

tempi troppo lunghi

Aggregazioni: nuove misure poco incisive

L'agevolazione fiscale per l'aggregazione delle imprese non è certo una novità, visto che è giunta alla sua terza edizione: i precedenti provvedimenti sono del 2006 e del 2009. La prima domanda da porsi riguarda proprio questo aspetto: è possibile che l'unica forma di incentivo sia questa, e che in tre lustri non si sia riusciti ad elaborare qualche misura più efficace? È indubbio, infatti, che ben pochi soggetti siano stati spinti in passato ad aumentare le dimensioni del proprio business solo dal riconoscimento gratuito dei maggiori valori risultanti da una fusione, da una scissione o da un

conferimento.

Il limite del beneficio fiscale che viene proposto non è tanto nella sua struttura, quanto piuttosto nella sua combinazione con le regole ordinarie del Tuir; in altri termini, ricorrendo ad un esempio diffuso, è positivo il fatto di dare valore fiscale a un avviamento o a un marchio che vengono iscritti grazie all'operazione di aggregazione, ma poi bisogna considerare che questo maggior valore viene ammortizzato in un periodo di 18 anni. I benefici concreti sono troppo diluiti nel tempo per poter essere percepiti.

Peraltro, anche l'ipotesi di ridurre i tempi di ammortamento di queste poste (come avviene per chi paga l'imposta sostitutiva del 16 per cento) non sarebbe priva di effetti collaterali: le imprese dovrebbero gravare il conto economico con quote di ammortamento che potrebbero avere effetti pericolosi sul risultato di esercizio.

Per questi motivi servirebbe un ripensamento "a monte" sulla struttura del bonus, magari trasformandolo in qualche modo in un credito di imposta, come sta avvenendo per altri aspetti della vita dell'impresa (super e iper ammortamento dei beni materiali e immateriali). Un credito di imposta consiste in un risparmio immediato (o diluito in pochi anni) immediatamente tangibile e senza effetti negativi sul conto economico.

L'attuale normativa, invece, come abbiamo da sempre sostenuto, si caratterizza come misura premiale per le imprese che si sono aggregate, ma non ha alcun potere

di stimolo per quelle che invece si vogliono far crescere.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Roberto Lugano