



TAX REPUTATION, un asset DA TUTELARE

Le aziende con profilo internazionale, italiane o estere, hanno da tempo individuato nella "tax reputation" un fattore critico di successo. O meglio, di insuccesso e forte negatività se la "tax reputation" viene meno, con riflessi importanti sul business.

Gli eventi che incidono sulla "tax reputation" sono essenzialmente accertamenti tributari da parte delle autorità fiscali che evidenzino un comportamento, anche solo percepito, grazie all'intervento dei media, come scorretto, teso a conseguire vantaggi fiscali indebiti o comunque eccessivi vis à vis il successo commerciale conseguito.

Le società più esposte a questo rischio, e che devono dunque maggiormente presidiare la "tax reputation", sono quelle business to consumer o b2c (si veda il caso di Apple e di Starbucks) e quelle che, oltre a ciò, richiedono un affidamento fiduciario del cliente, come le banche e le assicurazioni.



Ma il tema interessa in realtà anche le aziende business to business, sia perchè interagiscono con quelle b2c, sia perchè spesso la "tax reputation" può costituire un limite o un ostacolo alla partecipazione di gare e contest.

Ciò che abbiamo osservato è che la "tax reputation" non viene tanto minata da un accertamento fiscale in quanto tale - paradossalmente a prescindere dalla dimensione dello stesso - quanto più dalla percezione che viene trasmessa al pubblico che l'azienda non abbia identificato e presidiato i propri processi di compliance fiscale e che dunque ci sia in effetti una carenza di affidabilità del management nella percezione della rilevanza del tema fiscale.

La "tax reputation" è dunque percepita come un tema di affidabilità del management. Ciò vale ancor più nelle società a proprietà diffusa, quotate o detenute da fondi di investimento, che devono dotarsi di modelli di compliance fiscale che includano, tra l'altro, anche un processo di chiara condivisione e responsabilità delle informazioni fiscali nelle aziende (c.d. governance della compliance fiscale).

Per questa ragione è anche importante che la funzione di compliance non sia assorbita dalle funzioni di revisione, che anzi devono interagire "dialetticamente" con chi è responsabile della "compliance fiscale", che, a differenza dei revisori, non è una funzione di controllo, ma una funzione di supporto alla direzione aziendale.

In caso di contestazione, la propria "tax reputation" sarà tanto più solida, quanto più diversi soggetti tra loro indipendenti (e dunque società di revisione, studi professionali, fino ad arrivare alla figura dei consulenti di organizzazione aziendale) abbiano condiviso e validato le operazioni della società a rilevanza fiscale.

Il tema della "tax reputation" è peraltro diventato attuale anche nella legislazione di alcuni Paesi: si pensi al caso del Regno Unito, dove la Business Risk Review condotta dalle autorità fiscali sulle aziende di grandi dimensioni conduce a una classificazione delle società tra "low risk - non low risk". O al caso italiano dell'eliminazione degli studi di settore, con introduzione dei sistemi di "rating" ISA sui contribuenti esaminati, che entrerà in vigore dal 2019 e solo per contribuenti minori (quelli appunto obbligati agli studi di settore). Ma in ogni caso, come detto, la strada è segnata e dati i tempi per perfezionare un buon modello di compliance fiscale, è opportuno muoversi per tempo. ■

* Partner dello Studio Legale e Tributari Bisozzi Nobili