

IMPOSTE • Non in vigore i nuovi Indici Isa per le partite Iva

Il Tesoro s'è scordato il decreto: anticipi fiscali 2024 "scoperti"

ORA IL TESORO FARÀ UN DL "RETROATTIVO"

LA TOPPA sarà peggio del buco: il dl ministeriale di aprile che aggiornava gli Indici di fedeltà fiscale non è mai arrivato in "Gazzetta Ufficiale". Gli anticipi fiscali 2024 di autonomi e società sono stati calcolati sulla base di una norma che non esiste: il ministero, ora, presenterà un testo con valore retroattivo. Problema: viola lo Statuto del contribuente. Contenzioso garantito

» Chiara Brusini

Un buco normativo senza precedenti. A luglio e agosto 2,7 milioni di lavoratori autonomi e società hanno pagato le imposte sulla base di un decreto ministeriale mai pubblicato in Gazzetta Ufficiale e dunque ufficialmente non in vigore. Il pasticcio, di cui ha dato notizia *Italia Oggi*, emerge a ben quattro mesi dal varo del testo firmato dal viceministro Maurizio Leo che correggeva il calcolo degli Indici sintetici di affidabilità fiscale (Isa) validi per il 2023. "Incredibile che nessuno negli uffici legislativi e di staff del Mef e dell'Agenzia delle Entrate si sia accorto di questa falla", commenta Marco Cuchel, presidente dell'Associazione nazionale commercialisti. Probabile che per correre ai ripari

si proceda alla pubblicazione esplicitando l'effetto retroattivo della norma: "Ma è un modo di procedere che va contro lo Statuto del contribuente. Così si mortifica lo Stato di diritto".

In attesa del rimedio, al momento tutti i saldi e gli acconti Irpef versati in estate dalle partite Iva soggette alle "pagelle" Isa - giudizi da 1 a 10, dove il più alto indica una maggiore fedeltà fiscale - sono stati calcolati prendendo come riferimento degli indici non validi. I commercialisti del resto hanno utilizzato i software aggiornati sulla base delle specifiche tecniche che sono state fornite dalle Entrate ad Assosoftware tenendo conto del decreto del 29 aprile 2024, circolato in forma di file pdf con tanto di firma digitale ma mai formalizzato. E si sono basati su quei risultati per comunicare ai clienti quan-



Viceministro Maurizio Leo FOTO LAPRESSE

to dovevano sborsare con l'F24. Evidente il rischio di futuri contenziosi, nel caso per esempio un contribuente scopra che applicando l'Indice per la sua categoria nella versione originaria avrebbe potuto accedere alle premialità garantite sopra un certo livello Isa - vedi l'esclusione da alcuni accertamenti - dichiarando di meno. Anche se il correttivo più rilevante, introdotto per tener conto di "tensioni geopolitiche, prezzi dell'energia e degli alimentari e andamento dei tassi di interesse", in gran parte dei casi dovrebbe essersi tradotto in un vantaggio.

Di sicuro la macroscopica svista è una grana in più per Leo, che com'è noto spera nel gettito del concordato preventivo biennale per finanziare un allargamento degli sgravi Irpef. E il reddito che le partite I-

va devono dichiarare per firmare entro fine ottobre l'accordo con le Entrate è ancorato proprio ai punteggi Isa. Da cui dipende peraltro anche l'aliquota agevolata che il governo, nel tentativo di rendere appetibile la misura, ha concesso in extremis sulla differenza tra l'imponibile dichiarato l'anno prima e quello concordato con il fisco: per chi ottiene un punteggio superiore a 8 l'imposta sostitutiva si fermerà al 10%, salendo al 12% per chi ha 6 o 7 (già sotto la sufficienza) e al 15% per i probabili evasori.

Il ministero di via XX Settembre per ora tace. Mario Turco, vicepresidente del M5S, ha chiesto che il titolare Giancarlo Giorgetti vada in Parlamento per chiarire la vicenda e spiegare come si intende intervenire per disinnescare la potenziale "bomba fiscale".

MARKETING

PARTNER ENERGETICO L'ULTIMO ACCORDO CON LA LAZIO DI LOTITO. ESCLUSA LA SQUADRA DEL MANAGER

L'Enel di Scaroni sponsorizza i club (non il Milan) per avere i tifosi-clienti

» Vanessa Ricciardi

Con la presidenza di Paolo Scaroni non solo il Milan, ma anche l'Enel gioca in Serie A. Dal settembre dell'anno scorso, la compagnia energetica sta siglando accordi con tutti i club più seguiti, ma - c'è da dire, appunto - non con il Milan, la squadra presieduta dallo stesso Scaroni. La compagnia, contattata dal *Fatto*, non commenta.

L'ULTIMO ACCORDO è stato annunciato due giorni fa. Il comunicato riporta questa nuova "partnership energetica" con la Lazio. Ma cosa significa esattamente? Tanto per cominciare, si legge nel comunicato, nel corso della prima giornata di campionato Enel "ha fatto il suo ingresso in campo allo Stadio Olimpico di Roma comparando sui led, maxi-schermi e *backdrop* per le interviste pre e post-partita". Il colosso elettrico "sarà al fianco dei biancocelesti per le prossime due stagioni in tutte le gare casalinghe di Campionato e Coppa Italia" e "offrirà ai tifosi del club un portafoglio di prodotti e servizi energetici dedicati".

Dalle aziende coinvolte spiegano che l'idea di Enel per questa e per le altre



squadre, è quella di creare pacchetti speciali per i fan, le modalità sul tavolo non ancora definite sono diverse, tra le altre, quella più capillare, a cui ambisce il gruppo dell'elettricità, è la diffusione delle offerte per e-mail mediata dai team.

Le squadre di calcio infatti vantano database di iscritti ai loro siti per i motivi più dispa-

rati - dall'acquisto dei biglietti, alle newsletter -, una miniera di informazioni per chi voglia fare marketing mirato. L'idea è quella di passare attraverso i canali delle squadre e proporre loro servizi dedicati e offerte commerciali, ovviamente previo consenso. Nel comunicato, Enel spiegava

che "Grazie a questa nuova sinergia, che si aggiunge a quelle già avviate con le squadre più seguite della Serie A come Juventus, Inter, Napoli, Roma, Torino e Atalanta, Enel diventa il player energetico con il maggior numero di partnership nel massimo campionato di calcio".

GLI APPETITI del mercato libero dell'energia non sono una novità, questo tipo di partnership sono state portate avanti anche da altri big energetici - come A2a proprio con il Milan o Hera con il Bologna -, anche se in questo caso la platea potenziale che sta cercando di raggiungere da solo il colosso statale è particolarmente imponente. Secondo una classifica elaborata da StageUp e Ipsos parliamo di quasi 8 milioni di tifosi per la Juve, oltre 4 milioni per l'Inter, quasi 3 milioni per il Napoli, 462 mila il Torino, 386 mila per l'Atalanta, e infine 707 mila la Lazio, tra le prime dieci per numero di tifosi (in realtà l'Atalanta è 11esima, ma con uno scarto di 3 mila tifosi rispetto al Bologna, e in forte crescita). Il Milan, con cui non ci saranno

accordi (per una questione tecnica legata al ruolo di Scaroni), gode di una fetta di 3,8 milioni di tifosi. Certo non tutti avranno account aperti sui siti delle loro squadre, ma la campagna si snoderà anche su altri fronti. Nell'accordo siglato il 12 luglio con il Napoli, ad esempio, è stato previsto che nel ritiro estivo di Dimaro fino

al 21 luglio ci fosse il *Napoli Summer Village powered by Enel*, un'area "dove i tifosi potranno partecipare ad attività di intrattenimento e scoprire, attraverso i prodotti e le offerte di Enel, come contribuire alla transizione energetica del Paese".

L'azienda non rivela quanto ha pagato queste partnership, ma a microfoni spenti, dalla Lazio raccontano che si tratta di cifre nell'ordine di centinaia di migliaia di euro. Nella Serie A si conoscono bene tutti, ed Enel (a parte che per il Milan non sta facendo disparità, ma è vero che il rapporto tra Scaroni e il patron della Lazio, Claudio Lotito è, per così dire, una partnership multilivello. Lotito, infatti, è senatore di Forza Italia, partito a cui Scaroni ha donato personalmente 30 mila euro l'anno scorso e che l'ha piazzato alla presidenza dell'Enel.

OBIETTIVO
NUOVI UTENTI
DA PORTARE
NEL MERCATO
ELETTRICO

La mossa
Sponsorizzati anche Juve, Inter e Napoli: le tre squadre più tifate
FOTO ANSA