

Ecco come funzionano i benefici in vigore da domani per chi aumenta la spesa in comunicazione

Publicità, arrivano gli sgravi

Atteso un balzo degli investimenti su quotidiani e periodici

DI MARCO A. CAPISANI

Enterà in vigore domani il nuovo sistema di benefici fiscali per chi aumenta i suoi investimenti pubblicitari su quotidiani, periodici, tv e radio locali. Oggi, infatti, è programmata la pubblicazione sulla *Gazzetta Ufficiale* del decreto legge 50/2017 convertito nella legge n. 96 (sul supplemento ordinario n. 31 della *G.U.*, n.144). Legge che in particolare prevede sgravi fiscali al 75% per chi aumenta quest'anno di almeno l'1% i suoi investimenti in pubblicità. Incentivi che salgono, poi, al 90% nel caso di pmi, micro-imprese e start-up inserzioniste. L'iniziativa nasce dalla proposta di Fieg (Federazione italiana editori giornali, presieduta da **Maurizio Costa**) e Upa (Utenti pubblicità associati, presieduta da **Lorenzo Sassoli de Bianchi**), con l'obiettivo di rilanciare il mercato editoriale e al contempo sostenere la doman-

da di pubblicità. Sul tavolo, tra l'altro, c'è anche un'altra proposta che punta a offrire sgravi fiscali per chi compra giornali, a partire dai singoli privati che sottoscrivano per esempio abbonamenti alle testate preferite.

La manovra in arrivo, secondo stime di settore, porterà ad aumentare (di quanto lo dimostrerà il mercato) una quota tra il 60% e l'80% degli investimenti complessivi su stampa (pari a oltre 1 miliardo di

euro a fine 2016). Quindi, le previsioni puntano a una forchetta di 600-800 milioni d'investimenti interessati da un rialzo. Ma, intanto, ecco come funziona operativamente il nuovo sistema di sgravi sugli investimenti incrementali in pubblicità, al via in questi giorni:

- i beneficiari sono tutti coloro (aziende e lavoratori autonomi) che aumentano di almeno l'1% la loro spesa in campagne promozionali sulla stampa e l'emittenza locale.

- nel 2018 sarà attribuito il credito d'imposta che, a livello di sistema, proseguirà poi negli anni successivi senza bisogno di essere prorogato o confermato.

- così si calcola la spesa incrementale: l'1% in più di spesa si calcola rispetto a quanto investito nel 2016. Se andrà considerato solo la seconda parte di quest'anno (a partire dall'entrata in vigore della legge) o l'intero 2017 da confrontare, rispettivamente, con la seconda parte dell'anno scorso e l'intero esercizio 2016, lo deciderà il decreto della presidenza del consiglio dei ministri (dpcm) che deve fissare criteri e modalità operative del nuovo sistema, entro 120 giorni dalla data di entrata in vigore. Quale che sia la scelta definitiva, il confronto sarà fatto comunque tra periodi omogenei.

- il budget dell'intera operazione verrà deciso dal dpcm che ha deciso di attingere dal Fondo per l'editoria. Il decreto fisserà

anche un limite massimo di prelievo dal Fondo.

- a ogni investitore quanto andrà? Dipenderà non solo dai singoli casi di spesa ma anche dal sistema di ripartizione (da inserire sempre nel dpcm) tra i vari inserzionisti. Al momento due le ipotesi teoriche: ripartizione proporzionale in base alla disponibilità complessiva di risorse da assegnare, al numero e alle richieste quantitative degli inserzionisti oppure, in alternativa, ripartizione per prenotazione, secondo l'ordine temporale di richiesta. Il quantum da suddividere dipenderà anche da un'altra ripartizione, più a monte che va ancora decisa, quella tra stampa (quotidiani+periodici) ed emittenza locale (televisioni+radio). Come per molti altri sgravi fiscali, infine, si potrà fruire anche di questo credito d'imposta solamente in compensazione, ossia non in contanti ma a scalare sul pagamento di altre imposte.



Maurizio Costa