

Facendo riferimento alla gentile odierna Vostra delle ore 9.58, sotto riportata, sintetizziamo di seguito, i principali temi rilevanti per la Federazione Finco (vedi in allegato la composizione). Nel restare a disposizione per ogni ulteriore approfondimento, porgiamo i nostri migliori saluti.

Angelo Artale
Direttore Generale FINCO

1. Ripristinare le detrazioni fiscali del 65% per infissi e schermature solari e rendere strutturali le detrazioni per la riqualificazione energetica

All'articolo 1, comma 67, della Legge di Bilancio 2019 viene prevista la proroga per un anno delle detrazioni fiscali per l'efficienza energetica, con percentuali differenziate a seconda della tipologia di intervento prescelto, confermando la percentuale del 50% per infissi e schermature solari.

Il che sembra ai limiti dell'autolesionismo.

Con tutta evidenza non sono stati infatti adeguatamente valutati i risultati, attesi ma non per questo meno clamorosi, del Dossier recentemente elaborato dal Servizio Studi dei Dipartimenti Ambiente e Finanze della Camera dei Deputati in collaborazione con il Cresme.

Il dato che emerge non può essere aggirato: **un saldo positivo per il Paese di 23, 5 miliardi di euro nel decennio!** E poiché la principale problematica sollevata circa il mantenimento della detrazione fiscale per la riqualificazione energetica del 65% per infissi e schermature (ora abbattuta come detto al 50%, cioè allo stesso livello degli interventi per le ristrutturazioni edilizie "semplici") è sempre stata quella relativa al supposto nocumento per il gettito erariale, la Federazione ritiene sia una imperdibile occasione per riconsiderare la questione, **anche sotto il profilo del rilancio dei lavori e dei cantieri.**

Con l'abbattimento al 50% di sole due tipologie di intervento di riqualificazione energetica, ponendole alla stregua di quelle per le ristrutturazioni edilizie, si confondono le idee circa una misura il cui successo è attribuibile, nel tempo, anche alla chiarezza del dispositivo (se poi fossero malauguratamente confermati i tetti di spesa ammissibili per metro quadrato che erano informalmente circolati lo scorso anno, si favorirebbero da un lato prodotti esteri di minore qualità e, dall'altro, il ritorno almeno parziale del nero). Oltre a questo, si ingenera confusione nella valutazione della convenienza dell'intervento da parte del consumatore stante il diverso grado di complessità insito nelle due differenti procedure di richiesta della detrazione. Si dovrebbe, anzi, pensare di ridurre da 10 a 5 anni il periodo di compensazione fiscale, dati i positivi risultati di cui sopra.

È di chiara evidenza, infine, la necessità di rendere finalmente strutturale questo tipo di detrazioni fiscali per consentire a cittadini ed imprese di pianificare gli interventi ed al Paese di raggiungere i suoi "obiettivi PNIEC".

2. Eliminare split payment e la ritenuta di acconto dell'8% su ecobonus (in subordine, ripristino al 4%).

Il meccanismo dello **split payment** comporta, oltre ad una complicazione procedurale, un incremento importante del credito IVA a carico delle imprese, il cui rimborso è talvolta problematico e comunque tale, nei tempi, da configurare un

grave squilibrio finanziario delle imprese in genere, e di quelle del settore delle costruzioni in particolare.

Tale rilevante perdita – diciamo anche sottrazione – di liquidità colpisce in particolare le piccole e medie imprese che rappresentano, peraltro, la maggior parte delle 13.000 associate alla Federazione FINCO. Poiché la ratio del provvedimento è quella di combattere l'evasione, riteniamo ora tale previsione assolutamente ultronea rispetto all'accennata esigenza di contrastare l'evasione, stante il generale obbligo di fatturazione elettronica introdotto nel nostro Paese a partire dal 1 gennaio 2019.

Analoga riflessione va fatta in relazione al vigente obbligo della **ritenuta dell'8%**, sulle spese di ristrutturazione edilizia e riqualificazione energetica, introdotta inizialmente con aliquota del 4% (Decreto Legge 31 maggio 2010 n. 78, art. 25) e poi innalzata dalla Legge di Stabilità 2015, n. 190/2014, art. 1, commi 47, 48 e 657.

In forza di tale normativa, nel momento in cui vengono accreditate le somme nelle banche o alle Poste italiane S.p.A. viene trattenuto un ammontare pari all'8% a titolo di acconto dell'imposta sul reddito dovuta dai beneficiari, con obbligo di rivalsa.

Anche in questo caso l'introduzione vincolante ed erga omnes della fatturazione elettronica fa venire meno una delle principali motivazioni della ritenuta, rimanendo solo quella di anticipo di cassa a favore dello Stato sui futuri ricavi (se ce ne saranno!) delle imprese.

In definitiva, il permanere di meccanismi quali lo split payment e la ritenuta d'acconto dell'8% in presenza della fatturazione elettronica configurerebbe la mera ed unica volontà da parte dello Stato di incamerare anticipazioni sulle legittime e costituzionalmente protette attività aziendali, disinteressandosi di ogni altra conseguenza, essendo venuta, appunto, meno la ragione principale alla base delle misure in parola.

3. Crediamo che la legge n.58/2019, di conversione del cosiddetto **Decreto "Crescita"**, possa contribuire ad un'auspicabile ripresa del Paese e della sua vicenda economica.

Di particolare interesse risultano, tra le altre, le misure riguardanti la neutralità fiscale nei casi di concentrazione di imprese, il superammortamento, lo sprone alle attività di internazionalizzazione, le modifiche alla nuova Sabatini.

Importantissima, poi, l'estensione alle zone 2 e 3 di rischio sismico dell'agevolazione cosiddetta "Sismabonus".

Tuttavia, esprimiamo estrema perplessità sulla previsione dello **sconto in fattura di cui all'articolo 10**. Riteniamo che vi sia stata una quantomeno inadeguata Analisi di Impatto della Regolamentazione.

Lo sconto in fattura del 50% con la possibilità - ma solo dopo i rilievi dell'Antitrust - della ulteriore cessione del credito, per poter essere efficace almeno in parte dovrebbe arrivare sino agli Istituti di Credito, cosa invece espressamente inibita, e magari essere limitata nell'applicazione a cantieri di una certa entità. Potrebbe poi essere ipotizzata una linea di credito ad hoc con particolari tassi di interesse per le imprese.

La suddetta Analisi d'Impatto avrebbe indotto a riflettere circa gli effetti di questa misura che rischia di: a) penalizzare le piccole imprese che effettuano lavori diretti e, quindi in

prospettiva, i cittadini, nelle migliaia di piccoli interventi che caratterizzano questo mercato; b) rilanciare il mercato nero.

Auspichiamo un ripensamento da parte del Governo in sede di Legge di Bilancio o con la cancellazione della previsione o con una modifica ad hoc della norma.

4. Incentivi alla pubblicità stradale

La **pubblicità in esterna** ha una caratteristica del tutto peculiare, rispetto ad altre tipologie di pubblicità che di norma vengono utilizzate dalle imprese. Tale caratteristica è l'immediato versamento di una grossa percentuale "dell'investito", in canoni e tasse ai Comuni ed ai proprietari delle strade nelle quali viene installata la pubblicità esterna (in aggiunta alle tradizionali Imposte dirette come Ires e Irap, che gravano sulle imprese) portando allo Stato *in senso lato*, notevoli risorse, non paragonabili ad alcun altro sistema pubblicitario, ed addirittura superiori ai prodotti di forte impatto sociale come ad esempio tabacchi ed alcolici.

Contrariamente al comparto della **pubblicità esterna**, altri settori pubblicitari (Radio-Tv-Giornali) sono stati destinatari di rilevanti incentivi negli anni scorsi (credito d'imposta, pari al 75 per cento del valore incrementale degli investimenti effettuati, elevato al 90 per cento nel caso di microimprese, piccole e medie imprese e start up innovative - **Decreto Legge 24 aprile 2017, n. 50**, recante *disposizioni urgenti in materia finanziaria, iniziative a favore degli enti territoriali, ulteriori interventi per le zone colpite da eventi sismici e misure per lo sviluppo*, poi **convertito in Legge 21 giugno 2017, n. 96**), che hanno disallineato il mercato pubblicitario.

Confidiamo che a tale disparità potrà essere posto rimedio nell'ambito della prossima Legge di Bilancio, estendendo le agevolazioni anche al suddetto settore della pubblicità esterna - che, tra le altre cose, è quello più vicino alle piccole imprese ed al territorio.

5. Teleriscaldamento a biomassa legnosa

Al fine di riconoscere l'Iva agevolata al 5% per i clienti allacciati alle **reti di teleriscaldamento a biomassa** - rispondendo così alle indicazioni previste all'art. 10 comma 17 del Dlgs. 102/2014 di promuovere il teleriscaldamento e rendere maggiormente competitivo il servizio - proponiamo la modifica della Tabella A del D.P.R. 633/72.

Nello specifico, nella Parte II-bis del D.P.R. bisognerebbe inserire il seguente punto: *I-quater) fornitura di energia tramite reti di teleriscaldamento e teleraffrescamento a biomassa legnosa*. Inoltre, al n.122 della Tabella A -Parte III del D.P.R. 633/72, bisognerebbe sostituire la dizione "*alle forniture*" da altre fonti con la dizione: "*alla quota di fornitura*" da altre fonti.

Ricordiamo che il teleriscaldamento rappresenta un intervento strutturale di primario interesse generale per il territorio per pianificare il rilancio delle zone rurali e montane, oltre che per creare i presupposti per riattivare la gestione forestale e attirare nuovi investimenti legati alle infrastrutture digitali (banda larga).

Il gettito richiesto sarebbe di 6 milioni di Euro/annuo a fronte di un risparmio in termini di emissioni di circa 550.000 t/annue di CO₂.

In alternativa alle modifiche su riportate e per la medesima motivazione, proponiamo l'inserimento, sempre nella Tabella A - Parte III del D.P.R. 633/72, del seguente punto: 122-bis) *fornitura di energia tramite reti di teleriscaldamento e teleraffrescamento a biomassa*.

6. Local tax prevista dall'Art.97 della Legge di Bilancio 2020 (con proposte di Emendamenti)

L'art.97 della Legge di Bilancio per l'anno 2020 prevede l'istituzione a partire dal 2021 di una nuova imposizione denominata "Local Tax" che, come indicato al primo comma del citato articolo, prevede l'unificazione della Cosap, dell'ICP, del Cimp e della Tosap.

Tale Local Tax regolerebbe, in sostanza, fattispecie tributarie diverse che non sono, in realtà, unificabili poiché i loro presupposti sono solo in parte coincidenti. Infatti la Pubblicità Esterna non necessariamente occupa suolo pubblico ma può essere ubicata su suolo privato e quindi ha un presupposto differente; ossia la diffusione di messaggi pubblicitari in luoghi pubblici o aperti al pubblico.

La Local Tax prevede inoltre che i comuni debbano operare a parità di gettito ossia il ricavato di tale tributo deve essere eguale alla somma dei tributi che accorpa. La distribuzione del carico fiscale viene decisa dai comuni, dalle città metropolitane e dalla province in modo autonomo ed a seconda del carico fiscale gravante su ogni fattispecie oggetto di imposizione.

Tale Local Tax a rigore non è più una tassa o una imposta, ma diviene un canone che non ha tariffe massime, ma solamente tariffe standard e questo fatto non può che generare incertezze per chi opera su una pluralità di settori, inoltre la tariffa standard è unica per tutte le fattispecie, ma essendo le stesse differenti non si comprende quale sia il criterio unificante.

La tariffa standard inoltre non esiste nel nostro ordinamento per i tributi, anche se essi sono locali, ma viene prevista solamente per i servizi o per i trasferimenti agli enti locali.

Dobbiamo inoltre rilevare che l'inserimento di questo nuovo canone nella bozza di Legge di Bilancio non appare conforme ai criteri definiti dall'art. 1 della legge 163 del 2016, modifica della Legge 196 del 31.12.2009, ed in particolare alla previsione dell' art.21 comma 1 quinquies che stabilisce il contenuto della legge di bilancio, in quanto tale previsione non incide, sulla base di quanto affermato sia dal suo testo sia dalle tabelle allegate al Bilancio 2020, sui saldi delle entrate e delle spese ed ha, di conseguenza, una natura ordinamentale. Tale previsione che di fatto determina, soprattutto se si considerano i precedenti articoli inerenti la riscossione e l'unificazione dell'IMU e della TASI, una complessiva riforma del sistema della fiscalità locale e dei suoi tributi, avrebbe una più coerente logica nella redazione di un disegno di legge di iniziativa governativa invece che in una norma della legge di bilancio.

Rileviamo che è, sulla base di queste previsioni, difficile se non impossibile determinare l'incidenza di questo "nuovo" canone sull'intero comparto non avendo un sistema tariffario unitario, come era invece quello previsto sia dall' imposta comunale sulla pubblicità sia dal canone sostitutivo della imposta sulla pubblicità. Osserviamo a tale riguardo che lo stesso canone sulla pubblicità era stato definito dalla Corte Costituzionale nella sentenza n. 141 del 2009 un tributo e non un canone, come invece sarebbe quello attualmente previsto dall'art.97 in commento.

L'ipotesi di Local Tax mescola quindi situazioni normativamente differenti ossia il canone occupazione suolo pubblico (che ha natura patrimoniale) con fattispecie quali l'imposta comunale sulla pubblicità e il canone sostitutivo dell'imposta sulla pubblicità e la tassa occupazione suolo pubblico che hanno invece natura tributaria e sono imposte a tutti gli effetti.

La Local Tax nella sostanza sopprime sia il d.l.vo 446 del 1997 artt.62 e 63 che il D.l.vo 507 del 1993 capo I e capo II, come viene espressamente indicato nel comma 32 del predetto art.97.

Veniamo ora ad esaminare nel dettaglio le previsioni contenute nell'art.97 in modo da poter valutare i principali interventi che dovrebbero essere posti in essere per rendere praticabile questa previsione normativa a tale riguardo riassumiamo i principali punti critici :

- 1) La previsione di una tariffa standard, che lo ribadiamo non esiste per i tributi nel nostro ordinamento, di fatto determina una possibilità di disparità di trattamento nel caso di ambiti

simili, senza che vi sia la certezza sui criteri di applicazione da parte delle amministrazioni locali e ciò causa gravi danni alle imprese che operano su tutto il territorio nazionale. E' necessario, quantomeno per la diffusione di comunicazioni pubblicitarie, stabilire una tariffa massima poiché solo in questo modo è possibile prevedere i costi derivanti da questa imposizione.

- 2) La tariffa non può essere la stessa se si occupa uno spazio privato o concesso da terzi (ad esempio aeroporti, stadi, palazzetti dello sport, stazioni e metropolitane) o se si tratta di veicoli del pubblico trasporto o veicoli privati; è necessario per tali fattispecie prevedere almeno il dimezzamento della tariffa o comunque uno specifico trattamento di riduzione in quanto non ci sarebbe alcuna omogeneità nel trattamento delle varie fattispecie.
- 3) La norma omette qualsiasi maggiorazione attualmente applicata per medi e grandi formati, per categorie di territorio o per luminosità, sembra che questi criteri siano devoluti ai comuni, ma non è chiaro se ciò è vero (in quanto questi elementi non sono richiamati nelle norme che prevedono il regolamento) e quali incidenze avranno in futuro sui canoni. La mancanza di criteri genera per gli enti locali e per gli utenti una notevole incertezza e potrebbe avere ampie ripercussioni negative sui conti economici delle imprese.
- 4) Comprendere in un unico canone fattispecie diverse che hanno tariffe differenti e non omogenee genera dei seri problemi operativi e determina una eccessiva pressione fiscale sulle singole imprese.
- 5) Il mercato della pubblicità esterna è ancora oggi in flessione e comunque non ha minimamente recuperato gli investimenti in pubblicità del periodo antecedente la crisi del 2008. Questa nuova ipotesi di tassazione potrebbe definitivamente metterlo in crisi , determinando la chiusura delle imprese e una progressiva perdita di migliaia di posti di lavoro sia delle imprese che dell'indotto senza possibilità di reimpiego dei dipendenti che verrebbero licenziati.
- 6) La mancanza di un criterio vincolante rende impossibile una valutazione dell'impatto economico del canone unico e quindi impedisce una valutazione del sistema che la nuova normativa introduce.

La soluzione ideale sarebbe per noi che questa norma venisse espunta dalla legge di bilancio e trasformata in un disegno di legge d'iniziativa governativa avviando un percorso per la sua rielaborazione.

Ritenendo purtroppo questa ipotesi difficilmente perseguibile, abbiamo predisposto alcuni emendamenti che consentono di limitarne gli effetti, salvo poi approfondire il tema nel corso dell'anno 2020.

Proposte di emendamenti all'art.97 della bozza di Legge di Bilancio 2020

Al comma 2 inserire le seguenti parole : dopo le parole “tariffe” aggiungere le seguenti parole ” ad eccezione della diffusione di messaggi pubblicitari ove si applicano le tariffe di cui al comma 11 come massime”.

Al comma 3 dopo le parole “decreto legislativo 30 aprile 1992 n.295 aggiungere le seguenti parole:

"Il canone è sempre a favore dell'ente che, per competenza, ha l'onere del rilascio dell'autorizzazione".

Al comma 4 lett.b) dopo le parole “ a uso privato” aggiungere le seguenti parole : “ per gli impianti ubicati su suolo privato e sui veicoli pubblici e privati il canone viene ridotto della metà in quanto non occupano suolo pubblico.”

Al comma 6 lett.d) dopo le parole “pubbliche affissioni” aggiungere le parole :”qualora i comuni non si avvalgano della facoltà prevista dal successivo comma 21 di non prevedere un servizio pubbliche affissioni”

Il comma 11 si sostituisce come segue : “La tariffa annua, modificabile ai sensi del comma 2, in base alla quale si applica il canone relativo alle fattispecie di cui al comma 4 lett. a) nel caso in cui l’occupazione si protrae per l’intero anno solare è la seguente:

Classificazione dei Comuni

Tariffa standard

Comuni con oltre 500.000 abitanti euro 70,00

Comuni da oltre 100.000 fino a 500.000 abitanti euro 60,00

Comuni da oltre 30.000 fino a 100.000 abitanti euro 50,00

Comuni da oltre 10.000 fino a 30.000 abitanti euro 40,00

Comuni fino a 10.000 abitanti euro 30,00

La tariffa massima in base alla quale si applica il canone relativo alle fattispecie di cui al comma 4 lett. b) nel caso in cui la diffusione dei messaggi pubblicitari per l'intero anno solare è la seguente :

Classificazione dei Comuni

Tariffa massima

Comuni con oltre 500.000 abitanti euro 70,00

Comuni da oltre 100.000 fino a 500.000 abitanti euro 60,00

Comuni da oltre 30.000 fino a 100.000 abitanti euro 50,00

Comuni da oltre 10.000 fino a 30.000 abitanti euro 40,00

Comuni fino a 10.000 abitanti euro 30,00

Si precisa che in caso di nuove installazioni o di rimozioni degli impianti pubblicitari avvenute nel corso dell'anno si applicherà una tariffa mensile pari a un dodicesimo della tariffa massima sopraindicata.

Si precisa inoltre che la predetta tariffa si applica anche in caso di impianti di grande formato e di impianti luminosi o digitali.

Il comma 12 si sostituisce come segue : “12. La tariffa standard giornaliera, modificabile ai sensi del comma 2, in base alla quale si applica il canone relativo alle fattispecie di cui al comma 4 lett.a) nel caso in cui l’occupazione si protrae per un periodo inferiore all’anno solare è la seguente:

Classificazione dei Comuni

Tariffa standard

Comuni con oltre 500.000 abitanti	euro 2
Comuni da oltre 100.000 fino a 500.000 abitanti	euro 1,30
Comuni da oltre 30.000 fino a 100.000 abitanti	euro 1,20
Comuni da oltre 10.000 fino a 30.000 abitanti	euro 0,70
Comuni fino a 10.000 abitanti	euro 0,60

La tariffa massima in base alla quale si applica il canone relativo alle fattispecie di cui al comma 4 lett. b) nel caso in cui la diffusione dei messaggi pubblicitari si svolge per un periodo compreso tra un giorno e un mese è la seguente :

Classificazione dei Comuni

Tariffa standard

Comuni con oltre 500.000 abitanti	euro 2
Comuni da oltre 100.000 fino a 500.000 abitanti	euro 1,30
Comuni da oltre 30.000 fino a 100.000 abitanti	euro 1,20
Comuni da oltre 10.000 fino a 30.000 abitanti	euro 0,70
Comuni fino a 10.000 abitanti	euro 0,60
