

**BIANCO FIDUCIARIA E DI REVISIONE S.R.L.**  
*società fiduciaria e di revisione contabile*

Milano, 4 ottobre 2018

Oggetto:

**Pubblicazioni on line – il dipartimento dell’editoria fa marcia indietro e smentisce il Regolamento (dpcm n.90 del 16 maggio 2018) .**

Si segnala la seguente risposta ad un quesito, pubblicata nelle FAQ del sito web del dipartimento dell’editoria.

Trascriviamo integralmente il quesito e la risposta.

**QUESITO**

*È pervenuto al Dipartimento per l'informazione e l'editoria un quesito in merito alla corretta interpretazione della disposizione del Regolamento (articolo 3, comma 1) che disciplina gli investimenti ammissibili, nella parte in cui richiama – per la stampa online – l'articolo 7, commi 1 e 4, del decreto legislativo 15 maggio 2017, n. 70. In particolare, nel quesito si evidenzia che il richiamo ai requisiti di carattere tecnico e commerciale - imposti dall'articolo 7 alle imprese editrici di testate digitali che chiedano l'ammissione al contributo pubblico diretto – ove applicato letteralmente, è suscettibile di introdurre condizioni che appaiono estranee alla logica del meccanismo di incentivazione fiscale degli investimenti pubblicitari, e che peraltro non trovano riscontro nella norma primaria che disciplina la misura ed abilita il Regolamento*

**RISPOSTA**

*L'articolo 3, comma 1, del Regolamento, nel disciplinare le condizioni di ammissibilità “oggettive” per accedere al beneficio, stabilisce che gli investimenti incrementali ammissibili devono essere effettuati, tra l'altro, su giornali quotidiani e periodici, “...pubblicati in edizione cartacea ovvero editi in formato digitale con le caratteristiche indicate all'articolo 7, commi 1 e 4, del decreto legislativo 15 maggio 2017, n. 70...”.*

*Quest'ultima disposizione fa parte del complesso normativo che disciplina tutto ciò che riguarda l'ammissione delle imprese editrici alla percezione del contributo pubblico diretto, ed in particolare stabilisce i requisiti richiesti alle testate digitali per poter usufruire del predetto contributo.*

*I requisiti richiamati attengono, per un verso, alla tecnologia dell'edizione digitale ed alla sua fruibilità e multimedialità; e, per l'altro, alla circostanza che i contenuti dell'edizione digitale siano fruibili, in tutto o in parte, a titolo oneroso.*

*Tali condizioni rispondono alla logica cui è ispirata, particolarmente nei più recenti interventi di riforma, la normativa sul sostegno pubblico diretto alle imprese editoriali, che dà particolare rilievo – ai fini della concessione del contributo diretto – all'innovazione, alla multimedialità, ed alla circostanza che i prodotti editoriali (sia cartacei che digitali) trovino effettivo riscontro di vendita sul mercato; tutto questo, peraltro, in una logica più generale di selezione stringente delle imprese editoriali alle quali concedere il contributo diretto, del tutto estranea – anzi, opposta – alla logica incentivante degli investimenti pubblicitari.*

*La circostanza che la testata online sulla quale si acquistano gli spazi pubblicitari abbia o meno determinate caratteristiche tecnologiche, ed il fatto che abbia, in tutto o in parte, contenuti che possono essere usufruiti a pagamento, costituiscono dunque criteri essenziale (veri e propri requisiti) di selezione per usufruire del contributo pubblico editoriale; gli stessi elementi non hanno invece alcun rilievo intrinseco ai fini della legittimazione o della capacità delle testate online di offrire spazi pubblicitari agli operatori economici.*

*D'altro canto, nella norma primaria che ha istituito il “bonus” (l'articolo 57-bis del decreto-legge 24 aprile 2017, n. 50) non è rinvenibile alcun elemento – né logico, né tanto meno testuale - che possa dare fondamento*

## **BIANCO FIDUCIARIA E DI REVISIONE**

*all'introduzione, nella disciplina degli investimenti pubblicitari, delle specifiche condizioni che regolano, per le testate digitali, la diversa questione della loro ammissione al contributo diretto editoriale.*

*L'applicazione letterale dell'articolo 3, comma 1, del Regolamento condurrebbe pertanto, sotto tale profilo, ad introdurre elementi di selettività non giustificabili e limitativi della libera scelta, da parte degli operatori economici, delle testate digitali sulle quali acquistare gli spazi pubblicitari.*

*Si ritiene, conclusivamente, che il richiamo all'articolo 7 del decreto legislativo 15 maggio 2017, n. 70, contenuto nell'articolo 3 del Regolamento, non possa che essere inteso in un senso più generale di richiamo alla nozione positiva di editoria online, ma non di richiamo all'applicazione – ai fini del “bonus” fiscale - di requisiti e condizioni che rispondono a logiche e criteri del tutto differenti.*

La FAQ in commento sopra riportata fa il paio con la precedente FAQ relativa e alla “**alle soglie o limiti di onerosità delle testate on line**” che , anch'essa , di seguito si trascrive.

### **Contenuti a pagamento**

**QUESITO:** *In caso di edizione esclusivamente in formato digitale cosa si intende con l'espressione “i contenuti informativi devono essere fruibili in tutto o in parte a titolo oneroso”?*

*Per quanto riguarda i contenuti a pagamento per le testate on line, ci sono particolari quantità da rispettare?*

**RISPOSTA:** *In caso di edizione esclusivamente in formato digitale, l'art. 7, comma 4, del decreto legislativo 15 maggio 2017, n. 70 non indica soglie o limiti di onerosità delle testate on line, purché vi siano contenuti fruibili a pagamento in relazione ad ogni singola uscita.*

Ovviamente questa precedente risposta è stata nel frattempo rimossa dal sito web del dipartimento editoria, in quanto è in contraddizione con la risposta successiva ad oggi consultabile.

Il dipartimento evidentemente ha cambiato idea, cestinando la precedente FAQ.

Nella precedente risposta, infatti, si affermava che la legge non indica soglie o limiti di onerosità delle testate on line, “**purché vi siano contenuti fruibili a pagamento in relazione ad ogni singola uscita**”.

Nella risposta successiva invece si afferma che “**il richiamo all'articolo 7 del decreto legislativo 15 maggio 2017, n. 70, contenuto nell'articolo 3 del Regolamento, non possa che essere inteso in un senso più generale di richiamo alla nozione positiva di editoria online, ma non di richiamo all'applicazione – ai fini del “bonus” fiscale - di requisiti e condizioni che rispondono a logiche e criteri del tutto differenti**”.

Viene da chiedersi chi abbia scritto il testo del Regolamento .

Né risulta che il Consiglio di Stato – invece molto solerte in tema di negazione del *tax credit* alle start up ed ai nuovi investitori pubblicitari - abbia sollevato il tema.

Se è vero , come afferma la FAQ in commento , che le caratteristiche della stampa on line di cui ai commi 1 e 4 dell'articolo 7 del dlgs n.70/2107 , “**rispondono a logiche e criteri del tutto differenti** “ , per quale motivo queste caratteristiche sono state espressamente richiamate dal Regolamento ?

Non certo per “**un senso più generale di richiamo alla nozione positiva di editoria on line** “, come afferma la FAQ in commento.

Infatti , l'articolo 7 del dlgs n.70/2107, la cui rubrica è *Edizioni in formato digitale della testata* , indica tre caratteristiche della stampa on line :

- (articolo 7, comma 1) . Elementi multimediali e funzionalità che consentano la lettura dinamica , fruibilità mediante portali e *app* , possibilità di inserimento di commenti da parte del pubblico ed accesso alle informazioni per i disabili,
- (articolo 7, commi 2 e 3). Materiale di informazione originale – e cioè autoprodotta - per almeno il 50% e minimo 20 articoli o contenuti giornalieri

## **BIANCO FIDUCIARIA E DI REVISIONE**

- (articolo 7 commi 4 e 5) . Contenuti informativi fruibili in tutto o in parte a titolo oneroso.

Il Regolamento - di queste tre caratteristiche- ha scelto la prima e la terza ed ha tralasciato la seconda relativa ai contenuti originali.

Così facendo, il Regolamento ha operato una scelta selettiva che non c'entra nulla con l'esigenza di dare il "**senso più generale di richiamo alla nozione positiva di editoria on line**".

Nel merito, appare più corretta la nuova impostazione.

Il dipartimento con questa FAQ "*disapplica*" un possibile vizio del Regolamento che altrimenti potrebbe essere foriero di contenziosi amministrativi.

Infatti, il Regolamento ha introdotto requisiti e vincoli ( tecnologia ed onerosità) non disposti dalla legge istitutiva e cioè dall' articolo 57-bis del decreto legge 24 aprile 2017 n.50 .

Si tenga conto che nella scala delle fonti del diritto , la legge è la fonte primaria ed i regolamenti attuativi sono la fonte secondaria.

I regolamenti devono stabilire modalità e criteri di attuazione della legge ma - proprio perché fonte secondaria del diritto - non possono dettare norme contrarie o non rinvenibili - sotto il profilo logico o testuale - nella legge che i regolamenti devono attuare.

Nel nostro caso, la legge istitutiva del credito d'imposta – fonte primaria - ha individuato "la stampa quotidiana e periodica *anche on line*", senza prevedere per la stampa on line particolari caratteristiche .

Il Regolamento- fonte secondaria – ha invece introdotto per la stampa on line le caratteristiche tecnologiche ed economiche dettate da un'altra e diversa fonte primaria e cioè dall'articolo 7 commi 1 e 4 del decreto legislativo n.70/2017.

Così facendo, il Regolamento si è atteggiato a fonte primaria ed è andato oltre la sua funzione di norma attuativa della legge.

A questo pasticcio ha cercato di porre rimedio la *prassi ministeriale* del dipartimento dell'editoria, in un primo momento, dicendo di non preoccuparsi troppo dei contenuti a pagamento , in quanto la legge non indica soglie di onerosità per le testate on line.

Successivamente, il rimedio più efficace è sembrato avere un quesito sul punto in questione e rispondere dicendo che i contenuti a pagamento e la tecnologia della stampa on line non rilevano ai fini del tax credit .

Cordiali saluti

Pierangelo Bianco e Alessandra Piazzino