

# **BIANCO FIDUCIARIA E DI REVISIONE S.R.L.**

## **società fiduciaria e di revisione contabile**

Milano, 11 dicembre 2017

Oggetto : **credito di imposta sugli investimenti pubblicitari; aggiornamento con la conversione in legge del decreto legge 16 ottobre 2017 n.148.**

Facciamo seguito alla nostra nota del 27 novembre 2017, per informare che il giorno 5 dicembre 2017 è stata pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale la legge 4 dicembre 2017 n.172 di conversione del decreto legge 16 ottobre 2017 n.148.

L'articolo 4 della legge 172/2017 ha apportato le seguenti due importanti modificazioni alla disciplina del credito d'imposta sugli investimenti pubblicitari:

- 1) Anche gli **enti non commerciali** possono beneficiare del credito d'imposta sugli investimenti pubblicitari incrementali; prima della conversione in legge in commento, la norma disponeva che potevano beneficiare del credito d'imposta solo le imprese ed i lavoratori autonomi. Gli enti non commerciali sono gli enti pubblici e privati *no profit* (associazioni, fondazioni e simili). E' auspicabile che il regolamento di attuazione ancora in corso di attuazione indichi i criteri per l'esatta individuazione degli enti non commerciali.
- 2) La pubblicità sulla stampa quotidiana e periodica **anche on line** concorre alla formazione del credito d'imposta **anche per il 2018**; prima della conversione in legge, la norma disponeva che la pubblicità sulla *stampa on line* concorreva al credito d'imposta solo per il periodo dal 24 giugno al 31 dicembre 2017.

Si riporta per comodità di lettura, il testo della nostra comunicazione del 27 novembre scorso, aggiornato con le modificazioni apportate dalla legge n.172 del 4 dicembre 2017.

Oggetto : **credito di imposta sugli investimenti pubblicitari ; anticipazioni sui contenuti del regolamento di attuazione.**

Il 24 novembre 2017 è stata pubblicata sul sito web del dipartimento dell'editoria del consiglio dei ministri la comunicazione riguardante il credito di imposta a sostegno degli investimenti pubblicitari incrementali effettuati sui giornali e sulle emittenti radio-televisive a diffusione locale.

La comunicazione anticipa i contenuti caratterizzanti del regolamento di attuazione in corso di adozione, al fine di porre in grado le imprese di poter pianificare i propri investimenti pubblicitari tenendo conto di questo nuovo incentivo.

### **Gli investimenti sui mezzi "nuovi".**

La comunicazione risolve uno dei dubbi interpretativi più diffusi e cioè se l'investimento incrementale debba essere calcolato con riferimento al singolo mezzo.

La comunicazione in commento chiarisce che l'investimento incrementale deve essere riferito alla "stampa" da una parte ed alle "emittenti radio-televisive" dall'altra e **non invece al singolo giornale o alla singola emittente.**

Questo chiarimento consente agli inserzionisti di pianificare i propri investimenti pubblicitari anche su mezzi "nuovi" e cioè sui mezzi non pianificati dall'inserzionista nel corrispondente periodo dell'anno precedente.

### **Due crediti di imposta distinti , uno per la stampa ed uno per le radio e tv.**

Il finanziamento del credito di imposta ammonta a 62,5 milioni di euro complessivo di cui 12,5 milioni per gli investimenti radio tv locali nel 2018 , 20 milioni per gli investimenti stampa del secondo semestre 2017 e 30 milioni per gli investimenti stampa del 2018.

Posto che gli stanziamenti sono distinti per i due tipi di media (stampa da una parte e radio tv locali dall'altra), l'inserzionista ha diritto a due distinti e separati crediti di imposta.

## **BIANCO FIDUCIARIA E DI REVISIONE**

Il credito di imposta liquidato potrà essere inferiore quello richiesto nel caso in cui l'ammontare complessivo delle richieste superi l'ammontare delle risorse finanziarie stanziato. In tal caso saranno liquidate tutte le richieste con riduzione proporzionale.

Il processo di liquidazione delle richieste distinguerà il comparto stampa da quello radio tv ; pertanto il richiedente due crediti di imposta (uno per la stampa e l'altro per radio tv) potrà ottenere la liquidazione in percentuali differenziate in dipendenza delle condizioni della ripartizione su ognuna delle due distinte platee di beneficiari.

Nel caso inverso in cui i crediti di imposta richiesti siano inferiori alle risorse stanziato, l'eccedenza delle risorse sarà rinviato a nuovo per incrementare le risorse dell'anno successivo.

### **I criteri di attribuzione temporale dell'investimento pubblicitario**

La spesa per l'investimento pubblicitario si considera sostenuta alla data in cui la prestazione pubblicitaria è stata ultimata.

Questo criterio di attribuzione temporale è mutuato dall'articolo 109 comma 1 lettera b) del Testo Unico delle imposte sui redditi che detta le regole per attribuire all'esercizio di competenza i ricavi conseguiti e le spese sostenute per i servizi.

La regola è molto importante in particolare per le operazioni a cavallo d'anno per le quali possono insorgere dubbi se attribuirle all'anno precedente oppure all'anno seguente.

Posto che la prestazione pubblicitaria ha la finalità di diffondere al pubblico raggiunto dal mezzo un messaggio commerciale, l'ultimazione della prestazione pubblicitaria dovrebbe coincidere con la data in cui il mezzo nel quale l'inserzione è contenuta è diffuso al pubblico con gli ordinari strumenti di diffusione tipici del mezzo (per i mezzi a stampa , edicola, posta, porta a porta).

### **L'investimento pubblicitario agevolabile**

Ai fini del diritto al credito d'imposta, sono rilevanti solo le spese per l'acquisto dello spazio pubblicitario e non si tiene conto degli altri costi anche se connessi o funzionali ad esso (esempio, compensi alle agenzie di pubblicità).

Ai fini del diritto al credito di imposta, gli investimenti pubblicitari devono essere effettuati su mezzi di comunicazione editi da imprese titolari di testata giornalistica iscritta al tribunale ai sensi della legge sulla stampa n.47 del 1948 ovvero presso il ROC – registro degli operatori di comunicazione. Le testate devono essere in ogni caso dotate della figura del direttore responsabile.

### **Credito d'imposta per il secondo semestre 2017**

L'estensione del credito di imposta al secondo semestre 2017 (dal 24 giugno al 31 dicembre 2017) riguarda gli investimenti pubblicitari effettuati solo sui mezzi a stampa e non anche sui mezzi radio tv.

L'estensione al secondo semestre 2017 riguarda anche gli investimenti pubblicitari effettuati sui giornali on-line. *(la legge n.172 del 4 dicembre 2017 ha disposto che gli investimenti pubblicitari sui giornali on line concorrono al credito d'imposta anche per l'anno 2018).*

Si segnala che il "giornale on –line" deve essere un giornale quotidiano o periodico la cui testata è iscritta al tribunale oppure al ROC ed avere il direttore responsabile.

### **La misura del credito d'imposta**

Il credito d'imposta è pari al 75% del valore incrementale degli investimenti pubblicitari effettuati, elevato al 90% per le microimprese, piccole e medie imprese e start-up innovative. *(la legge n.172 del 4 dicembre 2017 ha disposto che beneficiano del credito d'imposta anche gli enti non commerciali).*

Le medie imprese sono quelle che occupano meno di 250 persone , il cui fatturato annuo non superiore a 50 milioni di euro o il totale degli attivi di bilancio non superino i 43 milioni di euro.

## **BIANCO FIDUCIARIA E DI REVISIONE**

Le piccole imprese sono quelle che occupano meno di 50 persone, il cui fatturato annuo o il totale degli attivi di bilancio non superino i 10 milioni di euro.

Le micro imprese sono quelle che occupano meno di 10 persone, il cui fatturato annuo o il totale degli attivi di bilancio non superino i 2 milioni di euro.

Le imprese start-up innovative sono quelle costituite da non più di 60 mesi, residenti in Italia o nell'Unione Europea con siti produttivi in Italia, con fatturato non superiore a 5 milioni di euro dal secondo anno di attività, che non distribuisca utili, con oggetto prevalente prodotti e servizi innovativi ad alto valore tecnologico, con spese per ricerca e sviluppo pari o superiore al 15% dei ricavi o dei costi, con impiego di personale altamente qualificato superiore ad un terzo della forza lavoro, titolare di licenza o brevetto a contenuto altamente tecnologico.

Per una definizione più puntuale delle imprese di cui sopra si vedano le norme citate al paragrafo 2 della comunicazione in commento.

Il valore incrementale deve superare di almeno l'uno per cento gli analoghi investimenti effettuati nell'anno precedente (o nel periodo dal 24 giugno al 31 dicembre 2016) sugli stessi mezzi di informazione (mezzi a stampa o radio tv locali). Il credito d'imposta è utilizzabile solo in compensazione con il modello F24.

L'effettività del sostenimento delle spese per gli investimenti pubblicitari deve essere attestata dai soggetti che rilasciano il visto di conformità ovvero dai revisori legali dei conti.

Il credito d'imposta si attiva con una **domanda telematica all'Agenzia delle entrate con modalità e termini ancora da definire.**

Pierangelo Bianco e Alessandra Piazzino