

LE IMPRESE BENEFICIANO DEL TAX CREDIT ANCHE SE I PROGRAMMI NON INTERAGISCONO COI ROBOT

**Bonus 5.0, le spese in software non sono legate ai macchinari**

DI BRUNO PAGAMICI

Gli investimenti nel software aziendale che danno diritto al credito d'imposta 5.0 non devono essere necessariamente legati ad asset tangibili come macchinari o robot. In altri termini, le imprese possono beneficiare del bonus se investono in software avanzati anche se non necessariamente interagiscono con beni materiali, ma contribuiscono in maniera disgiunta dall'hardware (tecnologie tangibili) al miglioramento dei processi aziendali, come nel caso dei software di gestione energetica o di ottimizzazione dei processi produttivi o di monitoraggio dei consumi (purché tramite tali software se ne ottenga la riduzione prevista al fine di poter accedere al credito d'imposta). È quanto si legge nel documento curato dal think tank dell'AssoSoftware "Trasizione 5.0 e sviluppo software: opportunità, linee guida e casi d'uso" che solleva anche alcuni importanti aspetti che dovranno essere chiariti con apposite faq dal Mi-

mit per facilitare l'accesso al bonus 5.0 e per evitare fraintendimenti ed equivoci nella corretta applicazione al caso concreto della norma agevolativa.

«La vera sfida del Piano Transizione 5.0 è accelerare verso una maggiore digitalizzazione ed efficienza energetica non solo per le aziende manifatturiere ma anche per tutte le imprese che offrono servizi» ha dichiarato in proposito Pierfrancesco Angeleri, presidente di AssoSoftware: «In Italia solo poco più del 30% delle imprese utilizza un software gestionale, percentuale che si riduce se si considerano le microimprese. Per questo abbiamo elaborato linee guida, con esempi pratici e casi d'uso, al fine di superare le criticità che stanno frenando molte aziende», ha concluso.

**Risparmio energetico gestito dal software.** A seguito delle considerazioni svolte dal think tank, sono state identificate 4 tipologie di software che possono condurre all'efficiamento energetico ai sensi della disciplina 5.0:

a) software che una volta implementati in azienda conducono direttamente a risparmi energetici misurabili, come ad esempio la migrazione in cloud in quanto il passaggio a soluzioni cloud-based elimina o riduce l'utilizzo di server fisici locali, diminuendo significativamente i consumi energetici per la climatizzazione e l'alimentazione di data center interni e dei relativi sistemi di backup;

b) software che consentono di ottimizzare alcuni processi produttivi, efficientandoli a livello di consumo energetico, come la gestione intelligente degli impianti che regolano in tempo reale il funzionamento di macchinari, illuminazione e climatizzazione in base alle necessità effettive;

c) software che consentono un monitoraggio intelligente dei consumi energetici, come i modelli predittivi che simulano i consumi futuri in base a modifiche nei processi e che possono essere considerati strumenti di monitoraggio avanzato;

d) software che consentono un aumento della capacità produttiva dell'azienda di beni/servizi e conducono a efficientamento energetico per "normalizzazione" dei consumi con situazione ex-ante.

**Chiarimenti.** Dalla lettura delle Linee guida emergono alcuni aspetti critici del 5.0 non ancora debitamente chiariti. Ad esempio non è del tutto pacifico se un software sviluppato internamente sia agevolabile dal 5.0, mentre per AssoSoftware la risposta potrebbe essere affermativa a condizione che i costi siano documentati e certificati come parte di un progetto di innovazione conforme.

Altro chiarimento riguarda l'agevolabilità dei costi di implementazione e integrazione del software acquistato, che potrebbe essere riconosciuta dal Mimit a patto che tali spese siano strettamente legate al progetto di innovazione/efficientamento energetico e debitamente documentate.

© Riproduzione riservata

Il Consiglio di Stato interviene a tutela di chi apre un account sulle piattaforme online

**Privacy, basta con i siti labirinto**  
**Si deve capire subito se i dati vengono usati per marketing**

DI ANTONIO CICCIA MESSINA

**S**top alle gincane nelle piattaforme online: chi apre un account non deve essere costretto a vagare tra varie schermate per sapere se i dati inseriti per aprire il profilo saranno usati per fini di marketing, ma deve poterlo capire subito. Chi sparpaglia le notizie in un labirinto di link commette una pratica commerciale ingannevole. È quanto ha stabilito il Consiglio di Stato (sezione VI, sentenza n. 9614 del 2/12/2024), la cui novità sta proprio nell'inquadrare la trasparenza sul trattamento dei dati nell'ambito della correttezza commerciale.

**In effetti la sentenza** parte proprio dal presupposto che i dati hanno un valore economico e che, di conseguenza, si applicano anche le regole del codice del consumo (dlgs n. 206/2005) per punire slealtà e illeciti nel trattamento. Le tutele del codice del consumo, quindi, nel caso dei dati dei consumatori, si aggiungono a quelle previste dal Gdpr (regolamento Ue sulla privacy n. 2016/679). I due comparti viaggiano coordinati, ma rimangono separati, come dimostra la sentenza in esame su un altro tema importante e cioè la preimpostazione del consenso dell'utente a ricevere comunicazioni di marketing (salvo successiva opposizione): per Palazzo Spada non si tratta di una condotta commerciale aggressiva; peraltro, se ci si sposta sul fronte "privacy" (profilo non esaminato dalla pronuncia, perché estraneo allo specifico contenzioso) il con-

senso "di default" è una violazione del Gdpr.

Le plurime sfaccettature di informative e consensi sono state scandagliate in una vicenda che ha coinvolto Apple e l'Autore Garante della Concorrenza e del Mercato (Agcm).

**L'Agcm ha sanzionato** Apple per due violazioni (5 milioni di euro ciascuna): mancanza di trasparenza sull'uso a fini commerciali dei dati raccolti al momento della creazione dell'account Apple; preimpostazione del consenso alla raccolta dei dati a fini commerciali e imposizione di una complessa procedura per la revoca dell'assenso. Apple ha impugnato le sanzioni, che sono state entrambe annullate dal Tar Lazio.

**L'Agcm ha presentato appello** al Consiglio di Stato, che ha salvato solo la prima sanzione. Per arrivare a questo esito, la pronuncia afferma che è di natura commerciale la decisione di fornire i propri dati personali (proprio perché hanno un valore economico) quando si apre un account su una piattaforma digitale (articolo 18, comma 1, lett. m), codice del consumo), anche se l'apertura non sia effettuata nel contesto di atti di acquisto. Simmetricamente, la sentenza afferma che è una pratica commerciale la procedura allestita da una piattaforma, che consente agli utenti di creare account, anche se il servizio fornito all'utente è gratuito (articolo 18, comma 1, lett. d), codice del consumo).

**Ma se queste ipotesi** sono comprese in un quadro commerciale, allora, va considerata quale pratica commerciale in-

gannevole la mancanza di chiarezza e trasparenza sull'utilizzo dei dati (articolo 22 del codice del consumo). E, in effetti, il Consiglio di Stato ha salvato la sanzione irrogata dall'Antitrust a Apple, rea di non avere specificato, fin dall'inizio della procedura di creazione dell'account, del possibile utilizzo dei dati per l'invio di messaggi promozionali "personalizzati": non basta, chiarisce la sentenza, una informati-

va "multilivello" con un giro torruoso di link per poter sapere come stanno le cose.

**Al contrario, è stata salvata** dalla censura di aggressività commerciale (articolo 25 del codice del consumo), il consenso a ricevere proposte commerciali quale impostazione predefinita: la pronuncia non lo ritiene oppressivo e neppure manipolatorio della volontà, anche quando per la revoca del consenso l'u-

tente è costretto a seguire un iter complesso. Tutto ciò, beninteso, ai sensi degli articoli 25 e 26 del codice del consumo. Al riguardo, infatti, si deve sottolineare un profilo ulteriore rispetto ai temi trattati dalla pronuncia e cioè che il consenso di default costituisce una grave violazione dell'articolo 7 del Gdpr, punita con una pesante sanzione pecuniaria.

© Riproduzione riservata

FINANZIAMENTI DALLA DIFESA ALL'AGRICOLTURA

**Dalla Bei 15,6 mld alle imprese**

DI ESPEDITO AUSILIO

La Banca europea per gli investimenti (Bei), presieduta da **Nadia Calvino**, ha approvato

15,6 miliardi di euro di nuovi finanziamenti per settori che spaziano da quello della sicurezza e difesa, all'approvvigionamento energetico, passando per la protezione dalle inondazioni.

**Il cda della Bei ha detto** sì ad un programma specifico da un mld che metterà a disposizione crediti e garanzie per il finanziamento di investimenti e capitale circolante delle pmi attive nella filiera dell'industria europea della sicurezza e della difesa. E ha varato anche il "Piano di attività" del gruppo Bei per il periodo 2025-2027: ha un volume massimo di firme fino a 95 mld di euro nel 2025, con un aumento significativo rispetto agli anni precedenti. Andiamo con ordine

**Energia, acqua e sostegno alla difesa**

**dalle alluvioni.** Arrivano nuovi finanziamenti a sostegno di progetti energetici, idrici, climatici e di protezione dalle inondazioni per un totale di 8,9 mld di euro. Di questi, 6,8 mld sono destinati a: investimenti nel settore energetico, misure urgenti di ripristino e potenziamento delle infrastrutture energetiche in Ucraina, stoccaggio di energia rinnovabile e batterie in Grecia, energia solare in Italia, energia eolica a Capo Verde ed energia rinnovabile in America Latina.

Il pacchetto comprende anche un'iniziativa da un mld finalizzata ad accelerare la ripresa post-alluvione e a rafforzare la resilienza in tutta Europa.

**Innovazione aziendale e investimenti delle imprese.** Tra gli altri fondi, vengono stanziati 2,9 mld di euro per nuovi finanziamenti a favore dell'innovazione aziendale e degli investimenti delle imprese e del settore agricolo.

© Riproduzione riservata



Nadia Calvino