

ANES

ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA DI SETTORE

www.anes.it

SEMINARIO DEL 1 APRILE 2021

CREDITO D'IMPOSTA SUGLI INVESTIMENTI PUBBLICITARI

*Iter, modalità e requisiti previsti per l'utilizzo di tale strumento da parte degli investitori
e quesiti posti al Dipartimento Editoria della Presidenza Consiglio Ministri*

Relatori:

Dott.ssa Alessandra Piazzino – Dottore Commercialista

Dott. Pierangelo Bianco – Dottore Commercialista

ARGOMENTI

- 1) soggetti beneficiari**
- 2) la misura del credito d'imposta per gli anni 2021 e 2022**
- 3) il finanziamento del credito d'imposta**
- 4) riduzione proporzionale della fruizione del credito d'imposta, in caso di incapienza delle risorse**
- 5) il tax credit è soggetto al massimale "de minimis"**
- 6) alternative e non cumulabilità del credito d'imposta**
- 7) testate registrate e con direttore responsabile anche per la stampa on line**
- 8) costi pubblicitari rilevanti (concessionarie e agenzie)**

- 9) testate quotidiane e periodiche edite in formato digitale – caratteristiche**
- 10) imputazione temporale dell'investimento pubblicitario – attestazione del revisore**
- 11) modalità di pagamento delle fatture**
- 12) importo da considerare ai fini dell'agevolazione**
- 13) trattamento fiscale del credito d'imposta**
- 14) anno di tassazione e di iscrizione in bilancio del credito d'imposta**
- 15) domanda per la fruizione del credito**
- 16) utilizzo del credito d'imposta con F24 telematico**

1) Soggetti beneficiari

Legge: comma 1, art. 57 bis D.L. 24 aprile 2017 n. 50

Regolamento: comma 1, art. 2 DPCM 16 maggio 2018 n. 90

Possono beneficiare del credito d'imposta:

- le imprese o lavoratori autonomi, indipendentemente dalla natura giuridica assunta, dalle dimensioni aziendali e dal regime contabile adottato e
- gli enti non commerciali.

Gli enti non commerciali sono gli enti pubblici e privati *no profit* (associazioni, fondazioni e simili).

2) La misura del credito d'imposta per gli anni 2021 e 2022

Legge: commi 1 ed 1-quater, art. 57-bis D.L. 24 aprile 2017 n.50

La legge di bilancio per il 2021 (legge 31/12/2020 n.178 art.1 comma 608) ha disposto che per gli anni 2021 e 2022 il credito d'imposta è concesso:

- relativamente agli investimenti pubblicitari sui giornali quotidiani e periodici, anche in formato digitale, nella misura unica del 50% del **valore degli investimenti effettuati**;
- relativamente agli investimenti pubblicitari sulle emittenti televisive e radiofoniche locali, nella misura del 75% del **valore incrementale degli investimenti effettuati**, con un **incremento minimo dell'1%** rispetto agli analoghi investimenti effettuati sullo stesso mezzo di informazione nell'anno precedente.

3) il finanziamento del credito d'imposta

Legge: comma 1-quater, art. 57-bis D.L. 24 aprile 2017 n.50

Il credito d'imposta per gli investimenti pubblicitari effettuati sui giornali quotidiani e periodici, anche in formato digitale è finanziato per 50 milioni di Euro per ciascuno degli anni 2021 e 2022.

Alla data odierna, non è stato ancora determinato lo stanziamento per gli investimenti pubblicitari effettuati sulle emittenti radiotelevisive.

4) riduzione proporzionale della fruizione del credito d'imposta, in caso di incapienza delle risorse

Legge: comma 3, art. 57-bis D.L. 24 aprile 2017 n.50

Regolamento: art. 4 DPCM 16 maggio 2018 n. 90

Il credito di imposta liquidato potrà essere inferiore a quello richiesto nel caso in cui l'ammontare complessivo delle richieste superi l'ammontare delle risorse finanziarie stanziare.

In tal caso, saranno liquidate tutte le richieste con riduzione proporzionale.

Questa circostanza rende difficilmente preventivabile la percentuale effettiva di fruizione del credito d'imposta.

Per l'anno 2020, in base alle domande di prenotazione presentate nel settembre 2020, la percentuale di ripartizione del credito d'imposta sui giornali e periodici è stata il 14,8% e per il comparto radiotelevisivo del 6,5% in luogo del 50%, a fronte del finanziamento complessivo per il 2020 di euro 50 milioni per la stampa e di 35 milioni per le radio televisioni.

L'ordine cronologico di presentazione delle domande non è rilevante.

FAQ: Concessione del bonus in caso di insufficienza delle risorse disponibili

Domanda 1: L'assegnazione dei fondi è in **ordine cronologico** di presentazione della domanda per accedere al contributo?

Domanda 2: Ai fini dell'ottenimento del credito d'imposta rileva l'ordine cronologico di presentazione della domanda oppure è ininfluyente in quanto le risorse disponibili verranno ripartite a prescindere dall'ordine di presentazione?

Risposta: L'ordine cronologico di presentazione delle domande non è rilevante ai fini della concessione dell'agevolazione.

Nell'ipotesi di insufficienza delle risorse disponibili, infatti, si procederà alla ripartizione percentuale tra tutti i soggetti che, nel rispetto dei requisiti e delle condizioni di ammissibilità, hanno presentato nei termini la comunicazione telematica.

5) il tax credit è soggetto al massimale “de minimis”

Il tax credit fruibile è soggetto al **limite massimo individuale**, pari ad **Euro 200.000,00**, previsto dal Regolamento UE n. 1407/2013 sugli aiuti de minimis (regime generale).

La corretta applicazione dei limiti individuali previsti di regolamenti sugli “aiuti de minimis” comporta che l’assegnatario del credito d’imposta debba tener conto anche di eventuali altri aiuti, in qualsiasi forma goduti o in godimento da parte del soggetto beneficiario, a livello di impresa unica, nei due esercizi finanziari precedenti e nell’esercizio finanziario in corso, in modo da ricondurre l’insieme degli aiuti in godimento ai limiti individuali stabiliti dai “regolamenti de minimis”, relativi al regime generale ed ai regimi speciali per le imprese che operano nel settore dell’autotrasporto, per quelle che operano nel settore agricolo e per quelle che operano nel settore della pesca e dell’acquacoltura.

6) Alternatività e non cumulabilità del credito d'imposta

Legge: no

Regolamento: art. 4 comma 3 DPCM 16 maggio 2018 n. 90

Il credito d'imposta è alternativo e non cumulabile in relazione alle medesime voci di spesa con ogni altra agevolazione prevista da normativa statale, regionale ed europea. salvo che successive disposizioni di pari fonte normativa non prevedano espressamente la cumulabilità delle agevolazioni stesse.

FAQ: Alternatività e non cumulabilità del bonus

Domanda 1: Leggo che la fruizione del credito è alternativo e non cumulabile con altre agevolazioni fiscali nazionali, regionali, comunali e comunitarie. Questo significa che se una impresa ha già utilizzato e sta utilizzando il credito di imposta R&S, non può accedere a quello sulla pubblicità?

Domanda 2: Siamo un gruppo societario che vorrebbe presentare comunicazione per il credito d'imposta per gli investimenti in pubblicità. Una delle società appartenenti al Gruppo ha inviato istanza per agevolazione **patent box marchio d'impresa**, ma allo stato non ha ancora usufruito del credito d'imposta, prima occorre avviare una procedura di ruling con l'agenzia delle entrate per la determinazione del reddito imponibile agevolabile. Dobbiamo rinunciarVi preventivamente, vale a dire prima di inviare la comunicazione per il credito d'imposta in pubblicità, oppure possiamo farlo nel momento in cui si aprirà la procedura di ruling con l'agenzia delle entrate? **Riteniamo infatti che i due crediti d'imposta (quello in pubblicità e quello per il patent box) non siano cumulabili, corretto?**

Risposta: la fruizione dell'agevolazione in esame è alternativa e non cumulabile con altre agevolazioni (comprese, quindi, a titolo esemplificativo, "patent box", credito di imposta RS, ecc.), laddove insista sui medesimi costi ammissibili.

7) testate registrate e con direttore responsabile anche per la stampa on line

Legge: no

Regolamento: comma 1, art.3 DPCM 16 maggio 2018 n.90

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**.

8) costi pubblicitari rilevanti (concessionarie ed agenzie)

Legge: no

Regolamento: comma 2, art.3 DPCM 16 maggio 2018 n.90

Sono rilevanti le **spese per l'acquisto del solo spazio pubblicitario** e non si tiene conto degli altri costi, anche se connessi o funzionali ad esso (esempio, compensi alle agenzie di pubblicità).

FAQ: Costi pubblicitari rilevanti – l'acquisto degli spazi pubblicitari presso la concessionaria

Si riporta la risposta del dipartimento dell'editoria del 10 ottobre 2018.

Ulteriori precisazioni in merito agli investimenti pubblicitari effettuati attraverso società concessionarie (aggiornamento del 10 ottobre 2018):

Sono pervenute ulteriori richieste di chiarimento in merito all'ammissibilità delle spese per investimenti pubblicitari effettuati su giornali ovvero su emittenti radiofoniche o televisive che non gestiscono autonomamente la raccolta pubblicitaria; tali richieste sono state indotte, in qualche modo, anche da alcuni elementi contenuti nella risposta già pubblicata in relazione ai precedenti quesiti sul tema.

Si tratta di una questione rilevante, in considerazione del fatto che molto spesso l'attività di ricerca e di acquisizione della pubblicità non è gestita dai media direttamente, ma tramite società specializzate (concessionarie) alle quali viene affidato sostanzialmente un incarico di mandato, al di là delle possibili diverse configurazioni del rapporto.

È quindi necessario fornire un ulteriore chiarimento sul tema, tale da fugare i dubbi che sono emersi nel momento in cui si devono coniugare le prescrizioni del Regolamento, volte a salvaguardare la correttezza delle spese ammissibili, con alcuni aspetti rilevanti della realtà dei rapporti commerciali.

Ora, in primo luogo va riconosciuto il fatto che l'operatore economico che intende acquistare spazi pubblicitari su un giornale, o su una emittente radiofonica o televisiva, che abbiano affidato la raccolta pubblicitaria ad una società esterna, deve necessariamente rivolgersi a quest'ultima, non potendo trattare direttamente con l'editore.

E va altresì considerato, sempre nella stessa ipotesi, che i costi della pubblicità sono fatturati al committente nel loro ammontare complessivo, e questo per una serie di ragioni: - sia perché, con tutta evidenza, la distinzione tra il "costo netto" degli spazi pubblicitari ed il costo del servizio svolto dalla società terza, anche nei casi nei quali fosse evidenziabile, non ha alcun rilievo nei confronti del committente, che è soggetto del tutto estraneo al rapporto contrattuale tra editore e società concessionaria;

- sia soprattutto perché, nella gran parte dei casi, il rapporto tra editore e società concessionaria è strutturato in modo complesso, sotto il profilo dei costi e della ripartizione degli utili, attraverso l'introduzione di parametri che tengono conto, tra l'altro, del volume complessivo della raccolta pubblicitaria effettuata in un determinato periodo; cosicché spesso non risulta

possibile estrapolare, sul singolo contratto di acquisto di spazi, il costo del servizio svolto dalla società concessionaria; costo che, in ogni caso, avrebbe un significato puramente astratto, in quanto legato a parametri che prescindono dal singolo acquisto.

Si ritiene, pertanto, di poter chiarire che le somme complessivamente fatturate da società concessionarie della raccolta pubblicitaria sono interamente ammissibili ai fini del calcolo del credito d'imposta, in quanto costituiscono, per l'operatore economico committente, l'effettiva spesa sostenuta per l'acquisto degli spazi, prevista dall'articolo 3, comma 2, del Regolamento.

Diversamente, devono ritenersi escluse dal calcolo del credito d'imposta le spese sostenute dagli operatori economici che scelgano di avvalersi di servizi di consulenza o intermediazione o di altro genere; in questi casi, si tratterebbe effettivamente di servizi "accessori", il cui costo – normalmente evidenziabile - non può legittimamente concorrere al calcolo del credito d'imposta.

FAQ: Tipologie di pubblicità ammesse al credito di imposta

Domanda 1: *E' possibile usufruire di un credito d'imposta per investimenti pubblicitari tramite acquisto di spazi pubblicitari in ambito sportivo automobilistico nelle vetture da gara che partecipano ai campionati nazionali ed internazionali?*

Domanda 2: *Volevo sapere se il "credito d'imposta pubblicità" è usufruibile anche per l'acquisto di spazi pubblicitari come cartellonistica, banner on line, etc...*

Domanda 3: *Gli investimenti effettuati in campagne Google Adwords o simili possono rientrare tra le spese ammissibili per godere del credito d'imposta?*

Domanda 4: *Vorrei sapere se il credito d'imposta è inerente anche alla pubblicità fatta tramite social, in particolare la piattaforma Facebook.*

Domanda 5: *Cosa si intende per stampa on-line? La pubblicità deve essere fatta solo su testate giornalistiche online oppure sono ritenute ammissibili anche inserzioni pubblicitarie su diversi siti on-line?*

Risposta: *Il credito d'imposta è riconosciuto soltanto per gli investimenti pubblicitari incrementali effettuati sulle emittenti radiofoniche e televisive locali, analogiche o digitali, iscritte presso il Registro degli operatori di comunicazione, ovvero su giornali quotidiani e periodici, nazionali e locali, in edizione cartacea o digitale, iscritti presso il competente Tribunale, ovvero presso il menzionato Registro degli operatori di comunicazione, e dotati in ogni caso della figura del direttore responsabile.*

*Non sono pertanto ammesse al credito d'imposta le spese sostenute per altre forme di pubblicità (come ad esempio, a titolo esemplificativo e non esaustivo: grafica pubblicitaria su cartelloni fisici, volantini cartacei periodici, pubblicità su cartellonistica, pubblicità su vetture o apparecchiature, pubblicità mediante affissioni e display, pubblicità su schermi di sale cinematografiche, **pubblicità tramite social o piattaforme online, banner pubblicitari su portali online, ecc..**).*

9) Giornali quotidiani e periodici editi in formato digitale – caratteristiche

Legge: No

Regolamento, articolo 3 comma 1 DPCM 16 maggio 2018 n. 90

I giornali quotidiani e periodici editi in formato digitale devono essere registrati presso il tribunale i sensi della legge sulla stampa (legge n.47 del 1948) oppure presso il ROC ed avere il direttore responsabile.

Si segnala la vicenda – poi risolta - delle caratteristiche della stampa on line previste dal Regolamento e smentite dal Dipartimento dell'editoria.

L'articolo 3 del regolamento dispone che le **caratteristiche della stampa in formato digitale al fine del riconoscimento del credito d'imposta** degli investimenti pubblicitari sulla stampa medesima sono quelle di cui all'articolo 7 commi 1 e 4 del Dlgs 15 maggio 2017 n.70, fra le quali la fruibilità dei contenuti a titolo oneroso. Questa disposizione, tuttavia, non è mai stata applicata ai fini del tax credit pubblicità. Infatti, il dipartimento dell'Editoria ha smentito il Regolamento con la seguente FAQ che di seguito di trascrive.

FAQ: Pubblicazioni on line – il Dipartimento dell’Editoria fa marcia indietro e smentisce il Regolamento.

QUESITO: È pervenuto dall'USPI (Unione Stampa Periodica Italiana) 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 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.

10) I criteri di imputazione temporale dell'investimento pubblicitario – attestazione del revisore

Legge: no

Regolamento: comma 2 articolo 4 DPCM 16 maggio 2018 n. 90

La spesa per l'investimento pubblicitario si considera sostenuta secondo quanto previsto dall'articolo 109 TUIR. Gli investimenti effettuati, ai fini del riconoscimento del credito d'imposta, devono essere attestati da soggetti abilitati a rilasciare il visto di conformità dei dati fiscali oppure da revisori legali dei conti.

Il criterio di attribuzione temporale dell'investimento pubblicitario è mutuato dall'articolo 109 comma 1 lettera b) del Testo Unico delle imposte sui redditi, che detta le regole per imputare 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 imputarle all'anno precedente oppure all'anno seguente.

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

Si riportano alcune FAQ sul tema in commento

FAQ: Individuazione dell'esercizio di imputazione delle spese pubblicitarie: applicazione del principio di "competenza"

Domanda 1: *Fa fede la data fattura o quando è stata effettuata la pubblicità? Il caso: Avendo effettuato nei mesi di gennaio e febbraio 2018 una campagna pubblicitaria radiofonica, pagando un acconto nel mese di dicembre 2017 e il saldo nel 2018, per la richiesta del bonus pubblicità 2018 devo tener conto anche dell'acconto pagato nel 2017? O l'acconto rientra nel bonus pubblicità dell'anno prima?*

Domanda 2: *chiediamo quale sia il metodo da utilizzare per imputare le spese all'anno di competenza, quindi 2016 - 2017 - 2018, in particolare si chiede se si debba prendere a riferimento la data di emissione della fattura oppure la data di pubblicazione della pubblicità oppure altro metodo da voi indicato.*

Domanda 3: *Premesso che la norma precisa che il credito viene riconosciuto sulla base delle spese "effettivamente sostenute", chiediamo se ciò debba intendersi come "effettivo pagamento della fattura" oppure facendo riferimento al "principio di competenza economica".*

Più in particolare riportiamo il seguente caso specifico: fattura datata 2017, per sostenimento di spese pubblicità per il periodo 20/12/2017 - 14/03/2018.

Domanda 4: *in caso una fattura sia datata anno 2017 ed il pagamento invece è avvenuto nel 2018, viene considerato un investimento del 2017 o del 2018? Altra domanda: gli investimenti del 2018 devono essere tutti pagati entro l'anno 2018 oppure anche nell'anno successivo?*

Domanda 5: *nel caso in cui si facciano nell'anno in corso investimenti pubblicitari (che sono stati completamente fatturati e pagati nel 2018) che riguardano campagne pubblicitarie con un programma di uscite che interessa sia il 2018 che il 2019, l'investimento è attribuibile totalmente all'anno di pagamento (2018)?*

Domanda 6: *In merito al credito d'imposta sulle spese pubblicitarie, al fine di poter applicare correttamente la norma (articolo 57-bis del decreto legge 24 aprile 2017, n. 50, convertito dalla legge 21 giugno 2017, n. 96, e successive modificazioni), si chiedono chiarimenti in merito al periodo di effettuazione degli investimenti, ovvero nel caso specifico per una fattura datata 23.06.2017 rileva la data della fattura, la data del pagamento o la data in cui le prestazioni vengono ultimate?*

Risposta: *L'articolo 4, comma 2, del DPCM 16 maggio 2018, n. 90 (regolamento attuativo dell'agevolazione in esame), prevede espressamente che le spese si considerano sostenute secondo quanto previsto dall'articolo 109 del Testo unico delle imposte sui redditi di cui al D.P.R. n. 917/1986.*

*Per l'individuazione dell'esercizio di sostenimento della spesa pubblicitaria, pertanto, trova applicazione il principio di competenza che, per le prestazioni di servizi, è regolato dal comma 2, lettera b), del citato articolo 109, in base al quale "i corrispettivi delle prestazioni di servizi si considerano conseguiti e le spese di acquisizione dei servizi si considerano sostenute, alla data in cui le **prestazioni stesse sono ultimate**".*

*Pertanto, i costi relativi a prestazioni di servizio sono, ai sensi del citato articolo, di competenza dell'esercizio in cui le prestazioni medesime sono ultimate, **senza che abbia rilievo alcuno il momento in cui viene emessa la relativa fattura o viene effettuato il pagamento.***

11) Modalità di pagamento delle fatture

Legge: no

Regolamento: no

FAQ:

Domanda 1: *la modalità "cambio merci", quindi acquisto di pubblicità tramite intermediario con pagamento tramite merci in magazzino, può essere inserita fra le spese ammissibili in domanda?*

Domanda 2: *nel conteggio dell'investimento pubblicitario possono rientrare costi per l'acquisto di spazi pubblicitari, le cui fatture vengono compensati da crediti?*

Domanda 3: *In relazione all'agevolazione in oggetto, si chiede gentilmente se il pagamento delle fatture relative agli investimenti agevolabili possa essere fatto sia tramite bonifico bancario/postale, sia tramite Ricevuta Bancaria.*

Risposta: *La norma non specifica le modalità di pagamento delle fatture relative agli investimenti agevolabili e, pertanto, sono consentiti i pagamenti effettuati con **qualsiasi mezzo**.*

12) Importo da considerare ai fini dell'agevolazione

Legge: no

Regolamento: no

FAQ - Importo da considerare ai fini dell'agevolazione

Domanda 1: *L'importo da indicare degli investimenti effettuati o da effettuare è l'imponibile?*

Domanda 2: *L'importo da considerare in fattura è l'imponibile o il totale da pagare?*

Risposta: *L'importo da considerare ai fini dell'agevolazione è costituito dall'ammontare delle spese di pubblicità, al netto dell'IVA se detraibile.*

Domanda 3: *Gli intermediari finanziari per i quali l'IVA è indetraibile ai fini della comunicazione per la fruizione del credito d'imposta per gli investimenti pubblicitari incrementali indicano l'ammontare delle spese per l'acquisto di pubblicità al lordo dell'IVA indetraibile?*

Domanda 4: *Con riferimento al credito di imposta sulla pubblicità, sono a chiedervi se, per gli Enti Non Commerciali che non svolgono attività commerciale, l'importo agevolabile deve intendersi al lordo dell'IVA. Per queste fattispecie, infatti, l'IVA rappresenta un costo e non è detraibile.*

Risposta: *Nel caso di Iva indetraibile, l'importo da considerare ai fini dell'agevolazione è costituito dall'ammontare complessivo della spesa pubblicitaria (imponibile + Iva). Infatti la norma espressamente esclude dalle spese agevolabili le spese accessorie, i costi di intermediazione e ogni altra spesa diversa dall'acquisto dello spazio pubblicitario anche se ad esso funzionale o connessa.*

13) Trattamento fiscale dei crediti d'imposta

Legge: no

Regolamento: no

FAQ

Domanda 1: *Il contributo/credito di imposta relativo agli investimenti pubblicitari incrementali di cui al D.L. 50/2017 è rilevante ai fini Irap, Ires ed Irpef?*

Domanda 2: *Nel Regolamento pubblicato in Gazzetta lo scorso 24 Luglio recante le disposizioni attuative relative all'art. 57-bis comma 1 del DL 50/2017 non mi pare sia stato chiarito se il contributo riconosciuto sotto forma di credito d'imposta compensabile sia imponibile o meno ai fini delle imposte su redditi e dell'IRAP.*

Domanda 3: *In merito al trattamento fiscale da riservare al credito d'imposta in oggetto, ci si domanda se il bonus in parola concorra o meno alla formazione della base imponibile ai fini delle imposte sui redditi, comprese le relative addizionali regionale e comunali, nonché alla determinazione del valore della produzione netta ai fini dell'IRAP.*

Domanda 4: *con la presente volevo un chiarimento riguardo la tassabilità o meno ai fini Ires ed Irap del credito di imposta previsto dall'art. 57 bis del D.L. 24/4/2017 n. 50. Il sottoscritto ha interpretato detta questione a favore della tassabilità, in quanto la norma non la esclude espressamente*

Risposta: *Considerato che la norma istitutiva dell'agevolazione (articolo 57-bis del decreto legge 24 aprile 2017, n. 50) non dispone espressamente la non rilevanza del credito d'imposta ai fini delle imposte sui redditi e dell'Irap, il credito concorre alla formazione della base imponibile ai fini delle suddette imposte.*

14) Anno di tassazione e di iscrizione in bilancio del credito d'imposta

Legge: no

Regolamento: no

FAQ: nessuna

Anno di tassazione = anno di imputazione in bilancio secondo corretti principi contabili IAS ed OIC (art. 83 TUIR)

Si riportano di seguito il principio IAS n.20 ed il principio OIC n.12 in materia di contabilizzazione dei contributi pubblici.

IAS n.20 - IASB - Principio contabile internazionale (IAS) 3 novembre 2008 (*) Contabilizzazione dei contributi pubblici e informativa sull'assistenza pubblica (*) Pubblicato nella G.U.U.E. 29 novembre 2008, n. L 320

DEFINIZIONI

I contributi pubblici sono quelli che si manifestano sotto forma di trasferimenti di risorse a un'entità a condizione che questa abbia rispettato, o si impegni a rispettare, certe condizioni relative alle sue attività operative. Sono escluse quelle forme di assistenza pubblica alle quali non può ragionevolmente essere associato un valore e le operazioni con gli enti pubblici che non possono essere distinte dalle normali attività commerciali dell'entità.

I contributi in conto capitale sono i contributi pubblici per il cui ottenimento è condizione essenziale che l'entità acquisti, costruisca o comunque acquisisca attività immobilizzate. Possono essere previste anche ulteriori condizioni che delimitino il tipo o la localizzazione dei beni o i periodi nel corso dei quali essi devono essere acquistati o posseduti.

I contributi in conto esercizio sono i contributi pubblici diversi da quelli in conto capitale.

CONTRIBUTI PUBBLICI

7 *I contributi pubblici, inclusi i contributi non monetari valutati al fair value (valore equo), non devono essere rilevati finché non esista una ragionevole certezza che: a) l'entità rispetterà le condizioni previste; e b) i contributi saranno ricevuti.*

8 *Un contributo pubblico non può essere rilevato finché non esiste una ragionevole certezza che l'entità rispetterà le condizioni previste, e che il contributo sarà ricevuto. La riscossione di un contributo non fornisce, di per sé, la prova definitiva che le condizioni connesse al contributo siano state, o saranno, rispettate.*

20 *Un contributo pubblico che sia riscuotibile come compensazione per costi o perdite già sostenuti ovvero al fine di dare un supporto finanziario immediato all'entità senza correlati costi futuri deve essere rilevato nel prospetto dell'utile (perdita) dell'esercizio in cui diventa esigibile.*

22 *Un contributo pubblico può essere riscuotibile dall'entità come compensazione per costi o perdite sostenuti in un periodo precedente. In questo caso il contributo è rilevato nel prospetto dell'utile (perdita) d'esercizio nel **periodo nel quale esso diventa esigibile**, con un'informazione integrativa tale da assicurare che il suo effetto sia chiaramente compreso.*

OIC 12 - Composizione e schemi del bilancio di esercizio (aggiornato con emendamenti al Dicembre 2017)

“A5) Altri ricavi e proventi, con separata indicazione dei contributi in conto esercizio

56. La voce comprende tutti i componenti positivi di reddito non finanziari, riguardanti l'attività accessoria, fra i quali i contributi in conto esercizio.

*I **Contributi in conto esercizio** sono dovuti sia in base alla legge sia in base a disposizioni contrattuali, rilevati per competenza e indicati distintamente in apposita sottovoce della **voce A5**. Deve trattarsi di contributi che abbiano natura di integrazione dei ricavi dell'attività caratteristica o delle attività accessorie diverse da quella finanziaria o di riduzione dei relativi costi ed oneri. Per cui, non possono essere compresi in questa voce i contributi di natura finanziaria che riducono direttamente l'onere degli interessi passivi su alcuni tipi di finanziamenti assunti dalla società, i quali sono portati in detrazione alla voce C17 “interessi ed altri oneri finanziari” (se rilevati in esercizi successivi a quelli di contabilizzazione degli interessi passivi, sono invece compresi nella voce C16 “altri proventi finanziari”). **I contributi in conto esercizio sono rilevati nell'esercizio in cui è sorto con certezza il diritto a percepirli, che può essere anche successivo all'esercizio al quale essi sono riferiti.** Devono essere rilevati anche i contributi erogati in occasione di fatti eccezionali (ad esempio, calamità naturali come terremoti, inondazioni, ecc.).*

Tra i contributi in conto esercizio sono compresi quelli relativi all'acquisto di materiali. Ai fini della valutazione delle rimanenze, tali contributi sono portati in diminuzione del costo di acquisto dei materiali: in questo modo, la valutazione delle rimanenze permette di sospendere i costi effettivamente sostenuti, ossia al netto dei contributi ricevuti. Pertanto, i costi sostenuti per gli acquisti di materie prime, sussidiarie, di consumo e merci sono rilevati tra i costi della produzione, alla voce B6), al lordo dei contributi in conto esercizio ricevuti per tali acquisti; la variazione delle rimanenze di materie prime, semilavorati e prodotti finiti è indicata nelle voci B11) o A 2) al netto dei contributi ricevuti (cfr. paragrafo 14 OIC 13 "Rimanenze").

15) Domanda per la fruizione del credito d'imposta

Legge: no

Regolamento: art. 8 commi 1 e 2 DPCM 16 maggio 2018 n. 90

Modello di Comunicazione per la fruizione del credito d'imposta- istruzioni per la compilazione – termini di presentazione

- Dichiarazione preventiva dal 1° al 31 marzo di ciascun anno
- Elenco richiedenti con la percentuale entro il 30 aprile di ciascun anno
- Dichiarazione consuntiva dal 1 al 31 gennaio dell'anno successivo
- Provvedimento di liquidazione – non sono stabiliti termini

FAQ Invio della comunicazione telematica

Risposta: Per l'invio della "comunicazione per l'accesso al credito d'imposta" relativa al 2018 e della "dichiarazione sostitutiva relativa agli investimenti effettuati" per il 2017 è disponibile una apposita funzionalità nell'area autenticata del sito internet dell'Agenzia delle Entrate, accessibile con le credenziali Entratel e Fisconline, SPID o CNS.

La procedura è accessibile nella sezione dell'area autenticata: "Servizi per" alla voce "comunicare".

FAQ Mancato invio della "dichiarazione sostitutiva relativa agli investimenti effettuati"

Risposta: Nel caso in cui sia stata trasmessa telematicamente la "comunicazione per l'accesso" al credito di imposta per gli investimenti pubblicitari, ma si intenda rinunciare allo stesso "bonus pubblicità", sarà sufficiente non inviare la "dichiarazione sostitutiva" relativa agli investimenti effettuati. L'eventuale mancato invio, entro il termine previsto, della suddetta dichiarazione sostitutiva telematica, per il quale non sono previste sanzioni, annullerà automaticamente la prenotazione effettuata mediante l'invio della "comunicazione per l'accesso" al credito d'imposta, e comporterà la rinuncia al credito di imposta prenotato.

FAQ Rinuncia alla “dichiarazione sostitutiva relativa agli investimenti effettuati” (novità introdotta a partire dalle dichiarazioni sostitutive per l’anno 2020)

Risposta: *A partire dalle dichiarazioni telematiche per l’anno 2020, è possibile annullare anche la “dichiarazione sostitutiva relativa agli investimenti effettuati” trasmessa telematicamente, inviando la “rinuncia” con le modalità indicate nelle istruzioni per la compilazione: “Se il richiedente, per qualsiasi motivo, vuole annullare gli effetti di una comunicazione/dichiarazione sostitutiva già presentata, rinunciando totalmente al credito d’imposta indicato nella medesima, può presentare una rinuncia totale, utilizzando questo stesso modello nel quale deve barrare la casella relativa alla rinuncia. In tal caso, i riquadri “Dati degli investimenti e del credito richiesto” e “Elenco soggetti sottoposti alla verifica antimafia” non vanno compilati e non vanno rese le dichiarazioni sostitutive. La rinuncia totale al credito richiesto può essere presentata entro i termini di presentazione della comunicazione/dichiarazione sostitutiva. Anche dopo la rinuncia, è comunque possibile inviare una nuova comunicazione/dichiarazione sostitutiva entro il termine di scadenza previsto” Dopo la rinuncia alla “dichiarazione sostitutiva”, la “comunicazione per l’accesso” (“prenotazione”) già presentata resterà valida e sarà sempre possibile inviare, entro il termine di scadenza previsto, una nuova “dichiarazione sostitutiva”. (L’eventuale mancato invio - successivamente alla rinuncia - della nuova dichiarazione sostitutiva, per il quale non sono previste sanzioni, annullerà automaticamente la prenotazione effettuata mediante l’invio della “comunicazione per l’accesso” al credito d’imposta per gli investimenti pubblicitari incrementali relativi all’anno 2020”, e comporterà la rinuncia definitiva al bonus).*

FAQ: Elenco dei soggetti sottoposti a verifica antimafia

Risposta: *L'elenco dei soggetti da sottoporre alla verifica antimafia, presente in allegato alla "comunicazione telematica", deve essere compilato soltanto nell'ipotesi in cui il credito di imposta richiesto sia superiore a 150.000 Euro dai soli operatori che non siano iscritti nelle "white list".*

Se l'ammontare complessivo del credito d'imposta indicato nella comunicazione/dichiarazione sostitutiva è superiore a 150.000 Euro, infatti, il soggetto beneficiario è tenuto a rilasciare una delle seguenti dichiarazioni:

- di essere iscritto negli elenchi dei fornitori, prestatori di servizi ed esecutori di lavori non soggetti a tentativo di infiltrazione mafiosa di cui all'articolo 1, comma 52, della legge 6 novembre 2012, n. 190 (per le categorie di operatori economici ivi previste), oppure*
- di aver indicato nel riquadro "Elenco dei soggetti sottoposti alla verifica antimafia" i codici fiscali di tutti i soggetti da sottoporre alla verifica antimafia di cui all'articolo 85 del decreto legislativo 6 settembre 2011, n. 159.*

Tale dichiarazione sostitutiva va resa ai sensi dell'articolo 47 del D.P.R. n. 445 del 2000, sia nella "Comunicazione per l'accesso al credito d'imposta" sia nella "Dichiarazione sostitutiva relativa agli investimenti effettuati".

FAQ: Documentazione a sostegno della domanda

Risposta: *Nessun documento deve essere allegato alla comunicazione telematica né alle dichiarazioni sostitutive contenute nel modello e rese telematicamente. Il richiedente (soggetto beneficiario) è tenuto a conservare, per i controlli successivi, e ad esibire su richiesta dell'Amministrazione tutta la documentazione a sostegno della domanda: fatture (ed eventualmente copia dei contratti pubblicitari), attestazione sull'effettuazione delle spese sostenute, rilasciata dai soggetti legittimati, individuati dall'art. 4, comma 2 del Regolamento. Nel caso in cui la comunicazione telematica sia trasmessa da un intermediario, questo è tenuto a conservare copia della comunicazione per l'accesso e copia delle dichiarazioni sostitutive previste nel modello, compilate e sottoscritte dal richiedente (soggetto beneficiario) e copia di un documento di identità dello stesso richiedente.*

FAQ: Invio e sottoscrizione della comunicazione/dichiarazione sostitutiva direttamente o tramite intermediario

Domanda 1: *la sottoscrizione della dichiarazione sostituiva o della comunicazione come deve essere fatta? Con firma dell'interessato autografa ed allegando copia del documento d'identità?*

Risposta: *Se la comunicazione telematica (sia la comunicazione per l'accesso che la dichiarazione sostitutiva relativa agli investimenti effettuati) è presentata direttamente dal richiedente l'agevolazione (soggetto beneficiario), la firma si considera apposta con l'inserimento delle proprie credenziali di accesso all'area riservata dell'Agenzia, e **non è prevista l'allegazione di alcun documento di identità.***

Se la comunicazione telematica (sia la comunicazione per l'accesso che la dichiarazione relativa alle spese effettuate) è presentata tramite intermediario, invece, il richiedente l'agevolazione (soggetto beneficiario) compila il modello, lo sottoscrive con firma autografa o con una delle firme elettroniche previste dal Codice dell'Amministrazione Digitale, e lo consegna, con una copia del documento di identità, all'intermediario, che dovrà conservarli. Anche in questo caso non è prevista l'allegazione del documento di identità alla comunicazione telematica.

La stessa duplice modalità deve essere seguita, a seconda che la comunicazione telematica sia inviata direttamente o tramite intermediario, anche per la sottoscrizione della "dichiarazione sostitutiva da rendere se il credito di imposta è superiore a € 150.000".

Domanda 2: nel caso dovessimo presentare domande per soggetti che ci hanno incaricato nella sezione "impegno alla presentazione telematica" la firma quale soggetto incaricato come deve essere apposta? Anche in questo caso con firma dell'interessato autografa ed allegando copia del documento d'identità?

Risposta: La sezione "impegno alla presentazione telematica" è predisposta a garanzia del cliente che affida l'incarico per la trasmissione del modello. La procedura da seguire è la seguente:

- il soggetto richiedente l'agevolazione (soggetto beneficiario) consegna il modello di comunicazione telematica compilato e da lui sottoscritto, con copia di un documento di identità, all'intermediario, che dovrà conservarli.
- l'intermediario restituisce al cliente una copia del modello con la sezione "impegno alla presentazione telematica" compilata e da lui sottoscritta. La sottoscrizione da parte dell'intermediario, ovviamente, può essere effettuata con le modalità previste dalla normativa vigente (autografa o una delle firme elettroniche previste dal CAD).

La presentazione della comunicazione telematica è effettuata dall'intermediario esclusivamente attraverso le funzionalità di accesso mediante i servizi resi disponibili nell'area riservata del sito dell'Agenzia delle entrate. La prova della presentazione è data dall'attestazione rilasciata dai servizi telematici. L'intermediario è tenuto a consegnare al richiedente una copia della comunicazione/dichiarazione sostitutiva presentata e dell'attestazione che costituisce prova dell'avvenuta presentazione.

Non è prevista in nessun caso l'allegazione del documento di identità alla comunicazione telematica.

Domanda 3: *Le istanze possono essere inviate da intermediari abilitati tramite Entratel?*

Risposta: *Per l'invio delle comunicazioni telematiche da parte di un intermediario è richiesta una specifica abilitazione a Entratel, in presenza dei necessari requisiti, in quanto l'abilitazione a Fisconline non consente di operare in qualità di intermediario.*

16) Utilizzo del credito d'imposta con F24 telematico.

Legge: no

Regolamento: art. 4 comma 5 DPCM 16 maggio 2018 n. 90

L'articolo 4 del regolamento dispone che il credito d'imposta è utilizzabile esclusivamente in compensazione con il codice tributo 6900 e che il modello F24 per l'utilizzo del credito d'imposta deve essere presentato esclusivamente tramite i servizi telematici dell'agenzia delle entrate.

Il codice tributo da utilizzare è il "6900", istituito dall'Agenzia delle entrate con risoluzione n. 41/2019.

Grazie per l'attenzione!