

Qr Code: in tempo di pandemia un «alleato» da sfruttare

Uno degli strumenti che hanno vissuto una rinascita durante la pandemia è sicuramente il Qr Code, spesso utilizzato in volantini e cartelloni pubblicitari, si trova ora su tutti i tavolini di bar e ristoranti. Questo formato nasce in Giappone, nel 1994, quando il Gruppo Toyota lo individuò come modalità rapida per tracciare i pezzi delle proprie vetture. Questa

specie di codice a barre moderno viene distribuito sotto licenza libera dall'inizio degli anni 2000 e diventa, recentemente, un mezzo per contenere un grande quantitativo di informazioni digitali che possono essere divulgate sia online che in formato cartaceo. Grazie alle molteplici applicazioni che permettono la lettura dei Qr Code, chiunque abbia la pos-

sibilità di scannerizzarlo può accedere al sito ad esso collegato. Inoltre, un'altra ragione a favore della diffusione di questo strumento è stata la facilità di creazione, generare un codice risulta estremamente semplice, grazie ai servizi specifici che si possono trovare online gratuitamente. In seguito alla diffusione del Coronavirus e al rischio di contagio durante lo scambio



dei menù tra i commensali, il QR Code sul numero del tavolo è diventata la perfetta sostituzione alla carta. Infatti, ognuno di noi possiede uno smartphone e grazie alla fotocamera è possibile inqua-

drare il codice e consultare il listino comodamente dal proprio cellulare, diminuendo così le possibilità di contrarre il virus. In aggiunta a ciò, questo nuovo metodo porta con sé una rivoluzione che permette ai locali di aumentare la propria ecosostenibilità. Infatti, il menù digitale non ha bisogno delle numerose stampe e repliche che richiede il cartaceo e può essere conservato sul cellulare e ripreso a casa anche per gli ordini delivery. Questa nuova modalità ha delle potenzialità che potrebbero essere sfrut-

tate anche successivamente alla pandemia. I ristoranti potrebbero servirsi del Qr Code per inserire contenuti multimediali o interattivi nel proprio menù, al fine di promuovere alcune pietanze o velocizzare gli ordini. I vantaggi sarebbero innumerevoli, come l'introduzione delle ordinazioni in modalità self-service, richieste di assistenza o di pagamento, inoltre dei feedback e così via. Il Qr Code sembra proprio un alleato ritrovato per i mercati internazionali.

R.V.

APOSTOLATO DIGITALE

condividere codici di salvezza

DIGITAL ECONOMY – SERVONO NUOVE NORME, ANCHE PER EVITARE L'EVASIONE FISCALE

Economia digitale: dove si pagano le tasse del «mercato virtuale»?

Negli ultimi decenni l'economia ha subito una trasformazione a livello globale, l'emergere della digital economy non ha avuto un forte impatto solo sullo svolgimento dell'attività di impresa, ma anche sulla disciplina fiscale. Le imprese, sfruttando i benefici offerti dall'economia digitale, hanno iniziato ad intensificare le transazioni commerciali con un elevato numero di Paesi, senza però doversi spostare in senso fisico. Già da queste prime considerazioni si può desumere che «a-territorialità», transnazionalità e de-materializzazione sono i caratteri intrinseci della digital economy. Infatti, un'impresa oggi può intercettare i potenziali clienti residenti in tutto il mondo tramite un sito web, accessibile da qualsiasi dispositivo mobile, non essendo più necessaria per la vendita la presenza fisica nel territorio in cui cede i propri beni o i propri servizi. Di fatto, le multinazionali del digitale riescono a creare «stateless income», ovvero redditi che non sono riconducibili né al Paese di residenza dell'impresa né al mercato in cui essa effettua le vendite, in quanto vi è assenza di una sede fissa. Quindi, in materia di tassazione, viene a mancare la facile individuazione del Paese a cui spetta l'esercizio del potere impositivo. Le regole che per più di un secolo e ancora oggi disciplinano la tassazione dei redditi transnazionali poggiano su due principi fondamentali: il world-wide taxation principle, ovvero il principio secondo cui ciascuno Stato può tassare i redditi ovunque prodotti, se posseduti dai soggetti residenti, e il source-based taxation principle, ovvero il principio secondo cui ciascuno Stato può tassare i redditi prodotti nel proprio territorio, anche se prodotti da soggetti

non residenti. Quale dei due metodi utilizzare viene solitamente deciso sulla base di accordi multilaterali tra i Paesi coinvolti negli scambi commerciali, al fine di evitare fenomeni di doppia imposizione fiscale. Come è intuibile, la realtà economica attuale non corrisponde più al modello a cui si ispira il Modello Ocse di convenzione contro le doppie imposizioni: l'impianto normativo sull'allocatione delle basi imponibili è inadatto a tassare i redditi prodotti dalle digital companies nel Paese della fonte, qualora manchi un collegamento «fisico» con il territorio di tale Paese che ne giustifichi la pretesa im-



Le multinazionali del digitale riescono a creare «stateless income»: redditi non riconducibili né al Paese di residenza dell'impresa né al mercato in cui essa vende

positiva. Le sfide che pone l'economia digitale sono numerose anche se, forse, riconducibili ad un unico interrogativo: si riuscirà ad arrivare ad una soluzione condivisa a livello internazionale? Dai lavori dell'Ocse emerge con chiarezza come la difficoltà maggiore nel cercare una strategia efficace per «governare» il mondo della digital economy consista proprio nella ricerca di un compromesso tra la necessità di eliminare i rischi di base erosion – erosione della base imponibile – e profit shifting – traslazione dei profitti in Paesi in cui la tassazione è inferiore – connessi alla digital economy e quella di garantire agli Stati un certo margine di manovra per quanto riguarda la tassazione dei redditi che ne

derivano. Ferme restando queste prime approssimative riflessioni, non vi è dubbio che il risultato finale della strategia Ocse potrà essere apprezzato solo una volta determinato con precisione il meccanismo di riallocazione dei profitti, considerando l'ammontare e la tipologia. Nonostante siano stati fatti passi avanti nei mesi scorsi, come ammesso dall'Ocse stessa, l'Unified Approach presenta ancora numerose lacune e resta ancora molto lavoro per raggiungere un consenso sul primo e sul secondo pilastro entro la scadenza della fine del 2020, soprattutto con riguardo a numerose questioni tecniche, attuative e amministrative.

Anna Ilaria D'AMBROSIO
Università degli Studi di Napoli
(Estratto)

La missione sul web

Comunicazione della Chiesa e social media. Un testo per offrire una riflessione agile sulla comunicazione della Chiesa nell'ambito dei social network e del Web.



USO E ABUSO DEGLI ALGORITMI

Foto in rete e privacy violata

Ad oggi è molto diffusa la consapevolezza che tramite le foto scattate dai nostri cellulari sia possibile risalire ad un alto numero di informazioni personali e che ogni giorno condividendo la nostra vita, la rendiamo pubblica e accessibile. Con l'avvento della rivoluzione tecnologica l'individuazione delle informazioni a partire dalle foto non è più limitata, come accadeva un tempo. Infatti, quelle difficoltà derivanti dalle capacità umane di riconoscimento vengono sostanzialmente annullate grazie all'intervento di dispositivi elettronici che, basandosi su degli algoritmi, hanno la possibilità di incrociare un numero elevatissimo di dati. Strumenti come l'«API Vision» sfruttano le potenzialità dell'Intelligenza artificiale per riconoscere oggetti e volti, fino ad identificare addirittura lo stato emotivo della persona rappresentata. Inoltre, sebbene possa sembrare fantascientifico, grazie all'osservazione delle condizioni atmosferiche come il posizionamento delle nuvole o le precipitazioni, è possibile risalire anche all'esatto momento in cui la foto è stata scattata. Tutte le informazioni raccolte, utilizzate per attività legate alla sicurezza, possono essere ricavate con facilità da parte delle forze dell'ordine non solo tramite gli strumenti ufficiali, ma anche attraverso applicazioni lanciate recentemente e che spesso bypassano le normative in vigore, come «Clearview Ai». Questa app, molto utilizzata sul suolo statunitense, ha permesso l'identificazione di alcune persone tramite foto caricate su internet o ricavate dalle telecamere di sorveglianza. È da tenere in considerazione però il bias di questi sistemi, che cinque volte su dieci faticano a distinguere, ad esempio, i cittadini con la pelle più scura e potrebbero, dunque, commettere gravi errori. Il grande dibattito sull'utilizzo di questi sistemi riguarda quindi il limite - non ancora imposto - al loro utilizzo. Quale sarà la discriminante per finire nei database delle forze dell'ordine? Cosa impedirà l'acquisizione dei dati biometrici e delle immagini provenienti dai nostri cellulari? All'inizio dell'anno corrente è infatti emersa un'altra problematica connessa al riconoscimento facciale: la volontà di alcuni Paesi di identificare la popolazione in massa. Sembra, infatti, che la Cina stia sfruttando l'Intelligenza artificiale per la mappatura delle minoranze etniche presenti sul territorio, sfruttando l'alibi della sicurezza nazionale. È stato segnalato, inoltre, che in numerose democrazie liberali in cui vengono diffusi dispositivi prodotti in Cina non vi è la volontà di adottare misure adeguate al monitoraggio di attività illecite come l'acquisizione dei dati personali. Le speranze vengono riposte nell'Unione Europea, che a seguito della pubblicazione delle linee guida sull'Intelligenza Artificiale Affidabile, sembra volersi porre come soggetto a difesa degli utenti che, spesso ignari, vengono sfruttati dai sistemi dei quali vogliono servirsi.

Jasmine MILONE