

Bonus per la pubblicità incrementale

Emanuele Reich
Franco Vernazza

Il credito d'imposta sugli investimenti pubblicitari, introdotto dalla legge 96/2017 in sede di conversione del Dl 50/2017, costituisce uno strumento per incrementare gli investimenti in campagne pubblicitarie su stampa quotidiana e periodica e su emittenti televisive e radiofoniche locali. Il contributo, che è rivolto a imprese e lavoratori autonomi con modalità da determinare con decreto, decorre dal 2018, ma si può già applicare agli investimenti pubblicitari effettuati a partire dal 24 giugno 2017.

Con l'articolo 57-bis del Dl 24 aprile 2017 n. 50, convertito con la legge 21 giugno 2017 n. 96, dal 2018, viene introdotto un contributo, sotto forma di credito di imposta, per gli investimenti incrementali effettuati in campagne pubblicitarie: sulla stampa quotidiana e periodica; sulle emittenti televisive e radiofoniche locali, sia analogiche sia digitali.

In sede di esame del disegno di legge di conversione del Dl 50/2017, il Governo ha 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 decreto-legge» e cioè

dal 24 giugno 2017, essendo la legge 96/2017 pubblicata sul supplemento ordinario 95 della «Gazzetta Ufficiale» 144 del 23 giugno 2017.

Si ritiene quindi che l'agevolazione sia immediatamente operativa, poiché assunto non rilevanza le spese in campagne pubblicitarie sostenute a decorrere dalla data di entrata in vigore della legge di conversione (24 giugno 2017). Sul punto occorre attendere il chiarimento da parte del de-

IN ATTESA

Il decreto attuativo dovrà chiarire il metodo per il calcolo degli investimenti e il massimo di spesa

creto attuativo e dell'agenzia delle Entrate.

Per accedere al beneficio occorre che il valore degli investimenti effettuati superi dell'1% il valore degli analoghi investimenti sostenuti nell'anno precedente, sugli stessi mezzi di informazione. Dovrà essere chiarito se il calcolo deve essere effettuato per massa, ovvero distinguendo tra i vari mezzi di comunicazione prescelti per gli investimenti pubblicitari.

A tale fine, per gli investimenti effettuati nel primo periodo d'imposta (e cioè dal 24 giugno 2017 al 31 dicembre 2017),

come chiarito con l'ordine del giorno, appare logico ritenere che il parametro storico da porre a raffronto (le spese di analoga natura sostenute nel 2016) sia corrispondentemente ragguagliato al periodo 24 giugno 2016 - 31 dicembre 2016. Il punto dovrà essere confermato dal decreto attuativo.

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

Il credito di 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.

Si prevede un limite massimo di spesa, che sarà stabilito annualmente mediante Dpcm, utilizzando il Fondo per il pluralismo e l'innovazione per l'informazione.

Il credito di imposta è utilizzabile esclusivamente in compensazione, in base al Dlgs 241/1997, previa istanza diretta al dipartimento per l'informazione e l'editoria della presidenza del Consiglio dei ministri.

Un Dpcm, che sarà pubblica-

Il calcolo dell'incremento

- a) Individuare l'ammontare degli investimenti pubblicitari sostenuti dall'entrata in vigore della legge di conversione (24 giugno 2017);
- b) Comprovare l'effettivo sostenimento; a tal fine sarà utile analizzare, a titolo esemplificativo e non esaustivo, il piano dei conti della società (se disponibile) e le fatture di acquisto dei servizi pubblicitari;
- c) Riclassificare i costi in funzione del canale mediatico attraverso il quale la pubblicità è stata diffusa (stampa quotidiana e periodica o emittenti televisive e radiofoniche);
- d) Effettuare la stessa analisi per gli analoghi investimenti sostenuti nell'anno precedente (2016, per il primo anno);
- e) Comparare i valori dei due esercizi, determinando l'incremento dell'1%;
- f) Presentare l'istanza di fruizione del credito secondo le modalità che saranno stabilite;
- g) Contabilizzare il credito nell'esercizio di competenza dei costi, sempre che ne sia certa la spettanza;
- h) Utilizzare il credito in compensazione, tenendo conto dell'eventuale decorrenza della sua fruizione

to entro 120 giorni dall'entrata in vigore della legge di conversione, e quindi entro il 22 ottobre 2017, conterrà i dettagli relativi alle tipologie di spese ammissibili, alla procedura per la presentazione dell'istanza di fruizione, ai casi di esclusione, alla documentazione richiesta e ai successivi controlli.

Poiché l'articolo 57-bis prevede che la concessione del credito d'imposta sia sottoposta agli "eventuali adempimenti europei", il decreto di attuazione dovrà anche chiarire la compatibilità dell'agevolazione con la normativa europea degli aiuti di Stato. Peraltro, si ritiene che sussista tale compatibilità, poiché, quanto ai beneficiari, si tratta di misura agevolativa a carattere generale.

Quanto al trattamento contabile, il principio Oic 24, i costi di pubblicità possono rientrare tra i costi capitalizzati nella voce BI1 "Costi di impianto e di ampliamento" dello Stato Patrimoniale se rispettano i requisiti previsti dai paragrafi 41-43 dello stesso Oic 24 ovvero:

- i costi siano sostenuti in modo non ricorrente;
 - esista un rapporto causa-effetto tra i costi in questione ed il beneficio (futura utilità) che dagli stessi la società si attende.
- Qualora invece non soddisfino i suddetti requisiti, tali costi devono essere spesati nella voce B7 del conto economico, come previsto dall'Oic 12.