

IL NUOVO “BONUS PUBBLICITÀ” Art. 57-bis, DL n. 50/2017

Tra le novità introdotte dal DL n. 50/2017, c.d. “Manovra Correttiva”, si segnala l’agevolazione concessa, **a decorrere dall’anno 2018**, alle imprese / lavoratori autonomi relativamente alle **spese di pubblicità** su giornali, televisione e radio.

In particolare l’art. 57-bis del citato Decreto, con l’intento di:

- incentivare le imprese e lavoratori autonomi ad impiegare strumenti pubblicitari al fine di accrescere e sviluppare la propria attività;
- “sostenere” il comparto dell’editoria e dell’emittenza radiofonica e televisiva locale come riconosciuto dall’art. 2, comma 2, Legge n. 198/2016;

prevede il riconoscimento di uno specifico **credito d’imposta proporzionato alla spesa incrementale delle “campagne pubblicitarie” effettuate**.

SOGGETTI BENEFICIARI

La norma riguarda le **imprese** e i **lavoratori autonomi** a prescindere dalla forma giuridica e dall’iscrizione ad un Albo professionale.

Sul punto va evidenziato che l’art. 4, comma 1, DPR n. 137/2012, contenente la Riforma degli ordinamenti professionali, contempla la “pubblicità informativa” con ogni mezzo avente ad oggetto:

- l’attività delle professioni regolamentate;
- le specializzazioni e i titoli posseduti attinenti alla professione;
- la struttura dello studio professionale;
- i compensi richiesti per le prestazioni.

INVESTIMENTI AGEVOLABILI

L’agevolazione in questione si sostanzia in un **credito d’imposta** connesso alle spese in campagne pubblicitarie effettuate tramite:

- **stampa periodica / quotidiana;**
- **emittenti televisive;**
- **emittenti radiofoniche locali** (analogiche o digitali).

Per aver diritto al credito d’imposta è necessaria la **sussistenza di un “investimento incrementale”**, ossia del fatto che l’investimento effettuato sia **superiore almeno dell’1% di quello sui medesimi mezzi di informazione dell’anno precedente**.

Merita evidenziare che il beneficio in esame, sarà attribuito nel 2018 con riferimento agli investimenti pubblicitari “effettuati a far data dall’entrata in vigore della legge di conversione” del DL n. 50/2017, ossia dal 24.6.2017.

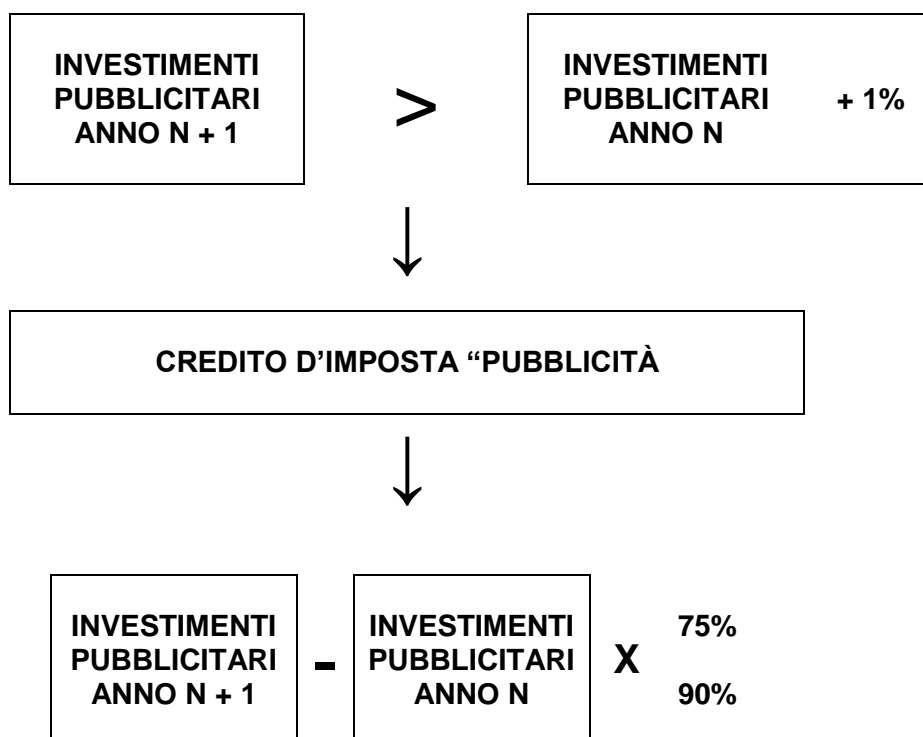
MISURA DELL’AGEVOLAZIONE

Il credito d’imposta è pari al **75% - 90% del valore incrementale** degli investimenti effettuati.

Ammontare del credito d’imposta	Soggetti beneficiari
90%	Micro imprese, PMI e startup innovative
75%	Altri soggetti

MODALITÀ DI UTILIZZO DEL CREDITO D'IMPOSTA

Il credito d'imposta sopra descritto può essere **utilizzato soltanto in compensazione**, mediante il mod. F24, **previa istanza al Dipartimento** per l'informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri.



Esempio 1 La Alfa srl ha effettuato nell'anno n spese pubblicitarie per un importo pari a € 20.000. Per poter usufruire del "bonus pubblicità" nell'anno n + 1 deve sostenere almeno un importo pari a € 20.200 (20.000 + 1%).

Ipotizzando che nell'anno n + 1 ha effettuato spese pubblicitarie per € 27.000 il credito d'imposta alla stessa spettante risulta pari a € 5.250 [(27.000 – 20.000) x 75%].

Esempio 2 La Beta srl ha effettuato nell'anno n spese pubblicitarie per un importo pari a € 60.000. Per poter usufruire del "bonus pubblicità" nell'anno n + 1 deve sostenere almeno un importo pari a € 60.600 (60.000 + 1%).

Ipotizzando che nell'anno n + 1 ha effettuato spese pubblicitarie per € 55.500 alla società non spetta il predetto credito d'imposta.

DISPOSIZIONI ATTUATIVE

L'operatività del beneficio in esame richiede l'emanazione di un **apposito DPCM contenente le relative disposizioni di attuazione.**

In particolare dovranno essere definiti:

- i tipi di investimento che consentono di accedere al beneficio;
- i casi di esclusione;
- le procedure di riconoscimento, concessione e utilizzo del credito;
- la documentazione necessaria;
- il sistema dei controlli per verificare il rispetto del limite massimo agevolabile.

Si ritiene opportuno che il citato Decreto definisca le seguenti questioni:

- applicabilità o meno del "Bonus pubblicità" agli investimenti pubblicitari fatti su Internet;
- verifica della sussistenza dell'investimento incrementale "per masse" ossia sul valore complessivo delle spese pubblicitarie, ovvero "per singola tipologia di pubblicità" (su quotidiani e periodici, televisiva / radiofonica).