



**INDAGINE CONOSCITIVA SULLA FISCALITÀ E SUL
REGIME CONCESSORIO PER LA VENDITA AL
DETTAGLIO DEI PRODOTTI DEL TABACCO E DEI
PRODOTTI DA FUMO DI NUOVA GENERAZIONE.**

CAMERA DEI DEPUTATI

(VI Commissione Finanze)

18 settembre 2024

**AUDIZIONE DELLA FEDERAZIONE ITALIANA
TABACCAI (FIT)**

**INDAGINE CONOSCITIVA SULLA FISCALITÀ E SUL REGIME CONCESSORIO
PER LA VENDITA AL DETTAGLIO DEI PRODOTTI DEL TABACCO E DEI
PRODOTTI
DA FUMO DI NUOVA GENERAZIONE**

VI COMMISSIONE FINANZE DELLA CAMERA DEI DEPUTATI

La Federazione Italiana Tabaccai (FIT) è l'associazione di categoria che rappresenta oltre l'80% dei rivenditori di generi di monopolio, pari a 43.000 tabaccherie associate su un totale di 50.500 rivendite attive. Presta assistenza ai propri associati, loro esclusivamente dedicata, attraverso 114 sedi territoriali che coprono tutte le province italiane.

L'indagine conoscitiva, che ci vede parte in causa, grazie all'interessamento concreto del Presidente Osnato e dei componenti la Commissione, non è relativa esclusivamente ad una verifica dello stato di salute della nostra categoria, ma è chiaro che un'analisi del settore e del comparto non può assolutamente prescindere da un'attenta valutazione delle condizioni in cui attualmente opera la rete distributiva secondaria composta dalle rivendite di generi di monopolio. Una rete importante per diversi motivi, a partire dalla capillarità.

Lo stato della rete

I più recenti dati disponibili indicano una presenza nel territorio nazionale di circa 50.500 tabaccherie, il 24% delle quali ubicate nei piccoli comuni, quelli, per intenderci, con una popolazione fino a 5.000 abitanti. Per avere una idea della capillarità del network delle tabaccherie si possono considerare le due reti che hanno una dimensione territoriale importante e che svolgono servizi che possono in parte equipararsi a quelli offerti dalle tabaccherie: gli sportelli postali e quelli bancari. I primi sono circa 13.000, i secondi 20.160. In quest'ultimo caso, tuttavia, il dato è soggetto a continue modifiche in senso negativo perché, come noto, il fenomeno della desertificazione bancaria nel nostro Paese ha assunto dimensioni preoccupanti, al punto che oggi quasi il 42% dei comuni italiani è privo di una filiale o sportello che dir si voglia. Anche nel caso degli sportelli postali nel corso degli ultimi anni si è assistito ad una costante riduzione del loro numero, in maniera forse meno eclatante ma non per questo meno rilevante, specialmente per quelle realtà territoriali più disagiate del nostro Paese.

Il numero di occupati nelle tabaccherie, tra titolari, coadiutori ed assistenti alle vendite, ammonta a circa 130.000 unità e per oltre l'80% dei casi si tratta di esercizi nei quali la componente familiare è assolutamente prevalente. È proprio questo uno dei tratti distintivi della tabaccheria, che la qualifica come microimpresa prettamente familiare.

Abbiamo accennato al fenomeno della desertificazione bancaria e postale, con la costante ed ineluttabile chiusura di numerosi sportelli. Questo, che fino a qualche anno fa sembrava un problema che interessava piuttosto marginalmente le tabaccherie, è divenuto invece motivo di seria riflessione anche per noi.

Infatti, soffermandoci a considerare le tabaccherie attive emerge un dato significativo. Nell'arco temporale 2019-2024 le tabaccherie chiuse sono prossime alle 4.000 unità.

Occorre ancora consolidare i dati in nostro possesso, ma al momento la stima da confermare è preoccupante: nel solo anno corrente le tabaccherie che avranno cessato l'attività saranno circa 900. Nel decennio 2010-2019 il numero di chiusure ammontava a 2.000.

In poche parole, negli ultimi cinque anni si è perso un numero di tabaccherie doppio rispetto a quanto si è perso nel decennio precedente. È lapalissiano che questo dato rappresenti la cartina tornasole di una condizione di manifesta criticità in cui versa la rete, tale da costringere sempre più titolari a restituire la licenza all'Amministrazione.

Occorre, quindi, considerare le radici di questa crisi che investe ormai anche il nostro settore. Si tratta *in primis* di una crisi di redditività, compromessa da fattori in parte anche di natura esogena che sperimentano anche tante altre microimprese, ma che, nel nostro caso, producono effetti negativi che non sempre possono mitigarsi con interventi riconducibili alle classiche ricette dell'autonomia imprenditoriale, atteso il peculiare quadro regolamentare entro il quale operano le tabaccherie (divieto di promozione e pubblicità, aggio fissato per legge e prezzi imposti, ecc.).

Il valore della concessione

Le tabaccherie sono esercizi preposti alla vendita dei generi di monopolio, *in primis* del tabacco, individuati dallo Stato per la distribuzione secondaria di prodotti rispetto ai quali intervengono molteplici interessi pubblicitari e privati.

L'intero assetto normativo di riferimento si basa essenzialmente sulla necessità di trovare un punto di equilibrio tra tali interessi e, in particolare, di garantire che lo Stato persegua finalità di tipo economico finanziario nel rispetto del primario interesse di tutela della salute pubblica, contemperando la tutela della concorrenza e dei consumatori, adottando un sistema che garantisca la regolarità del gettito fiscale che deriva dalla distribuzione del medesimo prodotto.

Lo Stato si riserva il monopolio fiscale e, per quel che riguarda il sistema distributivo, affida al privato, in regime di concessione, la vendita al consumatore finale.

Si tratta di un consolidato ed efficace sistema che consente di garantire regolarità, certezza e controllo e che individua nei tabaccai, quali concessionari, i soggetti preposti all'esercizio di una funzione pubblica agli stessi direttamente traslata dallo Stato¹, da esercitare nel rispetto di stringenti requisiti e di specifiche condizioni.

I tabaccai, quindi, non sono "ordinari esercenti", ma soggetti che operano all'interno di un contesto normativo e regolamentare di natura speciale, come dimostrato dalle principali fonti di riferimento² che impongono, a titolo esemplificativo, requisiti di professionalità e di

¹ TAR Lombardia n. 4920/2009, richiamata e confermata da TAR Emilia-Romagna n. 251/2018

² Legge 1293/1957, D.P.R. 1074/58, DM 38/2013, D.lgs. 504/1995, D.lgs. 6/2016 di recepimento della Direttiva UE 40/2014

formazione, meccanismi di assegnazione ad evidenza pubblica, specifiche cause di esclusione, assoggettamento costante a controlli ed ispezioni dell'Autorità di riferimento,aggio fissato per legge, prezzi di tariffa, divieto di vendita ai minori, ecc.

Tutto questo appare confermato e ribadito nonostante l'evoluzione normativa che nel tempo ha interessato il tema delle liberalizzazioni delle attività economiche, con una serie di interventi legislativi comunemente identificati come "pacchetto liberalizzazioni" e temporalmente collocati nel biennio 2012-2013, rispetto al quale le tabaccherie sono rimaste legittimamente e doverosamente escluse.

Tale esclusione e, più in generale, la specialità della tabaccheria, quale negozio in concessione dedito alla vendita del tabacco, è stata ulteriormente confermata anche dai consolidati orientamenti giurisprudenziale che identificano l'attività del tabaccaio, in quanto connessa ad esigenze imperative di interesse generale, come un'attività da svolgere necessariamente in deroga alle regole della libertà dell'attività d'impresa, nell'ambito di un assetto coercitivo che consente allo Stato di effettuare un controllo sull'intero ciclo di filiera, dalla produzione alla distribuzione. In tal senso operano anche tutte le disposizioni in materia di *Track and Trace* che consentono una piena tracciabilità dei prodotti dalla fabbrica alla tabaccheria.

Significativa è la tendenza che si registra in Europa, con alcuni Paesi che adottano già da tempo sistemi distributivi simili al nostro, come Francia, Spagna e Austria, altri che lo hanno adottato più di recente, come l'Ungheria, ed altri ancora che lo guardano con estremo interesse, pronti a riceverlo, come Belgio ed Olanda.

L'obbligo di gestione personale

La specialità del settore e la natura della concessione confluiscono in modo assolutamente fisiologico nell'obbligo della gestione personale della tabaccheria (art.28 legge 1293/1957) in virtù del quale il titolare è tenuto alla gestione economica e finanziaria della stessa nelle forme della ditta individuale/impresa familiare essendo totalmente incompatibile una gestione in forma societaria delle tabaccherie ordinarie.

Non a caso il titolare può essere coadiuvato solo dal coniuge, dal parente entro il 4° grado o dall'affine entro il 3° grado. Tale impostazione, che può apparire anacronistica, assicura all'Amministrazione Finanziaria continuità nella gestione derivante dalla stabilità di rapporti formalmente riconosciuti. Ed infatti, a seguito della legge Cirinnà, le medesime prerogative del coniuge sono state estese all'unito civilmente che può rivestire la qualifica di coadiutore.

Non riteniamo che tale principio possa e debba essere esteso alle coppie di fatto in quanto prive del necessario requisito di formale stabilità richiesto dal sistema di gestione delle tabaccherie.

Le considerazioni fin qui riportate sulle peculiarità del settore e sull'inquadramento normativo di riferimento evidenziano la necessità di confermare la centralità del sistema concessorio in quanto strumento di garanzia per il perseguimento degli interessi connessi e, ove possibile, di estenderne il campo di applicazione anche rispetto a prodotti e mercati che oggi non ne sono pienamente coinvolti, ma rispetto ai quali esistono evidenti livelli di assimilazione rispetto al tabacco.

Il mercato illecito

Anche rispetto a fenomeni patologici nel settore del tabacco, come può essere il mercato illecito nelle forme del contrabbando e della contraffazione, un dato significativo è quello della realtà italiana che, per il 2023, per le sigarette ed il tabacco tradizionale si attesta tra il 2,0 ed il 3,3% a fronte del 9,9% della media Europea³.

Decisamente più preoccupanti sono i dati su altre categorie di prodotto assimilati al tabacco – *in primis* i liquidi da inalazione e le sigarette elettroniche – per i quali il sistema distributivo prevede, oltre alle tabaccherie, l’apertura ad altri canali di vendita sia nella rete fisica, con gli esercizi specializzati, le farmacie e le parafarmacie, che sull’*on line*, con la vendita diretta da parte dei medesimi soggetti autorizzati alla distribuzione primaria.

A ciò si aggiungano i numerosi siti illegali e le vendite via social, anche queste illecite, che costituiscono un canale distributivo particolarmente attrattivo per i consumatori, ancor di più per le fasce anagraficamente più esposte.

Per tali diversi prodotti assimilati al tabacco – che evidentemente sfuggono, almeno parzialmente, al controllo dello Stato – i dati dell’illecito assumono connotazioni ben più rilevanti: per le sigarette elettroniche usa e getta l’illecito corrisponde a circa il 19,4% del valore totale e per le capsule e liquidi di ricarica al 49,3%. In termini di volumi, tali percentuali corrispondono, rispettivamente, al 26,7% e al 53,7%. In particolare, poi, i canali non ufficiali sono notoriamente il web e le piattaforme social, specialmente per le sigarette elettroniche, con una incidenza sul complesso dell’illecito per questi prodotti variabile tra il 56 e il 59%, a seconda che si tratti di liquidi da inalazione ovvero di e-cig usa e getta. Complessivamente il mercato illegale dei prodotti del tabacco e dei prodotti da inalazione ha un valore di 1 miliardo e 100 milioni di euro. Ciò si traduce in una perdita complessiva pari a 620 milioni di euro per lo Stato ed a circa 120 milioni di euro per i tabaccai, comprendenti sia prodotti del tabacco tradizionale che prodotti da inalazione⁴.

Il fenomeno in termini relativi è certamente più circoscritto sul tabacco che sui liquidi da inalazione e tutto questo, al di là delle importanti azioni portate avanti dallo Stato italiano attraverso politiche fiscali equilibrate e del notevole sforzo delle Forze di Polizia nell’attività di contrasto e prevenzione, è da ascrivere alla differente struttura dei modelli distributivi di cui uno, quello per il tabacco, si basa su una rete fisica di concessionari e l’altro, invece, è decisamente caratterizzato da un sistema aperto e una maggiore difficoltà di controllo.

La delega fiscale e l’ormai prossimo – ma non ancora pubblicato – decreto legislativo in materia doganale prevedono, con il parere favorevole anche di questa Commissione, il divieto di vendita *on line* delle sigarette elettroniche con nicotina, senza alcuna eccezione.

In attesa di tale auspicata, ma non ancora vigente novità, riteniamo tuttavia che il passo non sia completo e che, come dimostrano i dati sul tabacco, il raggiungimento dell’obiettivo di massimo

³Dati acquisiti da: Rapporto KPMG 2023 Illicit Cigarette Consumption Italy, Rapporto KPMG 2023 Illicit Cigarette Consumption Europe e Rapporto 2023 Ipsos-Logista “Prodotti da fumo e da inalazione: studio sul fenomeno dell’illegalità”.

⁴ Rapporto 2023 Ipsos-Logista “Prodotti da fumo e da inalazione: studio sul fenomeno dell’illegalità”.

controllo del sistema di vendita potrà verificarsi solo attraverso una previsione di legge che riservi alle sole tabaccherie la vendita di tutti i prodotti con nicotina.

Si tratta di prodotti con elementi di evidente assimilazione sul piano sostanziale, in qualche modo tra loro fungibili rispetto alla tipologia di domanda e al bisogno da cui traggono origine, per ognuno dei quali sussistono profili di attenzione sul piano dell'accessibilità e della tutela della salute e per i quali, seppur con specificità differenziate, lo Stato adotta politiche fiscali mirate.

Riteniamo che rispetto a tali prodotti si debba perseguire l'obiettivo di un'assimilazione completa sotto il profilo della regolamentazione distributiva e che, conseguentemente, siano venduti esclusivamente in tabaccheria non solo i prodotti del tabacco, ma anche le sigarette elettroniche con nicotina, i sacchetti di nicotina (c.d. *nicotine pouches*) ed ogni altro prodotto a base di nicotina, presente e futuro, a prescindere dalle modalità di consumo (fumo, inalazione, assorbimento ecc.).

Significa, cioè, affidarsi alla rete dello Stato che già esiste e che, diversamente da altri canali distributivi, garantisce standard elevati non solo di capillarità e presenza sul territorio ma anche di affidabilità e professionalità.

Al fine di non pregiudicare gli esercizi diversi già esistenti, riteniamo che la vendita in tabaccheria possa comunque fare salvi quegli esercizi che già operano al momento dell'introduzione delle nuove regole. Del resto, nonostante la norma che ne prevede l'istituzione risalga al 2017, dopo 7 anni risultano autorizzati solo 2.846 esercizi specializzati, 243 farmacie e 43 parafarmacie.

Fiscalità del tabacco

Se il tasso di contrabbando in Italia è pari a un terzo rispetto alla media europea e a un decimo rispetto a Paesi quali la Francia e l'Irlanda, lo si deve anche ad una oculata politica fiscale attuata dal legislatore italiano.

Grazie, infatti, ad una accorta gestione delle politiche fiscali e di regolamentazione del settore, nonostante il fenomeno delle vendite illecite, si registra una sostanziale tenuta del gettito da accisa che non solo rimane stabile, ma continua, anno dopo anno, a crescere.

Nell'ambito del settore dei tabacchi, le sigarette rappresentano la categoria con la maggiore quota di mercato, sebbene si sia passati nell'arco di 10 anni dai circa 78,7 milioni di chili del 2012 ai 60,2 milioni di chili del 2022. Una diminuzione annuale della domanda di sigarette dovuta anche all'ingresso nel mercato di prodotti innovativi, senza combustione, verso i quali i consumatori stanno orientando le proprie preferenze.

Tuttavia, tale decremento, stando ai dati a nostra disposizione, ha subito un significativo rallentamento negli ultimi anni.

Tale andamento è riconducibile alla sostanziale invarianza registrata negli ultimi anni del Prezzo Medio Ponderato (PMP) delle sigarette. Ad esso, infatti, è seguita una stagnazione dei

prezzi di vendita e, dunque, un rallentamento del trend di decrescita della vendita di sigarette tradizionali.

In questa prospettiva, nonché in un'ottica non solo di entrate erariali ma anche di riduzione del danno, valutiamo positivamente la scelta del Governo, con le leggi di bilancio 2023 e 2024, di adottare un piano pluriennale di incrementi della tassazione su tutti i prodotti del tabacco e della nicotina.

Si tratta di un piano che per la prima volta garantisce una programmazione rispetto alla tassazione di tutti i prodotti consentendo, da un lato, di conoscere in anticipo l'andamento del gettito erariale e, dall'altro, di assicurare agli operatori del settore la necessaria prevedibilità dell'impatto di tali misure sul mercato.

In questo contesto, un ruolo rilevante hanno avuto anche le scelte di politica fiscale adottate dall'Esecutivo con l'intervento sui prezzi medi di vendita dei prodotti del tabacco. Infatti, come è possibile desumere dalla crescita del Prezzo Medio Ponderato delle sigarette, registriamo anche la ripresa di un generale aumento dei prezzi medi delle sigarette che per qualche anno era stato interrotto.

In particolare, si apprezzano le disposizioni da ultimo della legge di bilancio 2024 con cui è stato introdotto il piano pluriennale e con le quali il Governo ha aumentato la componente specifica dell'accisa sulle sigarette (i cui livelli sono – storicamente – tra i più bassi di tutta l'Unione Europea).

Per quanto riguarda i prodotti da inalazione senza combustione, la legge di bilancio precedentemente menzionata ha previsto una parziale rimodulazione della tassazione pluriennale ad essi applicata in Italia, allineandola alla media europea.

Infatti, il livello di tassazione mediamente applicato ai prodotti a tabacco riscaldato nei Paesi membri UE è del 38,2% di quello applicato all'accisa gravante sull'equivalente quantitativo di sigarette, mentre in Italia, a partire dal primo gennaio 2024, è del 38%. È, inoltre, da sottolineare che il piano pluriennale adottato dal Governo prevede un ulteriore incremento dal 1° gennaio 2025 al 39,5% e ha come punto d'arrivo l'innalzamento – a partire dal 1° gennaio 2026 – della tassazione dei prodotti in oggetto al 42% dell'accisa gravante sull'equivalente quantitativo di sigarette.

Ribadiamo pertanto un apprezzamento nei confronti della scelta del Legislatore e riteniamo inopportune revisioni ante tempo.

L'aggio sui tabacchi

Come noto la vendita dei tabacchi presso le rivendite di generi di monopolio è remunerata sulla base di un aggio calcolato in percentuale sul prezzo di vendita al pubblico.

In particolare, la percentuale di aggio riconosciuta ai tabaccai per tutti i prodotti del tabacco di cui all'art.39-bis del decreto legislativo 504/1995 (TUA) è stabilita al 10% sul prezzo di vendita.

Tale quantificazione è stata da ultimo stabilita in virtù dell'articolo 1, comma 1, della legge 5 febbraio 1992, n. 81 che, circa 32 anni addietro, ha introdotto l'ultimo aggiornamento, resosi necessario per consentire alla rete di vendita di acquisire guadagni commisurati al più che proporzionale aumento dei costi di esercizio.

In ragione di ciò, come più volte manifestato, riteniamo ormai indifferibile l'adozione di misure volte a sostenere la posizione della categoria e, prima fra tutte, l'aumento dell'aggio previsto a titolo di remunerazione per i rivenditori di tabacchi, attualmente quantificato in misura pari al 10% del prezzo di vendita a pubblico.

Il comparto del gioco pubblico

Il Gioco del Lotto

Non si può ragionare di stato di salute della categoria senza considerare anche il comparto dei giochi e fra questi prima di tutto il Gioco del Lotto.

Secondo la disciplina sancita dall'art. 1, Decreto Legislativo 496 del 1948, sono riservati allo Stato *“l'organizzazione e l'esercizio di giochi di abilità e concorsi pronostici per i quali si corrisponda una ricompensa di qualsiasi natura e per la cui partecipazione sia richiesto il pagamento di una posta in denaro...”*. La successiva disposizione del medesimo decreto, poi, specifica che tali attività *“sono affidate al Ministero delle Finanze, il quale può effettuarne la gestione direttamente, o per mezzo di persone fisiche o giuridiche che diano adeguata garanzia di idoneità”*.

La raccolta del Gioco del Lotto nella sua formula tradizionale, così come quella di tutti i correlati giochi numerici a quota fissa, quali, ad esempio, 10eLotto, MillionDay, ecc., è gestita in regime di esclusiva dai rivenditori di generi di monopolio (art. 12 Legge 2 agosto 1982, n. 528) per il tramite di concessione diretta che gli stessi sottoscrivono con l'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli.

Quello del Lotto è un settore nel quale lo Stato ha mantenuto a pieno la tradizionale riserva di organizzazione ed esercizio del gioco, al fine di tutelare l'ordine e la sicurezza pubblica, contrastare il crimine organizzato, proteggere la pubblica fede contro il rischio di frodi e salvaguardare i minori di età e i soggetti più deboli da una diffusione del gioco incontrollata, indiscriminata e senza regole.

Del resto, le rivendite di tabacchi, data la loro peculiarità, non sono paragonabili a nessun'altra attività commerciale che effettua la raccolta di altre tipologie di gioco pubblico, essendo sottoposti ad una regolamentazione sancita da norme di rango primario, nonché dal contratto di concessione per la gestione della tabaccheria e della ricevitoria del lotto sottoscritto con l'Amministrazione Finanziaria.

Il tabaccaio ricevitore del Lotto deve rispondere a particolari e stringenti caratteristiche di onorabilità che possono essere considerate uniche, sia in relazione ai requisiti richiesti agli altri esercenti commerciali, sia ai ricevitori di altri giochi. Un tabaccaio, ad esempio, non deve aver subito condanne o la rimozione da altre mansioni esercitate nei confronti dell'Amministrazione. Un tabaccaio per ottenere la concessione, ed in occasione dei rinnovi della stessa, è tenuto a

conseguire un titolo di idoneità professionale, seguendo specifici corsi di formazione anche sul tema della ludopatia.

In altri termini, tramite l'istituto della concessione della durata novennale che si affianca a quella per la gestione della tabaccheria, l'Amministrazione Finanziaria trasferisce al tabaccaio l'onere della raccolta del gioco di cui la stessa è titolare, espletando verifiche preventive sulla sussistenza dei requisiti soggettivi e oggettivi del futuro concessionario, a garanzia della capacità da parte del medesimo di gestire l'attività affidata.

Tale modello, in essere fin dalla seconda metà degli anni Ottanta, quando la raccolta era ancora manuale, è risultato fin da subito vincente.

Sebbene l'esclusiva del Lotto ai tabaccai risalga al 1982, l'applicazione pratica della legge fu lunga e difficoltosa. La fase di stallo determinò una crisi della raccolta ed un trend negativo che durava da diversi anni e aveva ormai condannato il Lotto a un ruolo estremamente marginale con grande giovamento del lotto nero.

Mantenendo quel tipo di raccolta il Gioco del Lotto era destinato a scomparire nel giro di alcune stagioni. Agli inizi del 1987 però la Federazione Italiana Tabaccai riuscì a superare l'impasse ottenendo che la raccolta del gioco ai tabaccai prendesse comunque il via, anche manualmente.

In tutte le province italiane si riorganizzò la rete abilitando alla raccolta nuove tabaccherie, grazie al lavoro dalle locali Intendenze di Finanza svolto in collaborazione con le strutture territoriali della FIT.

Nel giro di qualche mese il territorio nazionale fu coperto dalla nuova rete di raccolta dei tabaccai, efficiente e capillare, in grado di assicurare in pochissimo tempo risultati assai brillanti e ribaltando le cupe previsioni derivanti dalla gestione precedente.

L'affidamento del Lotto ai tabaccai a decorrere dall'estate del 1987, infatti, produsse subito i suoi effetti: nel giro di pochi mesi il gioco registrò un incremento complessivo del 40% e l'anno successivo i volumi del lotto superarono per la prima volta la soglia dei 1.000 miliardi di lire, fino ad arrivare a quintuplicarsi nel giro dei 5 anni successivi all'avvio della raccolta a cura dei tabaccai. E parliamo di una raccolta ancora manuale, considerato che l'automazione ebbe inizio soltanto a partire dal 1994 grazie ad una società consortile per azioni promossa dalla stessa Federazione Italiana Tabaccai. Una storia di successo che, oltre a incrementare fortemente le entrate erariali, ha portato valore alla categoria. Una storia che rivendichiamo con orgoglio.

Grazie al presidio del territorio, alla costante attività di promozione del gioco ed alla fidelizzazione della propria clientela, i tabaccai rivitalizzarono un gioco anzitempo dato per spacciato.

Ma oltre alla professionalità ed alla già citata affidabilità, i tabaccai hanno fornito al gioco un ulteriore valore aggiunto: sono divenuti la personificazione stessa del gioco del Lotto.

Lo zoccolo duro dei giocatori del Lotto ha oramai identificato il soggetto ed il luogo dove effettuare la giocata. Del resto, il Gioco del Lotto vive della sua rete fisica in quanto le giocate on line rappresentano una quota percentuale insignificante.

Ma non solo. A decorrere dal 1° gennaio 2000, per effetto della previsione di cui al Decreto 13 dicembre 1999, n. 474, i rivenditori di generi di monopolio con annessa ricevitoria del Lotto hanno subito l'ingiusta riduzione dell'aggio dal 10% all'8% che, in altri termini, ha significato la decurtazione del 20% dei ricavi lordi, senza considerare che invece è rimasta invariata la

percentuale dell'importo di una tantum novennale rimasta parametrata alla precedente remunerazione.

Il taglio sull'aggio, unito all'estensione della rete (avviata nel 2004 in applicazione delle previsioni di cui al Decreto del 12 dicembre 2003 a firma dell'allora Direttore AAMS), ha fortemente diminuito il reddito medio dei ricevitori del Lotto.

Senza considerare che nel frattempo sono state introdotte nuove estrazioni settimanali – passate da due a quattro per la modalità tradizionale del Gioco del Lotto – ed estrazioni ogni 5 minuti per il 10eLotto.

L'aumento esponenziale delle estrazioni, unitamente all'introduzione delle ulteriori formule di gioco complementari al Lotto varate dall'Agenzia delle Dogane e Monopoli, hanno amplificato gli oneri gestionali imponendo alle tabaccherie l'impiego a tempo pieno di una risorsa per l'espletamento delle operazioni di raccolta.

Oggi, con una rete numericamente raddoppiata e un conseguente reddito medio ridotto, un aumento degli oneri e dei costi gestionali, un importo di una tantum novennale ancorato alla vecchia marginalità riteniamo siano più che maturi i tempi per ritoccare al rialzo l'aggio a favore dei ricevitori del Lotto, fermo oramai da oltre 24 anni.

Gratta & Vinci e Superenalotto

Altro tema di rilievo è quello riconducibile alle lotterie nazionali ad estrazione istantanea, comunemente note come Gratta e Vinci, di cui i tabaccai rappresentano la principale rete di vendita fisica.

In via preliminare, occorre rammentare che la previsione dell'istituzione di lotterie nazionali ad estrazione istantanea è da ricondurre alla Legge 26 marzo 1990, n. 62. L'approvazione del regolamento di gioco per l'avvio del servizio di vendita dei Gratta e Vinci, previsto dalla predetta norma, è però da ricondurre al decreto ministeriale 12 febbraio 1991, n. 183, mediante il quale viene, fissato, tra l'altro, l'aggio a favore dei rivenditori nella misura del 10%.

Ma l'iniziale previsione dell'aggio viene rapidamente ed immotivatamente rivista. Nel giro di cinque anni, infatti, e precisamente con il Decreto-legge 20 giugno 1996, n. 323, l'aggio viene ridotto dal 10% all'8% del prezzo di vendita al pubblico.

Da quasi trent'anni, dunque, l'aggio a favore dei rivenditori dei biglietti è rimasto immutato, benché sulla gestione dell'attività gravitino costi ed oneri sempre maggiori, in parte riconducibili alle modifiche tecniche, normative e contrattuali nel frattempo introdotte.

Simili considerazioni possono essere fatte per i Giochi Numerici a Totalizzatore Nazionale, vale a dire il Superenalotto e gli altri giochi appartenenti a tale famiglia, per i quali l'aggio è stato fissato per legge nella misura dell'8% della raccolta, nel lontano 2001, vale a dire 23 anni fa (art. 14, del Decreto-Legge 28 dicembre 2001, n. 452)

A fronte del calo della raccolta, e dunque della remunerazione, invece, l'attività del ricevitore è indiscutibilmente aumentata: oggi il gioco prevede 4 estrazioni settimanali, contro un'unica estrazione settimanale nel 2001, anno in cui fu predeterminata la misura dell'aggio.

Peraltro, sia per quanto concerne la vendita delle Lotterie Nazionali ad Estrazione Istantanea (Gratta e Vinci) che la gestione dei Giochi Numerici a Totalizzatore Nazionale (Superenalotto),

le società concessionarie richiedono canoni fissi mensili in grado di erodere buona parte della remunerazione fissata per legge.

In altri termini, l'introduzione da parte delle società concessionarie di servizi aggiuntivi, offerti previo riconoscimento di un canone mensile, ha consentito alle stesse di usufruire di una remunerazione aggiuntiva rispetto a quella assicurata dallo Stato, con pesanti ricadute sulla redditività della rete di vendita fisica.

Riteniamo, dunque, sia necessario aumentare l'aggio previsto per tali giochi al fine di ripristinare l'equa remunerazione dei punti vendita chiamati a dover sostenere, loro malgrado, il peso di scelte commerciali che il legislatore non è stato in grado di arginare nel corso degli ultimi anni.

Il riordino della rete fisica

In linea più generale, come già anticipato, il gioco pubblico rappresenta una componente fondamentale nell'ambito del sistema tabaccheria, che in alcuni casi supera il 40% della redditività del punto vendita.

Per tale motivo l'attenzione sul prossimo riordino del settore del gioco, in attuazione dell'art. 15 della Legge 9 agosto 2023, n. 111 "Legge di delega al Governo per la Riforma Fiscale", è altissima.

È sicuramente noto che il primo atto di riordino si è concretizzato con l'emanazione del decreto legislativo che, ad aprile scorso, ha disciplinato l'offerta di gioco per il canale a distanza, cosiddetto decreto PVR (d. lgs n.41 del 25/03/2024). Rimane, tuttavia, sul tavolo la questione, indubbiamente più articolata e complessa, del riordino del gioco raccolto su base fisica che impone intrinsecamente la risoluzione di problematiche più delicate quali il contemperamento delle esigenze degli operatori con quelle connesse alla salute dei giocatori, generalmente avanzate da Regioni ed enti locali.

Se da una parte i parametri fissati dal citato art. 15 impongono la conferma del sistema concessorio, dall'altra le preoccupazioni degli operatori del settore, di cui i tabaccai ricevitori rappresentano da sempre il fiore all'occhiello, riguardano la forma e la composizione che, sostanzialmente, si vorrà dare alla futura rete di raccolta, in particolare per i giochi offerti dietro un'autorizzazione di Pubblica Sicurezza.

L'auspicio della categoria è che il legislatore opti per l'affidamento della gestione e della raccolta del gioco a reti professionali e qualificate, che possano garantire i massimi livelli di garanzia e sicurezza: da una parte i tabaccai ricevitori, in qualità di concessionari diretti dello Stato, dall'altra le reti specializzate e generaliste, dietro possesso di requisiti soggettivi e oggettivi specificamente individuati.

In tale ottica è necessario superare strumenti anacronistici, a cui troppo spesso regioni ed enti locali hanno fatto ricorso nell'ultimo decennio, che hanno il solo effetto di contrastare e finanche espellere dai vari territori l'offerta di gioco legale, con un incalcolabile pregiudizio sia per gli operatori, lato occupazionale, che per lo Stato, in termini di entrate erariali.

La perdita di giochi come apparecchi da intrattenimento e corner scommesse, infatti, determinerebbe la perdita di una parte importantissima di redditività, e conseguentemente un

licenziamento di forza lavoro che, nella sola rete delle tabaccherie, potrebbe superare le 5.000 unità.

A ciò si aggiunga che la contrazione dell'offerta legale comporta un'espansione delle reti illegali, generalmente gestite dalla criminalità organizzata, con evidenti conseguenze negative sulla salute dei giocatori i quali, a dispetto dell'interesse primario che si voleva raggiungere, verrebbero inevitabilmente lasciati senza alcun supporto.

È il caso di rilevare che allo stato attuale ormai cinque regioni (in particolare Calabria, Campania, Abruzzo, Marche e Sicilia) hanno optato per sollevare i tabaccai dal rispetto di distanze minime per l'installazione di apparecchi da intrattenimento e corner scommesse, in funzione del loro ruolo di concessionari dello Stato e dei conseguenti requisiti soggettivi e oggettivi che possono vantare in termini di sicurezza e affidabilità. L'auspicio è che tale meccanismo, ormai collaudato con successo nei predetti territori, possa estendersi anche all'intero territorio nazionale.

Il comparto dei servizi al cittadino

Come accennato in premessa, da alcuni anni è in corso un costante processo di riorganizzazione degli istituti di credito e degli uffici postali, con la progressiva chiusura di sportelli e la conseguente riduzione dei servizi essenziali, soprattutto nei comuni più piccoli e nelle aree più interne del Paese.

Il processo di desertificazione in atto ha un forte impatto sociale, considerato che gli uffici postali e gli sportelli bancari hanno storicamente rappresentato un importante presidio per i territori già fragili dal punto di vista dei trasporti e delle comunicazioni. Si tratta, del resto, di territori in larga misura popolati da anziani, notoriamente soggetti a maggiori difficoltà negli spostamenti, oltre che con un basso grado di preparazione nell'utilizzo di strumenti informatici e di comunicazione digitale e, quindi, anche all'accesso dei servizi erogati tramite piattaforme on line.

Secondo l'osservatorio sulla desertificazione bancaria della Federazione Italiana Reti dei Servizi e del Terziario, al 30 giugno 2024 ben 4 milioni e 400 mila persone risiedono in Comuni che non registrano la presenza di alcuna banca: 122 mila persone in più nell'ultimo anno. Oltre 6 milioni di persone risiedono in Comuni con un solo sportello bancario.

Secondo le ultime rilevazioni sono oltre 5 mila gli sportelli chiusi negli ultimi 5 anni. Il 42% dei comuni italiani, oltre 3.300, non ha più sportelli bancari sul proprio territorio.

Le rivendite di generi di monopolio sono presenti in oltre 7.400 comuni. Le tabaccherie ubicate in comuni con meno di 3.000 abitanti sono 7.867 mentre nei comuni con popolazione tra 3.000 e 5.000 abitanti sono 4.467. Tali presenze hanno consentito di colmare il gap di copertura territoriale dei servizi bancari e postali, facilitando l'accesso a innumerevoli tipologie di servizi, anche di natura bancaria e postale, nelle zone più svantaggiate o che registrano particolare sofferenza.

Basti considerare che circa l'80% delle tabaccherie risultano abilitate all'espletamento dei servizi al cittadino.

Lo scenario di una volta che inquadrava i tabaccai come rivenditori di sali, tabacchi e chinino di Stato, ha lasciato progressivamente il passo alla figura di un tabaccaio più *smart*, in grado di soddisfare le esigenze dei consumatori anche grazie ad una vasta gamma di servizi al cittadino.

I servizi analogici da sempre promossi dalla FIT in tabaccheria, su impulso della stessa Federazione trovano uno sbocco digitale sul finire degli anni Novanta con la riscossione del bollo auto. Da allora grazie alla Federazione la fornitura di servizi in tabaccheria si è costantemente evoluta: oltre all'acquisto dei valori bollati e del contributo unificato per atti giudiziari con modalità telematiche, frutto del consolidato rapporto tra FIT e Agenzia delle Entrate, ricordiamo la smaterializzazione delle ricariche telefoniche di cui i tabaccai sono i principali rivenditori, la vendita dei voucher INPS, e il sistema di consegna dei pacchi che è esploso dopo l'accordo tra FIT e Poste Italiane.

Oggi è possibile effettuare servizi commerciali, postali, finanziari, di pagamento e di *proximity banking*.

Grazie alle tabaccherie i cittadini possono comodamente effettuare il pagamento di:

- tributi, F24, multe, sanzioni e versamenti per assicurazioni, prestiti e donazioni;
- MAV, bollettini postali e bollettini di oltre 100 fatturatori di utenze domestiche;
- tutti gli avvisi PagoPA.

I cittadini possono inoltre:

- acquistare biglietti di trasporto ferroviario e locale;
- prelevare denaro contante;
- effettuare bonifici;
- effettuare ricariche di carte prepagate, per la telefonia e la TV digitale;
- ritirare e rendere pacchi acquistati online;
- spedire pacchi, acquistare e spedire confezioni preaffrancate.

Non v'è dubbio di come le tabaccherie rappresentino oggi un baluardo di prossimità, esercizi di contatto e presidio del territorio, operanti nella quasi totalità dei comuni italiani e sempre "vicini" alla propria clientela, sia nei fatti che negli intendimenti, data la capillarità e la vastità dei servizi offerti.

L'inquadramento delle tabaccherie come "*aziende familiari al servizio dello Stato e del cittadino*" rappresenta ormai una definizione ampiamente condivisa, come peraltro testimoniato dalla drammatica esperienza della pandemia. Le tabaccherie, infatti, sono state riconosciute dal legislatore come esercizi di primaria necessità e autorizzati all'apertura anche durante l'emergenza Covid.

Grazie al presidio assicurato dalle rivendite di generi di monopolio i cittadini hanno potuto soddisfare molteplici esigenze, non da ultimo quella dell'approvvigionamento delle mascherine di cui i tabaccai sono stati i primi distributori a livello nazionale a prezzi calmierati.

Benché l'utilità sociale delle rivendite di generi di monopolio sia riconosciuta e sancita anche in ambiti ed atti formali, ciò che raramente emerge è che per poter offrire i servizi al cittadino le tabaccherie sono costrette alla sottoscrizione di contratti con Prestatori di Servizi di Pagamento (PSP) che pretendono oneri fissi di attivazione, fidejussioni, canoni mensili e costi di connettività.

Oneri fissi che si attestano tra i 1.600 euro ed i 2.400 euro per il primo anno (incluso il costo iniziale di attivazione) e circa tra i 1.300 euro e i 2.000 euro per gli anni successivi di gestione a regime, a cui aggiungere costi variabili, come quelli per i costi di rete, addebitati da alcuni PSP, o per l'accettazione della moneta elettronica. Costi che evidentemente si aggiungono ai normali costi indiretti di un'attività di impresa.

Offerta Standard						
	Costo di attivazione (una tantum)	Canone Annuale	Fideiussione	Canone Connettività	Altri costi	Totale Generale
Operatore A	360 €	1.080 €	180 €	0 €	50 €	1.670 €
			(Plafond 20.000€)			
Operatore B	400 €	1.080 €	600 €	150 €	250 €	2.480 €
			(Plafond 30.000€)			

Per i rivenditori operanti nei comuni più piccoli (a seconda dell'operatore l'offerta è riferibile ai comuni fino ad un massimo di 5.000 ovvero 6.000 abitanti), gli oneri fissi si attestano tra i 1.300 e i 1.600 euro per il primo anno di attività, e tra gli 1.000 euro ed i 1.200 euro circa in una gestione a regime.

Offerta piccoli comuni						
	Costo di attivazione (una tantum)	Canone Annuale	Fideiussione	Canone Connettività	Altri costi	Totale Generale
Operatore A (5.000 abitanti)	360 €	780 €	180 €	0 €	50 €	1.370 €
			(Plafond 20.000€)			
Operatore B (6.000 abitanti)	400 €	600 €	198 €	150 €	250 €	1.598 €
			(Plafond 10.000€)			

Il tutto a fronte di una marginalità risibile di pochi centesimi di euro ad operazione che sfugge a qualsiasi logica imprenditoriale (basti pensare che per una ricarica telefonica il tabaccaio percepisce tra i 0,07 euro e i 0,20 euro per i tagli di ricarica più diffusi).

Senza considerare che migliaia di tabaccai operano in perdita ed offrono servizi unicamente perché sono ancora un punto di riferimento – spesso il solo – nel contesto cittadino. Altrettanti, invece, a causa degli elevati costi gestionali, non sono in grado di poter mettere a disposizione dei propri concittadini servizi di pubblica utilità, partecipando, loro malgrado, al processo di desertificazione accennato in apertura.

Pagamenti digitali e redditività.

È a tutti noto lo sviluppo esponenziale dei pagamenti elettronici nell'ultimo quinquennio, al punto che si è raggiunto lo scorso anno il record di oltre tre milioni e mezzo di POS installati, cifra che ci pone al primo posto in Europa, con 67,4 milioni di carte di debito e 13,5 milioni di carte di credito attive, e della cifra di 444 miliardi di euro di transato con pagamenti digitali, pari al 40% del valore totale.

Comprendiamo e condividiamo lo spirito della norma sull'obbligo di accettazione dei pagamenti con moneta elettronica, ma non possiamo esimerci dall'evidenziare la difficoltà di chi è nella condizione di dover accettare pagamenti digitali per transazioni di importo irrisorio su beni o servizi per quali la percentuale di guadagno riconosciuta è di pochissimi centesimi lordi.

Per meglio inquadrare il problema accennato è necessario ricordare che le tabaccherie forniscono prodotti e servizi per conto dello Stato o di altri Enti pubblici in base ad affidamenti in concessione o su espressa formale autorizzazione; tali attività sono svolte in base a remunerazioni stabilite da specifiche disposizioni normative e prevedono un aggio in percentuale ovvero un compenso con margine fisso.

Si tratta, quindi, di attività per le quali il rivenditore di generi di monopolio sostanzialmente veicola un servizio, il cui destinatario del pagamento è lo Stato o un altro ente pubblico, ed ogni relativa transazione è ben nota al Fisco e chiaramente tracciata dai sistemi dei fornitori o gestori informatici incaricati. Per tale ragione i tabaccai beneficiano della semplificazione contabile ex art.23, comma 21 *septies* del Decreto Legge n. 78 del 2009, convertito nella Legge n. 102 del 2009, potendo così effettuare un'unica registrazione annuale degli aggi su tabacchi, valori bollati e postali, contributo unificato, Lotto e lotterie e riscossione tasse automobilistiche.

Analogamente, anche altre attività svolte non espressamente per conto dello Stato o di altri Enti pubblici, come i servizi finanziari, cioè i pagamenti dei bollettini postali, MAV, RAV, Freccia sono ampiamente tracciate e certificate dai sistemi tecnologici utilizzati e, di conseguenza, senza alcuna possibilità di violazione degli obblighi fiscali prescritti.

Alla luce di queste sintetiche considerazioni, si evince che la condizione in cui si trovano i tabaccai non sia quella di soggetti che forniscono prodotti e servizi direttamente loro collegabili, bensì quella di meri intermediari per prodotti e servizi per conto dello Stato e di servizi finanziari per conto di soggetti terzi, a fronte di corrispettivi predeterminati, spesso per decreto ministeriale, ben noti all'Amministrazione finanziaria e che rappresentano una componente irrisoria del pagamento effettuato dal cliente. In una siffatta condizione, appare di ogni evidenza che la cessione di tali beni o servizi non consentirebbe in alcun modo l'attuazione di eventuali pratiche elusive.

In aggiunta, emerge che in tali casi i costi e gli oneri di sistema per l'utilizzo di mezzi di pagamento digitali non solo impediscono ai tabaccai qualunque forma di reale guadagno ma talvolta determinano addirittura una remissione.

Occorre infatti rilevare che secondo studi comparativi i costi sostenuti dagli esercenti variano moltissimo, attestandosi mediamente attorno all'1% - 1,3%, tenendo però conto del fatto che

alcuni operatori applicano costi aggiuntivi per transazione, fino a 10 centesimi; a questi costi occorre poi aggiungere i canoni mensili dei POS. Possiamo, quindi, immaginare l'incidenza di questi oneri economici su una transazione relativa alla vendita di un titolo di viaggio del valore di 1,50 euro, sul quale la percentuale invariabile riconosciuta al tabaccaio è del 4% lordo. Su un guadagno lordo di 6 centesimi nella migliore delle ipotesi occorre stornare non meno di 1,5 centesimi.

Tali costi possono essere sensibilmente mitigati da offerte promozionali che vengono proposte sui micropagamenti fino a 10 euro, ma sono di durata limitata nel tempo e spesso cessano al raggiungimento di una soglia di transazioni mensili.

È invece auspicabile una modifica strutturale delle condizioni proposte, senza vincoli temporali e slegata da interventi di natura convenzionale.

Siamo quindi convinti che per superare l'impasse che si è determinata e per consentire alla categoria il recupero di una quota di redditività erosa dagli oneri legati all'obbligo normativo in esame sia necessario attuare come possibili soluzioni l'esonero dall'obbligo di accettazione per i prodotti e servizi ad aggio o margine fisso, fermo restando l'obbligo di accettazione per i prodotti a marginalità libera. In alternativa, si chiede un incremento del credito d'imposta attualmente stabilito nella misura del 30% dei costi di commissione addebitati a prescindere dalla tipologia di bene e servizio acquistato.

Possibili misure fiscali a sostegno della categoria

Per le ragioni illustrate, la nostra categoria da diversi anni accusa una forte perdita di redditività causata dalla contrazione dei ricavi, ma soprattutto dall'aumento dei costi. I dati dell'Agenzia delle Entrate confermano che il reddito medio delle tabaccherie è sostanzialmente il medesimo da anni nonostante l'aumento dei ricavi.

A ciò si sono aggiunte le dinamiche inflattive a partire dal 2022 che hanno ulteriormente impoverito una categoria i cui prodotti e servizi sono per lo più a tariffa e a marginalità fissa e conseguentemente con prezzi al pubblico non aumentabili in funzione degli aumenti dei costi.

Una rete che ha diritto di ricevere una adeguata remunerazione per la dedizione dell'intera famiglia profusa nella gestione della tabaccheria. Mediamente sono in numero di 2,5 i componenti del medesimo nucleo familiare che si dedicano a portare avanti l'attività di tabaccheria. Una remunerazione che a fatica copre i costi di gestione, ivi compreso il costo dei lavoratori dipendenti in funzione di quanto previsto dalla Contrattazione Collettiva Nazionale, ma che non è sufficiente a riconoscere un equo compenso al lavoro prestato da tutti gli addetti della medesima famiglia.

Troppo spesso il reddito di impresa di un tabaccaio e dei suoi familiari collaboratori è assolutamente parificabile a quello di un dipendente della tabaccheria, quando non è addirittura inferiore il che rappresenta un paradosso. L'assimilazione tra imprenditore ed il suo dipendente è irragionevole, considerato il rischio di impresa assunto dall'imprenditore, per non parlare poi del capitale investito.

È bene specificare che il reddito della rivendita è per circa il 90% certificato alla fonte e pertanto conosciuto dall'Amministrazione finanziaria.

La sostenibilità della categoria e dei relativi addetti si fonda soprattutto mediante il riconoscimento di un'equa remunerazione. Le modalità per perseguire il principio, costituzionalmente previsto, alla remunerazione per il lavoro prestato, possono essere molteplici e dirette a incidere o sui ricavi o sui costi.

La principale, che opera sui ricavi, è rappresentata dall'aumento dell'aggio e della marginalità fissa, che la categoria attende da anni come ben rappresentato nelle pagine precedenti.

A tale modalità si possono aggiungere altre due direttrici di intervento: riduzione della pressione fiscale e contributi statali per abbattimento dei costi gestionali in ragione dei servizi di pubblica utilità erogati.

In merito alla riduzione della pressione fiscale sul reddito di impresa delle tabaccherie potrebbe essere d'ispirazione la deduzione forfetaria in favore degli impianti di distribuzione di carburanti (art.34 L. 183/2011). Tale disposizione agisce direttamente sul reddito di impresa mediante la relativa riduzione: il risultato è che l'imponibile fiscale diminuisce di un importo percentuale determinato per legge.

A nostro avviso, infatti, gli impianti di distribuzione del carburante sono parificabili alle tabaccherie in funzione del ruolo di esazione di imposte (accise) su base volontaria per conto dello Stato.

Conseguentemente la stessa misura potrebbe idoneamente essere tralata in favore delle tabaccherie in funzione delle peculiarità di dette imprese. In pratica si potrebbe prevedere una riduzione percentuale e forfetaria della base imponibile ai fini fiscali, declinata su scaglioni di aggio prodotti (ossia i ricavi derivanti dai prodotti in concessione di cui all'art. 18 del D.P.R.600/73).

Tale riduzione avrebbe il merito di compensare in parte la contrazione della redditività acuita sia dal mancato aggiornamento dell'aggio che dal crescente valore dell'inflazione nonché dall'incremento dei costi di gestione diretta e indiretta.

La misura illustrata agisce, quindi, a sostegno della marginalità riconosciuta alla tabaccheria mediante la previsione di una deduzione (un "costo" stabilito in percentuale) sul reddito di impresa comportando un beneficio inerente alla disponibilità economica effettiva, quindi una leva positiva in favore della remunerazione del lavoro. In sintesi, una misura che applicata agli aggi/margini fissi dei prodotti in concessione, aiuterebbe le tabaccherie, seppur in modo non determinante, a contrastare la crisi di redditività in cui versano.

In relazione ai servizi di pubblica utilità che, come esposto in precedenza, si caratterizzano da elevati oneri diretti di gestione, il sostegno che si invoca è quello inerente la sostenibilità economica. Posto il valore sociale degli stessi servizi di pubblica utilità erogati ai cittadini, si potrebbe prevedere una sorta di incentivo che le imprese devono sostenere per la relativa attivazione e mantenimento.

L'incentivo potrebbe configurarsi come una maggiorazione percentuale dei costi annuali direttamente afferenti ai servizi stessi, ispirandosi alle misure di incentivo per le imprese che investono in determinati beni e/o servizi (siano d'esempio le misura del Super e/o Iper ammortamento per l'acquisto in beni strumentali nuovi e /o innovativi).

Nel caso della tabaccheria, tuttavia, l'oggetto dell'investimento non sarebbe un bene strumentale ma sugli investimenti per l'implementazione dei servizi di pubblica utilità presso le rivendite stesse.

In funzione del valore intrinseco del sistema di erogazione del servizio e dei relativi costi connessi, la percentuale di maggiorazione potrebbe ipotizzarsi nella misura almeno del 40%. L'incremento dei costi diretti relativi ai servizi determinerebbe una diminuzione del reddito impresa e conseguentemente delle imposte dirette a carico dell'impresa.

In luogo della maggiorazione della deduzione del costo sostenuto, come sopra delineato, il contributo potrebbe assumere la forma di un credito di imposta analogamente a quanto previsto con il credito di imposta in favore di investimenti "Industria 4.0". Quindi, applicando tale incentivo ai costi sostenuti dalle tabaccherie in relazione ai servizi di pubblica utilità, il credito di imposta si determinerebbe nella misura percentualmente stabilita (ad esempio del 40%) e sarebbe utilizzabile dalle imprese per il pagamento, mediante compensazione, di altre imposte dovute.

Ricordiamo, d'altronde, che lo Stato, nel riconoscere ai tabaccai il ruolo di esattore di tasse su base volontaria per suo conto (considerato che il prezzo al pubblico dei tabacchi è costituito per oltre il 78% da tasse) oltre che un ruolo sociale (come si è avuto modo di apprezzare nell'ambito dell'emergenza Covid-19) dovrebbe quanto meno garantire un'equa remunerazione per il lavoro svolto.

Altre misure di sostegno: aggiornamento delle classi di reddito

Sempre in relazione alla specificità del settore, si evidenzia che la normativa di riferimento prevede che le concessioni siano sottoposte a procedura di rinnovo ogni 9 anni previa verifica dei requisiti personali del titolare e pagamento di una somma a titolo di *una tantum* pari al 10% del reddito dell'anno precedente.

Le rivendite ordinarie sono suddivise in rivendite di prima e seconda categoria in base al superamento o meno di un reddito a tabacchi pari a 5.164 euro equivalenti a 10 milioni di lire. Le rivendite con reddito inferiore a tale cifra, ossia le rivendite di seconda categoria, sono esonerate dal pagamento di tale somma.

Considerato che il limite dei 10 milioni di lire era stato aggiornato nel lontano 1986, cifra che attualizzata ad oggi ammonterebbe a circa 14.000 euro, si chiede di aggiornare tale parametro al fine di dare un minimo contributo alle rivendite a bassissimo reddito che garantiscono i servizi nei piccoli comuni.

Conclusioni

Al fine di supportare una categoria di concessionari dello Stato che per i cittadini e per lo stato lavorano apportando circa 20 miliardi di gettito erariale complessivi, occorre intervenire con le misure illustrate nel corso della relazione che si riassumono di seguito:

- 1) specializzazione della rete come unico canale di vendita dei prodotti a base di nicotina;
- 2) maggiore contrasto al contrabbando al fine di recuperare entrate erariali e marginalità della categoria;
- 3) aumento dell'aggio sui tabacchi;
- 4) aumento dell'aggio sul Lotto, sul Gratta & Vinci e sul Superenalotto;
- 5) riconoscimento nel comparto giochi del ruolo di rete di vendita dello Stato e conseguente esenzione dai vincoli distanziometrici nell'ambito del riordino del gioco fisico;
- 6) abbattimento dei costi mediante deduzione forfettaria o crediti di imposta specifici;
- 7) facoltà di accettazione della moneta elettronica per i prodotti ad aggio o margine fisso o, in alternativa, credito d'imposta maggiorato;
- 8) attualizzazione classi di reddito per identificazione rivendite seconda categoria.