

## DEFINITE LE DISPOSIZIONI ATTUATIVE DEL “BONUS PUBBLICITÀ”

Come noto, l’art. 57-bis, DL n. 50/2017, c.d. “Manovra Correttiva”, riconosce uno specifico **credito d’imposta** connesso con le “**campagne pubblicitarie**” poste in essere da imprese / lavoratori autonomi in un determinato periodo.

L’agevolazione in esame è stata estesa, ad opera dell’art. 4, DL n. 148/2017, c.d. “Collegato alla Finanziaria 2018”:

- agli **enti non commerciali**;
- alle campagne pubblicitarie sostenute sulla **stampa (quotidiana e periodica) “on line”**.

Si rammenta che il Dipartimento per l’Informazione e l’Editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri è intervenuto anticipando, sul proprio sito Internet il contenuto dello specifico DPCM necessario al fine dell’attuazione dell’agevolazione.

Recentemente è stato pubblicato sulla G.U. 24.7.2018, n. 170, il DPCM n. 90/2018, contenente le disposizioni attuative di seguito esaminate. In particolare, il citato Decreto attuativo specifica:

- i soggetti beneficiari;
- gli investimenti ammissibili / esclusi;
- i limiti / condizioni dell’agevolazione;
- la procedura / modalità di concessione;
- l’effettuazione dei controlli.

<p><b>Soggetti beneficiari</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Imprese / enti non commerciali</b></li> <li>• <b>lavoratori autonomi</b></li> </ul> <p>a prescindere dalla forma giuridica / dimensione aziendale / regime contabile iscrizione ad un Albo professionale.</p>
<p><b>Investimenti agevolabili</b></p>	<p>Spese per l’acquisto di spazi pubblicitari / inserzioni commerciali effettuate tramite:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>stampa periodica / quotidiana</b> (nazionale o locale) anche “on line”;</li> <li>• <b>emittenti televisive / radiofoniche locali</b> (analogiche o digitali).</li> </ul> <p>Al fine dell’agevolazione:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• le emittenti radiofoniche / televisive locali devono essere iscritte presso il Registro degli operatori di comunicazione ex art. 1, comma 6, lett. a), n. 5), Legge n. 249/97;</li> <li>• i giornali devono essere iscritti presso il competente Tribunale / Registro degli operatori di comunicazione ed avere un direttore responsabile.</li> </ul> <p>Le spese per l’acquisto di pubblicità sono ammissibili <b>al netto delle spese accessorie / costi di intermediazione</b> / ogni altra spesa diversa dall’acquisto dello spazio pubblicitario, anche se ad esso funzionale o connesso.</p> <p>Risultano <b>escluse</b> le spese sostenute per l’acquisto di spazi destinati ai seguenti <b>servizi particolari</b>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• televendite di beni / servizi di qualunque tipologia;</li> <li>• servizi di pronostici / giochi / scommesse con vincite di denaro;</li> <li>• servizi di messaggeria vocale / chat-line con servizi a sovrapprezzo.</li> </ul>

<p><b>Condizioni per beneficiare dell'agevolazione</b></p>	<p>Al fine di accedere al credito d'imposta è necessaria la <b>sussistenza di un "investimento incrementale"</b>, ossia che il <b>valore complessivo</b> dell'investimento effettuato sia <b>superiore almeno dell'1% di quello sugli "stessi mezzi di informazione" dell'anno precedente</b>.</p> <p>Come specificato dal Dipartimento per l'Informazione e l'Editoria nella Nota aggiornata al 24.7.2018, "per «<i>stessi mezzi di informazione</i>» si intendono, ovviamente, <b>non le singole testate giornalistiche o radiotelevisive, bensì il tipo di canale informativo: stampa, da una parte, emittenti radiofoniche e televisive, dall'altra</b>". Come disposto dal Decreto attuativo l'incremento percentuale va riferito agli <b>investimenti effettuati, rispetto all'anno precedente, sui predetti mezzi di informazione</b>.</p> <p>Ciò si riflette sul fatto che, considerata la necessaria sussistenza di un "investimento incrementale", sono <b>esclusi dall'agevolazione i soggetti che non hanno sostenuto nell'anno precedente alcuna spesa pubblicitaria</b>. Con riferimento ai <b>solì investimenti pubblicitari sulla stampa</b> (anche "on line") l'agevolazione spetta anche per quelli effettuati nel periodo <b>24.6 – 31.12.2017</b>, dopo aver verificato l'incremento almeno dell'1% rispetto al <b>corrispondente periodo del 2016</b> (24.6 – 31.12.2016).</p> <p><b>L'estensione al secondo semestre 2017 riguarda soltanto gli investimenti effettuati sulla stampa</b> (compresi i giornali on line). Per tale periodo <b>non risultano agevolabili</b> gli investimenti effettuati su emittenti televisive e radiofoniche locali.</p>																		
<p><b>Agevolazione spettante</b></p>	<p>Il credito d'imposta è pari al <b>75% - 90% del valore incrementale</b> degli investimenti effettuati.</p> <table border="1" data-bbox="432 1106 1442 1211"> <thead> <tr> <th>Credito d'imposta spettante</th> <th>Soggetti beneficiari</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><b>90%</b></td> <td>Micro imprese, PMI e startup innovative</td> </tr> <tr> <td><b>75%</b></td> <td>Altri soggetti</td> </tr> </tbody> </table> <p>La maggiorazione prevista per micro imprese, PMI e startup innovative è subordinata al perfezionamento con esito positivo della procedura di notifica alla Commissione UE. In attesa di tale autorizzazione è applicata (provvisoriamente) la misura ordinaria del 75% anche ai predetti soggetti. I relativi <b>limiti di spesa</b> sono <b>distinti</b> per:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>investimenti <b>sulla stampa</b> (anche "on line");</li> <li>investimenti <b>sulle emittenti radio – televisive</b>.</li> </ul> <p>In particolare, il credito d'imposta spettante è così determinato.</p> <table border="1" data-bbox="432 1585 1442 1738"> <tbody> <tr> <td><b>Investimenti pubblicitari dall'1.1.2018</b></td> <td>investimenti anno n + 1</td> <td>-</td> <td>investimenti anno n</td> <td>x</td> <td>75% 90%</td> </tr> <tr> <td><b>Investimenti pubblicitari solo su stampa (anche "on line") 24.6 – 31.12.2017</b></td> <td>investimenti 24.6-31.12.2017</td> <td>-</td> <td>investimenti 24.6 -31.12.2016</td> <td>x</td> <td>75% 90%</td> </tr> </tbody> </table> <p>L'ammontare delle spese agevolabili va individuato in base al <b>principio di competenza</b> ex art. 109, TUIR. L'effettivo sostenimento delle spese va <b>attestato</b> da un soggetto abilitato al rilascio del visto di conformità delle dichiarazioni ovvero da un Revisore legale dei conti.</p> <p>In presenza di investimenti effettuati su entrambi i media, vanno calcolati <b>2 distinti crediti d'imposta</b>. In tale situazione sarà possibile che il credito effettivo riconosciuto al richiedente sia differenziato in base alla ripartizione dello stanziamento previsto per i predetti 2 gruppi di investimenti.</p> <p>Sul punto, nella citata Nota il Dipartimento per l'Informazione e l'Editoria</p>	Credito d'imposta spettante	Soggetti beneficiari	<b>90%</b>	Micro imprese, PMI e startup innovative	<b>75%</b>	Altri soggetti	<b>Investimenti pubblicitari dall'1.1.2018</b>	investimenti anno n + 1	-	investimenti anno n	x	75% 90%	<b>Investimenti pubblicitari solo su stampa (anche "on line") 24.6 – 31.12.2017</b>	investimenti 24.6-31.12.2017	-	investimenti 24.6 -31.12.2016	x	75% 90%
Credito d'imposta spettante	Soggetti beneficiari																		
<b>90%</b>	Micro imprese, PMI e startup innovative																		
<b>75%</b>	Altri soggetti																		
<b>Investimenti pubblicitari dall'1.1.2018</b>	investimenti anno n + 1	-	investimenti anno n	x	75% 90%														
<b>Investimenti pubblicitari solo su stampa (anche "on line") 24.6 – 31.12.2017</b>	investimenti 24.6-31.12.2017	-	investimenti 24.6 -31.12.2016	x	75% 90%														

	sottolinea che “ <i>nel caso di investimenti pubblicitari articolati su entrambi i mezzi di informazione, l’incremento relativo all’investimento pubblicitario per il quale si chiede il credito d’imposta è <b>calcolato distintamente</b> in relazione ai due mezzi informativi, previa verifica della <b>condizione che l’investimento nel suo complesso superi quello dell’anno precedente di un importo pari ad almeno l’uno per cento</b>”.</i>
<b>Utilizzo del credito d’imposta</b>	Il credito d’imposta può essere <b>utilizzato esclusivamente in compensazione</b> tramite il mod. F24 dopo la realizzazione dell’investimento (alla data attuale non è stato istituito il relativo codice tributo). Il mod. F24 va presentato esclusivamente tramite i servizi telematici dell’Agenzia delle Entrate.
<b>Indicazione nel mod. REDDITI</b>	Il credito d’imposta spettante va <b>indicato nel mod. REDDITI</b> del periodo d’imposta di maturazione e di quelli di utilizzo dello stesso.
<b>Cumulabilità</b>	L’agevolazione in esame è <b>alternativa e non cumulabile</b> , in relazione alle medesime voci di spesa, con altre agevolazioni statali / regionali / europee “ <i>salvo che successive disposizioni di pari fonte normativa non prevedano espressamente la cumulabilità</i> ” dell’agevolazione stessa.

### DOMANDA DI AMMISSIONE ALL’AGEVOLAZIONE

Come previsto dall’art. 5 del Decreto in esame, i soggetti interessati a fruire del beneficio devono presentare, **nel periodo 1.3 – 31.3 di ciascun anno**, un’apposita **istanza telematica**, da inviare, come specificato dal Dipartimento per l’Informazione e l’Editoria nella citata Nota, tramite la **specificata piattaforma resa disponibile dall’Agenzia delle Entrate**, utilizzando il modello da quest’ultima predisposto.

Come desumibile dalla citata Nota del Dipartimento per l’Informazione e l’Editoria l’istanza in esame **rappresenta una “prenotazione”** del beneficio.

La determinazione del credito d’imposta spettante al singolo richiedente è effettuata, infatti, sulla base dei dati relativi agli **investimenti effettivamente realizzati**, che devono essere trasmessi con la medesima modalità utilizzata per la prenotazione.

L’istanza deve contenere:

- i dati identificativi dell’impresa / ente non commerciale / lavoratore autonomo;
- il costo complessivo degli investimenti pubblicitari **effettuati / da effettuare** nel corso dell’anno (qualora gli investimenti riguardino sia la stampa che le emittenti radio – televisive, i costi devono essere esposti distintamente per le due tipologie di media);
- il costo complessivo degli investimenti **effettuati** sugli analoghi media nell’anno precedente;  
Per “media analoghi” si intendono la stampa, da una parte, e le emittenti radio – televisive dall’altra (non il singolo giornale / emittente);
- l’indicazione dell’incremento degli investimenti su ognuno dei due media, in percentuale ed in valore assoluto;
- l’ammontare del credito d’imposta richiesto per ognuno dei due media.

Come specificato dal Dipartimento per l’Informazione e l’Editoria nella citata Nota è richiesta altresì una **dichiarazione sostitutiva di atto notorio** in merito all’assenza delle condizioni ostative / interdittive previste dalle disposizioni antimafia.

Il Dipartimento per l’Informazione e l’Editoria, **entro il 30.4 di ciascun anno**, predispone un elenco con l’indicazione dell’eventuale percentuale provvisoria di riparto in caso di insufficienza delle risorse e l’importo teoricamente fruibile da ciascun soggetto dopo la realizzazione dell’investimento incrementale. Successivamente, il medesimo Dipartimento, dopo l’accertamento circa gli

investimenti effettuati, dispone con proprio Provvedimento pubblicato sul proprio sito Internet <http://presidenza.governo.it/die/> l'ammontare effettivamente fruibile del credito d'imposta.

**Per il 2018** l'istanza telematica deve essere presentata a decorrere **dal sessantesimo giorno ed entro il novantesimo giorno successivo** alla pubblicazione sulla G.U. del Decreto in esame, **ossia dal 22.9 al 22.10.2018.**

Il predetto periodo temporale va rispettato anche per la **presentazione (separata) dell'istanza per l'agevolazione relativa agli investimenti effettuati dal 24.6 al 31.12.2017.**

Entro il 21.11.2018 il Dipartimento per l'Informazione e l'Editoria provvede alla Pubblicazione del Provvedimento di attribuzione dell'ammontare del credito d'imposta spettante.

Qualora le richieste di accesso all'agevolazione in esame **superino le risorse stanziare** il credito d'imposta sarà **ripartito tra tutti gli aventi diritto "in misura proporzionale al credito di imposta astrattamente spettante"** e nel rispetto dei seguenti limiti individuali per soggetto beneficiario:

- 5% del totale delle risorse annue destinate agli investimenti sui giornali;
- 2% del totale delle risorse annue destinate agli investimenti sulle emittenti radiofoniche / televisive locali.