Attualità

Credito d'imposta per pubblicità: spese al netto dei costi accessori

Il dipartimento per l'Informazione e l'editoria fornisce utili precisazioni e indicazioni sull'agevolazione, anticipando i contenuti principali del regolamento attuativo in corso di adozione

Il dipartimento per l'Informazione e l'editoria delle presidenza del Consiglio dei ministri ha pubblicato alcuni importanti chiarimenti relativi alla disciplina del credito d'imposta a sostegno degli investimenti pubblicitari incrementali effettuati sui giornali e sulle emittenti radiotelevisive a diffusione locale.
Per la concreta operatività dell'agevolazione è prevista l'emanazione di un regolamento di attuazione. Nelle more della sua adozione, il Dipartimento, anticipandone il contenuto essenziale, ha in tal modo voluto mettere a disposizione dei soggetti interessati "*un quadro abbastanza chiaro e dettagliato*" delle modalità di funzionamento del credito d'imposta.
L'obiettivo è consentire alle imprese destinatarie del beneficio la possibilità di iniziare a pianificare i propri investimenti pubblicitari.

Inoltre, qualora sorga l'esigenza di ulteriori chiarimenti e precisazioni, i soggetti interessati possono contattare il Dipartimento inviando una mail al seguente indirizzo di posta elettronica: segreteriacapodie@governo.it

Il credito d'imposta
L'agevolazione è stata introdotta dal Dl 50/2017 (articolo 57-*bis* – vedi "*Un ricco bonus fiscale a favore di chi fa investimenti pubblicitari*").
Il successivo Dl 148/2017 (attualmente in corso di conversione in legge) ha previsto lo stanziamento di **62,5 milioni** di euro per il 2018, di cui:

- 50 milioni per gli investimenti sulla stampa (20 per gli investimenti effettuati nel secondo semestre del 2017, più 30 per quelli da effettuare nel 2018)
- 12,5 milioni per gli investimenti da effettuare nel 2018 sulle emittenti radiotelevisive.

Soggetti beneficiari
Destinatari del credito d'imposta sono i contribuenti titolari di **reddito d'impresa** o di **lavoro autonomo** che effettuano investimenti in campagne pubblicitarie, il cui valore superi di almeno l'**1%** gli analoghi investimenti effettuati nell'anno precedente sugli stessi mezzi di informazione.

Misura del beneficio
Il credito d'imposta è pari al **75%** del valore incrementale degli investimenti effettuati, elevato al **90%** nel caso di microimprese, piccole e medie imprese e *start-up* innovative.
Il dipartimento precisa che nel caso in cui l'ammontare complessivo dei crediti richiesti sia superiore alle risorse disponibili, l'importo del credito liquidato potrà essere di misura inferiore a quello richiesto. A fronte di questa eventualità, quindi, si provvede a una ripartizione percentuale delle risorse tra tutti i richiedenti aventi diritto.
Inoltre, viene chiarito che se uno stesso soggetto ha effettuato investimenti sia sulla stampa sia sulle emittenti radiotelevisive potrà beneficiare di due crediti d'imposta. Questo perché i limiti di spesa sono distinti per le due tipologie di investimenti "*in coerenza con il fatto che gli stessi stanziamenti delle risorse sono stati distinti dalla legge per i due tipi di media*".

Investimenti ammissibili
Gli investimenti che danno diritto al credito d'imposta sono quelli che consistono nell'acquisto di **spazi pubblicitari** e di **inserzioni commerciali** su giornali quotidiani e periodici, nazionali e locali, ovvero nell'ambito della programmazione di emittenti televisive e radiofoniche locali, analogiche o digitali.
Non consentono di accedere all'agevolazione le spese per l'acquisto di spazi destinati a servizi come le televendite, i pronostici, giochi o scommesse con vincite di denaro, di messaggeria vocale o *chat line* con servizi a sovraprezzo.
Le spese ammissibili devono essere considerate al netto di quelle accessorie, dei costi di intermediazione e di ogni altro onere diverso dall'acquisto.
In ogni caso, per poter accedere al beneficio, gli investimenti pubblicitari devono essere effettuati su giornali ed emittenti editi da imprese titolari di testata giornalistica iscritta presso il competente Tribunale ovvero presso il Registro degli operatori di comunicazione e dotate della figura del direttore responsabile.

Profili temporali
Il dipartimento ricorda che, in sede di prima attuazione, il credito d'imposta è applicabile anche agli investimenti effettuati **dal 24 giugno al 31 dicembre 2017**, ferma restando la necessità della stessa soglia incrementale riferita all'anno precedente.
Peraltro, l'estensione al secondo semestre del 2017 è riferita ai soli investimenti pubblicitari sulla stampa, e in questo caso sono agevolabili anche quelli effettuati sui giornali on line.

Limiti e condizioni di ammissibilità
Le spese per gli investimenti agevolabili si considerano sostenute in base alle regole e ai criteri che il Tuir (Testo unico delle imposte sui redditi) stabilisce per la determinazione dei componenti del reddito d'impresa (articolo 109).
Inoltre, il sostenimento della spesa deve essere "certificata" da un'attestazione dei soggetti legittimati a rilasciare il visto di conformità in materia di dichiarazioni fiscali ovvero dai soggetti che esercitano la revisione legale dei conti.
Il credito d'imposta, utilizzabile esclusivamente in **compensazione** tramite il modello F24, **non è cumulabile** con ogni altra agevolazione prevista per le medesime voci di spesa.

Crediti superiori a 150mila euro
Regole particolari sono stabilite per le ipotesi in cui l'ammontare del credito richiesto sia superiore a **150mila euro**.
In tal caso, infatti, il richiedente potrà beneficiare dell'agevolazione a condizione che sia iscritto

(o abbia inoltrato alla Prefettura competente la richiesta di iscrizione) agli elenchi dei fornitori, prestatori di servizi ed esecutori di lavori non soggetti a tentativo di infiltrazione mafiosa (*cfr* articolo 1, comma 52, legge 190/2012).

Domanda di ammissione al beneficio
Quanto alle modalità di presentazione dell'istanza di accesso all'agevolazione, il dipartimento precisa che ai contribuenti interessati verrà messa a disposizione un'apposita piattaforma dell'Agenzia delle entrate attraverso la quale presentare una **comunicazione telematica** ("prenotazione") in una finestra temporale che potrebbe andare dal 1° al 31 marzo di ogni anno.
La comunicazione dovrà contenere le seguenti informazioni:

- dati identificativi dell'azienda (o del lavoratore autonomo)
- costo complessivo degli investimenti pubblicitari effettuati, o da effettuare, nel corso dell'anno (se gli investimenti sono relativi sia alla stampa sia alle emittenti radiotelevisive, i costi devono essere esposti in maniera distinta)
- costo complessivo degli investimenti effettuati sugli analoghi media nell'anno precedente (per "media analoghi" si intendono la stampa e le emittenti radiotelevisive, non il singolo giornale o la singola emittente)
- indicazione dell'incremento degli investimenti su ognuno dei due media, in percentuale e in valore assoluto
- ammontare del credito d'imposta richiesto per ognuno dei due media
- dichiarazione sostitutiva di atto notorio relativa all'assenza di condizioni ostative e interdittive previste dalle disposizioni antimafia per la fruizione di contributi e finanziamenti pubblici.

Controlli
Quanto ai controlli, il dipartimento sottolinea che essi verranno svolti dall'Agenzia delle entrate e dall'Amministrazione in base alle proprie competenze e saranno finalizzati alla verifica della sussistenza dei requisiti e delle condizioni previste dalla legge, in mancanza dei quali si procederà al **recupero coattivo** delle somme di cui si sia indebitamente beneficiato.

r.fo.

pubblicato Martedì 28 Novembre 2017