

IMPOSTE SUL REDDITO

Il Metaverso e gli NFT: possibilità di business e di guadagno

di Alessandra Fabbri

Seminario di specializzazione

LA FISCALITÀ DEGLI NON-FUNGIBLE TOKEN (N.F.T.) NEL METAVERSO

[Scopri di più >](#)

Da quando, in tempi assai recenti, il padre fondatore di Facebook, Mark Zuckerberg, ha deciso di rinominare la propria società **“Meta”**, il termine **“metaverso”** ha cominciato a correre come mai prima e a far parlare di sé con sempre **maggior frequenza e insistenza**, anche se per gran parte delle platee esso rappresenta tutt’ora un **concetto nebuloso e astruso**.

Con il termine **“metaverso”** si fa riferimento a uno **spazio collettivo virtuale condiviso**, erede evoluto e migliorato di quelli che pretenziosamente potremmo definire gli **“antenati” crypto-assets e blockchain**, frutto di una **convergenza e fusione tra mondo reale e digitale** all’interno del quale, **operando attraverso un alter-ego virtuale, è possibile concludere negozi aventi effetti nella realtà fisica**.

Volendo banalizzare il concetto sopra espresso è possibile affermare che **“sfruttando”** questo nuovo spazio alternativo digitale, il **metaverso**, un investitore, attraverso il proprio **avatar**, possa partecipare a un negozio virtuale, per esempio, **all’acquisto di un’opera d’arte o di un marchio reale** e, se concluso positivamente, portare nel mondo reale il bene e/o il vantaggio virtualmente acquisito.

La finalità principale di tale mezzo è quella di creare una **realtà speculare a quella fisica “depurata”**, però, da qualsiasi limite, incertezza e rischio caratterizzante la fugacità terrena, permettendo, così, agli investitori di **lavorare, interagire e negoziare in una dimensione perfetta** che funge da *trait d’union* tra reale e virtuale.

È evidente come le **prospettive di sviluppo e di guadagno** per un *business* nato nel mondo reale attraverso l’utilizzo e le potenzialità offerte da un simile strumento virtuale, ancora effettivamente in fase embrionale, possano essere **talmente ampie da sembrare difficilmente immaginabili e prevedibili**, ma, comunque, assai allettanti per le aziende.

Il sopradescritto universo parallelo basa la propria natura crittografica e operativa sulla

blockchain, paradigma tecnologico condiviso e immutabile a cui vanno ricondotti il protocollo Bitcoin, gli smart contracts, i token, le cryptovalute e, da ultimi in ordine di apparizione, i **Non-Fungible Token, c.d. NFT**, la cui diffusione sta assumendo velocità e portata esponenziali; essi sono **token crittografici**, ovvero codici alfa-numerici, **incorporanti diritti su beni digitali o fisici**, che vantano tra le proprie peculiarità **l'unicità e la non modificabilità del certificato di autenticità digitale** in essi incorporata, la **non fungibilità** e la **capacità di poter circolare senza che un soggetto terzo debba svolgere alcuna attività di intermediazione**.

Da questa caratteristica di **non replicabilità, immodificabilità e non sostituibilità** discende per il detentore-investitore garanzia di esclusività, non divisibilità e protezione digitale, elementi in forza dei quali gli NFT vengono **“temporaneamente” fiscalmente assimilati a opere d’arte**, piuttosto che a oggetti rari da collezione, beni di nicchia o rifugio, ma per i quali, va sottolineato, l’attuale Ordinamento giuridico e fiscale nazionale **non ha previsto alcuna disciplina ad hoc, come pure l’Amministrazione finanziaria non ha pubblicato alcuna specifica delucidazione**.

A onor del vero va precisato che l’impreparazione e la scarsa reattività dimostrata dal legislatore domestico circa la nuova tematica **non risulta essere una peculiarità solamente italica** ma sembra accomunare un po’ tutti i Paesi; unica nota controcorrente positiva deve, invece, essere riconosciuta al **Regno Unito** ove l’HMRC, con la pubblicazione del Manual CRYPTO22600 *“Cryptoassets for individuals: Capital Gain Tax: determining the location of exchange tokens”* ha provato a fornire qualche indicazione circa il **trattamento fiscale da applicare specificatamente agli NFT**: in particolare, è stato chiarito che, nel caso in cui il “prodotto virtuale” abbia come sottostante un bene fisico quale l’oro, **è consigliabile utilizzare un approccio di tipo “look through” e localizzare il “diritto digitale” ove si trova materialmente suddetto bene**, mentre, se il prodotto virtuale non si “erge” su alcun bene, il criterio più appropriato sembra essere quello della **residenza del beneficiario**.

In entrambe le casistiche, comunque, al regime fiscale applicato in base alla localizzazione si affiancano gli eventuali **obblighi di monitoraggio**.

Ne discende che, per quanto attiene al panorama **domestico, il metaverso**, i nuovi prodotti del mondo digitale e il **temporaneo e voluto vuoto legislativo**, costituiscono un **connubio indubbiamente positivo e favorevole di potenzialità e occasioni per tutte quelle aziende**, e, più in generale, per gli **investitori** che desiderano costruire **lecitamente business rilevanti garantendosi, così, guadagni importanti**.