



WEB TAX: ANALISI DI IMPATTO ECONOMICO

Indice

- Introduzione dello studio
- Le proposte sul tavolo
- Impatto economico: i canali di trasmissione
- Focus: il settore dell'e-commerce in Italia
- Il modello e gli scenari analizzati
- I risultati delle simulazioni
- Riferimenti

Introduzione

- **Motivazioni dello studio:** crescente attenzione da parte delle autorità di policy/istituzioni al tema dell'inadeguatezza dell'attuale sistema di imposizione fiscale rispetto alle trasformazioni dell'economia globale e in particolare al maggior peso assunto dai servizi digitali.
- attuale sistema fiscale disegnato per un'economia tradizionale: il criterio della stabile organizzazione, basato sulla presenza fisica minima di un'impresa non residente in un mercato di riferimento affinché la stessa sia considerata tassabile, non appare adeguato per i nuovi modelli di business digitale. Operazioni commerciali via Internet ed elevato grado di immaterialità rendono difficile collegare i redditi da esse derivanti al territorio di uno Stato che vede svanire il diritto di assoggettarli a imposizione per carenza del presupposto territoriale → necessità di affiancare il concetto di «significativa presenza digitale» al concetto di «significativa presenza fisica»
- percezione che l'economia digitale sia sotto-tassata: la Commissione Europea ritiene che le imprese digitali abbiano un tax rate medio effettivo inferiore rispetto alle imprese tradizionali (9% contro 23%) → necessità di costruire un level playing field
- Elaborazione di differenti proposte di imposizione sia a livello internazionale (Commissione Europea, Marzo 2018) che nazionale (Legge di bilancio 2017)
- Possibile introduzione di una nuova imposta: effetti diretti sul settore dell'e-commerce e indiretti su altre branche di attività, costi della compliance e contenziosi, una serie di fattori che potrebbero frenare il percorso di crescita di attività protagoniste di processi innovativi con spillover positivi per tutto il sistema economico.
- **Netcomm ha quindi chiesto a Prometeia di svolgere una serie di analisi per fornire al committente la capacità di valutare le diverse dimensioni delle proposte in campo, in tema di web tax**

Introduzione

- **Caratteristiche dello studio:** in linea con gli studi più recenti vengono individuati i principali canali di trasmissione degli effetti della web tax sull'economia. L'analisi dei bilanci di un campione di imprese dell'e-commerce consente di approfondire il quadro economico-finanziario del settore e fornisce indicazioni utili per le successive simulazioni di un modello multi-settoriale dell'economia italiana

- i canali di trasmissione: l'imposta sui servizi digitali potrebbe
 - diminuire la domanda di servizi digitali. Tale impatto dipende in misura sostanziale dall'intensità della traslazione dell'imposta sui prezzi e dall'elasticità della domanda ai prezzi
 - ridurre la propensione agli investimenti delle imprese del settore
 - condizionare negativamente le piccole e media imprese, maggiormente dipendenti dai servizi di intermediazione
 - diminuire, soprattutto in caso di mancato coordinamento tra gli Stati Membri Ue, l'attrattività degli investimenti a favore di Paesi con sistemi fiscali più convenienti come Stati Uniti o alcuni paesi asiatici

- l'intensità della traslazione dell'imposta sui prezzi: al momento non esistono studi in grado di determinare l'entità della traslazione. Per questa ragione sono stati realizzati scenari alternativi che contemplano, in un caso, la traslazione completa dell'imposta sui prezzi, e nell'altro, l'assorbimento dell'imposta da parte delle imprese

- l'elasticità della domanda ai prezzi: allo stato attuale non sono disponibili le informazioni statistiche necessarie per una stima econometrica dell'elasticità. Relativamente basso anche il numero di analisi in letteratura che hanno provato a stimare questo parametro. In assenza di tali informazioni, sono stati realizzati scenari che prevedono, in linea con altri lavori sul tema, un'elasticità pari all'1.5. Sono stati formulati, inoltre, scenari alternativi con elasticità leggermente inferiore all'unità (0.9), per valutare una sensibilità della domanda ai prezzi più in linea con la media dei settori industriali italiani.

Indice

- Introduzione dello studio
- **Le proposte sul tavolo**
- Impatto economico: i canali di trasmissione
- Focus: il settore dell'e-commerce in Italia
- Il modello e gli scenari analizzati
- I risultati delle simulazioni
- Riferimenti

Le proposte della Commissione Europea

- **Long-term solution:** un nuovo framework legislativo orientato all'individuazione di una chiara ed univoca "**Significant Digital Presence**" (SDP) dell'impresa non residente nel market Country, ovvero di un nesso imponibile dell'impresa digitale con lo Stato della fonte, integrativo rispetto all'attuale nozione di stabile organizzazione
 - Imposta in ciascun Paese Membro dove vi sia *presenza digitale significativa* ovvero (almeno uno dei tre criteri):
 - fatturato oltre i 7 milioni
 - numero di users oltre 100.000
 - numero di contratti oltre 3.000
 - Cosa tassare: ricavi da user data (e.g. advertising) e altri servizi digitali (e.g. servizi di streaming), commissioni sulle transazioni on line su marketplaces
 - Non ci sono ancora informazioni sul tax rate applicabile
- **Interim solution:** soluzione di più rapida implementazione (entrata in vigore prevista per il 1/1/2019), introduzione di un'imposta indiretta denominata **Digital Services Tax** (DST)
 - Imposta 3% su ricavi per imprese con oltre 750 milioni di fatturato globale e 50 milioni in Stati Membri Ue (entrambi i criteri)
 - Cosa tassare: servizi basati sulle informazioni degli utenti (e.g. online advertising), raccolta e trasmissione dati su profilatura utenti (es. ads presenti su motori di ricerca), servizi di intermediazione (e.g. marketplaces)

La proposta italiana

- **Web Tax, Legge di bilancio 2017:** iniziativa italiana che prevede, a partire dal 1/1/2019, l'applicazione di una imposta sui servizi digitali «B2B» nei confronti di stabili organizzazioni di soggetti non residenti nel territorio dello Stato, ma anche di soggetti residenti
 - Web tax applicata sui servizi «forniti attraverso Internet o una rete elettronica e la cui natura rende la prestazione essenzialmente automatizzata, corredata da un intervento umano minimo e impossibile da garantire in assenza della tecnologia dell'informazione»
 - Aliquota del 3% trattenuta dal committente del servizio sul prezzo della prestazione al netto dell'IVA per gli operatori economici che superano le 3.000 transazioni di servizi digitali all'anno
 - L'e-commerce è escluso dalla imposizione (altri esclusi sono imprese agricole, contribuenti nel regime forfettario, contribuenti nel regime dei minimi)
- In seguito alle vicende politiche italiane e alle proposte avanzate dalla Commissione Europea, non è stato emanato dal MEF il decreto per la definizione degli ambiti di applicazione dell'imposta

Un quadro incerto

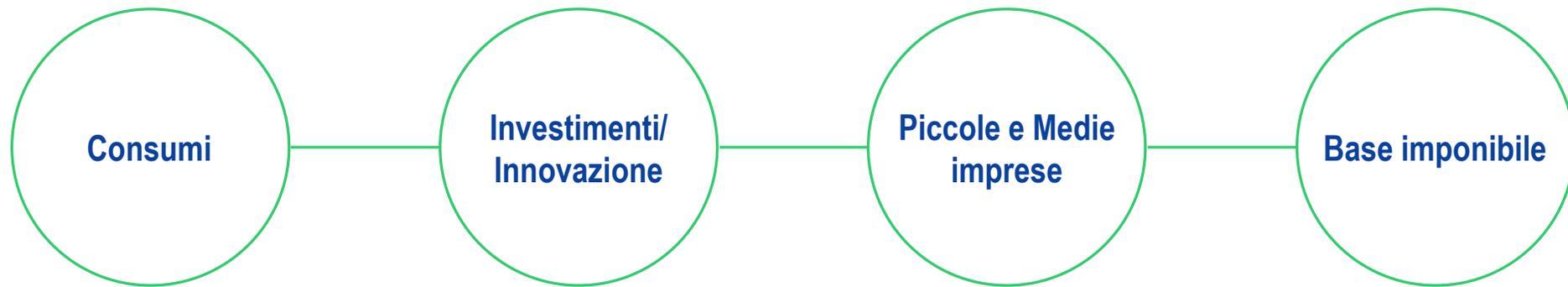
- Il quadro normativo appare al momento non ancora ben delineato a causa di
 - mancanza di consenso tra Paesi
 - mancanza di una definizione operativa di digital economy e di una condivisione internazionale delle regole fiscali che dovrebbero governare l'attribuzione dei profitti dei servizi digitali ai paesi con significativa presenza digitale
 - confusione tra obiettivi di breve e di medio-lungo periodo
- OECD – Interim Report 2018: obiettivo a due anni di uniformare il trattamento fiscale dei servizi digitali – contrasto con l'iniziativa della Commissione Europea che intende mettere in atto sin dal 2019 le proprie misure
- Proposta Commissione Europea – Interim solution: considerate le modalità di applicazione (soglie ricavi) si configura come una tariffa nei confronti dei big players statunitensi e crea le premesse per controversie in sede WTO e altrove
- Per quanto riguarda la proposta italiana, al momento non esiste un decreto per la definizione degli ambiti di applicazione dell'imposta

Indice

- Introduzione dello studio
- Le proposte sul tavolo
- **Impatto economico: i canali di trasmissione**
- Focus: il settore dell'e-commerce in Italia
- Il modello e gli scenari analizzati
- I risultati delle simulazioni
- Riferimenti

Impatto economico

→ Da un'analisi della più recente letteratura economia sui possibili effetti di una imposta sui servizi digitali sul sistema economico si possono individuare i principali canali di trasmissione coinvolti



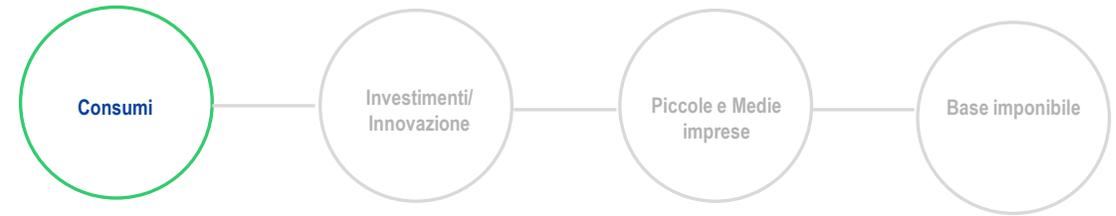
È altamente probabile che le imprese oggetto di nuova imposizione indiretta trasferiscano tale carico sui prezzi e quindi sui consumi

L'impatto sui consumi/fatturato e più in generale un clima meno favorevole possono condizionare negativamente gli investimenti e, conseguentemente, le innovazioni digitali

Le PMI potrebbero risentire maggiormente in quanto utilizzatrici di servizi di intermediazione e con minore potere di mercato

I possibili effetti negative dell'imposta potrebbero comportare una riduzione della base imponibile (ricavi da servizi digitali)

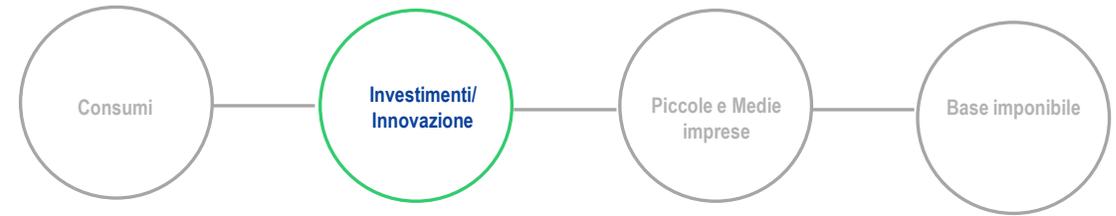
Impatto economico



→ Impatto sui consumi

- La letteratura è concorde nel suggerire meccanismi di pass-through in azione nel caso di introduzione di imposte indirette: la nuova imposta sui servizi digitali sarà probabilmente traslata sui prezzi degli utilizzatori a valle e dei consumatori
- L'intensità del pass-through dipende in ampia parte dal potere di mercato e dalla marginalità delle imprese. Un'impresa con margini del 2% non avrà altra scelta che passare il carico dell'imposta sui prezzi ai consumatori per poter continuare ad operare
- Al momento non esistono studi in grado di determinare l'entità della traslazione sui prezzi: al pari di altri recenti studi sull'impatto della DST (Copenhagen Economics 2018) l'analisi si fonderà su **scenari alternativi** con differenti ipotesi sulla traslazione
- Oltre alle famiglie, i consumatori di servizi digitali sono spesso altre imprese, spesso PMI e start-ups, ma anche istituzioni pubbliche che, ad esempio, utilizzano le piattaforme digitali per campagne di informazione
- L'incremento dei prezzi si rifletterà inevitabilmente sui consumi dei servizi digitali, con conseguente impatto sul fatturato delle imprese del settore e a cascata sul sistema economico in base alle relazioni inter-settoriali

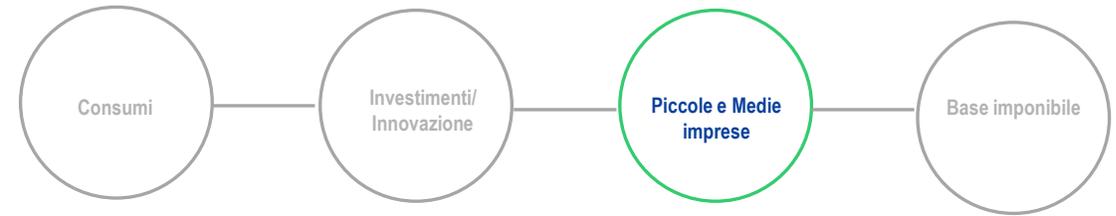
Impatto economico



→ Impatto su investimenti e innovazione

- Tra gli effetti dinamici della nuova imposizione fiscale, una riduzione degli investimenti conseguente alla diminuzione dei livelli di attività e, più in generale, a un clima meno favorevole per aziende innovative che investono in nuova capacità produttiva per sfidare le imprese incumbenti
- Impatto sull'attrattività degli investimenti: la nuova imposta potrebbe favorire un ripensamento delle scelte di investimento a favore di paesi con un sistema fiscale ritenuto più conveniente come gli Stati Uniti o alcuni paesi asiatici
- L'effetto sulla competitività delle imprese oggetto dell'imposizione, può comportare una riduzione dei margini operativi e dell'autofinanziamento e di conseguenza una maggiore dipendenza da fonti esterne di finanziamento. Per le imprese di e-commerce potrebbe essere più difficile e/o costoso finanziare i programmi di investimento necessari in un mercato molto dinamico
- Le imprese digitali nell'ultimo decennio hanno fornito un impulso all'innovazione con spillover favorevoli su tutto il sistema economico. Le piattaforme on-line, ad esempio, consentono l'interazione tra utilizzatori intermedi e finali, favoriscono scambi non possibili in mercati off-line a causa di più elevati costi informativi, generando benefici economici per tutti gli utilizzatori (e.g., Rochet e Tirole 2014, Joint Research Centre of the European Commission, 2016). Rendere più costosi tali meccanismi, soprattutto per le PMI e start-ups, può avere conseguenze negative per l'economia nel suo complesso

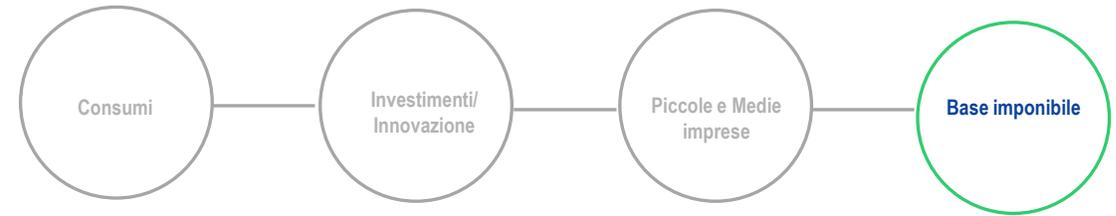
Impatto economico



→ Impatto su Piccole e Medie Imprese (PMI)

- La traslazione del carico dell'imposta sugli utilizzatori più a valle implica il rischio di penalizzare in modo rilevante le PMI, che disponendo di un minore potere di mercato potrebbero incontrare maggiori difficoltà a scaricare a loro volta l'imposta sui propri clienti
- Le indagini sul tessuto imprenditoriale dell'Ue dimostrano come l'utilizzo di piattaforme online sia già molto importante per le PMI: nell'indagine Eurobarometer (2016) il 37% delle PMI intervistate dichiara di vendere i propri beni/servizi attraverso il web
- Le PMI costituiscono gran parte della clientela per molte compagnie high-tech. Ad esempio, la maggioranza dei clienti corporate di Facebook sono PMI (Real Business 2017). Allo stesso modo, più della metà degli articoli venduti online su Amazon vengono da PMI (CNBC 2017)
- I servizi di pubblicità ed intermediazione online sono utilizzati in gran parte da imprese di piccola o media dimensione, spesso con bassi margini e limitata possibilità di traslare a loro volta i costi sui consumatori finali; di conseguenza queste imprese potrebbero subire le maggiori conseguenze in termini di profittabilità e solvibilità

Impatto economico



→ Impatto sulla base imponibile

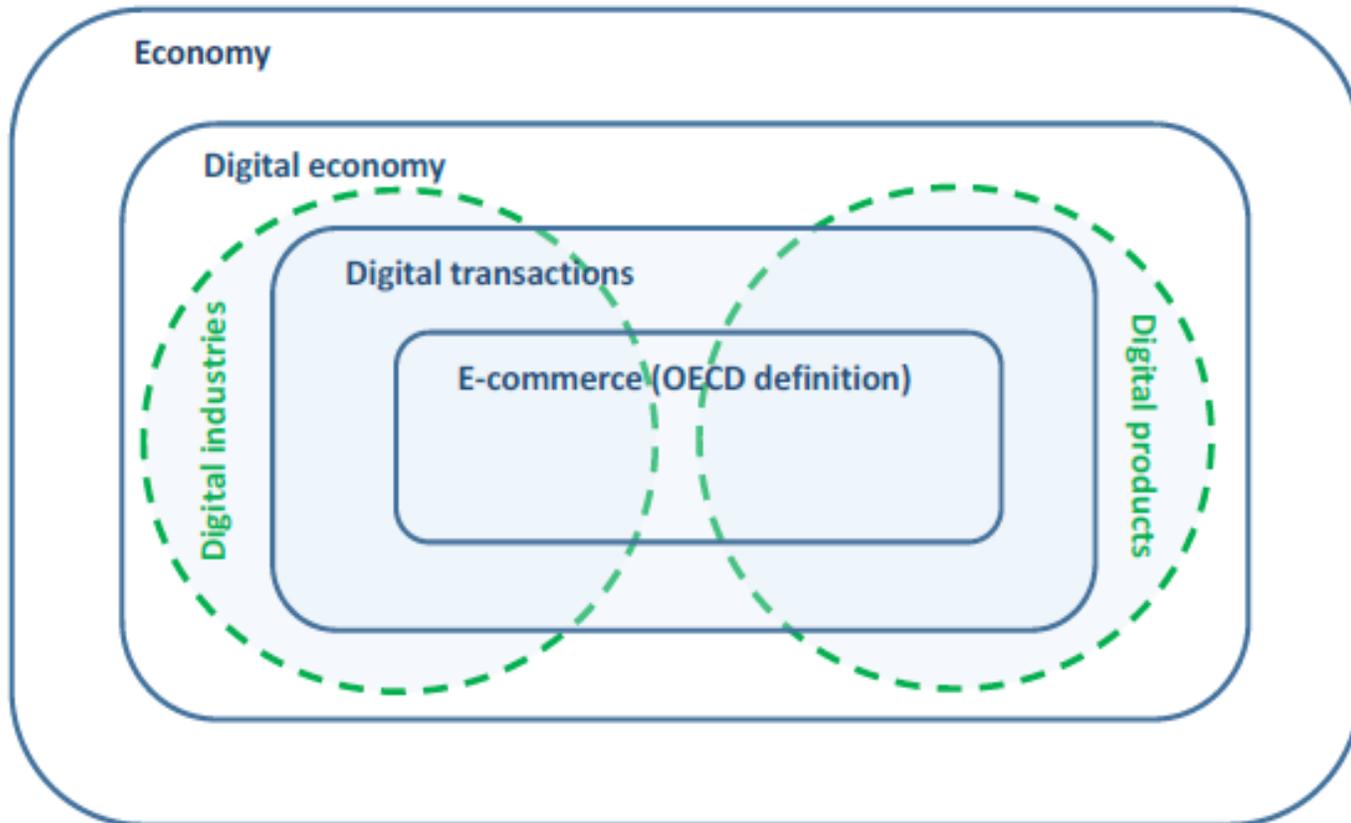
- In una prospettiva dinamica l'operare dei meccanismi precedentemente indicati può comportare delle conseguenze sulla base imponibile (sia in termini di spesa finale che in termini di redditi disponibili)
- In aggiunta, l'introduzione di un nuovo sistema di imposizione fiscale porta con sé dei costi di compliance per i soggetti tassati. Si aggiungono inoltre i costi di implementazione delle nuove regole fiscali difficilmente quantificabili in virtù della complessità dell'imposta sia in fase di gestione che di verifica
- Tali fattori implicano il rischio di sovrastima degli effetti benefici per il bilancio fiscale derivanti dall'entrata in vigore di un'imposta sui servizi digitali
- Negli scenari presentati nelle pagine successive è stato valutato il possibile impatto dell'introduzione di una nuova imposta sulla base imponibile delle imposte indirette, in funzione del mutamento del livello di attività del sistema economico. Non si offrono invece stime sul possibile effetto sulla base imponibile delle imposte dirette, che sono più complessi da calcolare in quanto intervengono considerazioni sulla distribuzione del carico fiscale tra le diverse tipologie di contribuenti

Indice

- Introduzione dello studio
- Le proposte sul tavolo
- Impatto economico: i canali di trasmissione
- **Focus: il settore dell'e-commerce in Italia**
- Il modello e gli scenari analizzati
- I risultati delle simulazioni
- Riferimenti

Focus: il settore dell'e-commerce

Economia digitale, transazioni digitali ed e-commerce



Economia digitale comprende industria digitale, prodotti digitali e transazioni digitali. In generale, l'industria digitale può coinvolgere o meno transazioni digitali

Oecd (2011), **e-commerce transaction** "sale or purchase of goods or services, conducted over computer networks by methods specifically designed for the purpose of receiving or placing of orders."

OECD (2011), "OECD Guide to Measuring the Information Society, 2011", OECD Publishing, Paris

Focus: il settore dell'e-commerce in Italia

quota di imprese che vendono on line

| 2015 | 2016 | 2017 |
|------|------|-------|
| 10% | 11% | 12.5% |

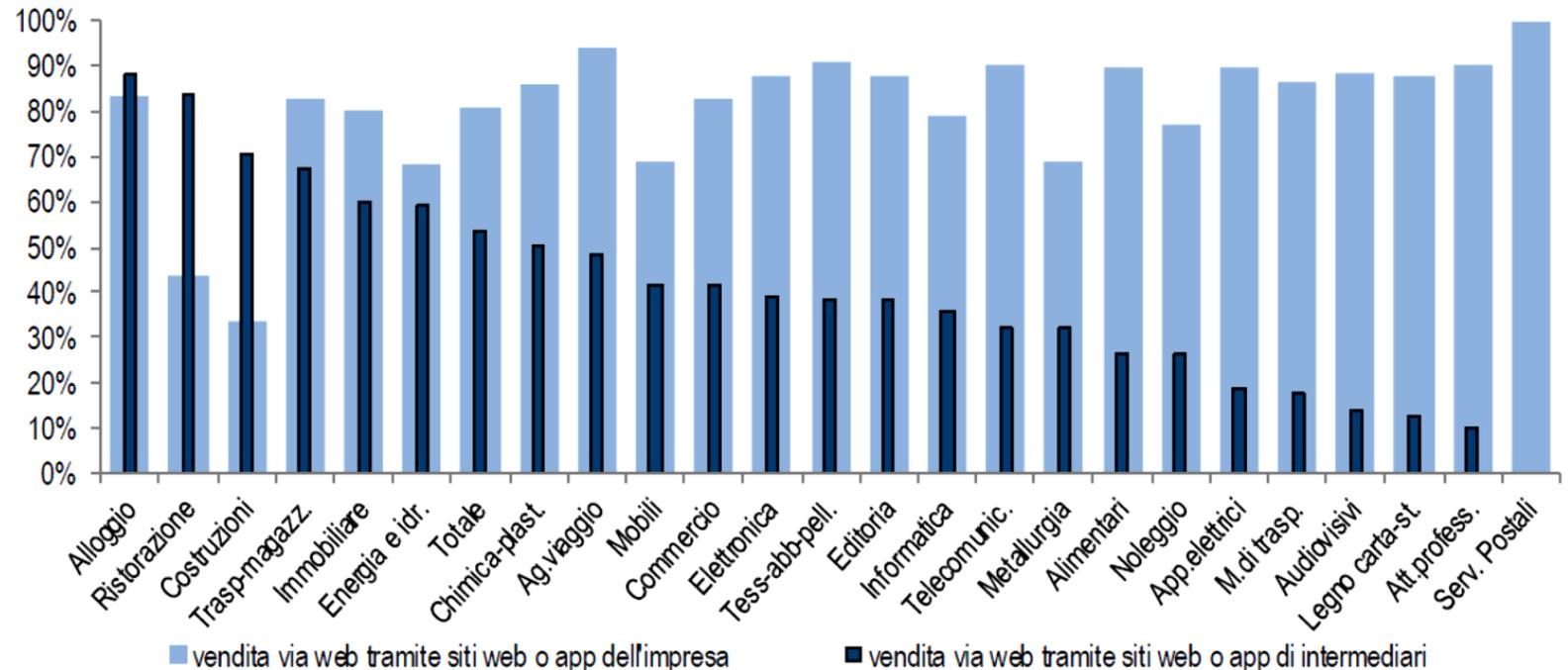


Fonte: Istat, Cittadini, imprese e Ict, anno 2017

La quota delle imprese che hanno una presenza commerciale sul web, anche sporadica e discontinua, raggiunge il 12,5%.

È significativo l'utilizzo di intermediari per l'e-commerce: il **30%** delle imprese che hanno venduto via web ha realizzato **almeno tre quarti del fatturato web tramite siti o app di intermediari**

quota imprese che vendono on line per attività economica e tipologia di web



Fonte: Istat, Cittadini, imprese e Ict, anno 2017

Nel 2016 l'81.2% delle imprese che hanno venduto beni e servizi via web lo hanno fatto tramite siti web o app dell'impresa, il 53.8% attraverso emarketplaces o app utilizzate da molteplici imprese

Alloggio e ristorazione sono i settori che fanno maggiore ricorso a siti di intermediari nell'e-commerce, che sono comunque utilizzati da molti altri settori industriali e terziari

L'e-commerce nella statistica ufficiale

- Le imprese che hanno come attività principale l'e-commerce sono classificate nelle statistiche ufficiali nel **commercio al dettaglio (escluso quello di autoveicoli e di motocicli)** (codice Ateco 47)
- Nella classificazione ufficiale delle attività economiche l'e-commerce è compreso nella branca del **commercio al dettaglio per corrispondenza o attraverso internet** (codice 4791)
- L'utilizzo della classificazione ufficiale dell'e-commerce ha il vantaggio di consentire un confronto su base omogenea con gli altri settori dell'economia italiana e di utilizzare i conti economici e le tavole intersettoriali per calcolare il peso del settore
- Il perimetro delle attività di e-commerce delle statistiche ufficiali è diverso da quello utilizzato da altre indagini sul settore in quanto include solo le imprese la cui **attività principale** è l'e-commerce. Le attività collegate all'e-commerce, quali ad esempio la logistica, che fanno però capo ad altre imprese sono classificate in altri settori di attività. Il ruolo di queste attività di supporto all'e-commerce è recuperato nell'analisi di impatto ed è compreso negli effetti indiretti, che misurano quanto le imprese di e-commerce stimolino l'attività di imprese che sono registrate in altri settori
- Le informazioni sull'e-commerce spesso fanno riferimento al valore delle vendite (al lordo dell'IVA e delle altre imposte) che passano per il canale, indipendentemente dal fatto che siano realizzate da imprese che hanno l'e-commerce come attività principale. Il valore delle vendite è quindi superiore al fatturato delle imprese di e-commerce, anche al di là di possibili problemi di copertura statistica del settore.

Il settore dell'e-commerce in Italia

e-commerce in Italia (2015, ATECO 4791)

| | 2015 | 2016 |
|-----------|----------------------|--------|
| Imprese | 9.695 | 10.831 |
| Occupati | 18.669 | 21.614 |
| Fatturato | 7,2 miliardi di euro | - |

Fonte: Istat, Structural Business Statistics, anno 2015, Istat Asia, anno 2016

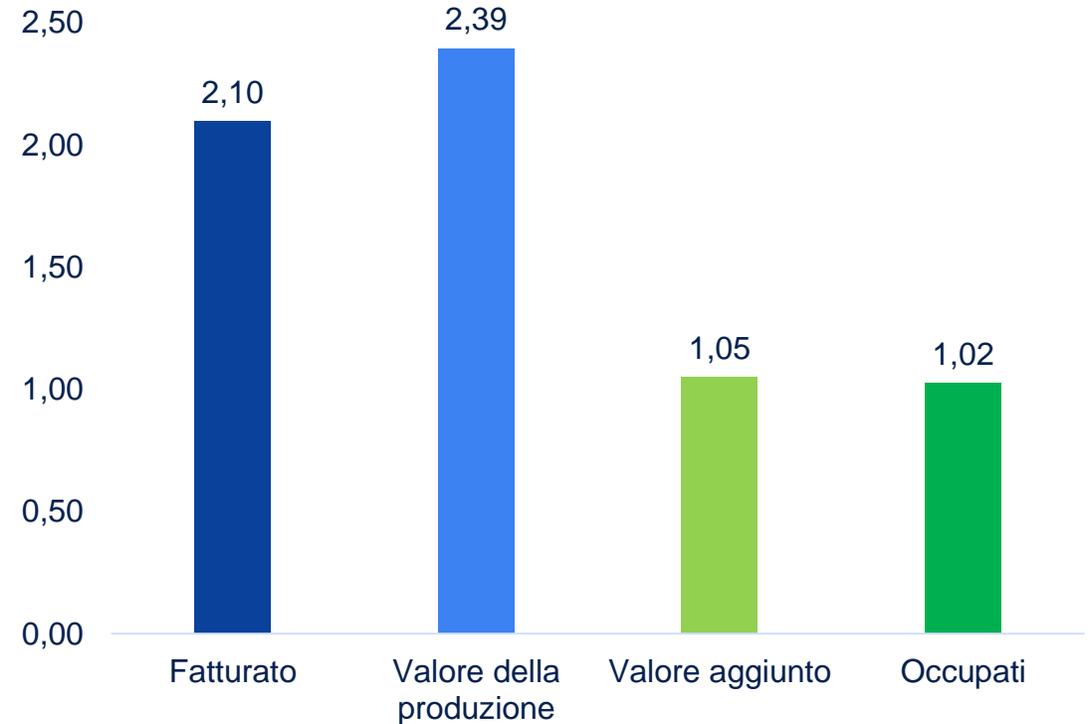
Le imprese che hanno come attività principale l'e-commerce erano nel 2016 secondo la statistica ufficiale 10.800. Le imprese che vendono attraverso l'e-commerce sono ovviamente molto più numerose.

L'e-commerce è un settore in rapido sviluppo. Secondo le statistiche ufficiali tra il 2012 ed il 2016 il numero delle imprese attive è aumentato del 35% (+ 3.800 imprese) e l'occupazione del 38% (+8.100 addetti)

A fronte di questa dinamica sostenuta, l'incidenza dell'e-commerce sul complesso del commercio al dettaglio è ancora relativamente modesta



incidenza % dell'e-commerce sul Commercio al Dettaglio (2015, ATECO 47)



Fonte: Istat, Structural Business Statistics, anno di riferimento 2015

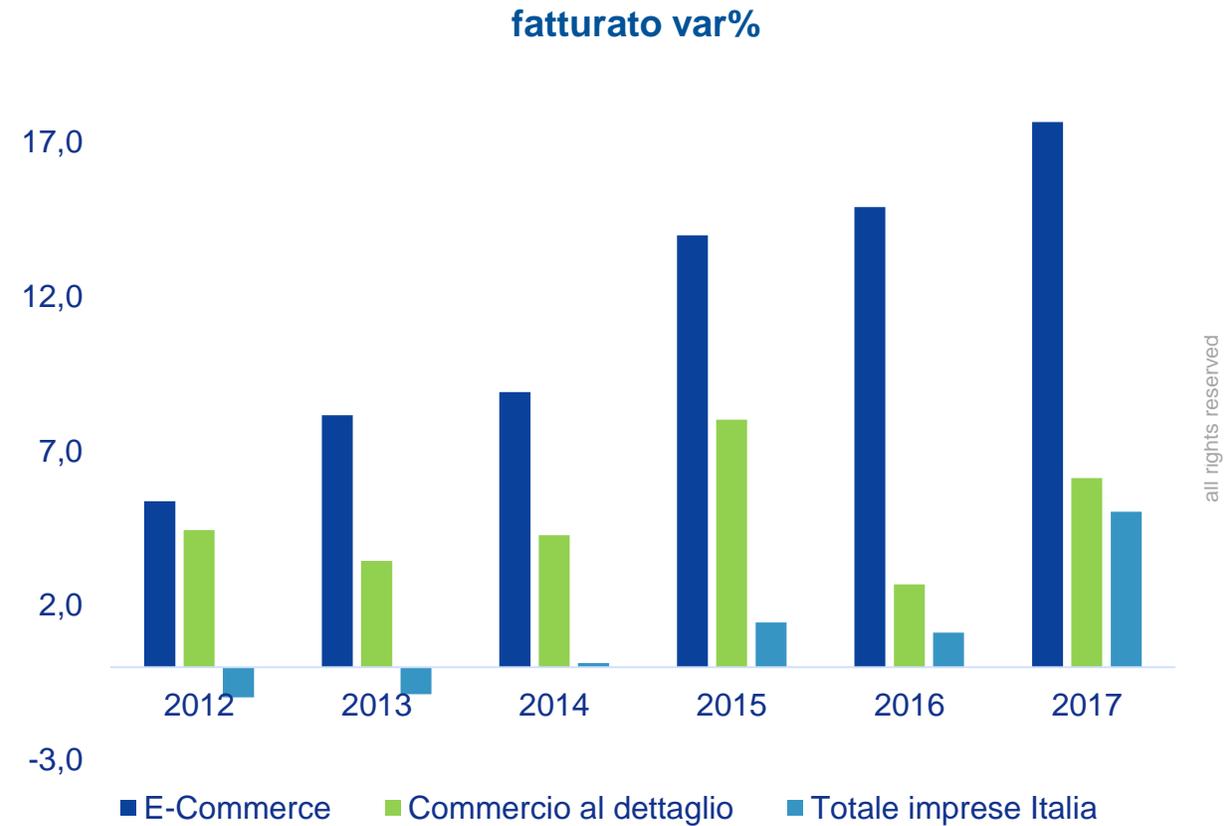
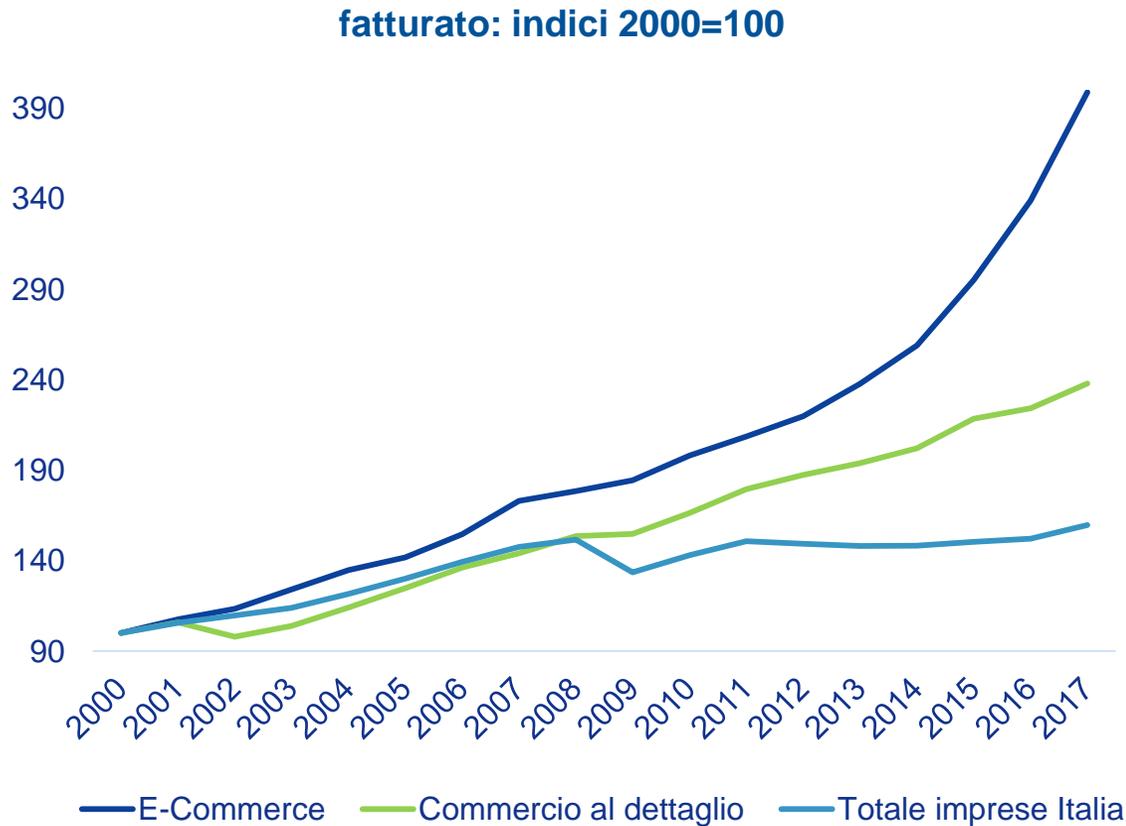
I risultati delle imprese dell'e-commerce: analisi dei bilanci

Il quadro economico-finanziario delle imprese del settore può essere meglio approfondito attraverso l'utilizzo del database Prometeia dei bilanci aziendali. La disponibilità dei bilanci fino al 2017 consente un'osservazione delle dinamiche più recenti



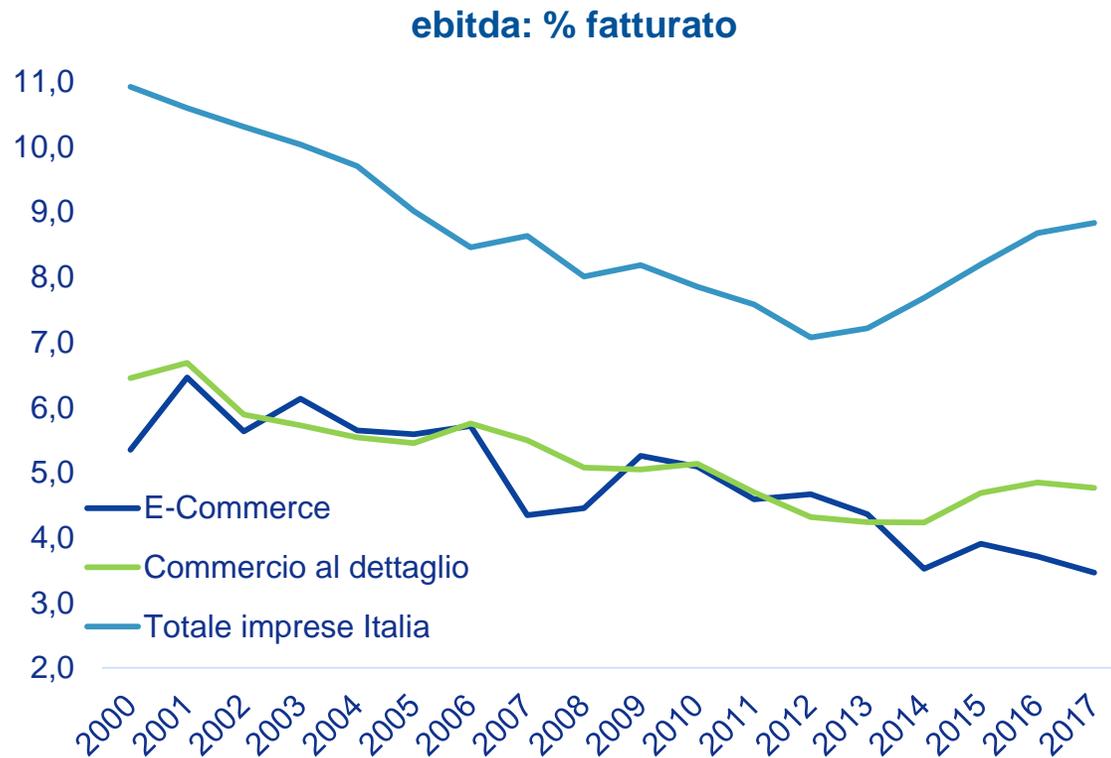
La ricostruzione delle serie storiche dei bilanci per singolo cluster avviene mediante la metodologia degli Indici a catena (o indici Divisia). Tale metodologia permette da un lato di ovviare al problema della diversa numerosità del campione di bilanci nell'arco temporale analizzato, dall'altro di sfruttare tutte le informazioni che i bilanci presenti rendono disponibili

I risultati delle imprese dell'e-commerce: il fatturato



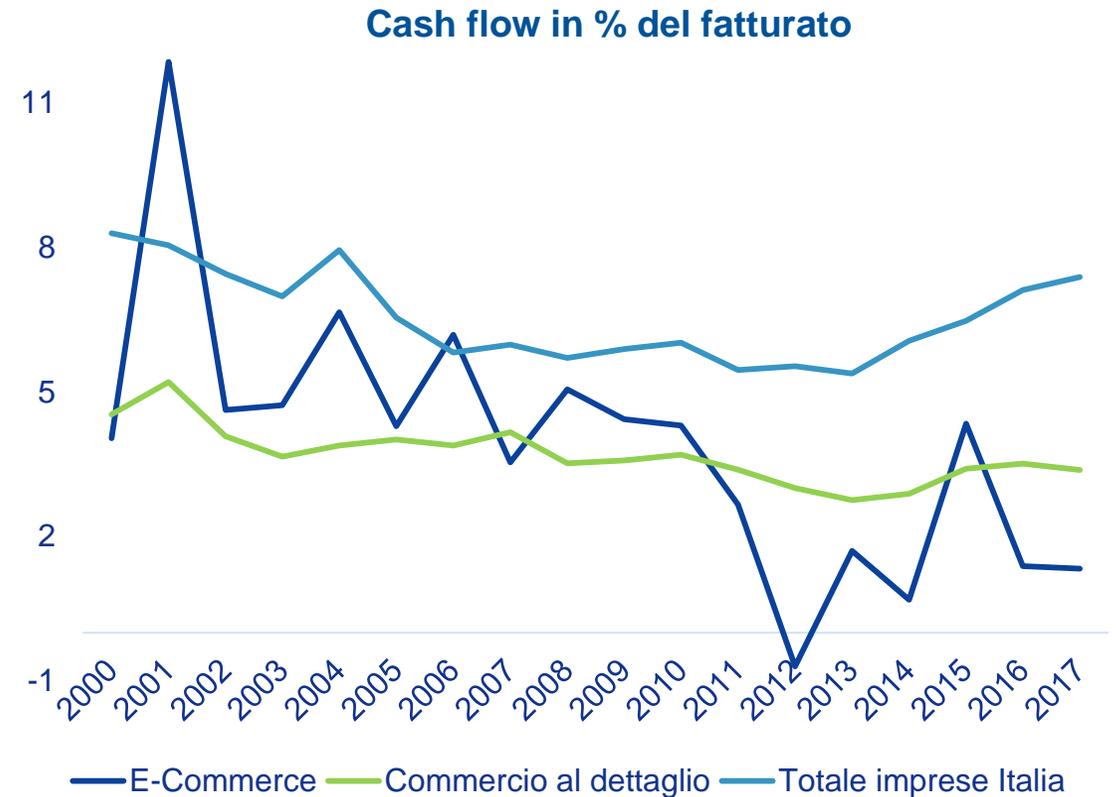
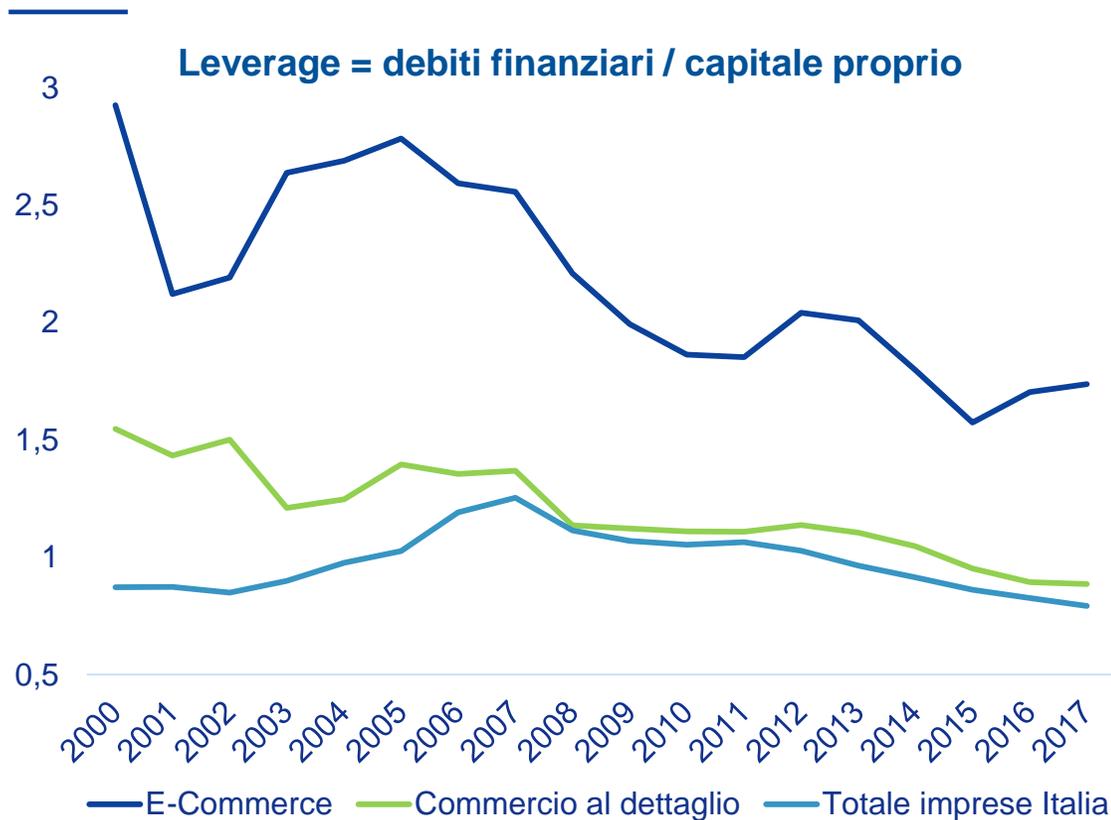
Il settore dell'e-commerce ha evidenziato una crescita esponenziale del fatturato negli ultimi 15 anni. Negli anni post-crisi il differenziale di performance rispetto al benchmark è andato ampliandosi

I risultati delle imprese dell'e-commerce: margini e redditività



Negli anni più recenti si è evidenziato un deterioramento della marginalità, più marcato rispetto al benchmark. Ciò aumenta le **probabilità di un pass-through significativo dell'imposta sui prezzi**. La redditività è su livelli inferiori rispetto al settore del commercio al dettaglio

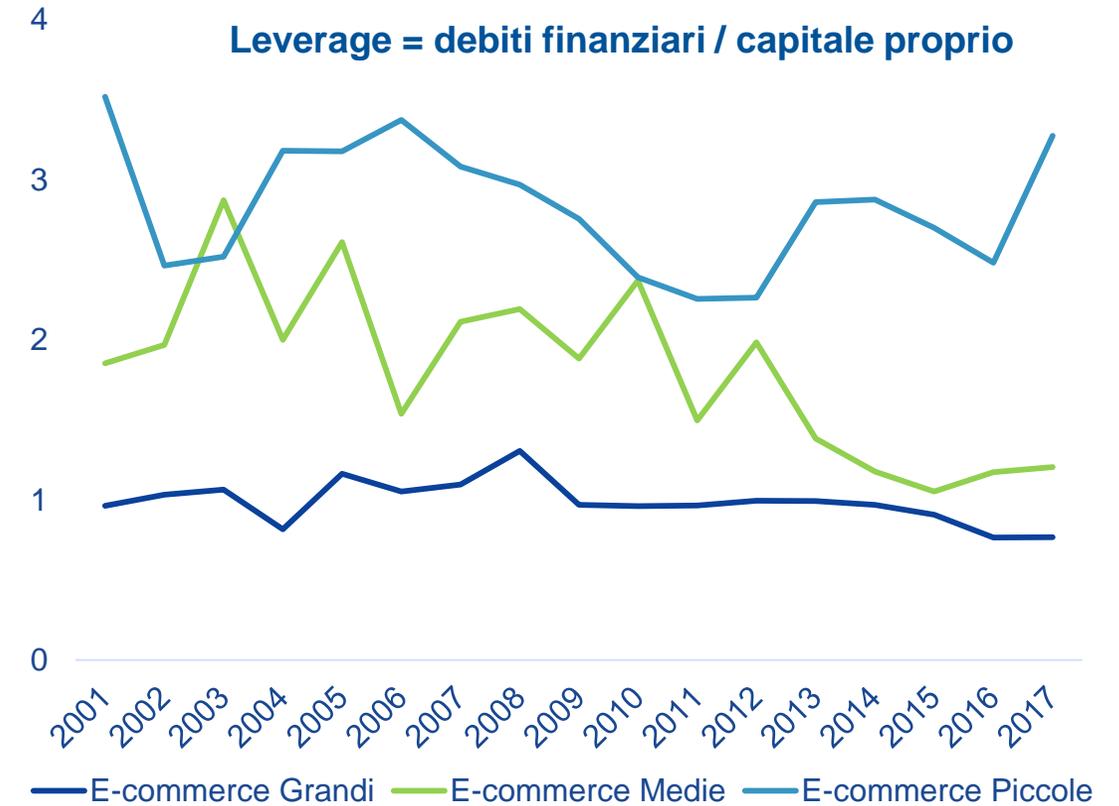
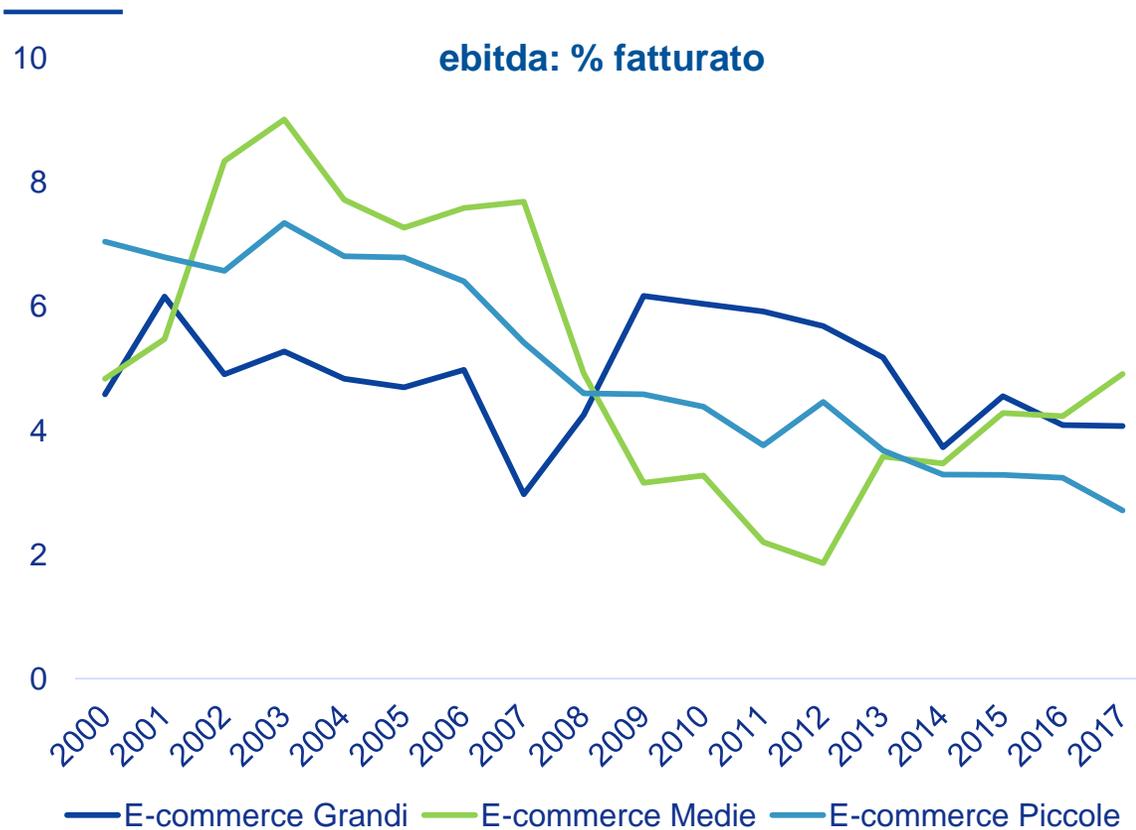
I risultati delle imprese dell'e-commerce: leverage e cash-flow



Le imprese dell'e-commerce evidenziano, nonostante una moderata tendenza di miglioramento, un minore equilibrio tra fonti di finanziamento interne ed esterne rispetto ai benchmark.

Per quanto riguarda il cash-flow si evidenzia una maggiore volatilità e una peggiore performance negli anni più recenti rispetto al commercio al dettaglio

I risultati delle imprese dell'e-commerce: analisi dimensionale



Concentrandosi sul solo settore dell'e-commerce, negli ultimi dieci anni le imprese di piccola (fatturato <10 milioni) e media dimensione (10-50 milioni) hanno evidenziato un certo grado di deterioramento della marginalità (ma con recupero per le medie imprese negli ultimi 5 anni) rispetto alle grandi imprese (>50 milioni di fatturato). Minore equilibrio tra fonti di finanziamento interne ed esterne per le imprese di piccola dimensione.

Indice

- Introduzione dello studio
- Le proposte sul tavolo
- Impatto economico: i canali di trasmissione
- Focusi: il settore dell'e-commerce in Italia
- **Il modello e gli scenari analizzati**
- I risultati delle simulazioni
- Riferimenti

L'analisi input/output (IO)

I vantaggi dell'analisi input-output

- Permette di ottenere stime di impatto a livello di settori (branche di attività)
- È alimentata da informazioni sulla domanda a livello di prodotti (beni e servizi)
- Consente di rappresentare in modo analitico il ruolo nel sistema economico delle attività commerciali
- Si basa su informazioni statistiche ufficiali aggiornate con regolarità
- Il modello IO si basa su relazioni piuttosto semplici ed ha un funzionamento che è facile da spiegare

I limiti dell'analisi input-output

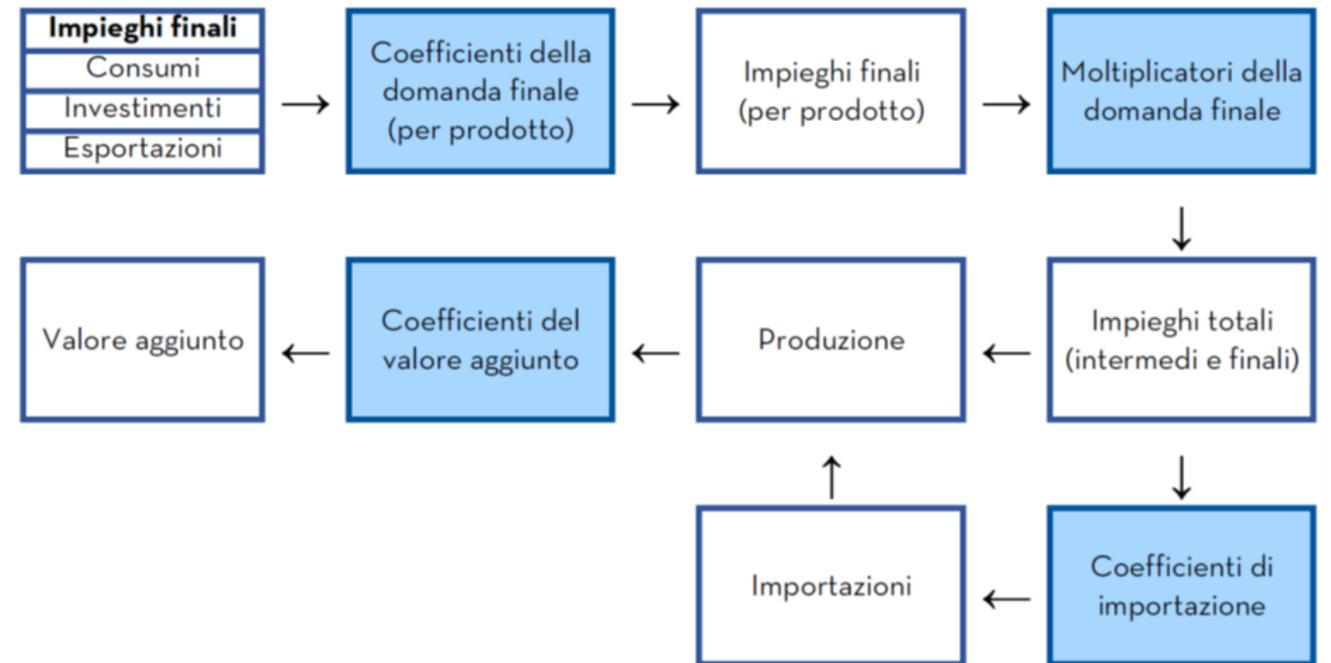
- Il comportamento degli operatori economici (imprese, consumatori, settore pubblico, ...) è rappresentato in modo molto semplificato
- Le relazioni economiche del modello IO sono lineari e quindi non sono in grado di rappresentare adeguatamente il funzionamento del sistema economico in presenza di shock di grandi dimensioni
- Non ci sono limiti di offerta: il sistema economico è in grado di soddisfare qualsiasi livello di domanda

Il modello per l'analisi di impatto economico

Un modello input/output (IO) dell'economia italiana

- Il modello IO è calibrato sui dati più recenti (2014) ed è articolato su 63 prodotti e branche di attività. La struttura del modello tiene conto sia delle relazioni tra le imprese (scambi intersettoriali) che delle diverse componenti della domanda finale (consumi, investimenti, esportazioni, ...)
- Il modello IO è alimentato dalla domanda finale disaggregata per componenti e per prodotti e calcola gli impieghi intermedi, le importazioni, la produzione, il valore aggiunto e l'occupazione
- Il modello IO riflette la struttura dell'economia italiana dell'anno base (2014) ma può essere modificato per tenere conto di sviluppi più recenti, intervenendo ad esempio sui coefficienti delle importazioni

Schema del modello IO



all rights reserved

Le attività di e-commerce nei conti economici e nelle tavole IO

L'e-commerce è compreso nel commercio al dettaglio

- Nei conti economici nazionali l'e-commerce (ATECO 4791: commercio al dettaglio per corrispondenza o attraverso internet) è compreso nella branca ATECO 47: commercio al dettaglio (escluso quello di autoveicoli e di motocicli)
- Le tavole IO trattano il commercio al dettaglio come una singola branca di attività. Questo permette di formulare scenari ed analisi di impatto sull'e-commerce imputando i mutamenti riconducibili alla web tax (cfr. oltre) alla branca del commercio al dettaglio

I margini di commercio

- Nella rappresentazione del funzionamento dell'economia che è alla base delle tavole intersettoriali le attività commerciali non vendono direttamente i propri servizi agli acquirenti finali, ma offrono servizi di intermediazione (**margini di commercio**) che sono inclusi nei prezzi finali di vendita (**prezzi d'acquisto**)
- Il commercio al dettaglio (escluso quello di autoveicoli e di motocicli) fornisce unicamente servizi di intermediazione: quindi la produzione del settore è identica ai margini di commercio che sono inclusi nel prezzo dei prodotti venduti da altri settori
- Di conseguenza per modellare gli effetti della web tax sull'e-commerce si interviene non tanto sulla domanda finale quanto sui margini di commercio

L'analisi di impatto: come si misura

→ La valutazione si basa su diverse tipologie di impatto:

- L'**impatto diretto** che è quello che riguarda direttamente la branca d'attività nella quale è collocato l'e-commerce (Ateco 47 commercio al dettaglio). L'incidenza % è espressa rispetto al commercio al dettaglio
- L'**impatto indiretto** considera gli effetti degli acquisti di beni e di servizi effettuati dal commercio al dettaglio rivolti al resto dell'economia italiana ed evidenzia quindi l'effetto dei legami intersettoriali. L'incidenza % è espressa rispetto al totale economia
- L'**impatto indotto** amplia ulteriormente il perimetro dell'analisi, considerando l'effetto esercitato sulla spesa delle famiglie dai redditi generati dall'incremento del livello di attività (moltiplicatore dei consumi). L'incidenza % è espressa rispetto al totale economia



→ Il modello IO consente inoltre di valutare l'impatto della variazione dei livelli di attività sulle **imposte indirette** (imposte meno contributi ai prodotti) e permette quindi di calcolare quanta parte del gettito teorico dell'imposta non si realizzi per gli impatti negativi dell'imposizione fiscale (Copenhagen Economics 2018). Gli effetti diretti sulle imposte nette non sono significativi in quanto riguardano solo l'IVA non detraibile ed alcune imposte di fabbricazione.

Gli scenari sull'impatto della web tax

→ Il MEF non ha ancora emanato il decreto della web tax e quindi non sono ancora definiti le modalità di applicazione ed in particolare la base impositiva

→ Per ottenere una valutazione di larga massima dei possibili effetti della web tax è quindi necessario realizzare alcuni scenari che quantificano gli impatti sulla base di alcune ipotesi relative a:

- La definizione della base imponibile della web tax
- L'eventuale traslazione dell'imposta sugli acquirenti finali dei servizi di e-commerce e gli effetti dell'aumento dei prezzi sulla domanda di servizi di e-commerce B2B
- L'eventuale impatto dell'imposta sui margini operativi e sugli investimenti delle imprese

→ Allo stato attuale non si dispone ancora di informazioni affidabili sulle caratteristiche del mercato dell'e-commerce, con riferimento a:

- L'elasticità della domanda di servizi di e-commerce ai prezzi (l'evidenza empirica disponibile è riportata più avanti)
- La reazione degli investimenti ha variazioni della domanda e/o dei margini operativo. Il settore dell'e-commerce è caratterizzato da una forte dinamica espansiva che sembra assegnare minore rilievo ad obiettivi di redditività rispetto all'espansione della capacità produttiva, che è realizzata attraverso la realizzazione di significativi programmi di investimento (soprattutto in attrezzature e software), lo sviluppo dell'occupazione e l'ingresso di nuove imprese. In un contesto di questo tipo l'introduzione dell'imposta potrebbe avere ripercussioni in termini di riduzione agli investimenti e di rallentamento della crescita del mercato, che peraltro in Italia è già sottodimensionato rispetto a quello di altri paesi

La base imponibile della web tax

- Allo stato attuale, in assenza del decreto attuativo del MEF, non è chiara come può essere definita in termini operativi la base imponibile della web tax. È quindi necessario formulare alcune ipotesi sulla questione
- In primo luogo si è deciso di considerare solo le attività delle imprese di e-commerce in senso stretto, utilizzando quindi la definizione del settore della statistica ufficiale (Ateco 4791). In realtà nel dibattito che ha accompagnato l'approvazione della web tax in alcuni casi si è fatto riferimento ha un paniere di servizi digitali più ampio di quello dell'e-commerce
- Per quantificare con dati ufficiali la base imponibile sono state utilizzate le informazioni sulla composizione del fatturato delle imprese di e-commerce pubblicate da Istat (cfr. la slide successiva)
- In un gruppo di scenari (1A, 1B e 2, cfr. oltre) è stata adottata una definizione ristretta della base imponibile, in quanto sono state incluse solo le attività di e-commerce e di vendita di servizi, mentre è stata escluso il fatturato derivante dalla intermediazione commerciale
- Negli scenari 3A e 3B si è invece adottata l'ipotesi che tutta l'attività delle imprese di e-commerce rappresenti la base imponibile per la web tax. In questi scenari il gettito potenziale dell'imposta è più vicino ad alcune stime che sono formulate nei passati mesi

La struttura del fatturato dell'e-commerce

- L'indagine Istat/Eurostat sui conti delle imprese raccoglie informazioni sul fatturato che deriva dalla vendita di diversi prodotti. Il dato ufficiale potrebbe essere rivisto in rialzo per il miglioramento dei sistemi di rilevazione
- In generale la quota maggiore del fatturato proviene dall'**attività principale**. Il commercio però costituisce un'eccezione in quanto la quota maggiore del fatturato è relativa alle attività di intermediazione commerciale. Nel commercio al dettaglio il 92,5% del fatturato deriva dall'attività di **intermediazione commerciale**. L'attività principale e le attività di **servizi** hanno un peso residuale
- Nell'e-commerce le attività di intermediazione pesano per l'80,0%, l'attività principale per il 9,9% e l'attività di servizi per l'8,3%



Il fatturato* del commercio al dettaglio (ATECO 47) e dell'e-commerce (ATECO 4791) nel 2015 (milioni di € e valori %)

| | Commercio al dettaglio | | E-commerce | |
|--------------------------------------|------------------------|---------------|--------------|---------------|
| Fatturato delle attività commerciali | 298.915 | 92,5% | 5.768 | 80,0% |
| Fatturato dell'attività principale | 10.006 | 3,1% | 712 | 9,9% |
| Fatturato delle attività dei servizi | 7.985 | 2,5% | 599 | 8,3% |
| Altro | 6.232 | 1,9% | 128 | 1,8% |
| Fatturato totale | 323.137 | 100,0% | 7.207 | 100,0% |

Fonte: Istat, Statistiche strutturali sulle imprese (SBS), anno 2015

* Nei settori del commercio il fatturato comprende il valore delle merci comprate e successivamente vendute. Ciò spiega la marcata differenza rispetto al valore della produzione

Gli investimenti delle imprese di e-commerce

- La composizione degli investimenti lordi delle imprese di e-commerce è caratterizzata dal forte peso degli investimenti in software, che hanno una quota del 24,9%, decisamente superiore a quella del commercio al dettaglio (1,8%)
- L'importanza relativa di macchinari e attrezzature (che comprendono anche le apparecchiature elettroniche) è simile a quella del macro-settore ed è vicina al 70%
- Nell'e-commerce hanno un peso ridotto gli investimenti in terreni, edifici e costruzioni che rappresentano il 4,5% del totale. Nel commercio al dettaglio la componente immobiliare ha un peso decisamente maggiore, raggiungendo il 27,3%

Gli investimenti lordi del commercio al dettaglio (ATECO 47) e dell'e-commerce (ATECO 4791) nel 2015 (milioni di € e valori %)

| | Commercio al dettaglio | | E-commerce | |
|---|------------------------|---------------|-------------|---------------|
| Terreni | 166,7 | 3,5% | 0,1 | 0,1% |
| Edifici e strutture preesistenti | 138,8 | 2,9% | 1,9 | 2,5% |
| Costruzione e nel restauro di edifici | 1.005,2 | 20,9% | 1,4 | 1,9% |
| Macchinari e attrezzature | 3.331,4 | 69,4% | 52,9 | 70,5% |
| Concessioni, brevetti, licenze, marchi di fabbrica e simili | 74,1 | 1,5% | 0,0 | 0,0% |
| Software prodotto | 87,0 | 1,8% | 18,7 | 24,9% |
| Investimenti lordi totali | 4.803,4 | 100,0% | 75,0 | 100,0% |

Fonte: Istat, Statistiche strutturali sulle imprese (SBS), anno 2015

La traslazione dell'imposta sui prezzi

→ Le ipotesi sulla traslazione dell'imposta sui prezzi

- L'**intensità della traslazione** dell'imposta sui prezzi dei servizi digitali dipende in ampia parte dalle **condizioni di concorrenza** del mercato e dalla **marginalità** delle imprese (in particolare modo delle PMI).
- Per i big players dei mercati digitali e/o per i leaders nel ciclo innovativo, è ampiamente probabile una completa traslazione dell'imposta sui prezzi in funzione del loro potere di mercato
- Imprese con marginalità bassa o addirittura negativa (si veda sopra per il deterioramento della marginalità delle imprese dell'e-commerce) difficilmente potranno evitare una traslazione completa dell'imposta sui prezzi
- Al momento non esistono in letteratura molte analisi empiriche sull'intensità del pass-through di una web tax. Di conseguenza sono stati realizzati **scenari per i due casi estremi**: nel primo caso si considera una **traslazione completa della web tax sui prezzi** (ovvero sui margini di commercio), mentre nel secondo caso si considera un **completo assorbimento della web tax da parte delle imprese**

L'elasticità della domanda ai prezzi

→ Le ipotesi sull'elasticità della domanda di servizi digitali

- L'incremento dei prezzi derivante dall'applicazione della web tax può comportare una riduzione della domanda, l'intensità di tale riduzione dipende in modo cruciale dall'elasticità ai prezzi
- Internet e i mercati digitali garantiscono un **maggiore accesso alle informazioni** nelle decisioni di acquisto: una conseguenza teorica è l'**incremento della price sensitivity** degli acquirenti, grazie alla possibilità di ottenere più facilmente informazioni sulle caratteristiche dei prodotti, sulla loro qualità e su eventuali alternative con prezzi più competitivi (si pensi, ad esempio, ai *price search engines*)
- In letteratura empirica esistono pochi riferimenti. Le analisi disponibili su microdati (es. survey famiglie, dati di marketplace) confermano un'elasticità ai prezzi (es. Einav et al.2014, Golsbee 2000) per certe categorie di beni oggetto di e-commerce significativamente superiori all'unità (cfr. oltre)
- In assenza di informazioni, abbiamo scelto di verificare **due ipotesi alternative, una con un'elasticità dell'1.5 in linea con lo studio di Copenhagen Economics (2018), una con un'elasticità dello 0.9 più in linea con la media dei settori industriali italiani.**
- Inoltre si ipotizza che l'eventuale riduzione della domanda di servizi di e-commerce non sia sostituita in misura significativa da servizi commerciali di tipo tradizionale. Le analisi disponibili indicano infatti che l'e-commerce è caratterizzato da un mix di prezzo, assortimento e esperienza di acquisto che limita la sua sostituibilità con il commercio fisico

I prezzi e la domanda per alcune tipologie di prodotti

→ L'**elasticità della domanda ai prezzi** può essere diversa a seconda delle tipologie di prodotto, del ciclo del prodotto, del periodo e del paese

- Per prodotti industriali in Italia i risultati dell'indagine sulle imprese di Banca d'Italia (2007) indicano elasticità della domanda ai prezzi inferiori all'unità. Tale risultato è influenzato dell'elevato livello di aggregazione, che non permette di evidenziare i prodotti a più elevato contenuto di innovazione

| | | | |
|-------------------------------------|------|--|-------------|
| Agricoltura, cibo, bevane e tabacco | 0.39 | Minerali non metalliferi | 0.39 |
| Tessile e abbigliamento | 0.49 | Metalli e prodotti in metallo | 0.62 |
| Scarpe | 0.25 | Macchinari ed apparecchiature | 0.50 |
| Legno e prodotti in legno | 0.29 | Prod. elettrici ed apparecchiature elettron. | 0.50 |
| Carta e prodotti in carta | 0.71 | Autoveicoli, rimorchi e semi-rimorchi | 0.68 |
| Chimica e farmaceutica | 0.49 | Altra manifattura | 0.36 |
| Gomma e prodotti in plastica | 0.40 | Totale manifattura | 0.52 |

- Per i servizi di telecomunicazione la survey del Fondo Monetario Internazionale (2017) indica elasticità ai prezzi variabili tra lo 0.2 e il 3.8 a seconda dei paesi e dei periodi:
 - Stati Uniti, traffico per 38 stati 2001-2007, elasticità 2.1
 - panel 38 paesi low e middle income 1996-2003, elasticità 1.5
 - panel 53 paesi in via di sviluppo 1996-2004, elasticità tra 1.26 e 0.19
 - Sudafrica, informazioni individuali circa 7000 consumatori nel 2005, elasticità tra 3.8 e 1.3

I prezzi e le transazioni marketplace

- L'utilizzo su micro-dati consente una migliore conoscenza del comportamento dei consumatori. In un'analisi microeconomica con finalità simili a quelle dell'attuale studio, Einav et al (2014) utilizzano dati sulle transazioni marketplace per il periodo 2008-2010 per valutare l'impatto delle imposte sulle vendite sull'e-commerce
- Le stime di un modello che spiega la decisione di acquistare un articolo durante una browsing session evidenziano una tax-price elasticity di 1.7, cioè per ciascun punto percentuale addizionale del prezzo post-tax gli acquisti diminuiscono dell'1.7%
 - Gli autori forniscono inoltre i risultati di stime differenziate per categoria di prodotto:

| | |
|-----------------------|-----|
| Elettronica | 4.3 |
| Telefoni cellulari | 2.0 |
| Computer | 1.9 |
| Abbigliamento | 1.4 |
| Casa e giardino | 0.2 |
| Articoli per lo sport | 3.3 |

Le stime mostrano una maggiore sensibilità al prezzo post-imposta per la categoria dell'elettronica, seguita da quella degli articoli sportivi. Sostanzialmente inelastici gli acquisti di prodotti per casa e giardino

Indice

- Introduzione dello studio
- Le proposte sul tavolo
- Impatto economico: i canali di trasmissione
- Focus: il settore dell'e-commerce in Italia
- Il modello e gli scenari analizzati
- **I risultati delle simulazioni**
- Riferimenti

Gli scenari sull'impatto della web tax

- Per tenere conto delle varie ipotesi che è possibile formulare sulla applicazione dell'imposta e sul comportamento di imprese e consumatori sono stati sviluppati più scenari, sia in base a una diversa elasticità, sia all'intensità della traslazione, sia alla base imponibile:
- **Scenario 1A:** la web tax è applicata solo al fatturato dell'attività principale e dei servizi. L'imposta è interamente tralata sui prezzi di vendita e determina una riduzione della domanda di servizi di e-commerce
 - **Scenario 1B:** oltre all'impatto sulla domanda considerato nello scenario 1A si valutano gli effetti di una riduzione degli investimenti che derivano dal rallentamento della domanda
 - **Scenari 1A alternativo e Scenari 1B alternativo:** si differenziano dagli scenari 1A e 1B perché assumono una elasticità della domanda inferiore all'unità
 - **Scenario 2:** l'applicazione della web tax identica a quella prevista negli scenari 1A e 1B, ma si suppone che l'imposta sia interamente assorbita dalle imprese di e-commerce. La riduzione dei margini di profitto determina una riduzione degli investimenti e della produzione del settore
 - **Scenari 3A e 3B:** sono analoghi agli scenari 1A e 1B, ma la web tax è applicata a tutto il fatturato dell'e-commerce. Si tratta di uno scenario contro-fattuale, che tiene conto delle difficoltà nel tracciare in termini operativi il confine tra i servizi digitali B2B e l'e-commerce
 - *[in allegato]* **Scenari 3A alternativo e 3B alternativo:** si differenziano dagli scenari 3A e 3B perché assumono una elasticità della domanda inferiore all'unità

Lo scenario 1A: le ipotesi

- La base imponibile è rappresentata dal fatturato delle attività principale e delle attività di servizio. Il valore relativo al 2015 è stato aggiornato al 2017 applicando il tasso di variazione della produzione tratto dai bilanci delle imprese (cfr. sopra)
- L'imposta è pari a circa 54 milioni di € (aliquota del 3%) ed è interamente trasferita sui prezzi di vendita
- Le imprese che acquistano i servizi di e-commerce riducono di conseguenza la loro domanda. Nello scenario si utilizza un'elasticità di 1.5, ovvero per ogni aumento dell'1% dei prezzi la domanda si riduce del 1,5%. L'elasticità di 1.5 è quella utilizzata dalle altre analisi sulle digital tax (Copenhagen Economics 2018) e deriva da analisi sugli effetti dell'IVA sull'editoria tradizionale e elettronica. Applicata ai servizi di e-commerce potrebbe essere una stima cauta

L'impatto della web tax nello scenario 1A: scostamento dalla base (milioni di €; unità di lavoro)

| | Effetti diretti | Effetti diretti e indiretti | Effetti diretti, indiretti e indotti |
|--------------------------|-----------------|-----------------------------|--------------------------------------|
| Imponibile | 1 783.1 | 1 783.1 | 1 783.1 |
| Imposta | 53.5 | 53.5 | 53.5 |
| Produzione* | -68.2 | -136.5 | -272.8 |
| <i>incidenza %</i> | <i>-0.055</i> | <i>-0.004</i> | <i>-0.009</i> |
| Valore aggiunto | -40.0 | -72.5 | -140.6 |
| <i>incidenza %</i> | <i>-0.055</i> | <i>-0.005</i> | <i>-0.010</i> |
| Investimenti fissi lordi | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| Unità di lavoro | -1 007 | -1 420 | -2 507 |
| <i>incidenza %</i> | <i>-0.055</i> | <i>-0.006</i> | <i>-0.011</i> |
| Imposte nette | 0.0 | -1.7 | -5.8 |

Lo scenario 1A: i risultati

- Gli effetti diretti comportano una riduzione della produzione di 68 milioni di €, del valore aggiunto di 40 milioni e dell'occupazione di oltre 1.000 unità
- Tenendo conto degli effetti sugli altri settori di attività l'impatto aumenta, raggiungendo i 136 milioni di € di produzione e 1.400 unità di lavoro
- Considerando anche gli effetti sui consumi la produzione diminuisce di 273 milioni di € e l'occupazione di oltre 2.500 unità di lavoro
- La riduzione del livello di attività economica comporta una diminuzione delle imposte indirette nette di quasi 6 milioni di €, pari al 10,9% del gettito stimato della web tax



all rights reserved

Lo scenario 1B: le ipotesi

- Lo scenario 1B adotta le stesse ipotesi dello scenario 1A sul prelievo fiscale e sugli effetti sulla domanda di servizi di e-commerce. In aggiunta prende in considerazione i possibili effetti della riduzione della domanda sugli investimenti delle imprese di e-commerce
- L'e-commerce è un settore in rapida crescita (la produzione tra il 2000 ed il 2017 è crescita del 400%), nel quale lo sviluppo delle vendite è sostenuto da forti investimenti. Gli investimenti dell'e-commerce sono rivolti per il 71% a macchine ed attrezzature, per il 25% a software e per il 4% alle costruzioni (2015)
- Una riduzione della domanda di servizi di e-commerce B2B può provocare una riduzione nei programmi di investimento che impatta sugli altri settori dell'economia



L'impatto della web tax nello scenario 1B: scostamento dalla base (milioni di €; unità di lavoro)

| | Effetti diretti | Effetti diretti e indiretti | Effetti diretti, indiretti e indotti |
|--------------------------|-----------------|-----------------------------|--------------------------------------|
| Imponibile | 1 783.1 | 1 783.1 | 1 783.1 |
| Imposta | 53.5 | 53.5 | 53.5 |
| Produzione | -72.3 | -202.1 | -394.7 |
| <i>incidenza %</i> | <i>-0.058</i> | <i>-0.007</i> | <i>-0.013</i> |
| Valore aggiunto | -42.4 | -102.5 | -198.5 |
| <i>incidenza %</i> | <i>-0.058</i> | <i>-0.007</i> | <i>-0.014</i> |
| Investimenti fissi lordi | -48.9 | -48.9 | -48.9 |
| Unità di lavoro | -1 067 | -1 858 | -3 395 |
| <i>incidenza %</i> | <i>-0.058</i> | <i>-0.008</i> | <i>-0.015</i> |
| Imposte nette | 0.0 | -3.4 | -9.3 |

- Per le imprese multinazionali che hanno una base produttiva in Italia la riduzione della domanda derivante dall'introduzione della web tax può ridurre l'attrattività del mercato italiano rispetto ad altri paesi, anche dell'Unione Europea

Lo scenario 1B: i risultati

- Considerando anche gli effetti della web tax sugli investimenti gli **effetti diretti** sull'e-commerce sono di poco superiore a quelli dello scenario 1A in quanto sono colpiti soprattutto i settori che vendono beni di investimento all'e-commerce
- Gli **effetti indiretti** implicano un calo della produzione di 202 milioni di € e dell'occupazione di 1.860 unità di lavoro
- Considerando anche l'impatto sui consumi la produzione si riduce di 395 milioni di € e l'occupazione di oltre 3.400 unità di lavoro
- L'impatto sugli investimenti peggiora quindi gli effetti della web tax in quanto la riduzione del livello di attività economica comporta una diminuzione delle imposte indirette nette di oltre 9 milioni di €, pari al 17,3% del gettito stimato



all rights reserved

Lo scenario 1A alternativo: le ipotesi

- La base imponibile è rappresentata dal fatturato delle attività principale e delle attività di servizio. Il valore relativo al 2015 è stato aggiornato al 2017 applicando il tasso di variazione della produzione tratto dai bilanci delle imprese (cfr. sopra)
- L'imposta è pari a circa 54 milioni di € (aliquota del 3%) ed è interamente trasferita sui prezzi di vendita
- Le imprese che acquistano i servizi di e-commerce riducono di conseguenza la loro domanda. Nello scenario si utilizza un'elasticità di 0.9, ovvero per ogni aumento dell'1% dei prezzi la domanda si riduce dello 0,9%.

L'impatto della web tax nello scenario 1A alternativo: scostamento dalla base (milioni di €; unità di lavoro)

| | Effetti diretti | Effetti diretti e indiretti | Effetti diretti, indiretti e indotti |
|--------------------------|-----------------|-----------------------------|--------------------------------------|
| Imponibile | 1 783.1 | 1 783.1 | 1 783.1 |
| Imposta | 53.5 | 53.5 | 53.5 |
| Produzione | -40.9 | -81.9 | -163.6 |
| <i>incidenza %</i> | <i>-0.033</i> | <i>-0.003</i> | <i>-0.005</i> |
| Valore aggiunto | -24.0 | -43.5 | -84.3 |
| <i>incidenza %</i> | <i>-0.033</i> | <i>-0.003</i> | <i>-0.006</i> |
| Investimenti fissi lordi | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| Unità di lavoro | -604 | -852 | -1 504 |
| <i>incidenza %</i> | <i>-0.033</i> | <i>-0.004</i> | <i>-0.006</i> |
| Imposte nette | 0.0 | -1.0 | -3.5 |

Lo scenario 1A alternativo: i risultati

- **Gli effetti diretti** comportano una riduzione della produzione di 41 milioni di €, del valore aggiunto di 24 milioni e dell'occupazione di oltre 600 unità
- Tenendo conto degli effetti sugli altri settori di attività l'impatto aumenta, raggiungendo i 82 milioni di € di produzione e 850 unità di lavoro
- Considerando anche gli effetti sui consumi si ottiene una riduzione di 164 milioni di € di produzione e di oltre 1.500 unità di lavoro
- La riduzione del livello di attività economica comporta una diminuzione delle imposte indirette nette di 3,5 milioni di €, pari al 6,5% del gettito stimato della web tax
- La minore elasticità della domanda rispetto allo scenario 1A comporta un impatto più contenuto su produzione ed occupazione (-40%)



Lo scenario 1B alternativo: le ipotesi

- Lo scenario 1B alternativo adotta le stesse ipotesi dello scenario 1A alternativo sul prelievo fiscale e sugli effetti sulla domanda di servizi di e-commerce. In aggiunta prende in considerazione i possibili effetti della riduzione della domanda sugli investimenti delle imprese di e-commerce
- Una riduzione della domanda di servizi di e-commerce B2B può provocare una riduzione nei programmi di investimento che impatta sugli altri settori dell'economia
- Rispetto allo scenario 1B l'impatto sulla produzione sugli investimenti è del 40% più ridotto, in funzione della minore elasticità della domanda.

L'impatto della web tax nello scenario 1B alternativo: scostamento dalla base (milioni di €; unità di lavoro)

| | Effetti diretti | Effetti diretti e indiretti | Effetti diretti, indiretti e indotti |
|--------------------------|-----------------|-----------------------------|--------------------------------------|
| Imponibile | 1 783.1 | 1 783.1 | 1 783.1 |
| Imposta | 53.5 | 53.5 | 53.5 |
| Produzione | -43.4 | -121.3 | -236.7 |
| <i>incidenza %</i> | <i>-0.035</i> | <i>-0.004</i> | <i>-0.008</i> |
| Valore aggiunto | -25.4 | -61.5 | -119.1 |
| <i>incidenza %</i> | <i>-0.035</i> | <i>-0.004</i> | <i>-0.008</i> |
| Investimenti fissi lordi | -29.4 | -29.4 | -29.4 |
| Unità di lavoro | -640 | -1 115 | -2 036 |
| <i>incidenza %</i> | <i>-0.035</i> | <i>-0.005</i> | <i>-0.009</i> |
| Imposte nette | 0.0 | -2.1 | -5.6 |

Lo scenario 1B alternativo: i risultati

- Considerando anche gli effetti della web tax sugli investimenti gli **effetti diretti** sull'e-commerce sono di poco superiore a quelli dello scenario 1A alternativo in quanto sono colpiti soprattutto i settori che vendono beni di investimento all'e-commerce
- Gli **effetti indiretti** sono maggiori: la produzione cala di 121 milioni di € l'occupazione di 1.100 unità di lavoro
- Considerando anche l'impatto sui consumi, il calo della produzione è di circa 237 milioni di € e l'occupazione cala di oltre 2.000 unità



all rights reserved

Lo scenario 2: le ipotesi

- Lo scenario 2 ipotizza che le imprese di e-commerce non traslino la web tax sui prezzi di vendita, ma la assorbano direttamente. Questa scelta potrebbe essere motivata dal desiderio di evitare una riduzione della domanda di servizi B2B, ma determinerebbe una riduzione dei margini operativi delle imprese
- Tenendo conto che le imprese di e-commerce non hanno una marginalità particolarmente elevata e hanno un indebitamento (leverage) relativamente sostenuto (cfr. sopra), la riduzione dei margini operativi potrebbe comportare una riduzione degli investimenti e di conseguenza un rallentamento nelle prospettive di crescita del settore.
- In assenza di analisi sulle strategie di investimento e sulla struttura finanziaria delle imprese di e-commerce si è adottata l'ipotesi di una riduzione degli investimenti pari alla riduzione dei margini operativi



L'impatto della web tax nello scenario 2: scostamento dalla base (milioni di €; unità di lavoro)

| | Effetti diretti | Effetti diretti e indiretti | Effetti diretti, indiretti e indotti |
|--------------------------|-----------------|-----------------------------|--------------------------------------|
| Imponibile | 1 783.1 | 1 783.1 | 1 783.1 |
| Imposta | 53.5 | 53.5 | 53.5 |
| Produzione | -76.4 | -215.7 | -421.0 |
| <i>incidenza %</i> | <i>-0.062</i> | <i>-0.007</i> | <i>-0.014</i> |
| Valore aggiunto | -44.8 | -109.2 | -211.7 |
| <i>incidenza %</i> | <i>-0.062</i> | <i>-0.007</i> | <i>-0.015</i> |
| Investimenti fissi lordi | -53.5 | -53.5 | -53.5 |
| Unità di lavoro | -1 128 | -1 977 | -3 615 |
| <i>incidenza %</i> | <i>-0.062</i> | <i>-0.008</i> | <i>-0.016</i> |
| Imposte nette | 0.0 | -3.7 | -9.9 |

- Nell'ipotesi che la capacità produttiva del settore sia pienamente utilizzata, nel medio periodo la riduzione degli investimenti potrebbe impattare sulla crescita potenziale del settore e quindi sulla produzione.

Lo scenario 2: i risultati

- L'impatto della web tax dello scenario 2 è di poco superiore a quello calcolato nello scenario 1B
- Anche se i canali di trasmissione degli effetti della web tax sono diversi (traslazione sui prezzi di vendita vs. riduzione dei margini operativi), considerando i feedback su investimenti e fatturato i due scenari danno risultati simili
- La convergenza tra gli scenari 1B e 2 rende più robusti i risultati dell'analisi di impatto. Anche ipotizzando modelli di comportamento delle imprese di e-commerce più complessi di quelli considerati (ad esempio solo alcune imprese trasferiscono integralmente la web tax sui prezzi di vendita) l'impatto sarebbe comunque vicino a quello delineato dai due scenari 1B e 2
- La riduzione del livello di attività economica comporta una diminuzione delle imposte indirette nette di quasi 10 milioni di €, pari al 18,5% del gettito stimato della web tax



Lo scenario 3A: le ipotesi

- Lo scenario 3A utilizza le stesse ipotesi che sono alla base dello scenario 1A, ma considera come base imponibile l'intero fatturato del settore dell'e-commerce, pari 8,8 miliardi di € (aggiornamento 2017)
- La possibilità che il Governo adotti una definizione così ampia della base imponibile della web tax può derivare dalla necessità di acquisire nuovi fonti di entrata. La web tax applicata ad una base imponibile più ridotta (scenari 1B e 2) genererebbe entrate nette pari a 43-44 milioni di €, mentre un'estensione della base imponibile porterebbe ad entrate pari a 220-240 milioni

L'impatto della web tax nello scenario 3A: scostamento dalla base (milioni di €; unità di lavoro)

| | Effetti diretti | Effetti diretti e indiretti | Effetti diretti, indiretti e indotti |
|--------------------------|-----------------|-----------------------------|--------------------------------------|
| Imponibile | 8 833.6 | 8 833.6 | 8 833.6 |
| Imposta | 265.0 | 265.0 | 265.0 |
| Produzione | -338.0 | -676.3 | -1 352.1 |
| <i>incidenza %</i> | <i>-0.273</i> | <i>-0.022</i> | <i>-0.044</i> |
| Valore aggiunto | -198.0 | -359.4 | -696.7 |
| <i>incidenza %</i> | <i>-0.273</i> | <i>-0.025</i> | <i>-0.048</i> |
| Investimenti fissi lordi | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| Unità di lavoro | -4 988 | -7 033 | -12 427 |
| <i>incidenza %</i> | <i>-0.273</i> | <i>-0.030</i> | <i>-0.053</i> |
| Imposte nette | 0.0 | -8.2 | -28.7 |

Lo scenario 3A: i risultati

- L'impatto della web tax dello scenario 3A è superiore a quello degli scenari 1 e 2 per effetto dell'estensione della base imponibile
- Gli **effetti diretti** comportano una riduzione della produzione di 338 milioni di € e dell'occupazione di quasi 5 mila unità. Considerando anche gli **effetti indotti** l'impatto supera le 7 mila unità di lavoro
- L'impatto complessivo sulla produzione è di circa 1,4 miliardi di € (1,1% del commercio al dettaglio), quello sul valore aggiunto è di quasi 700 milioni (1,0%) e quello sull'occupazione è di oltre 12 mila unità (0,7%)
- La riduzione del livello di attività economica comporta una diminuzione delle imposte indirette nette di 19 milioni di €, pari al 10,8% del gettito stimato della web tax



Lo scenario 3B: le ipotesi

- Lo scenario 3B utilizza le stesse ipotesi che sono alla base dello scenario 1B, ma considera come base imponibile l'intero fatturato del settore dell'e-commerce, così come è stato fatto per lo scenario 3A
- Considerando anche le possibili ricadute sugli investimenti delle imprese di e-commerce l'impatto risulta maggiore che nello scenario 3A

L'impatto della web tax nello scenario 3B: scostamento dalla base (milioni di €; unità di lavoro)

| | Effetti diretti | Effetti diretti e indiretti | Effetti diretti, indiretti e indotti |
|--------------------------|-----------------|--------------------------------|--|
| Imponibile | 8 833.6 | 8 833.6 | 8 833.6 |
| Imposta | 265.0 | 265.0 | 265.0 |
| Produzione | -358.1 | -1 001.5 | -1 956.1 |
| <i>incidenza %</i> | <i>-0.290</i> | <i>-0.032</i> | <i>-0.063</i> |
| Valore aggiunto | -209.8 | -507.7 | -984.0 |
| <i>incidenza %</i> | <i>-0.290</i> | <i>-0.035</i> | <i>-0.067</i> |
| Investimenti fissi lordi | -242.5 | -242.5 | -242.5 |
| Unità di lavoro | -5 286 | -9 206 | -16 824 |
| <i>incidenza %</i> | <i>-0.290</i> | <i>-0.040</i> | <i>-0.072</i> |
| Imposte nette | 0.0 | -17.0 | -46.0 |

Lo scenario 3B: i risultati

- L'impatto della web tax dello scenario 3B è più elevato in quanto prende in considerazione anche l'impatto sugli investimenti
- Gli **effetti diretti** sono simili a quelli dello scenario precedente, mentre considerando anche gli **effetti indotti** l'impatto è più alto e supera le 9 mila unità di lavoro
- L'**impatto complessivo** sulla produzione è di quasi 2,0 miliardi di € (1,6% del commercio al dettaglio), quello sul valore aggiunto è di circa 980 milioni (1,4%) e quello sull'occupazione è di quasi 18 mila unità (0,9%). Sul totale dell'**economia italiana** l'impatto relativo è molto più contenuto e raggiunge lo 0,07% in termini di valore aggiunto ed occupazione



- La riduzione del livello di attività economica comporta una diminuzione delle imposte indirette nette di circa 46 milioni di €, pari al 17,4% del gettito stimato della web tax

Sintesi degli scenari

L'impatto della web tax nei diversi scenari. Gli effetti totali. Scostamento dalla base (milioni di €; unità di lavoro)

| | Scenario 1A | Scenario 1B | Scenario 1A alternativo | Scenario 1B alternativo | Scenario 2 | Scenario 3A | Scenario 3B |
|--------------------|----------------|----------------|-------------------------------|-------------------------------|---------------|----------------|----------------|
| Web tax | 53 | 53 | 53 | 53 | 53 | 265 | 265 |
| Produzione | -273 | -395 | -164 | -237 | -421 | -1 352 | -1 956 |
| <i>incidenza %</i> | <i>-0.009</i> | <i>-0.013</i> | <i>-0.005</i> | <i>-0.008</i> | <i>-0.014</i> | <i>-0.044</i> | <i>-0.063</i> |
| Investimenti | 0 | -49 | 0 | -29 | -53 | 0 | -242 |
| Occupazione | -2 507 | -3 395 | -1 504 | -2 036 | -3 615 | -12 427 | -16 824 |
| <i>incidenza %</i> | <i>-0.011</i> | <i>-0.015</i> | <i>-0.006</i> | <i>-0.009</i> | <i>-0.016</i> | <i>-0.053</i> | <i>-0.072</i> |

Indice

- Introduzione dello studio
- Le proposte sul tavolo
- Impatto economico: i canali di trasmissione
- Focus: il settore dell'e-commerce in Italia
- Il modello e gli scenari analizzati
- I risultati delle simulazioni
- **Riferimenti**

Riferimenti

- CNBC, 2017, «Small business is providing big power behind Amazon», article published on 26 December 2017
- Copenhagen Economics, 2018, «The proposed EU Digital Services Tax: effects on welfare, growth and revenues», September 2018
- Einav, L., D. Knoepfle, J. Levin and N. Sundaresan, 2014, «Sales taxes and internet commerce», American Economic Review, 104(1), pp.1-26
- Eurobarometer, 2016, Flash Eurobarometer 439, «The use of online marketplaces and search engines by SMEs»
- Golsbee, A., 2000, «In a world without borders: the impact of taxes on internet commerce», Quarterly Journal of Economics, 115(2), pp.561-76
- International Monetary Fund, Matheson, T. and P. Petit, 2017, «Taxing telecommunications in developing countries», IMF Working Papers 17/247
- Joint Research Centre of the European Commission, 2016, «An economic policy perspective on online platforms», JRC Technical Reports
- OECD, 2011, «OECD guide to measuring the information society», OECD Publishing, Paris
- Real Business, 2017, «Extra SME support as five millions businesses now advertise on Facebook», article published on 10 April 2017
- Rochet, J. and J. Tirole, 2014, Two-sided markets: an overview, MIT Publication

Contatti

Bologna

Via Guglielmo Marconi, 43
+39 051 6480911
italy@prometeia.com

Londra

Dashwood House 69 Old Broad Street
EC2M 1QS
+44 (0) 207 786 3525
uk@prometeia.com

Il Cairo

Smart Village - Concordia Building, B2111
Km 28 Cairo Alex Desert Road
6 of October City, Giza
egypt@prometeia.com

Milano

Via Brera, 18
Viale Monza, 265
+39 02 80505845
italy@prometeia.com

Istanbul

River Plaza, Kat 19
Büyükdere Caddesi Bahar Sokak
No. 13, 34394
| Levent | Istanbul | Turkey
+ 90 212 709 02 80 – 81 – 82
turkey@prometeia.com

Mosca

ul. Ilyinka, 4
Capital Business Center Office 308
+7 (916) 215 0692
russia@prometeia.com

Roma

Via Tirso, 26
italy@prometeia.com



Prometeia



@PrometeiaGroup



Prometeiagroup



Prometeia

www.prometeia.it



Allegato - Lo scenario 3A alternativo: le ipotesi

→ Lo scenario 3A alternativo utilizza le stesse ipotesi che sono alla base dello scenario 1A alternativo, ma considera come base imponibile l'intero fatturato del settore dell'e-commerce, pari 8,8 miliardi di € (aggiornamento 2017)

L'impatto della web tax nello scenario 3A alternativo: scostamento dalla base (milioni di €; unità di lavoro)

| | Effetti diretti | Effetti diretti e indiretti | Effetti diretti, indiretti e indotti |
|--------------------------|------------------------|------------------------------------|---|
| Imponibile | 8 833.6 | 8 833.6 | 8 833.6 |
| Imposta | 265.0 | 265.0 | 265.0 |
| Produzione | -202.8 | -405.8 | -811.2 |
| <i>incidenza %</i> | <i>-0.164</i> | <i>-0.013</i> | <i>-0.026</i> |
| Valore aggiunto | -118.8 | -215.6 | -418.0 |
| <i>incidenza %</i> | <i>-0.164</i> | <i>-0.015</i> | <i>-0.029</i> |
| Investimenti fissi lordi | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| Unità di lavoro | -2 993 | -4 220 | -7 455 |
| <i>incidenza %</i> | <i>-0.164</i> | <i>-0.018</i> | <i>-0.032</i> |
| Imposte nette | 0.0 | -4.9 | -17.2 |

Allegato - Lo scenario 3A alternativo: i risultati



Allegato - Lo scenario 3B alternativo: le ipotesi

- Lo scenario 3B alternativo utilizza le stesse ipotesi che sono alla base dello scenario 1B alternativo, ma considera come base imponibile l'intero fatturato del settore dell'e-commerce, così come è stato fatto per gli scenario 3A, 3A alternativo e 3B
- Considerando anche le possibili ricadute sugli investimenti delle imprese di e-commerce l'impatto risulta maggiore che nello scenario 3B alternativo

L'impatto della web tax nello scenario 3B alternativo: scostamento dalla base (milioni di €; unità di lavoro)

| | Effetti diretti | Effetti diretti e indiretti | Effetti diretti, indiretti e indotti |
|--------------------------|-----------------|-----------------------------|--------------------------------------|
| Imponibile | 8 833.6 | 8 833.6 | 8 833.6 |
| Imposta | 265.0 | 265.0 | 265.0 |
| Produzione | -214.9 | -600.9 | -1 173.6 |
| <i>incidenza %</i> | <i>-0.174</i> | <i>-0.019</i> | <i>-0.038</i> |
| Valore aggiunto | -125.9 | -304.6 | -590.4 |
| <i>incidenza %</i> | <i>-0.174</i> | <i>-0.021</i> | <i>-0.040</i> |
| Investimenti fissi lordi | -145.5 | -145.5 | -145.5 |
| Unità di lavoro | -3 171 | -5 524 | -10 094 |
| <i>incidenza %</i> | <i>-0.174</i> | <i>-0.024</i> | <i>-0.043</i> |
| Imposte nette | 0.0 | -10.2 | -27.6 |

Allegato - Lo scenario 3B alternativo: i risultati

