

No al bonus pubblicità senza investimenti nel periodo precedente

INCENTIVI

L'interpretazione restrittiva nelle risposte alle Faq del dipartimento Editoria

Giorgio Gavelli

Non è possibile accedere al bonus se non vi sono investimenti pubblicitari ammissibili nel periodo precedente. Sia perché, con riferimento a quella tipologia di investimento, l'impresa non ha sostenuto costi, sia perché non era ancora costituita.

Per «analoghi investimenti» e «sugli stessi mezzi di informazione», si intendono investimenti realizzati sullo stesso «canale informativo» e non sulla singola emittente o sul singolo giornale. I costi vanno assunti al netto delle spese accessorie e dei costi di intermediazione. Sono le risposte più interessanti alle Faq comparse sul sito del dipartimento per l'Informazione e per l'editoria della presidenza del Consiglio dei ministri con riferimento al credito d'imposta sugli investimenti pubblicitari.

La risposta più attesa è quella che riguarda l'esatta declinazione dell'approccio incrementale sul periodo precedente di riferimento (24 giugno-31 dicembre 2016 per il bonus 2017 o anno 2017 per il bonus 2018), nel caso in cui in tale periodo non vi siano costi ammissibili, anche eventualmente perché l'impresa si è costituita successivamente. In proposito, il dipartimento conferma la lettura imposta dal Consiglio di Stato nel parere 1255 del maggio scorso sullo schema di regolamento poi pubblicato come Dpcm 90/2018, in controtendenza rispetto ad agevolazioni passate e presenti. Si conferma infatti che, qualora nel periodo di riferimento non vi siano stati investimenti agevolabili, il credito d'impo-

sta non spetta. Dagli esempi presenti nelle risposte si comprende come:

- l'incremento percentuale minimo dell'1% deve, in primo luogo, essere presente a livello di investimenti complessivi nei due canali agevolabili, il che significa che se su entrambi nel periodo di riferimento le spese sono state pari a zero non spetta alcun beneficio;
- rispettato tale paletto, l'incremento assume rilevanza solo nel canale pubblicitario in cui gli investimenti del periodo precedente non sono pari a zero, e nei limiti di esso.

Va sottolineato che i valori vanno considerati rispettando (anche per soggetti Ias od Oic diversi dalle micro-imprese) quanto prescritto dall'articolo 109 Tuir, come stabilito dal comma 2 dell'articolo 4 del Dpcm: trattandosi di prestazioni di servizi si avrà riguardo all'ultimaazione o alla maturazione se si tratta di corrispettivi periodici.

Circa le modalità di realizzazione degli investimenti pubblicitari, le risposte mantengono una linea di rigida interpretazione. Il credito è riconosciuto solo per gli investimenti pubblicitari incrementali effettuati sulle emittenti radiofoniche e televisive locali, iscritte presso il Registro degli operatori di comunicazione, o su giornali quotidiani e periodici, nazionali e locali, in edizione cartacea o digitale, iscritti presso il competente Tribunale o presso il menzionato Registro degli operatori di comunicazione, e dotati della figura del direttore responsabile.

In merito alla rinuncia al beneficio precedentemente richiesto, il Dipartimento precisa che essa può essere presentata negli stessi termini della comunicazione (e quindi entro il 22 ottobre per il 2018), essendo irrilevante sia una rinuncia presentata fuori termine, sia quella relativa ad una dichiarazione sostitutiva.