

1. Introduzione

L'articolo inserito nella legge di Bilancio 2025 per estendere l'imposta sui servizi digitali, la cosiddetta Web Tax, anche alle piccole e medie imprese sta sollevando non poche preoccupazioni fra le aziende e gli imprenditori italiani. Eliminando le soglie attualmente previste, l'imposta, nata con lo scopo di tassare i colossi del web, potrebbe infatti rappresentare una difficoltà enorme per moltissime aziende, che rischiano così di subire pesanti conseguenze economiche.

Il contesto economico in cui operano le PMI è già complicato: la digitalizzazione ha trasformato radicalmente il panorama economico e molte imprese sono riuscite a crescere e a competere a livello globale grazie all'uso di piattaforme online. Tuttavia, l'introduzione di una tassa sulle attività digitali potrebbe compromettere queste opportunità di crescita, soprattutto in un contesto in cui le PMI già affrontano numerosi ostacoli, come la concorrenza delle grandi aziende e le difficoltà finanziarie.

La Web Tax potrebbe finire, così, per gravare soprattutto sulle piccole realtà economiche, con il rischio di ridurre la loro competitività, rallentare gli investimenti in innovazione e persino portare a una perdita di posti di lavoro.

In questa relazione si analizzeranno i danni che una Web Tax estesa a tutte le realtà imprenditoriali, senza soglie legate ai ricavi, potrebbe arrecare alle PMI, con una particolare attenzione agli effetti sulle loro operazioni quotidiane, sulla competitività e sulla capacità di crescita. Esploreremo, inoltre, come una misura fiscale mal indirizzata potrebbe avere effetti collaterali gravi, con ripercussioni che vanno oltre i confini economici delle singole imprese.

2. Contesto e riferimenti normativi

L'introduzione di una tassa sui ricavi digitali ha avuto il suo fondamento iniziale nell'ambito della Direttiva 2018/822/UE, che promuove una maggiore cooperazione fiscale e la trasparenza per le imprese digitali a livello europeo.

In Italia la Web Tax è stata introdotta con la Legge di Bilancio 2020 (legge n. 160 del 2019) e regolata dal Decreto Legge n. 34/2020 (Decreto Rilancio), che ha previsto una tassa del 3% sui ricavi derivanti da servizi digitali tra cui la pubblicità online, i servizi di intermediazione e il trattamento dei dati. **L'intento della normativa italiana era quello di colpire principalmente le grandi multinazionali, che spesso godono di regimi fiscali più favorevoli in altri Paesi, evitando di pagare le tasse in Italia.**

3. Aumento dei costi operativi

Con l'estensione della Web Tax alle PMI, le aziende che dipendono dal web per le loro attività commerciali (e-commerce, marketing online, software as a service, ecc.) potrebbero trovarsi a dover affrontare un ingente aumento dei costi diretti legati alla Web Tax. Questa tassa potrebbe riguardare diverse voci di spesa, come i ricavi derivanti da alcuni tipi di vendite online, la pubblicità su piattaforme digitali, le transazioni su marketplace e-commerce e i servizi di cloud computing.

L'industria digitale è in forte espansione e per molte PMI è ormai una componente fondamentale delle operazioni quotidiane. Le piattaforme come Amazon, Google, Facebook, e altre rappresentano canali essenziali per la promozione dei prodotti e per la vendita. Secondo uno studio della Commissione Europea, le PMI europee investono in media circa il 15% del loro fatturato annuo in attività digitali (e-commerce, marketing online, ecc.). **Se la Web Tax dovesse penalizzare queste operazioni i costi per le PMI aumenterebbero in modo significativo, riducendo la loro capacità di competere con le imprese più grandi e internazionali, che spesso hanno risorse sufficienti per assorbire l'impatto economico dell'imposta.**

Nel contesto italiano oltre il 45% delle PMI italiane utilizza Internet per vendere i propri prodotti ma queste imprese, che spesso sono a conduzione familiare e con risorse limitate, potrebbero trovarsi in seria difficoltà nell'assorbire l'aumento dei costi. La Web Tax, in particolare, colpirebbe le PMI che operano nel settore del commercio elettronico, ma anche quelle che utilizzano piattaforme per fare pubblicità online o per accedere a servizi cloud, rendendo più costoso l'utilizzo di queste risorse essenziali.

Un esempio numerico può chiarire meglio l'impatto della Web Tax: se una PMI con un fatturato annuo di 500.000 euro investe il 15% in attività digitali, ciò significa che spende circa 75.000 euro in marketing, pubblicità online sui social e transazioni digitali. Se l'aliquota della Web Tax fosse del 3%, questa impresa si troverebbe a pagare 2.250 euro in più, un costo che potrebbe rivelarsi insostenibile per una piccola realtà che, in molti casi, già fa fatica a mantenere margini di profitto positivi.

In Italia circa il 35% delle PMI ha dichiarato che una tassa sui ricavi digitali potrebbe compromettere la loro capacità di competere con le grandi multinazionali, e il 60% ha sottolineato che una tassazione più elevata sulle piattaforme online sarebbe dannosa per il settore e-commerce. In un contesto dove l'e-commerce è uno degli strumenti principali per accedere ai mercati globali, aumentare i costi associati a queste operazioni potrebbe portare alla stagnazione delle PMI, incapaci di investire in nuove tecnologie o di ampliare il proprio business.

Le PMI potrebbero anche trovarsi a dover rivedere le loro strategie di marketing, riducendo la spesa in pubblicità digitale, che rappresenta un'importante leva per accrescere la visibilità e attrarre nuovi clienti. Le piattaforme come Google, Facebook, Amazon e altre potrebbero diventare più costose per le PMI, con l'ulteriore rischio che queste ultime non riescano a mantenere la loro presenza online in modo competitivo.

Secondo uno studio della European Commission's Digital Economy and Society Index (DESI) il 40% delle PMI in Europa è attivamente coinvolto nell'e-commerce, ma il 57% di esse ha dichiarato che le difficoltà legate ai costi digitali rappresentano una delle principali sfide per la loro crescita. Questo dato evidenzia come **un aumento dei costi operativi dovuto alla Web Tax possa avere un impatto devastante sulle PMI che già affrontano limitate risorse finanziarie.**



4. PMI contro Big Tech: la disuguaglianza fiscale in Italia

Le piccole imprese italiane pagano 24,6 miliardi di euro di tasse all'anno, mentre le 25 multinazionali del web presenti in Italia versano solo 206 milioni di euro. Questo nonostante le PMI generino un fatturato complessivo 90 volte superiore rispetto alle big tech, che però pagano imposte 120 volte inferiori. La pressione fiscale effettiva sui piccoli imprenditori italiani sfiora il 50%, mentre per le big tech è del 36%. La Global Minimum Tax (GMT), introdotta nel 2024 per tassare almeno al 15% i profitti delle grandi aziende (fatturato sopra i 750 milioni di euro), è pensata per riequilibrare questa disparità. Tuttavia, il gettito atteso per l'Italia sarà modesto: 381 milioni di euro nel 2025 e 500 milioni entro il 2033. Paesi come Estonia e Malta, inoltre, hanno rinviato l'applicazione della GMT al 2030, continuando ad attirare profitti con regimi vantaggiosi e penalizzando i Paesi che applicano subito la tassa. Così, mentre le PMI restano soffocate da costi elevati, le multinazionali potranno ancora eludere la pressione fiscale nei Paesi più rigidi. La GMT è un primo passo, ma senza un'adozione uniforme rischia di accentuare le disparità esistenti.



5. Perdita di competitività

La Web Tax rischia di penalizzare le PMI più di quanto non facciano le grandi aziende, che hanno risorse sufficienti per adattarsi ai cambiamenti fiscali. **Le multinazionali e le grandi piattaforme digitali, infatti, possono facilmente spostare parte delle loro operazioni in giurisdizioni con tassazione più favorevole, minimizzando l'impatto della Web Tax. Al contrario, le PMI, che spesso non hanno la capacità di trasferire le loro attività in Paesi con regimi fiscali più favorevoli, si troverebbero a dover far fronte a costi aggiuntivi difficilmente sostenibili.**

Le PMI sono caratterizzate da risorse limitate e, quindi, da una capacità di adattamento più lenta rispetto alle grandi aziende. Se una multinazionale come Amazon o Google dovesse trovarsi a dover affrontare una Web Tax in Italia o in altri Paesi europei, potrebbe semplicemente spostare una parte delle sue attività in Paesi con una fiscalità più favorevole, come ad esempio l'Irlanda, che offre condizioni fiscali vantaggiose per le aziende tecnologiche.

Un esempio concreto riguarda le piccole aziende italiane che vendono attraverso Amazon, la quale, con la sua presenza globale, può facilmente assorbire i costi di una Web Tax più alta. Al contrario, un piccolo negozio che opera su piattaforme come Shopify o Etsy non sarebbe in grado di trasferire il proprio business all'estero senza compromettere la sua clientela locale. Il rischio è che le PMI vengano costrette a ridurre la propria offerta di prodotti e servizi, con un conseguente impatto sulle vendite e sui ricavi.

Le grandi imprese digitali (come Google, Amazon e Facebook) pagano in media una tassa sul reddito inferiore al 10%, mentre le PMI europee, che non godono della stessa capacità di eludere la fiscalità internazionale, sono soggette a imposte più alte.

6. Difficoltà nella pianificazione e investimenti futuri

L'incertezza fiscale causata dalla Web Tax potrebbe minare la capacità delle PMI di pianificare i propri investimenti a lungo termine. Le imprese, già in difficoltà nell'affrontare la concorrenza internazionale e le sfide economiche interne, potrebbero trovarsi nell'impossibilità di investire in innovazione, tecnologia e sviluppo di nuovi prodotti o servizi. **Gli aumenti dei costi associati alla Web Tax potrebbero anche ridurre la liquidità disponibile per le PMI, limitando così le opportunità di crescita.**

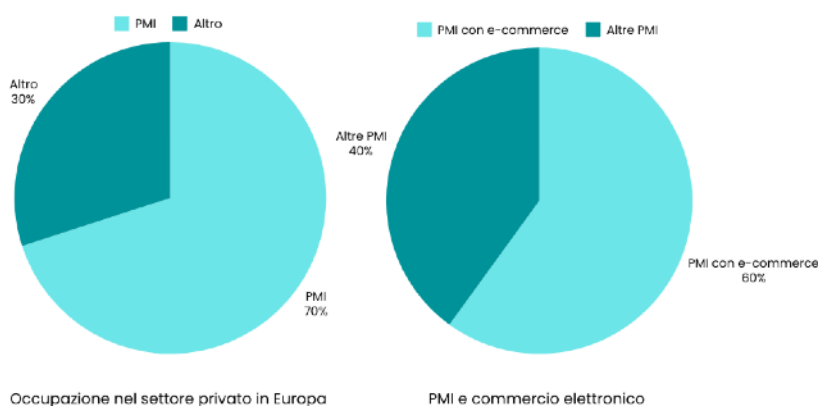
Le PMI, che spesso operano con margini di profitto ridotti, devono pianificare con attenzione i propri investimenti per garantire la loro sostenibilità nel lungo periodo. **Se la Web Tax dovesse aumentare i costi digitali, molte piccole imprese potrebbero essere costrette a rinviare o addirittura annullare i loro piani di espansione, ricerca e sviluppo. La mancanza di investimenti potrebbe compromettere la loro capacità di rimanere competitive nel tempo.**

Immaginiamo una PMI con 100.000 euro di utile operativo che decide di investire il 20% di questi profitti (20.000 euro) in ricerca e sviluppo per un nuovo prodotto digitale. L'introduzione della Web Tax ridurrebbe questa disponibilità se, ad esempio, fosse prevista una tassa del 3% sulle vendite online. Se questa PMI avesse vendite online per 200.000 euro, la Web Tax comporterebbe un ulteriore esborso di 6.000 euro, abbattendo di fatto la disponibilità per investimenti a lungo termine.

Un altro aspetto che potrebbe subire un forte impatto è la capacità delle PMI di attrarre investimenti esterni. Gli investitori, infatti, potrebbero essere riluttanti a finanziare PMI che operano in un ambiente fiscale incerto e penalizzante. La Web Tax potrebbe, inoltre, limitare la possibilità per le PMI di attingere a risorse economiche internazionali, dal momento che molte PMI europee hanno visto crescere la propria competitività grazie all'accesso ai mercati globali online.

7. Impatti sull'occupazione

Le PMI rappresentano una fetta significativa del mercato del lavoro in Europa, con milioni di persone impiegate in piccole e medie imprese. **Secondo uno studio dell'Eurostat, le PMI sono responsabili di circa il 70% dell'occupazione nel settore privato in Europa, e circa il 60% di queste aziende è attivamente coinvolto nel commercio elettronico. Se la Web Tax dovesse colpire duramente le PMI, queste potrebbero essere costrette a ridurre il numero di dipendenti, con un impatto diretto sull'occupazione, in particolare tra i lavoratori più giovani e meno qualificati.**



L'introduzione di una tassa sui ricavi digitali potrebbe avere un effetto diretto sulla creazione di nuovi posti di lavoro nel settore digitale, che è uno dei più dinamici e innovativi d'Europa.

Le PMI che operano nel settore digitale impiegano circa 6 milioni di persone in Europa, con un tasso di crescita dell'occupazione superiore alla media. Tuttavia, la stessa ricerca ha rilevato che il 45% di queste PMI prevede di ridurre il numero di dipendenti nei prossimi anni, se non verranno adottate politiche fiscali favorevoli. La Web Tax potrebbe quindi rappresentare un ulteriore freno alla creazione di nuovi posti di lavoro nel settore digitale.

Una tassazione digitale mal progettata potrebbe comportare una riduzione del numero di posti di lavoro nelle PMI del 5-10%, un impatto che potrebbe essere

particolarmente devastante per le piccole realtà, che già soffrono la mancanza di forza lavoro specializzata e l'alto turnover.

8. Esodo verso il Digital Export

Se la Web Tax dovesse colpire duramente le PMI, queste potrebbero essere spinte a cercare mercati più favorevoli fuori dall'Europa. Le piccole e medie imprese potrebbero cercare di espandere il proprio mercato in Paesi dove la tassazione sui guadagni digitali è più favorevole o addirittura inesistente. Questo fenomeno di "esodo" delle PMI potrebbe portare alla perdita di competitività delle PMI europee sul mercato globale.

Le PMI italiane nel settore e-commerce potrebbero decidere di aprire negozi online in Paesi dove la tassazione digitale è favorevole. Questo comportamento, se non contrastato, potrebbe portare a una diminuzione dell'occupazione e delle entrate fiscali in Europa, con effetti negativi sull'economia locale.

Conclusioni

In sintesi, la Web Tax potrebbe rappresentare un ostacolo significativo per le PMI, creando una serie di difficoltà economiche che potrebbero comprometterne la competitività e la capacità di crescita. Aumenti dei costi, difficoltà nella pianificazione degli investimenti, riduzione dell'occupazione e possibile esodo all'estero sono solo alcuni dei rischi che le PMI potrebbero dover affrontare.

Le PMI sono da sempre il motore dell'economia europea, contribuendo in modo significativo alla creazione di posti di lavoro e all'innovazione. Tuttavia, se non supportate in modo adeguato, potrebbero essere fortemente penalizzate dalla Web Tax, che rischia di accentuare ulteriormente il divario tra le grandi aziende e le piccole imprese.

La nostra proposta

Affinché le PMI possano continuare a prosperare, è fondamentale adottare politiche fiscali che favoriscano la loro crescita, anziché ostacolarla. Una revisione della Web Tax, che tenga conto delle specificità delle PMI, potrebbe rappresentare una soluzione equilibrata che consenta di tassare in modo equo i giganti del web senza mettere a rischio la competitività delle piccole imprese. Il governo stima infatti di ricavare 51,6 milioni di euro da questa nuova versione della tassa, una cifra esigua per una manovra da oltre 30 miliardi. **La nostra proposta è di aumentare l'aliquota della web tax sulle Big Tech dal 3% al 5%, una misura che potrebbe generare entrate aggiuntive significative per le casse dello Stato italiano.** Nel

Centro Studi Confimprenditori

2021, la web tax ha portato circa 250 milioni di euro nelle casse dello Stato italiano. Un aumento dal 3% al 5% rappresenta un incremento del 66,7% sull'aliquota con un incasso di circa 166,7 milioni di euro su base annua.