



Web-tax e leggi speciali sono una risposta sbagliata all'incapacità delle aziende italiane di competere online

I giganti di Internet e i nani italiani

Incriticamente, istituzioni e industria dell'intrattenimento italiana aggrediscono alcune aziende americane accusandole di essere un pericolo per la democrazia e di non pagare le tasse. Sono accuse che nascondono l'incapacità di capire cosa sia la rete, e la consapevolezza (si sa, ma non si dice) che non sono solo un pugno di imprese statunitensi che operano nel settore. Over the top ad avvantaggiarsi del regime fiscale italiano e internazionale.

In un convegno che si è svolto a Roma alla fine di giugno, due (insospettabili) alleati Fedele Confalonieri (Mediaset) e Carlo De Benedetti (L'Espresso) hanno parlato chiaramente (il primo) della necessità di combattere il neocolonialismo imposto da queste grandi aziende americane, mentre il secondo ha dichiarato "Google ha una base derivata dall'algoritmo creato da Brin e Page, ma ne fa uno sfruttamento commerciale per il quale è giusto che paghi le tasse nel paese dove produce profitti."

La soluzione secondo i due imprenditori sta nel prevedere le onnipresenti "regole comuni" e tassazione nel luogo dove si producono i profitti cioè una tassa sull'e-commerce. Non si capisce come farebbe l'Italia a "imporre" qualcosa agli USA. Ma soprattutto si dovrebbe applicare il principio di reciprocità: anche chi dall'Italia vende online all'estero dovrebbe pagare le tasse nel paese dove risiedono i clienti. E chi avrebbe il coraggio di dire una cosa del genere alle PMI italiane e agli artigiani? Si tratta di posizioni che

rivelano impotenza verso mercato, controllo sulla tecnologia e cambio di stile di vita. Quello che istituzioni, politici e imprenditori non ricordano è che a decidere del successo (o della caduta) di un'azienda che sfrutta la rete sono gli utenti. A differenza di chi produce beni tangibili e che quindi può avvantaggiarsi di un "lock-in" del cliente, gli utenti di un servizio online possono cambiare quando e come vogliono. Chi si ricorda più di Altavista? Sembrava invincibile ma poi è arrivato Google ed è cambiato il mondo. Quando Amazon si affacciò sul mercato, illustri commentatori ne predissero la rapida caduta perché non distribuiva utili. A oggi Amazon ha stabilito il golden standard per il commercio elettronico: chi vuole vendere online deve confrontarsi con i rigorosi parametri di affidabilità e serietà imposti prima a se stessa e poi al mercato da parte di Jeff Bezos.

Facebook - chi si ricorda di MySpace? - con tutte le perplessità che si possono avere - ha trovato un equilibrio con i suoi utenti che accettano le sue policy pur di gestire la propria vita online e che non sono così preoccupati degli "allarmi" periodicamente lanciati dal Garante dei dati personali. Basterebbe che uno qualsiasi di questi "giganti" si comportasse diversamente, e si ridurrebbe in poco tempo a ben altre dimensioni. Per dirla parafrasando una battuta del film "L'ultima minaccia": è il libero mercato, bellezza! E tu non puoi

farci niente, niente! In altri termini, non possiamo pensare di invocare "meno Stato e più Mercato" quando fa comodo, per poi chiedere un intervento pubblico quando qualcuno surclassa i concorrenti. Peraltro, questo intervento non potrebbe tradursi nell'imposizione di un regime giuridico speciale per un pugno di aziende e dunque nell'emanazione della famigerata "web tax". I paradisi fiscali - che esistono da molto prima dell'internet - sono abitati da filiali, società controllate o collegate di rispettabili aziende americane ed europee che massimizzano il vantaggio fiscale usando metodi spesso non illegali ma eticamente discutibili. Preoccuparsi di quattro "giganti di internet" dimenticandosi del resto ricorda la storia della trave e della pagliuzza di evangelica memoria.

Veniamo all'altro tipo di accuse formulate - in nome del "bene comune" - dal

Garante per la protezione dei dati personali nella sua Relazione diffusa lo scorso 10 giugno 2014. L'Autorità, lamentandosi dei "Giganti di Internet" li accusa di tendere a "occupare, in modo sempre più esclusivo, ogni spazio di intermediazione tra produttori e consumatori, assumendo un

potere che inesorabilmente si traduce anche in un enorme potere politico. Un potere sottratto a qualunque regola democratica." A proposito di queste tribolazioni basterebbe chiedere al Garante per quale motivo non ordina agli operatori internet di bloccare l'accesso a servizi così pericolosi per la democrazia. Se si può fare per qualche sito che veicola partite di calcio o sigarette di contrabbando, a maggior ragione si potrebbe per proteggere la democrazia... o no?

Giganti di Internet

È giusto e possibile opporsi a loro applicando una poco chiara "web-tax"?