

Attualità

Per il credito d'imposta pubblicità pronte le FAQ per chiarire i dubbi

Nel caso in cui gli investimenti dell'anno precedente a quello per il quale viene presentata la richiesta telematica sono stati pari a zero, non è possibile accedere al bonus



Sul sito del dipartimento per l'Informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio dei ministri sono disponibili le [FAQ](#) relative al credito d'imposta per gli investimenti pubblicitari incrementali. Le risposte, elaborate sulla base dei quesiti ricevuti dal Dipartimento, affrontano gli aspetti più importanti dell'agevolazione e, in caso di necessità, saranno tempestivamente aggiornate.

Il tax credit

I titolari di reddito d'impresa o di lavoro autonomo e gli enti non commerciali, che effettuano investimenti in campagne pubblicitarie, sulla stampa quotidiana e periodica anche on line e sulle emittenti televisive e radiofoniche locali, analogiche o digitali, il cui valore superi di almeno l'1% gli analoghi investimenti effettuati nell'anno precedente sugli stessi mezzi di informazione, possono beneficiare di un credito d'imposta nella misura del 75% del valore incrementale degli investimenti, elevato al 90% nel caso di microimprese, piccole e medie imprese e start up innovative ([articolo 57-bis](#), Dl 50/2017).

Le regole applicative dell'agevolazione sono state adottate con il [Dpcm 16 maggio 2018, n. 90](#) (vedi "[Credito d'imposta pubblicità: le novità del decreto attuativo](#)" e "[Credito d'imposta pubblicità: decreto attuativo in Gazzetta](#)").

Il 31 luglio, poi, è stato emanato il [provvedimento](#) del Capo del dipartimento per l'Informazione e l'editoria, con il quale è stato approvato il [modello](#) di comunicazione telematica e sono state delineate le relative modalità e [istruzioni](#) di presentazione (vedi "[Bonus pubblicità, definiti modello e modalità di fruizione del credito](#)").

A partire dallo scorso 22 settembre, e fino al prossimo 22 ottobre, coloro che hanno effettuato, o intendono effettuare, nel 2018, investimenti pubblicitari incrementali, possono presentare la comunicazione. Entro gli stessi termini deve essere inviata anche la dichiarazione sostitutiva, riguardante gli investimenti effettuati nel 2017 (vedi "[Credito d'imposta pubblicità: scatta l'ora x per usufruirne](#)").

Per l'invio della "comunicazione per l'accesso al credito d'imposta" relativa al 2018 e della "dichiarazione sostitutiva relativa agli investimenti effettuati" per il 2017 è disponibile una apposita funzionalità nell'area autenticata del sito internet dell'Agenzia delle entrate, accessibile con le credenziali Entratel e Fisconline, Spid o Cns. La procedura è accessibile nella sezione dell'area autenticata "[Servizi per](#)" alla voce "[comunicare](#)".

Sui siti dell’Agenzia e del Dipartimento verrà data notizia di eventuali aggiornamenti della modulistica e delle relative istruzioni, nonché ogni altra informazione e notizia utile relativa all’agevolazione.

Le Faq

Come anticipato, le Faq riguardano alcune delle questioni più rilevanti della disciplina dell’agevolazione e sono finalizzate a dirimere i dubbi più ricorrenti espressi dai contribuenti e dagli operatori del settore.

Di seguito, si fornisce una sintesi dei chiarimenti più significativi offerti dal Dipartimento.

Presentazione della rinuncia alla richiesta

La rinuncia, totale o parziale, a una comunicazione di accesso al credito d’imposta, già inviata, può essere presentata, per qualunque motivo, negli stessi termini previsti per la trasmissione della comunicazione, cioè dal 22 settembre al 22 ottobre 2018. Pertanto, non avranno effetto le rinunce presentate oltre questi termini.

Viene precisato che non è possibile presentare una rinuncia agli effetti di una dichiarazione sostitutiva precedentemente inviata.

Elenco dei soggetti sottoposti a verifica antimafia

La compilazione dell’elenco dei soggetti da sottoporre alla verifica antimafia (allegato alla comunicazione telematica) è obbligatoria soltanto quando il credito d’imposta richiesto sia superiore a 150mila euro e per i soli operatori non iscritti nelle “white list”.

Tipologie di pubblicità ammesse al tax credit

La disciplina del bonus prevede che il credito d’imposta è riconosciuto solo per gli investimenti pubblicitari incrementali effettuati sulle emittenti radiofoniche e televisive locali, analogiche o digitali, iscritte nel Registro degli operatori di comunicazione, ovvero su giornali quotidiani e periodici, nazionali e locali, in edizione cartacea o digitale, iscritti presso il competente Tribunale, ovvero nel Registro degli operatori di comunicazione, e aventi, in ogni caso, il direttore responsabile.

Sulla base di tale presupposto normativo, quindi, non sono ammesse all’agevolazione le spese sostenute per “altre forme di pubblicità”, come, ad esempio:

- grafica pubblicitaria su cartelloni fisici
- volantini cartacei periodici
- pubblicità su cartellonistica
- pubblicità su vetture o apparecchiature
- pubblicità mediante affissioni e display
- pubblicità su schermi di sale cinematografiche
- pubblicità tramite social o piattaforme online
- banner pubblicitari su portali on line.

Investimenti pubblicitari pari a zero nell’anno precedente

Se gli investimenti pubblicitari dell’anno precedente a quello per cui si richiede l’agevolazione sono stati pari a zero, non è possibile accedere al credito d’imposta. Di conseguenza, non possono usufruire del *tax credit* coloro che hanno iniziato l’attività nell’anno per il quale si richiede il beneficio.

Verifica e calcolo dell’incremento

Per il calcolo dell’incremento percentuale si può fare riferimento al “complesso degli investimenti”, cioè agli investimenti incrementali effettuati sui diversi canali di informazione rispetto all’anno precedente. Tuttavia, è necessario che su tutti i canali la spesa per gli

investimenti effettuata nell'anno precedente non sia pari a zero.

È possibile accedere al bonus anche in relazione agli investimenti effettuati su un solo mezzo di informazione (stampa da una parte ed emittenti radiofoniche e/o televisive dall'altra).

Precisazione sugli analoghi investimenti

Per "analoghi investimenti" sugli "stessi mezzi di informazione", si intende "investimenti sullo stesso canale informativo", vale a dire radio e televisioni locali analogiche o digitali, da una parte, oppure stampa cartacea e on line, dall'altra, e non sulla singola emittente o sul singolo giornale.

Costi pubblicitari rilevanti

Le spese per l'acquisto di pubblicità, che rilevano per il riconoscimento del credito d'imposta (e che, quindi, concorrono a formare la base di calcolo dell'incremento) vanno considerate al netto di spese accessorie e costi di intermediazione, nonché di ogni altra spesa diversa dall'acquisto dello spazio pubblicitario, sebbene ad esso funzionale o connesso.

Di conseguenza, sono agevolabili i compensi corrisposti alle imprese editoriali, ma non quelli corrisposti ai concessionari di pubblicità.

Quando le fatture non sono emesse dalle "imprese editoriali", ma da soggetti intermediari, sarà necessario specificare in maniera chiara l'importo delle spese nette riferibili alla pubblicità; tale importo, peraltro, deve essere separato da quello relativo al compenso dell'intermediario.

Sarà altresì necessario indicare la testata giornalistica o l'emittente radio-televisiva sulla quale è stata effettuata la campagna pubblicitaria.

Concessione del bonus in caso di insufficienza delle risorse disponibili

Per il riconoscimento del credito d'imposta non assume alcuna rilevanza l'ordine cronologico di presentazione delle richieste di accesso.

In caso di insufficienza delle risorse disponibili, si procederà alla ripartizione percentuale tra tutti coloro che hanno correttamente e tempestivamente presentato la comunicazione telematica.

Gennaro Napolitano

pubblicato Martedì 25 Settembre 2018
