

SERVIZIO FISCALE

CIRCOLARE N. 69 – DEL 17.10.2018

FAQ SUL CREDITO DI IMPOSTA SU INVESTIMENTI PUBBLICITARI INCREMENTALI **(AGGIORNATE AL 12 OTTOBRE 2018)**

<http://informazioneeditoria.gov.it/it/attivita/altre-misure-di-sostegno-alleditoria/faq-sul-credito-di-imposta-su-investimenti-pubblicitari-incrementali/>

Il Dipartimento per l'informazione e l'editoria ha pubblicato una serie di risposte a domande frequenti (FAQ) di grande interesse per chi sta completando la compilazione del modello di "prenotazione" del Bonus 2018 o la "dichiarazione sostitutiva" del Bonus 2017, adempimenti che scadranno il prossimo **22 ottobre 2018**.

- **Modalità di accesso al bonus - comunicazione telematica**

Il modello di "comunicazione telematica" e le relative istruzioni per la compilazione sono reperibili sul sito internet del Dipartimento per l'informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri www.informazioneeditoria.gov.it e sul sito Internet dell'Agenzia delle entrate www.agenziaentrate.it. Eventuali aggiornamenti della modulistica e delle relative istruzioni, ed ogni altra informazione e notizia utile ai fini della più corretta ed agevole fruizione della misura saranno pubblicati sugli stessi siti Internet delle due Amministrazioni.

Per l'invio della "comunicazione per l'accesso al credito d'imposta" relativa al 2018 e della "dichiarazione sostitutiva relativa agli investimenti effettuati" per il 2017 **è disponibile una apposita funzionalità nell'area autenticata del sito internet dell'Agenzia delle entrate**, accessibile con le credenziali Entratel e Fisconline, SPID o CNS.

La procedura è accessibile nella sezione dell'area autenticata:

- **"Servizi per"**

alla voce - **"comunicare"**.

- **Presentazione della rinuncia alla richiesta**

La rinuncia agli effetti di una "comunicazione per l'accesso" al credito di imposta precedentemente inviata, può essere presentata, per qualunque motivo, negli stessi termini per la presentazione della comunicazione stessa, cioè dal 22 settembre al 22 ottobre 2018. La rinuncia presentata fuori termine, pertanto, non sarà presa in considerazione.

Non è possibile, invece, presentare una rinuncia agli effetti di una dichiarazione sostitutiva precedentemente inviata.

N.B.: si noti che la comunicazione di "prenotazione" è relativa ad investimenti effettuati, ma anche **da effettuare**. Non si comprende quindi come si dovrà gestire la sopravvenuta impossibilità del sostenimento di tali spese ed in particolare se la successiva dichiarazione sostitutiva potrà semplicemente evidenziare il minor importo dell'investimento, sanando così l'errata prenotazione.

Al momento in cui si scrive non si riesce a dare una risposta a tal riguardo, considerato che la risposta su trascritta, elude una specifica domanda formulata su tale argomento: "Qualora la rinuncia fosse presentata oltre il termine per la presentazione del beneficio, si è passibili di una eventuale sanzione?"

- **Tipologie di pubblicità ammesse al credito di imposta**

Il credito d'imposta è riconosciuto soltanto per gli investimenti pubblicitari incrementali effettuati sulle emittenti radiofoniche e televisive locali, analogiche o digitali, iscritte presso il Registro degli operatori di comunicazione, ovvero su giornali quotidiani e periodici, nazionali e locali, in edizione cartacea o digitale, iscritti presso il competente Tribunale, ovvero presso il menzionato Registro degli operatori di comunicazione, e dotati in ogni caso della figura del direttore responsabile.

Non sono pertanto ammesse al credito d'imposta le spese sostenute per altre forme di pubblicità (come ad esempio, a titolo esemplificativo e non esaustivo: grafica pubblicitaria su cartelloni fisici, volantini cartacei periodici, pubblicità su cartellonistica, pubblicità su vetture o apparecchiature, pubblicità mediante affissioni e display, pubblicità su schermi di sale cinematografiche, pubblicità tramite social o piattaforme online, banner pubblicitari su portali online, ecc...).

- **Ipotesi di investimenti pubblicitari pari a zero nell'anno precedente a quello per cui si richiedere l'agevolazione - soggetti esclusi dall'agevolazione**

Non è possibile accedere al credito d'imposta se gli investimenti pubblicitari dell'anno precedente a quello per cui si richiede l'agevolazione sono stati pari a zero, come prescritto dal Consiglio di Stato nel parere reso sul Regolamento di cui al D.P.C.M. n. 90 del 16 maggio 2018, che ha disciplinato la misura.

Sono esclusi dalla concessione del credito di imposta, pertanto, oltre che i soggetti che nell'anno precedente a quello per il quale si richiede il beneficio non abbiano effettuato investimenti pubblicitari ammissibili, anche quelli che abbiano iniziato l'attività nel corso dell'anno per il quale si richiede il beneficio.

Verifica e calcolo dell'incremento

Domanda - 1° esempio: Nel caso in cui un'impresa abbia sostenuto nel 2017 solo spese su emittenti radio, mentre nel 2018 sostiene spese sia su radio che su stampa, come si calcola il valore incrementale dell'1% propedeutico all'ammissibilità? In altre parole, sarà ammissibile la sola spesa su radio o la verifica dell'incremento verrà fatta considerando il totale degli investimenti (rendendo così ammissibili anche le spese in stampa)? Ad esempio:

Tabella domanda esempio 1		
Canale spesa	2017	2018
Canale spesa Radio - tv	€ 100	€ 150
Canale spesa Stampa	0	€ 40

Il valore incrementale su cui calcolare l'incentivo sarà 50 o 90 (50+40) ?

Risposta n. 1: Ai fini dell'incremento percentuale si può fare riferimento al "complesso degli investimenti", cioè agli investimenti incrementali effettuati su entrambi i canali di informazione rispetto all'anno precedente, a condizione che su entrambi i canali la spesa per gli investimenti pubblicitari effettuata nell'anno precedente non sia pari a zero.

È possibile poi accedere al bonus anche per investimenti effettuati su un solo mezzo di informazione (stampa da una parte ed emittenti radiofoniche e/o televisive dall'altra).

Nell'esempio sopra riportato, pertanto, l'agevolazione fiscale è ammissibile unicamente per le spese incrementalmente pubblicitarie effettuate sulle emittenti radio televisive, ed il valore incrementale su cui calcolare il credito di imposta è pari ad € 50.

Domanda – 2° esempio: Si chiede conferma del fatto che possa accedere al credito d'imposta in questione un'impresa che, pur avendo avuto costi pari a zero l'anno precedente (2017) nella tipologia di mezzi oggetto di investimento nel periodo agevolabile (2018), abbia comunque avuto costi superiori a zero l'anno precedente (2017) nell'altra tipologia di mezzi, come da esempio che segue:

Tabella domanda esempio 2			
Canale spesa	Costi 2017	Costi 2018 (Periodo agevolabile)	Costo incrementale
Stampa	<u>0</u>	<u>50</u>	+50
TV locali	30	0	-30

Risposta n. 2: In base a quanto precisato nella risposta al quesito precedente – risposta n. 1 -, nell'esempio sopra riportato non si può accedere al credito di imposta.

L'investimento effettuato sulla stampa, infatti, non è ammissibile, in quanto nell'anno precedente l'investimento è stato pari a zero, mentre non risulta un incremento delle spese pubblicitarie sulle emittenti radiofoniche e televisive.

- **Costi pubblicitari rilevanti**

Le spese sostenute per l'acquisto di pubblicità, rilevanti ai fini della concessione del credito d'imposta, che concorrono a formare la base di calcolo dell'incremento e quindi del bonus fiscale, sono al netto delle spese accessorie, dei costi di intermediazione e di ogni altra spesa diversa dall'acquisto dello spazio pubblicitario, anche se ad esso funzionale o connesso.

Sono agevolabili i compensi corrisposti alle imprese editoriali, pertanto, ma non quelli corrisposti alle concessionarie di pubblicità.

Nel caso in cui le fatture non siano emesse dalle "imprese editoriali", ma da soggetti intermediari, nelle stesse dovrà essere espressamente specificato l'importo delle spese nette sostenute per la pubblicità, separato dall'importo relativo al compenso dell'intermediario, e dovrà essere indicata la testata giornalistica o l'emittente radio-televisiva sulla quale è stata effettuata la campagna pubblicitaria.

- **Concessione del bonus in caso di insufficienza delle risorse disponibili**

L'ordine cronologico di presentazione delle domande non è rilevante ai fini della concessione dell'agevolazione.

Nell'ipotesi di insufficienza delle risorse disponibili, infatti, si procederà alla ripartizione percentuale tra tutti i soggetti che, nel rispetto dei requisiti e delle condizioni di ammissibilità, hanno presentato nei termini la comunicazione telematica.

- **Documentazione a sostegno della domanda**

Nessun documento deve essere allegato alla comunicazione telematica né alle dichiarazioni sostitutive contenute nel modello e rese telematicamente.

Il richiedente (soggetto beneficiario) è tenuto a conservare, per i controlli successivi, e ad esibire su richiesta dell'Amministrazione tutta la documentazione a sostegno della domanda: fatture (ed

eventualmente copia dei contratti pubblicitari), attestazione sull'effettuazione delle spese sostenute, rilasciata dai soggetti legittimati, individuati dall'art. 4, comma 2 del Regolamento.

Nel caso in cui la comunicazione telematica sia trasmessa da un intermediario, questo è tenuto a conservare copia della comunicazione per l'accesso e copia delle dichiarazioni sostitutive previste nel modello, compilate e sottoscritte dal richiedente (soggetto beneficiario) e copia di un documento di identità dello stesso richiedente.

- **Individuazione dell'esercizio di imputazione delle spese pubblicitarie: applicazione del principio di "competenza"**

L'articolo 4, comma 2, del DPCM 16 maggio 2018, n. 90 (regolamento attuativo dell'agevolazione in esame), prevede espressamente che le spese si considerano sostenute secondo quanto previsto dall'articolo 109 del Testo unico delle imposte sui redditi di cui al D.P.R. n. 917/1986.

Per l'individuazione dell'esercizio di sostenimento della spesa pubblicitaria, pertanto, trova applicazione il principio di competenza che, per le prestazioni di servizi, è regolato dal comma 2, lettera b), del citato articolo 109, in base al quale "i corrispettivi delle prestazioni di servizi si considerano conseguiti e le spese di acquisizione dei servizi si considerano sostenute, alla data in cui le prestazioni stesse sono ultimate".

Pertanto, i costi relativi a prestazioni di servizio sono, ai sensi del citato articolo, di competenza dell'esercizio in cui le prestazioni medesime sono ultimate, senza che abbia rilievo alcuno il momento in cui viene emessa la relativa fattura o viene effettuato il pagamento.

- **Importo da considerare ai fini dell'agevolazione**

Nel caso di Iva indetraibile, l'importo da considerare ai fini dell'agevolazione è costituito dall'ammontare complessivo della spesa pubblicitaria (imponibile + Iva). Infatti la norma espressamente esclude dalle spese agevolabili le spese accessorie, i costi di intermediazione e ogni altra spesa diversa dall'acquisto dello spazio pubblicitario anche se ad esso funzionale o connessa.

- **Trattamento fiscale del bonus**

Considerato che la norma istitutiva dell'agevolazione (articolo 57-bis del decreto legge 24 aprile 2017, n. 50) non dispone espressamente la non rilevanza del credito d'imposta ai fini delle imposte sui redditi e dell'Irap, il credito concorre alla formazione della base imponibile ai fini delle suddette imposte.

Per un maggior approfondimento alleghiamo qui di seguito domande e risposte sino ad oggi pubblicate.

IL DIRETTORE
Rag. Giuseppe Battistello

