

Cartelle, per i versamenti rinviati la chance della rateizzazione

DECRETO FISCALE

Faq di Agenzia Riscossione: fino al 31 gennaio bloccati i pignoramenti di stipendi

Congelate fino al termine del mese le verifiche delle Pa prima di pagare i fornitori

Luigi Lovecchio

C'è tempo fino al 28 febbraio (in realtà, il 1° marzo, essendo il 28 di domenica) per pagare le somme sospese dovute all'agente della riscossione, anche se non sempre ciò è obbligatorio. Il datore di lavoro deve interrompere il pignoramento dello stipendio fino a fine gennaio. Le trattative riprenderanno a febbraio. E inoltre, sempre fino a fine mese non si effettuano le verifiche degli enti pubblici su eventuali morosità del

debitore, per pagamenti maggiori di 5mila euro. Sono alcune delle precisazioni contenute nelle prime Faq dell'Ader pubblicate dopo l'emanazione del Dl 3/2021.

In forza dell'articolo 1 del Dl 3/2021, il periodo di sospensione di disposto nell'articolo 68 del Dl 18/2020, originariamente in scadenza a dicembre scorso, è stato ampliato di un mese. Tanto, a quanto si apprende, in attesa di un provvedimento più "stabile" che dovrebbe allungare ulteriormente il medesimo periodo.

Per effetto di tale modifica, tutte le somme non versate dovrebbero essere pagate, in un'unica soluzione, entro il primo marzo prossimo. Ci sono tuttavia diverse eccezioni che consentono di proporre una nuova domanda di rateazione. La prima riguarda il caso del debitore che ha ricevuto una cartella di pagamento per la quale, all'8 marzo scorso, non erano ancora scaduti i 60 giorni dalla notifica. L'interessato potrà certamente trasmettere l'istanza di dilazione nel

mese di febbraio. Ma la stessa possibilità è concessa a chi, sempre all'8 marzo scorso, aveva cartelle o atti di accertamento scaduti e mai dilazionati nonché ai contribuenti con dilazioni già decadute. In tutti questi casi, se si presenta la domanda entro la fine del 2021, si beneficia anche dell'allungamento a 10 rate non pagate della condizione di decadenza dal beneficio del termine. Inoltre, con domanda trasmessa sempre entro la fine dell'anno in corso, i soggetti che avevano piani di rientro decaduti a marzo 2020 possono accedere ad una nuova rateazione, senza pagare le rate scadute.

Tali nuove opportunità, previste dalla legislazione emergenziale, permettono di prevenire le azioni di recupero coattivo dell'agente della riscossione, una volta che la sospensione è terminata. Si ricorda ancora che, fino al 31 dicembre 2021, per debiti non superiori a 100mila euro (in luogo degli ordinari 60mila euro) non si deve documentare lo stato di difficoltà e dunque si può scegliere li-

I CODICI TRIBUTO

Tefa separata dalla Tari in F24

Definiti i codici tributo per il tributo sulla tutela ambientale (Tefa) che, a partire dal 2021, dovrà essere versato separatamente dalla Tari. La risoluzione 5/E/2021 ha, infatti, istituito i codici tributo «Tefa», «Tefn» e «Tefz» per il pagamento, rispettivamente, di tributo, interessi e sanzioni nei modelli F24 e F24Ep. Più in particolare, in F24 i codici vanno indicati nella sezione «Imu e altri tributi locali», in corrispondenza delle somme dovute e indicate nella colonna «Imposta debito versati», riportando nel campo «Codice ente/codice Comune» il codice catastale del Comune in cui sono gli immobili

beramente il numero delle rate del piano di rientro.

Occorre invece prestare attenzione a chi aveva dilazioni in corso all'8 marzo 2020. Se questi non ha pagato nessuna delle rate in scadenza nel periodo di sospensione, a febbraio si ritrova a dover versare tutto lo scaduto se non vuole decadere dalla dilazione. In tale ipotesi, conviene pagare comunque due o più delle quote se, in modo da rientrare nell'ammontare delle 10 rate non pagate.

Da ultimo, si segnalano che nelle Faq è scomparsa la precisazione secondo cui, i decaduti dalle dilazioni a fine 2019 che avevano avuto dilazioni scadute alla data di proposizione della domanda di condono, devono pagare le rate pregresse per accedere ad una nuova rateazione. Anche per questi soggetti, infatti, vale la regola che se si presenta la domanda entro la fine di quest'anno si è ammessi al piano di rateazione senza dover versare le rate pregresse.

PROVVEDIMENTO DELLE FISCALITÀ

Digital tax: il ruolo della localizzazione del dispositivo

Soglie di ricavi realizzati o percepiti con verifica per competenza e per cassa

Antonio Tomassini
Alberto Sandalo

Pubblicato il provvedimento attuativo dell'imposta sui servizi digitali. Contestualmente, il Dl 3/2021 ha prorogato di un mese i termini per il pagamento (16 marzo) e per la presentazione della dichiarazione (30 aprile). L'Agenzia aveva aperto una consultazione pubblica, chiusa il 31 dicembre. Quaranta i contributi raccolti, molti suggerimenti nella stessa direzione dei quali il provvedimento sembra tenere conto solo in parte. Si auspica una maggiore apertura nella circolare in fase di redazione.

L'imposta richiede il superamento, nell'anno solare 2019, di una doppia soglia di ricavi: (a) ricavi ovunque «realizzati» per non meno di 750 milioni di euro; ricavi «percepiti» da servizi digitali «localizzati» in Italia per non meno di 5,5 milioni. Il provvedimento conferma che la prima va verificata «per competenza», la seconda «per cassa».

Tre le tipologie di servizi digitali imponibili. La prima è la veicolazione su un'interfaccia digitale di pubblicità mirata (targeted advertising). Qui il provvedimento sembra ignorare il rischio di doppia imposizione che può verificarsi laddove risultino rilevanti sia i ricavi del soggetto che colloca la pubblicità sulla piattaforma di terzi, sia i ricavi percepiti dal soggetto che «ospita» la pubblicità sulla propria interfaccia. Ipotesi che la proposta di direttiva europea si preoccupa espressamente di prevenire. La seconda riguarda la messa a disposizione di un'interfaccia digitale che consenta agli utenti di met-

tersi in contatto e interagire tra loro, anche per facilitare lo scambio diretto fra utenti di beni e servizi. La terza include la trasmissione di dati raccolti dagli utenti e generati a seguito del loro utilizzo dell'interfaccia.

La base imponibile corrisponde alla percentuale dei ricavi globali derivanti da servizi digitali attribuibili al territorio dello Stato. Si guarda ai ricavi percepiti (principio di cassa). I ricavi sono assunti al lordo dei costi e al netto dell'Iva e delle altre imposte indirette. Non sono tassati i ricavi derivanti da servizi prestati a favore di società del gruppo.

Elemento cruciale è la non coincidenza tra il luogo da cui provengono i ricavi e il luogo in cui tali ricavi sono percentualmente «attribuiti» ai fini della determinazione dell'imposta. Il criterio di «localizzazione» dipende essenzialmente dalla localizzazione del dispositivo (smartphone, PC, tablet) mediante il quale l'utente si connette all'interfaccia. Il provvedimento stabilisce che il criterio è l'indirizzo IP o «qualsiasi altra informazione disponibile (...) che consenta la geolocalizzazione del predetto dispositivo». Opportunamente nella versione definitiva del provvedimento l'indirizzo IP non è più quindi il criterio primario.

L'obbligo di pagamento può ricadere sui contribuenti esteri, ma è prevista la responsabilità solidale di eventuali consociate italiane (salvo che il contribuente estero sia residente in Paese non collaborativo o agisca in Italia con stabile organizzazione). Il provvedimento chiarisce che la solidarietà opera anche se la consociata italiana non è soggetto passivo dell'imposta. Il provvedimento interviene, infine, in merito agli adempimenti contabili che le imprese soggette all'imposta devono rispettare mensilmente.

Stima formale del patrimonio per diventare Ets

TERZO SETTORE

Dai Notai di Milano le prassi per la trasformazione delle associazioni esistenti

Angelo Busani

Se un'associazione non riconosciuta già costituita intende acquisire la qualifica di ente del terzo settore (Ets) con personalità giuridica, a prescindere dal fatto che sia già iscritta al Registro unico nazionale del Terzo settore (Runts), si tratta di una decisione che non consiste in una trasformato-

ne e che deve essere comunemente adottata dall'assemblea degli associati con le modalità prescritte per l'effettuazione di modificazioni statutarie da parte di un ente iscritto al Runts; inoltre, la decisione va corredata da una relazione giurata di un revisore legale aggiornata a non più di 120 giorni, dalla quale emerge l'esistenza di un patrimonio netto non inferiore a 15mila euro.

Sono le principali affermazioni contenute nella massima n. 5 pubblicata dal Consiglio notarile di Milano in tema di Ets, la quale affronta un argomento non espressamente trattato né dal Codice civile né dal Codice del Terzo settore (Cts), ma solo dall'arti-

colo 18 del regolamento attuativo del Cts (Dm 20 settembre 2020).

Il Cts si occupa espressamente, infatti, della costituzione di una nuova associazione, disponendo, all'articolo 22, la forma dell'atto pubblico notarile e la necessità della sussistenza di un «patrimonio minimo» consistente, per le associazioni, in «una somma liquida e disponibile non inferiore a 15.000 euro oppure, qualora si tratti di «beni diversi dal denaro», in un compendio il cui valore risulti certificato in misura pari o superiore al predetto importo di 15mila euro «da una relazione giurata, allegata all'atto costitutivo, di un revisore legale o di una società di revisione legale».

Quando, dunque, si tratta di passare da un ente privo di personalità giuridica a un ente dotato della personalità giuridica, occorre che la decisione sia assunta dagli associati con verbalizzazioni notarile e con i quorum prescritti dalla legge (l'articolo 21 del Codice civile) o dallo statuto per l'adozione delle decisioni che comportano variazioni allo statuto dell'ente.

L'unica eccezione è che lo statuto dell'associazione non riconosciuta affidi all'organo amministrativo dell'associazione stessa la competenza decisionale in ordine all'acquisizione della personalità giuridica: si tratta infatti di una materia non annoverata dall'articolo 25 del Cts tra quelle per le

quali l'assemblea degli associati ha una competenza inderogabile.

Quanto alla relazione di stima del patrimonio dell'ente, essa è sempre necessaria, in quanto l'eventuale presenza di passività può comportare che il valore dell'ente sia inferiore alla soglia di 15mila euro anche in presenza di una giacenza bancaria (o nel conto corrente «dedicato» di un notaio) di valore pari o superiore a 15mila euro. Viceversa, in sede di costituzione dell'ente il patrimonio dell'ente non può essere diminuito da passività e, quindi, la disponibilità di una somma di almeno 15mila euro rende non necessaria la relazione di stima.

Innovazione Territorio
a cura di PUBLIMEDIAGROUP.IT

Soluzioni dedicate a Digital Transformation e Industry 4.0

La centralità delle nuove tecnologie innovative in una strategia di rilancio dell'economia italiana

INFORMAZIONE PROMOZIONALE



Portalidea Srl - il CEO Alessandro Zaccheroni e Ilira Fingilli

Portalidea: Boom di App delivery con cashback e programmi fedeltà ai tempi del covid

Il progetto FoodApps4All, realizzato da Portalidea Srl nel 2018, sta riscuotendo successo in Italia e non solo. «Stiamo diventando internazionali - afferma l'AD Alessandro Zaccheroni - grazie ad un'importante App di delivery di cibo italiano in Germania». Nata come Agenzia Web, Portalidea si è specializzata negli ultimi anni nello sviluppo di App native. All'inizio contattati da tutta Italia da pizzerie, ristoranti e pasticcerie ma con l'emergenza coronavirus anche aziende di altri settori vogliono vendere le app.

«Abbiamo realizzato App per aziende che vendono al dettaglio o B2B cialde e capsule di caffè, lavaggio auto a domicilio, palestre ecc. ma il servizio è perfetto anche per supermercati, farmacie, negozi per citare alcuni esempi. I nostri clienti ci dicono

«Grazie» perché ora il 90% degli ordini arriva in automatico dall'app, risparmiando tempo». L'utente a qualsiasi ora può ordinare ciò che desidera con consegna a domicilio o ritiro, e può perfino pagare direttamente nell'app o alla consegna, senza onerose commissioni per l'attività.

Ciò significa vendere e incassare h24 7/7. Si può così dire addio agli ordini ricevuti via messaggio perché arrivano in tempo reale e con 1 solo tap si può accettare l'ordine o modificare l'orario di consegna e sarà l'app ad avvisare il cliente che il suo ordine è in arrivo.

«Cosa ci distingue dagli altri? - conclude Zaccheroni - L'attenzione a funzioni di marketing innovative come cashback, programmi fedeltà e notifiche che rendono l'App interattiva ed un ottimo strumento di lavoro». Info: food.apps4all.it

2021, un anno di Eventi online

Gli eventi Digitali non sono un surrogato di quelli in presenza

Il comparto eventi è uno dei settori più colpiti dagli effetti della pandemia che ha segnato dolorosamente il 2020. Si parla, secondo ricerche indipendenti e fonti autorevoli, di una perdita di fatturato tra il 35 e l'85 per cento e un settore che nei prossimi anni vedrà assottigliarsi le file degli addetti ai lavori probabilmente tra il 30 e il 40 per cento. In più, si parla di escludere gli eventi in presenza, oltre che per tutto l'anno passato anche per buona parte del prossimo venturo: siano essi fiere, congressi, meeting ma anche eventi "consumer" come spettacoli, matrimoni, e manifestazioni locali.

Con la maggior parte degli operatori del settore colti sostanzialmente impreparati a inizio pandemia, il 2020 è stato l'anno delle conversioni e delle trasformazioni da meeting in presenza a Eventi digitali, guidato per lo più da una manciata di realtà che hanno avuto il coraggio, la visione e soprattutto la determinazione di mettere in atto in brevissimo tempo un cambiamento radicale di paradigmi in un comparto da lungo tempo sostanzialmente immobile.

Passare al digitale non avviene senza un prezzo da pagare in termini di complessità e problemi da gestire, com-



Un evento 24 ORE Eventi

pletamente diversi dal corrispettivo fisico, ma porta con sé due importanti vantaggi che premiano la scelta. Il primo consiste nella possibilità di continuare a comunicare con la propria base utenti in un periodo in cui, giocoforza, gli incontri in presenza sono impossibili. Il secondo beneficio, ancora più importante, deriva dal numero di persone raggiunte. Dalle nostre statistiche, rilevate su oltre 400 eventi digitali realizzati solo nell'ultimo anno, il fattore moltiplicativo in termini di pubblico partecipante, nella conversione di un evento da fisico a digitale, è circa 8-10 volte superiore: in pratica se in un evento in presenza ci si sarebbe potuti aspettare un centinaio di persone, online non è difficile arrivare a un pubblico di 7-800 persone. La ragione è semplice: eliminare la logistica legata agli

spostamenti per raggiungere la location dell'evento permette a molte più persone di fruire dei contenuti ritenuti interessanti.

Uno degli esempi sicuramente di maggior successo sono proprio gli eventi organizzati da 24 ORE Eventi, Società del Gruppo 24 ORE, nell'anno appena trascorso: parlano di circa 60 Eventi Digitali realizzati nel giro di appena 7



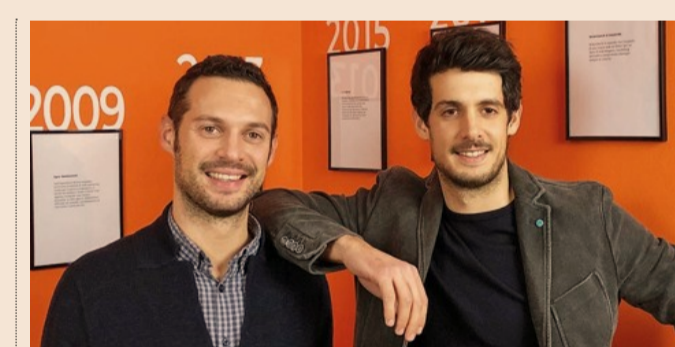
Marco Regazzo, CEO

mesi. Praticamente il 100% della agenda di appuntamenti prevista, invece di essere cancellata, è stata riconvertita in manifestazioni online. Di questi, circa il 50% è stato realizzato da Primo Round che ha seguito sia la parte di regia e produzione video che quella di erogazione dei contenuti online, in particolare, l'evento Bonus 110% di Ottobre ha visto oltre 25.000 presenze online, numeri inimmaginabili fino a pochi mesi fa.

Ecco perché la scommessa del 2021 non va fatta tanto quando ripartiranno gli Eventi in presenza, ma su come sfruttare al meglio i vantaggi offerti dalla nuova frontiera digitale; il primo passo? Rivolgersi a chi, come Primo Round, ha nel proprio bagaglio professionale oltre 5 anni di esperienza in questa specifica attività. Info: www.primoround.com

Migliaia di utenti? facile se è online

Un evento digitale riesce a raggiungere un pubblico mediamente 8-10 volte superiore allo stesso evento in presenza



David e Alex Gentili

Webinword, da e-commerce ad agenzia Google Partner Premier

Nel 2003, quasi per gioco, hanno avviato un e-commerce di articoli "per adulti", diventando in pochi mesi il punto di riferimento in Italia. Uno slancio imprenditoriale da cui, anno dopo anno, non si sono mai fermati, fino a diventare Webinword. 13 certificazioni ufficiali Google, migliaia di clienti soddisfatti e milioni di euro gestiti in ads. Essere testimonial del programma Google Engage, ora Google Partner, riservato a una selezione delle migliori agenzie italiane, ha dato loro ancor più stimoli: aggiornamento costante e ottimizzazione del lavoro con le necessità e il budget di chi si affida alla loro professionalità. Sono competitivi e desiderano eccellere, nella loro attività come nel calcio ballata - anche lui è Google Partner, vedere per credere! Webinword appartiene al 3% delle agenzie Google Partner riconosciute come Pre-

mier: il team è molto abile nella pianificazione di attività pubblicitarie a budget elevati. Ma se chiedi ai suoi membri se al tuo e-commerce serve esclusivamente la pubblicità, ti rispondono in coro: no! E di e-commerce se ne intendono.

Dopo aver inaugurato la sede ad Hong Kong, stanno avviando Carl The Sleepy Robot®, un nuovo progetto programma Google Engage, sviluppato internamente e commercializzato tramite e-commerce.

Non si occupano solamente dei progetti dei loro clienti, anzi. Quando si tratta di vendita online devono impegnarsi per contenere le loro idee. Curioso di saperne di più? Passa a trovarli in sede a Milano o Udine, potrebbero portarti a fare un giro sulla loro Fiat 500 d'epoca! Nel frattempo, dai un'occhiata al loro sito www.webinword.com