e il momento in cui l'operazione viene effettuata e fruita.

A ciò si aggiungono, poi, problematiche tipiche della disciplina Iva, quali, ad esempio, la corretta qualificazione dell'operazione che si realizza a seguito della trasmissione mediante mezzi elettronici, al fine, cioè, di stabilire se si tratta di una prestazione di servizi ovvero di una cessione di beni, con l'individuazione dell'aliquota d'imposta da applicare.

Allo scopo, pertanto, di prevedere per la tipologia di operazioni in esame una tassazione indiretta (sul consumo) quanto più possibile adeguata e in grado, nello stesso tempo, di non compromettere lo sviluppo del commercio elettronico, in questo settore si è reso necessario introdurre specifiche disposizioni fiscali.

In particolare, per quanto riguarda l'Iva, è stata emanata la direttiva del Consiglio 7 maggio 2002, n. 2002/38/Ce, che ha introdotto, in via provvisoria (fino al 31 dicembre 2006, termine che sarà prorogato fino a tutto l'anno 2008, come deliberato dall'Ecofin nella riunione del 25 novembre 2006), un regime speciale per le operazioni di commercio elettronico diretto, effettuate da operatori non comunitari, affermando, nel contempo, alcuni principi inderogabili, da osservare nell'ambito dell'Unione europea, che rispondono all'esigenza di dare soluzione alle problematiche sopra accennate. E' stato stabilito, infatti, che:

- tutte le forniture tramite mezzi elettronici devono essere considerate *prestazioni di servizi*
- la tassazione ai fini Iva deve avvenire *nel luogo del consumo*
- i servizi elettronici utilizzati nel territorio dell'Unione europea devono essere assoggettati a Iva nel singolo Paese del consumo quando sono posti in essere da un soggetto residente in un Paese non appartenente all'Unione europea
- per i soggetti extra Ue devono essere emanate procedure semplificate per l'assolvimento degli obblighi tributari che derivano dall'effettuazione delle predette operazioni nel territorio dell'Unione europea.

Definizione, tipologie e forme del commercio elettronico

Dal punto di vista strettamente giuridico, non esiste una definizione del commercio elettronico. Dall'esame di alcune direttive comunitarie, della direttiva n. 31 del 2000 in particolare, si desume che può essere definita commercio elettronico l'attività commerciale caratterizzata da transazioni per via elettronica, che consiste nella:

- commercializzazione di beni e servizi
- distribuzione *on-line* di prodotti in formato digitale
- effettuazione di operazioni finanziarie e di borsa
- stipula di appalti pubblici e applicazione di procedure di tipo transattivo della Pubblica amministrazione.

Si tratta, in ogni caso, di uno scambio commerciale che viene effettuato attraverso un canale elettronico di acquisto di beni e servizi, in cui il cliente sceglie *on-line* il prodotto (comunemente viene denominato *e-commerce*, quale abbreviazione dell'inglese *electronic commerci*).

Allo stato attuale, esistono tre diversi canali elettronici di commercio:

1. la *televisione interattiva* (ovvero la televisione digitale terrestre, DTT), attraverso la quale il consumatore acquista beni e servizi effettuando l'ordine direttamente e utilizzando il telecomando
2. le *vendite televisive on-line*, quando il consumatore assiste alla vendita dei prodotti e servizi in diretta televisiva ed effettua l'acquisto chiamando il numero dedicato
3. le *vendite in Internet*, quando il consumatore acquista beni e servizi utilizzando uno strumento che consente la navigazione in *Internet*.

Le tipologie di commercio elettronico vengono classificate a seconda dei soggetti che partecipano al processo di vendita:

- a. *business to consumer* (B2C), è destinato al consumatore finale. Attraverso questo sistema di vendita, gli operatori del commercio elettronico (*business* o imprese) offrono servizi e prodotti via Internet al consumatore finale (*consumer*)
- b. *business to business* (B2B), ha lo scopo di incrementare le transazioni e gli affari tra aziende. Si rivolge, infatti, unicamente ai predetti soggetti

c. *business to administration*, fa riferimento esclusivamente ai rapporti, gestiti mediante reti telematiche, fra le imprese e gli enti non commerciali.

Le forme di *e-commerce* possono avere a oggetto:

- *beni materiali*, e in questo caso si tratta di commercio elettronico indiretto (*off-line*). Sul sito *web*, il venditore mette a disposizione il catalogo dei prodotti con le caratteristiche merceologiche, le condizioni di consegna e i prezzi. Il cliente procede a effettuare l'ordine per via telematica, ma riceve la consegna fisica dei beni a domicilio attraverso i canali tradizionali, e cioè tramite vettore o spedizioniere nel caso di importazione, con pagamento al venditore (con carta di credito), oppure al vettore che consegna
- *beni immateriali* o digitalizzati (assimilati ai servizi), e in questo caso si parla di commercio elettronico diretto (*on-line*). Tutta la transazione commerciale, cessione e consegna, avviene per via telematica, attraverso, cioè, la fornitura in rete di prodotti virtuali. I servizi e i beni (*software*, siti *web*, immagini, testi, basi di dati, musica, film, eccetera) vengono dematerializzati alla partenza dal prestatore e materializzati all'arrivo dal destinatario (*download*).

1 - continua. La seconda puntata sarà pubblicata martedì 16

di

Carla Pappalardo

URL: <https://www.fiscooggi.it/rubrica/attualita/articolo/liva-nel-commercio-elettronico-1>