

# Il credito d'imposta sulla pubblicità anticipa i tempi

Emanuele Reich  
Franco Vernassa

L'articolo 4 del Dl 148/2017 interviene a modificare la disciplina del **credito d'imposta sugli investimenti pubblicitari** sulla stampa quotidiana e periodica e sulle emittenti radiotelevisive locali, anticipandone in parte gli effetti a partire dal 24 giugno 2017. Il credito, previsto dall'articolo 57-bis del Dl 50/2017 introdotto dalla legge 96/2017 di conversione, è rivolto a imprese e lavoratori autonomi con modalità determinare con apposito decreto, da emanare entro 120 giorni dall'entrata in vigore della legge 96/2017 di conversione, e quindi entro il 22 ottobre 2017.

Inizialmente il beneficio aveva una decorrenza dal 2018, ma in sede di esame del disegno di legge di conversione del Dl 50/2017 il Governo aveva accolto l'ordine del giorno G/2853/218/5 del senatore Lai, impegnandosi a chiarire «che il credito d'imposta si attribuisce, nel 2018, relativamente agli investimenti pubblicitari effettuati a far data dall'entrata in vigore della legge di conversione» del Dl e cioè dal 24 giugno 2017. L'impegno viene ora mantenuto, attraverso l'inserimento del comma 3-bis nell'articolo 57-bis, che, nel fornirne la relativa copertura finanziaria, riconosce la spettanza del credito per gli investimenti pubblicitari incrementali sulla stampa quotidiana e periodica, anche online, effettuati dal 24 giugno al 31 dicembre 2017, purché il loro valore superi almeno dell'1% l'ammontare degli analoghi investimenti pubblicitari effettuati dai medesimi soggetti sugli stessi mezzi di informazione nel corrispondente periodo del 2016.

L'estensione al 2017 è parziale, perché non riguarda gli investimenti sulle emittenti televisive e

radiofoniche locali, sia analogiche sia digitali. Con riferimento agli anni 2018 e seguenti dovrà essere chiarito se il calcolo incrementale deve essere effettuato per massa, ovvero distinguendo tra i vari mezzi di comunicazione prescelti per gli investimenti pubblicitari.

Il credito d'imposta spetta nella misura:

- del 75% del valore incrementale per imprese e lavoratori autonomi;
- del 90% del valore incrementale per le piccole e medie imprese, le microimprese e le startup innovative.

Come per altre agevolazioni, per stabilire il **momento di effettuazione degli investimenti** appare ragionevole l'applicazione dell'articolo 109, comma 2 lettera b) del Tuir, secondo cui le spese di acquisizione dei servizi si considerano sostenute alla data in cui le prestazioni sono ultimate.

Per il 2017 e il 2018 il Dl 148/2017 fornisce già le coperture finanziarie del beneficio, al fine di permettere alle imprese di conoscere tempestivamente il reale impatto della misura, in modo da poter più consapevolmente adottare le decisioni e le strategie relative agli investimenti pubblicitari. Per gli anni seguenti si prevede un limite massimo di spesa, che sarà stabilito annualmente mediante Dpcm. Il decreto di attuazione dovrà anche chiarire la **compatibilità dell'agevolazione con la normativa Ue degli aiuti di Stato**.