

## **NEWSLETTER per i Soci Confindustria Chieti Pescara**

### **a cura dello Studio Legale Tributario Torcello**

#### **“BONUS PUBBLICITÀ” 2018: CREDITO D’IMPOSTA FINO AL 90% PER CHI INVESTE IN CAMPAGNE PUBBLICITARIE (ANCHE SULLE TESTATE ONLINE)**

Il D.L. 148/2017, collegato alla Legge di Stabilità 2018, ha previsto modifiche agli incentivi fiscali relativi agli investimenti pubblicitari sulla stampa e sulle emittenti radiofoniche e televisive locali.

In particolare, l’art. 4 del suddetto decreto è intervenuto sulla disciplina del cd. “bonus pubblicità”, andando a modificare quanto previsto in precedenza dal D.L. 50/2017.

Due sono le principali novità introdotte dal “collegato fiscale” in esame: imprese e professionisti potranno fruire dell’incentivo anche per gli investimenti pubblicitari effettuati sui giornali digitali; il beneficio fiscale verrà esteso anche agli investimenti fatti da soggetti non commerciali.

Inoltre, novità nella novità, il cd. “bonus pubblicità” non sarà rivolto solo agli investimenti pubblicitari che si effettueranno nel 2018 (come originariamente previsto), ma anche agli investimenti compiuti tra il 24 giugno ed il 31 dicembre del 2017. L'estensione al 2017 è però limitata alla stampa, anche online, e non comprende le emittenti televisive e radiofoniche locali.

Per questo intervallo di tempo, l’ammontare totale detraibile è pari a 20 milioni di euro; mentre per il 2018 il fondo è stato stabilito in 62,5 milioni di euro. Gli oneri saranno recuperati da una corrispondente riduzione del “Fondo per il pluralismo e l’innovazione della informazione”.

Ma come funziona, in concreto, questo bonus tanto decantato dalla stampa di settore?

Innanzitutto, potranno beneficiare del credito d’imposta i soggetti titolari del reddito d’impresa o di lavoro autonomo che abbiano effettuato / effettueranno investimenti in campagne pubblicitarie. Non è necessario che il professionista sia iscritto all’albo per usufruire del beneficio.

Quanto alla misura del beneficio, il credito d’imposta è pari al 75% del valore incrementale degli investimenti effettuati, elevato al 90% nel caso di microimprese, piccole medie imprese e start up innovative.

Il “collegato fiscale” non incide sulle modalità di determinazione del credito d’imposta spettante. Resta infatti valido l’approccio incrementale.

Nello specifico, per gli investimenti pubblicitari effettuati dal 24 giugno 2017 al 31 dicembre 2017 sulla stampa quotidiana e periodica, anche online, il bonus sarà riconosciuto esclusivamente se il loro valore supera almeno dell'1% l'ammontare degli analoghi investimenti pubblicitari effettuati sugli stessi mezzi di informazione nel corrispondente periodo dell'anno 2016.

Pertanto, per il periodo 24 giugno 2017-31 dicembre 2017, per il calcolo dell'incentivo spettante dovranno essere considerate le spese di analoga natura sostenute nel periodo 24 giugno 2016 - 31 dicembre 2016.

A partire dal 2018, invece, il credito d'imposta spetterà se l'ammontare degli investimenti pubblicitari sostenuti in ciascun periodo di imposta supererà almeno dell'1% gli analoghi investimenti effettuati sugli stessi mezzi di informazione sostenuti nel periodo di imposta precedente. Quindi, a partire dal 2018, dovrà essere considerata la spesa sostenuta nel 2017.

Il professionista che intenderà beneficiare del bonus pubblicità dovrà inserire l'importo sostenuto per l'acquisto di campagne pubblicitarie nel quadro RU della dichiarazione dei redditi. Il credito d'imposta potrà poi essere utilizzato in compensazione tramite il modello F24, previa istanza diretta al Dipartimento per l'informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri.

I soggetti interessati saranno tenuti a presentare la domanda di fruizione del beneficio, nella forma di una comunicazione telematica, su apposita piattaforma messa a disposizione dall'Agenzia delle Entrate - Riscossione, sfruttando a tal fine il modello predisposto dalla medesima Agenzia.

La comunicazione dovrà contenere svariate informazioni. Tra queste, ricordiamo: i dati identificativi dell'azienda (o del lavoratore autonomo); il costo complessivo degli investimenti pubblicitari effettuati, o da effettuare, nel corso dell'anno; l'esposizione distinta dei costi per le due tipologie di media (ove gli investimenti riguardino sia la stampa che le emittenti radio-televisive); il costo complessivo degli investimenti effettuati sugli analoghi media nell'anno precedente; 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; la dichiarazione sostitutiva di atto notorio 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.

Va tenuto presente che il cd. "bonus pubblicità" non è cumulabile con altre misure analoghe.

Avere investito negli spazi pubblicitari di televendite, servizi di pronostici, giochi o scommesse che prevedono vincite di denaro, servizi di messaggeria vocale o chat-line con servizi a sovrapprezzo, non permette di presentare alcuna richiesta di facilitazione fiscale.

Tuttavia, in considerazione del fatto che i limiti di spesa sono diversi per la stampa (anche online) e per le radio-televisioni a diffusione locale, un soggetto che investe su entrambe le tipologie potrà utilizzare due diversi crediti d'imposta, in percentuali differenziate a seconda delle condizioni della ripartizione su ognuna delle due platee di beneficiari.

A ciò si aggiunga che le spese per l'acquisto di pubblicità sono ammissibili al netto delle spese accessorie, dei costi di intermediazione e di ogni altra voce diversa dall'acquisto dello spazio pubblicitario, anche se ad esso funzionale o connesso.