

# Sconti per 85 milioni a chi investe in pubblicità Partono le domande al fisco

La misura favorirà  
imprese, associazioni,  
fondazioni. Rimborsata  
metà della spesa

di Aldo Fontanarosa

ROMA — A sei settimane dalla conversione in legge del decreto Rilancio, si è composto il mosaico di regole, circolari e link che rende operativa una misura importante per l'editoria giornalistica. La misura premia ancora di più le aziende, i lavoratori autonomi, le associazioni, le Fondazioni che decidono di acquistare spazi pubblicitari sui quotidiani, sui periodici, sui siti, sulle televisioni e le radio. Lo sconto fiscale in favore di chi investe in pubblicità esiste ormai dal 2018. Ora il decreto Rilancio, convertito dalla legge 77 del 2020, perfeziona e amplia questo sconto fiscale o credito d'imposta. Lo sconto sarà pari al 50 per cento della somma investita in pubblicità, senza altre complicazioni. Nel 2018 e nel 2019 — prima dunque del decreto Rilancio — il credito d'imposta scattava a patto che la spesa pubblicitaria dell'anno fosse più grande dell'anno precedente di almeno l'1 per cento. La condizione di un investimento pubblicitario in crescita (incrementale) non c'è più nel 2020, grazie proprio al decreto Rilancio.

Da ieri primo settembre e fino al 30 settembre 2020 resterà aperta la nuova finestra che permetterà agli investitori pubblicitari di chiedere lo sconto fiscale (sono comunque valide le domande già presentate a marzo). Le domande vengono spedite attraverso i «servizi telematici» della Agenzia delle Entrate. Queste domande — di marzo e settembre — sono una spe-



**▲ Rilancio**  
Nei decreti Cura Italia e Rilancio aiuti anche alla editoria giornalistica

## 30

i giorni  
Le domande vanno spedite alla Agenzia delle Entrate a settembre

## 2021

La conferma  
A gennaio bisognerà precisare quanti investimenti sono stati fatti

cie di «prenotazione» dello sconto fiscale (credito d'imposta). La prenotazione indicherà gli investimenti pubblicitari già fatti e quelli pianificati nell'anno agevolato (il 2020). Poi, tra il primo e il 31 gennaio dell'anno prossimo, bisognerà precisare quali e quanti investimenti sono stati fatti per davvero nel 2020. Il credito d'imposta sarà utilizzato solo «in compensazione». Dunque cancellerà o ridimensionerà le tasse che l'investitore pubblicitario doveva versare allo Stato. La legge stanziava 85 milioni di euro in favore di questi investitori (50 sono destinati a chi acquisterà inserzioni sui giornali cartacei oppure sui siti; gli altri 35 milioni a chi comprerà spot sulle radio e le tv). Se gli investitori pubblicitari presenteranno domande per importi superiori allo stanziamento di legge (85 milioni), il credito fiscale sarà ridotto rispetto a quello richiesto. Il credito, più basso in questo scenario, verrà «ripartito in modo percentuale» tra i richiedenti. Può anche succedere che gli investitori pubblicitari investano in modo *crossmediale*: prima sui giornali e i siti; poi anche sulle radio e le televisioni. In questo caso, l'investitore maturerà due diversi crediti fiscali, con percentuali differenziate.