

WIRED

MASSIMILIANO PAPPALARDO

ANTONELLO LUPO

IL COMMENTO 13.03.2023

Si può stabilire esattamente il valore economico dei dati?

È la domanda a cui in qualche modo dovrà rispondere la Procura di Milano che persegue Meta per Iva non versata. Ma rispondere alla domanda non sarà così semplice



Logo di Meta. Immagine di Muhammad Asyfaul su Unsplash

L'indagine avviata dalla Procura di Milano, su impulso della Procura europea, nei confronti di Meta per una presunta evasione fiscale per 870 milioni di euro apre un nuovo capitolo in relazione al controverso tema della monetizzazione dei dati personali.

In base a quanto riportato da *Il Fatto Quotidiano*, la contestazione riguarderebbe l'**Iva non versata in relazione all'iscrizione degli utenti** sulle piattaforme social del colosso di Menlo Park. Per quanto gli utenti non paghino un corrispettivo in denaro, ciò non di meno – in base alle

prospettazioni degli inquirenti – la registrazione degli utenti comporterebbe un conferimento di dati personali, poi utilizzati da Meta per finalità di natura commerciale, Ivi inclusa la profilazione. L'operazione sarebbe stata, quindi, qualificata ai fini fiscali come permuta di beni differenti.

Tale iniziativa aggiunge un ulteriore tassello ad un quadro normativo e giurisprudenziale in materia di **data monetization**, già molto intricato, che, nel corso degli ultimi anni, vede concorrere leggi (talvolta non armonizzate) ed investigazioni da parte di diverse autorità di controllo nazionali ed europee aventi ad oggetto modelli di *business*, basati sui dati degli utenti, tra loro anche molto diversi. All'*enforcement* delle *Data Protection Authorities*, in tempi più recenti, si sono, infatti, affiancate le iniziative delle autorità competenti in materia di diritto dei consumatori e di diritto della concorrenza.

In tale contesto, per quanto una più corretta redistribuzione sul mercato europeo della **ricchezza generata dalle piattaforme** rappresenti un obiettivo centrale per il futuro del nostro sistema economico, sempre più *data driven*, l'iniziativa della Procura di Milano pone più di un interrogativo.

Sotto il profilo del diritto tributario, l'impressione che se ne trae è quella di una **iniziativa volta a “piegare” gli attuali principi informatori del sistema** al fine di assoggettare a tassazione le fattispecie derivanti dalla nuova economia digitale (fenomeno del resto non nuovo se si pensa al dibattito dei primi anni duemila in merito ai “server” come stabili organizzazioni nell'ambito dell'allora nascente fenomeno dell'e-commerce).

Da qui discendono una serie di interrogativi che si collegano innanzitutto alla possibilità di **definire il “dato” come bene economicamente rilevante** che possa essere oggetto di uno scambio tra l'utente e la piattaforma. Questo sembra infatti il presupposto necessario affinché si possa parlare di un'operazione imponibile ai fini Iva (permuta di beni differenti, come riportato negli articoli di stampa). E se la risposta dovesse essere positiva, le conseguenze potrebbero essere innumerevoli.

Ogni registrazione effettuata da un utente per potere accedere ad una piattaforma, un sito, una applicazione sarebbe potenzialmente qualificabile come “cessione” di un bene con conseguente applicazione del **concetto di permuta di beni e quindi di operazione Iva**.

Ci sembra chiaro che un tale approccio non possa che condurre a conclusioni approssimative mentre, viceversa, la via maestra sarebbe quella di una rivisitazione profonda (innanzitutto a livello europeo e sovranazionale) dei **principi che informano il sistema tributario e quello dell'Iva**.

L'ipotesi accusatoria appare, inoltre, **difficilmente conciliabile con la normativa in materia di privacy**. La Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea riconosce, infatti, la protezione dei dati personali tra i diritti fondamentali dell'individuo. Partendo da tale principio, lo *European Data Protection Supervisor* – nel corso dell'*iter* legislativo che ha poi portato all'adozione della direttiva Ue sulla fornitura di contenuti e servizi digitali (2019/770), volta a garantire ai consumatori che conferiscono i propri dati personali per poter accedere ad un servizio digitale, le medesime tutele riservate ai consumatori che per accedere a tale servizio versano un corrispettivo in denaro – ha affermato che *i dati personali non possono essere comparati ad un prezzo o a denaro*», rilevando che «*la nozione di "dati come controprestazione" dovrebbe essere evitata*».

A fronte di tali parole che **escludono in modo netto una mercificazione dei dati personali**, il cui trattamento dovrebbe essere sempre accompagnato da speciali garanzie, appare difficile sostenere poi che essi possano costituire oggetto di una permuta.

Posto che gli **interessi giuridici tutelati dalle diverse normative** di settore possono essere tra loro molto distanti, imprescindibile appare uno sforzo di armonizzazione e coordinamento, volto a preservare i diritti della persona, senza ignorare, tuttavia, l'utilizzo per finalità di natura commerciale che nei fatti viene effettuato di tali dati e gli interessi economici sottesi.

Si deve partire però da **posizioni di maggiore chiarezza nei confronti delle persone e degli operatori commerciali**. Anche il perseguimento degli obiettivi più nobili non può avvenire al di fuori di un quadro di regole certe e coerenti. Fughe in avanti e iniziative prive del necessario coordinamento possono essere controproducenti e rappresentare un freno per gli investimenti in un settore strategico in cui l'UE ambisce ad assumere una posizione di *leadership*.

Inutile dire che, ove l'impostazione della Procura di Milano dovesse trovare accoglimento, essa potrebbe comportare significative ricadute, non solo nei confronti delle grandi piattaforme, ma sui **modelli di business di una platea ben più ampia di operatori**. Si pensi a quanto sta accadendo nel settore dell'editoria *online* con i *cookie paywall*.

UGHI E NUNZIANTE

STUDIO LEGALE

Rassegna Stampa