

Via a crediti d'imposta per chi investe in campagne pubblicitarie su stampa, tv, radio

Imprese e professionisti, spot e inserzioni guadagnano appeal

Pagine a cura

DI BRUNO PAGAMICI

Crediti d'imposta fino al 90% della spesa per imprese e professionisti che investono in campagne pubblicitarie su quotidiani, periodici, emittenti televisive e radiofoniche. A partire dal 2018 il bonus pubblicità è la nuova agevolazione fiscale introdotta dalla manovra correttiva 2017 dei conti pubblici (dl 50/2017, art. 57-bis), concedibile ai soggetti beneficiari solo se il valore degli investimenti effettuati supera dell'1% il valore degli analoghi investimenti sostenuti nell'anno precedente, sugli stessi mezzi di informazione.

Per rendere concretamente operativo il bonus fiscale, sarà necessario attendere le relative disposizioni di attuazione, la cui emanazione è affidata a un futuro Dpcm da adottare, nel rispetto della normativa europea sugli aiuti di stato, entro 120 giorni dalla data di entrata in vigore della legge di conversione del decreto legge, e cioè entro il 22 ottobre 2017. Poiché il credito d'imposta opera in compensazione in dichiarazione dei redditi, il Dpcm per l'attuazione della normativa dovrà necessariamente essere emanato prima della scadenza per la presentazione annuale del dichiarativo (invio entro il 31 ottobre).

Con tale decreto dovranno essere definiti: le tipologie di investimento che danno diritto al beneficio; i casi di esclusione; le procedure di riconoscimento, concessione e utilizzo del credito; la documentazione richiesta, nonché il sistema dei controlli volti ad assicurare il rispetto dei limiti previsti dalla legge. In attesa del decreto di attuazione, sembra probabile l'esclusione dal bonus degli investimenti pubblicitari effettuati sul web.

Il credito d'imposta. Il bonus pubblicità è la nuova agevolazione fiscale istituita dalla manovra correttiva 2017 (dl 50/2017, art. 57-bis), in ottemperanza agli obiettivi prefissati con la legge delega 198/2016 circa l'introduzione di nuovi benefici fiscali per gli «investimenti pubblicitari incrementali su quotidiani e periodici nonché sulle emittenti televisive e radiofoniche locali, analogiche o digitali» mediante il riconoscimento di «un particolare beneficio agli inserzionisti di micro, piccola o media dimensione e alle start-up innovative».

Il legislatore ha previsto la possibilità per lavoratori autonomi, professionisti e imprese di poter fruire di un nuovo credito d'imposta per

Il bonus pubblicità

Forma	Credito d'imposta utilizzabile esclusivamente in compensazione
Beneficiari	Imprese, lavoratori autonomi e professionisti che investono in campagne pubblicitarie sulla stampa quotidiana e periodica e sulle emittenti radio televisive
Requisito di accesso	Investimenti in campagne pubblicitarie sulla stampa quotidiana e periodica, nonché sulle emittenti televisive e radiofoniche locali, il cui valore superi almeno dell'1% quelli, di analogia natura, effettuati nell'anno precedente
Misura del bonus	<ul style="list-style-type: none"> Fino al 75% del valore incrementale degli investimenti effettuati Fino al 90% per le microimprese, Pmi e start up innovative. Il credito di imposta sarà concesso nel rispetto del limite di spesa, che costituisce tetto di spesa, stabilito annualmente dal Dpcm di ripartizione del Fondo per il pluralismo e l'innovazione dell'informazione, utilizzato per la copertura della misura
Investimento incrementale	Il credito di imposta sarà determinato sul maggior investimento rispetto all'anno precedente (valore incrementale dell'investimento rispetto allo stesso mezzo di informazione e non sul totale degli investimenti)
Decorrenza	Attribuzione a partire dal 2018, relativamente agli investimenti effettuati a far data dal 24 giugno 2017, incrementali rispetto a quelli di analogia natura, effettuati nell'anno precedente (in tal senso l'ordine del giorno accolto dal Governo in sede di esame del ddl di conversione del decreto legge)
Come richiederlo	Il credito d'imposta è utilizzabile esclusivamente in compensazione previa istanza diretta al dipartimento per l'informazione e l'editoria della presidenza del consiglio dei ministri
Attuazione	Il Dpcm, che dovrà essere emanato entro il 22 ottobre 2017, stabilirà modalità e criteri di attuazione

gli investimenti incrementali in pubblicità. Il bonus fiscale opera sotto forma di credito d'imposta e pertanto a partire dal 2018, i professionisti, lavoratori autonomi e le imprese di qualsiasi natura giuridica, potranno beneficiare del credito d'imposta in compensazione con la dichiarazione dei redditi (l'importo del bonus andrà inserito nel quadro RU).

L'obiettivo del legislatore è duplice: da un lato, spingere imprese e lavoratori autonomi a utilizzare gli strumenti pubblicitari per sostenere lo sviluppo e la crescita della propria attività e, dall'altro, sostenere, convogliando risorse finanziarie il comparto dell'editoria e dell'emittenza radiofonica e televisiva locale come riconosciuto dall'art. 2, comma 2, legge n.198/2016.

Il beneficio sarà attribuito nel 2018 con riferimento agli investimenti pubblicitari effettuati a far data dall'entrata in vigore della legge di conversione del dl 50/2017, ossia dal 24 giugno 2017.

Beneficiari e misure agevolative. Dalla lettura dell'art. 57-bis della manovra correttiva 2017, il bonus pubblicità ossia

il credito d'imposta pari al 75 o al 90% che spetta ai contribuenti in caso di investimenti in campagne pubblicitarie aventi un importo maggiore di almeno l'1% rispetto a quanto investito per lo stesso settore nell'anno precedente, spetta ai seguenti beneficiari:

- lavoratori autonomi, ivi compresi i professionisti (sia iscritti che non iscritti ad albi, ruoli o collegi);
- imprese: di qualsiasi natura giuridica.

La formulazione è dunque alquanto ampia e sembra includere in modo onnicomprensivo nel perimetro di riferimento dell'agevolazione tanto le imprese (a prescindere dalla loro forma giuridica) quanto i lavoratori autonomi (in particolare modo i professionisti). I requisiti del bonus pubblicità verranno tuttavia ufficializzati con il decreto attuativo.

Gli investimenti agevolabili. Il riconoscimento del credito d'imposta è connesso agli investimenti in campagne pubblicitarie sulla stampa quotidiana e periodica e sulle emittenti televisive e radiofoniche locali, analogiche o digitali.

Tali aspetti dovranno essere confermati con il decreto attuativo e l'estensione del bonus pubblicità anche alle campagne promozionali sul web probabilmente non verrà attuata.

Uno dei più importanti requisiti richiesti per beneficiare del bonus pubblicità è quello di effettuare gli investimenti in misura maggiore rispetto all'anno precedente, per cui se nel 2017 si è investito 10 mila euro, per beneficiare del bonus occorre che nel 2018 venga speso almeno l'1% in più rispetto ai 10 mila dell'anno prima, per cui almeno 10.100 euro. Ovviamente le aliquote del 75 o del 90% si applicano sul valore incrementale, cioè su 100.

In ogni caso, pertanto sarà prima necessario verificare che l'ammontare degli investimenti pubblicitari realizzati in un determinato anno sia superiore, almeno dell'1%, a quello degli investimenti effettuati nell'anno precedente.

Quindi, se si considera il 2018, per beneficiare del bonus pubblicità occorre che:

- nell'anno precedente alla domanda del bonus, si siano

effettuati investimenti pubblicitari;

- che tali investimenti, nel 2018, nell'anno di interesse, siano maggiori di almeno l'1% rispetto al 2017;

- che l'investimento in campagne pubblicitarie avvenga su: quotidiani e periodici; emittenti televisive e radiofoniche locali, analogiche o digitali.

Pmi e start up innovative. Nel caso in cui l'investimento pubblicitario sia da parte di micro imprese, piccole e medie imprese e start up innovative, il credito d'imposta è elevato al 90% rispetto al 75% previsto per le altre categorie.

Il bonus è fruibile solo sotto forma di credito d'imposta in compensazione tramite modello F24 previa relativa domanda al dipartimento per l'informazione e l'editoria della presidenza del consiglio dei ministri.

Il decreto attuativo del presidente del consiglio fisserà i dettagli operativi del bonus: le regole, i requisiti, le modalità con cui presentare la domanda, i contribuenti beneficiari del bonus fiscale per gli investimenti pubblicitari e per quale tipologia di strumento editoriale spetterà il nuovo credito d'imposta fino al 90%.

Le modalità di calcolo. Dovrà essere chiarito dal decreto attuativo se il calcolo deve essere effettuato per massa, ovvero distinguendo tra i vari mezzi di comunicazione prescelti per gli investimenti pubblicitari (quest'ultima tesi sembra la più probabile).

A tale fine, per gli investimenti effettuati nel primo periodo d'imposta (e cioè dal 24 giugno 2017 al 31 dicembre 2017), appare logico ritenere che il parametro storico da porre a raffronto (le spese di analogia natura sostenute nel 2016) sia corrispondentemente ragguagliato al periodo 24 giugno 2016-31 dicembre 2016. Il punto dovrà essere tuttavia confermato dal decreto attuativo. Pertanto, se si ipotizza che nell'anno 2017 non sia stato effettuato nessun investimento pubblicitario, nel 2018 sarà incentivabile l'intera spesa in pubblicità.

La decorrenza. L'agevolazione, che scatta dal 2018, riguarderà, salvo contraria previsione del decreto di attuazione, gli investimenti effettuati dal 24 giugno 2017. Per stabilire il momento di effettuazione degli investimenti appare ragionevole l'applicazione dell'art. 109, comma 2, lett. b) del Tuir, che stabilisce che le spese di acquisizione dei servizi si considerano sostenute alla data in cui le prestazioni sono ultimate.