

BONUS FISCALE PER INVESTIMENTI PUBBLICITARI

Il Collegato fiscale alla legge di Bilancio 2018 (D.L. n. 148/2017) ha modificato la disciplina dell'incentivo fiscale sugli investimenti pubblicitari per il 2018 introdotta con la Manovra correttiva 2017 (D.L. n. 50/2017). Il bonus fiscale prevede, a favore di imprese ed enti non commerciali, un credito di imposta calcolato sulla quota incrementale degli investimenti pubblicitari effettuati nel 2018 su quotidiani e periodici, anche on line, nonché sulle emittenti televisive e radiofoniche locali. Per i soli investimenti effettuati sulla stampa quotidiana e periodica, anche on line, l'agevolazione è prevista anche per gli investimenti effettuati dal 24 giugno 2017 al 31 dicembre 2017. L'estensione al 2017 non riguarda, quindi, gli investimenti pubblicitari su radio e televisioni.

Il credito di imposta spettante è utilizzabile esclusivamente in compensazione previa presentazione di apposita istanza telematica da inviare nel periodo tra il 1 marzo ed il 31 marzo di ciascun anno.

E' in corso di emanazione il Regolamento di attuazione contenente la disciplina di tutti gli aspetti non direttamente regolati dalla legge. Il Dipartimento per l'informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri (comunicazione Presidenza del Consiglio dei Ministri 24 novembre 2017) ha emanato i primi chiarimenti in merito alla quantificazione del beneficio, ai limiti ed alle condizioni di ammissibilità nonché al contenuto delle istanze prenotative.

I soggetti interessati

Possono beneficiare del bonus pubblicità le imprese, i lavoratori autonomi e gli enti non commerciali che hanno effettuato investimenti pubblicitari agevolabili il cui valore superi almeno dell'1% gli analoghi investimenti effettuati nell'anno precedente sui medesimi mezzi di informazione. Con riferimento agli investimenti agevolabili nel secondo semestre 2017 il periodo di riferimento per il calcolo della quota incrementale da prendere a riferimento è il medesimo periodo del 2016 (24 giugno 2016 – 31 dicembre 2016).

Pertanto, se ad esempio nell'anno "n" sono stati effettuati investimenti pubblicitari agevolabili pari a 10.000 euro e nell'anno "n+1" sono stati effettuati investimenti della stessa natura pari a 15.000 euro, la base di calcolo per il bonus pubblicità è pari a 5.000 euro. L'importo del credito di imposta sarebbe pari ad euro 3.750 (5.000 x 75%).

L'importo dell'agevolazione

Il credito d'imposta spettante è pari al:

- 75% del valore incrementale degli investimenti effettuati;
- 90% del valore incrementale degli investimenti effettuati nel caso di microimprese, piccole e medie imprese, nonché start up innovative;

nel limite massimo della soglia di spesa autorizzato dal Governo nonché in applicazione degli specifici meccanismi di ripartizione previsti.

Il tetto di spesa previsto per il 2018

In sede di prima applicazione è stato previsto un tetto di spesa totale di 62,5 milioni di euro. Una quota pari a 20 milioni di euro a valere sullo stanziamento relativo all'annualità 2018, è destinata al riconoscimento del credito d'imposta per gli investimenti pubblicitari effettuati dal 24 giugno 2017 al 31 dicembre 2017.

Nel caso in cui il totale delle agevolazioni richieste dai contribuenti sia maggiore del tetto di spesa indicato si procederà ad effettuare una ripartizione percentuale delle risorse tra tutti i richiedenti aventi diritto.

Investimenti agevolabili e condizioni di ammissibilità

Il bonus pubblicità spetta per:

- gli investimenti relativi all'acquisto di spazi pubblicitari e inserzioni commerciali su giornali quotidiani e periodici, anche on line, nazionali e locali;
- gli investimenti effettuati nell'ambito della programmazione di emittenti televisive e radiofoniche locali, analogiche o digitali.

Per gli investimenti di cui al primo punto è possibile fruire dell'agevolazione anche per il secondo semestre 2017 (investimenti effettuati nel periodo dal 24 giugno 2017 al 31 dicembre 2017).

Per maturare il beneficio fiscale in commento gli investimenti pubblicitari devono essere effettuati su giornali ed emittenti iscritte presso il competente Tribunale (ai sensi della Legge n. 47/1948, art.5) ovvero presso il Registro degli operatori di comunicazione (ai sensi della Legge n. 249, art.1 comma 6 lett.a, n. 5) e devono essere dotati della figura del direttore responsabile. Viene inoltre specificato che non possono essere oggetto di agevolazione le spese per l'acquisto di spazi destinati a servizi particolari, quali ad esempio: televendite, servizi di pronostici, giochi o scommesse con vincite di denaro, di messaggeria vocale o chat-line con servizi a sovrapprezzo.

Non rientrano nell'agevolazione le spese accessorie, i costi di intermediazione ed ogni altra spesa diversa dall'acquisto dello spazio pubblicitario, anche se ad esso funzionale o connesso.

Le spese per gli investimenti si considerano sostenute secondo le regole generali in materia fiscale (art. 109 D.P.R. 917/1986) e l'effettivo sostenimento di tali costi deve essere certificato da un professionista abilitato (soggetti legittimati a rilasciare il visto di conformità dei dati esposti nelle dichiarazioni fiscali, ovvero dai soggetti che esercitano la revisione legale dei conti).

Il credito d'imposta è alternativo e non cumulabile con ogni altra agevolazione prevista da normativa nazionale, regionale o comunitaria. Tale limitazione opera esclusivamente per le specifiche voci di spesa oggetto del bonus pubblicità.

Il credito d'imposta è utilizzabile esclusivamente mediante compensazione nel modello F24 (art. 17 D.Lgs. 241/1997) a riduzione sia di debiti erariali che di debiti nei confronti dell'INPS.

Nel caso di bonus superiore a 150.000 euro il diritto all'agevolazione è subordinato alla iscrizione (o quantomeno alla richiesta di iscrizione) agli elenchi dei fornitori, prestatori di servizi ed esecutori di lavori non soggetti a tentativo di infiltrazione mafiosa (L. 190/2012, art. 1, comma 52).

La domanda di ammissione al beneficio

La comunicazione da inviare telematicamente all'Agenzia delle Entrate secondo le modalità in via di definizione dovrà contenere:

- i dati identificativi del beneficiario;
- il costo complessivo degli investimenti pubblicitari effettuati, o da effettuare, nel corso dell'anno; ove gli investimenti riguardino sia la stampa che le emittenti radio-televisive, i costi andranno 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 o la singola 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;
- dichiarazione sostitutiva di atto notorio, redatta ai sensi degli articoli 46 e 47 del decreto del presidente della Repubblica 28 dicembre 2000, n. 445, concernente il possesso del requisito consistente nell'assenza delle condizioni ostative ed interdittive previste dalle disposizioni antimafia ai fini della fruizione di contributi e finanziamenti pubblici.

In presenza di investimenti sia su stampa che su emittenti radio-televisive sarà necessario indicare separatamente per ciascuno dei due media richiesti gli investimenti dell'anno precedente, gli investimenti incrementali nonché l'importo del credito d'imposta richiesto.

Francesco Cicculi