

# Credito d'imposta a sostegno della pubblicità

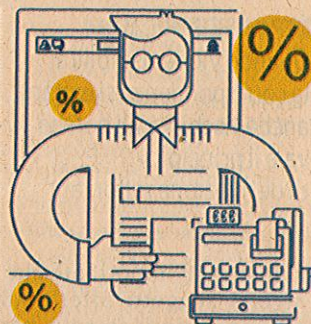
**Paolo Stella Manfredini**

■ L'articolo 57 bis della legge 21 giugno 2017, modificato dal collegato fiscale, ha introdotto un credito di imposta sugli investimenti pubblicitari incrementali programmati ed effettuati sulla stampa (quotidiani e periodici, locali e nazionali, anche online) e sulle emittenti radio-televisive locali, analogiche o digitali.

Il contributo è concesso alle imprese, ai laboratori autonomi agli enti non commerciali, e consiste in un credito di imposta pari al 75% del valore incrementale degli investimenti pubblicitari effettuati (rispetto al periodo di imposta precedente), elevato al 90% nel caso di microimprese, piccole e medie imprese e start up innovative, nel limite massimo complessivo di spesa stabilito. Per fruire del credito serve anche che il valore degli investimenti pubblicitari superi almeno dell'1% gli analoghi investimenti effettuati sugli stessi mezzi di informazione l'anno prima.

Il credito di imposta liquidato potrà essere inferiore a quello richiesto nel caso in cui l'ammontare complessivo dei crediti richiesti con le domande superi l'ammontare delle risorse stanziate. In tal caso si provvede a una ripartizione percentuale delle risorse tra tutti i richiedenti aventi diritto.

I limiti di spesa sono distinti



per gli investimenti sulla stampa, anche on line, e per quelli sulle emittenti radio - televisive locali. Pertanto, in caso di investimenti su entrambi i media, il richiedente può vedersi riconosciuti due diversi crediti di imposta in percentuale diversa a seconda delle condizioni della ripartizione su ognuna delle due categorie di beneficiari.

L'articolo 4 del Collegato fiscale (Dl 148/17), ha autorizzato la spesa di 62,5 milioni per il 2018 (che costituisce tetto di spesa): 12,5 milioni sono stati destinati agli investimenti nel 2018 sulle emittenti radio - televisive locali; 50 milioni sono stati destinati agli investimenti sulla stampa, anche online (di cui 20 per gli investimenti pubblicitari incrementali, effettuati dal 24 giugno 2017 al 31 dicembre 2017 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, e i restanti 30 per gli

investimenti pubblicitari da effettuare nel 2018).

La legge ha demandato a un regolamento di attuazione, in corso di adozione, il compito di disciplinare tutti gli aspetti operativi, comprese le procedure.

Sono ammissibili gli investimenti relativi all'acquisto di spazi pubblicitari e inserzioni commerciali su giornali quotidiani e periodici, nazionali e locali, anche on line, o nell'ambito della programmazione di emittenti televisive e radiofoniche locali, analogiche o digitali. Sono escluse le spese sostenute per l'acquisto di spazi destinati a servizi particolari come le televendite, i servizi pronostici, i giochi o scommesse con vincite in denaro, di messaggeria vocale o chat - line con servizi a sovrapprezzo.

Le spese per l'acquisto di pubblicità sono ammissibili al netto delle spese accessorie, dei costi di intermediazione e di ogni altra spesa diversa dall'acquisto dello spazio pubblicitario. Le spese per investimenti si considerano sostenute secondo quanto indicato dall'articolo 109 del Tuir. I costi sostenuti devono risultare da attestazione prodotta dai soggetti legittimati a rilasciare il visto di conformità ovvero dai soggetti che esercitano la revisione legale dei conti. Nel caso il credito d'imposta richiesto sia superiore a 150 mila euro si applica il meccanismo delle "white list".

L'incentivo, che potrà essere utilizzato solo in compensazione in base dall'articolo 17 del Dlgs 241/97, non è automatico: gli interessati dovranno presentare la domanda di fruizione con comunicazione telematica su piattaforma delle Entrate, usufruendo di una finestra temporale che dovrebbe essere compresa tra il 1° e il 31 marzo di ciascun anno.