

AGEVOLAZIONI

Tax credit pubblicità: le novità del D.L. 59/2019

di Gennaro Napolitano

L'[articolo 3-bis D.L. 59/2019](#) (convertito, con modificazioni, dalla **L. 81/2019**) ha apportato alcune **modifiche** alla disciplina del **credito d'imposta** sugli **investimenti pubblicitari incrementali** previsto dall'[articolo 57-bis D.L. 50/2017](#) (convertito, con modificazioni, dalla **L. 96/2017**).

Le **novità** riguardano, in particolare, la **reformulazione**, a **partire dal 2019**, della **misura dell'agevolazione** e l'individuazione della **copertura** dei relativi **oneri**.

La disposizione in esame, innanzitutto, **aggiunge il comma 1-bis** all'[articolo 57-bis](#). La nuova norma stabilisce che, a **decorrere dall'anno 2019**, il **credito d'imposta** è concesso nella **misura unica** del **75%** del **valore incrementale degli investimenti** effettuati, nel **limite massimo di spesa** stabilito ai sensi del successivo comma 3 e, in ogni caso, nei limiti dei **regolamenti** dell'Unione europea in materia di **aiuti** c.d. **de minimis**. La medesima norma, peraltro, prevede che, ai fini della **concessione** dell'agevolazione, si applica il **regolamento** di cui al **D.P.R. 90/2018** e che, **per il 2019**, le **comunicazioni** per l'**accesso** al **credito d'imposta** devono essere presentate **dal 1° al 31 ottobre** (laddove **ordinariamente** la **finestra temporale** per l'**invio** della **comunicazione** va **dal 1° al 31 marzo** di ogni anno).

L'[articolo 3-bis](#), inoltre, aggiunge un nuovo periodo al comma 3 dell'[articolo 57-bis](#), in base al quale **per gli anni successivi al 2018**, alla **copertura** degli **oneri** per la **concessione** del **tax credit** si provvede mediante utilizzo delle **risorse** del **Fondo per il pluralismo e l'innovazione dell'informazione** (previsto dall'[articolo 1 L. 198/2016](#)), nel **limite complessivo**, che costituisce **tetto di spesa**, determinato annualmente con **D.P.C.M.** da emanare entro il **termine di scadenza** previsto per l'**invio** delle **comunicazioni** per l'**accesso** all'agevolazione, cioè **entro il 31 marzo** di ciascun anno.

Come anticipato, il **tax credit** in esame è stato **introdotto** nel nostro ordinamento dall'[articolo 57-bis D.L. 50/2017](#) in forza del quale alle **imprese**, ai **lavoratori autonomi** e agli **enti non commerciali** che effettuano **investimenti** in **campagne pubblicitarie** sulla **stampa quotidiana e periodica anche on line** e sulle **emittenti televisive e radiofoniche locali, analogiche o digitali**, il cui **valore superi almeno dell'1%** gli **analoghi investimenti** effettuati sugli **stessi mezzi** di informazione **nell'anno precedente**, è **attribuito** un **contributo**, **sotto forma di credito d'imposta**, utilizzabile **esclusivamente** in **compensazione** mediante il modello **F24** (previa **istanza** diretta al **Dipartimento per l'informazione e l'editoria** della Presidenza del Consiglio dei ministri).

Ai fini dell'utilizzo del credito d'imposta, l'**F24** deve essere presentato **esclusivamente** attraverso i **servizi telematici** resi disponibili dall'**Agenzia delle entrate**, pena il **rifiuto** dell'operazione di versamento. Con la [risoluzione n. 41/E/2019](#) è stato istituito il **codice tributo "6900"** da indicare sul modello di versamento per l'utilizzo in compensazione del credito d'imposta.

Prima delle modifiche apportate dall'[articolo 3-bis D.L. 59/2019](#), era previsto che la **misura** dell'agevolazione fosse pari al **75%** del **valore incrementale** degli investimenti effettuati, **elevato al 90%** nel caso di **microimprese, piccole e medie imprese e start up innovative**. Tale distinzione ora **vale solo per il 2018**, mentre **a partire dal 2019** il **credito d'imposta** è concesso nella **misura unica del 75%**.

Le **modalità** e i **criteri di attuazione** delle disposizioni che regolano il credito d'imposta, con particolare riguardo agli **investimenti** che danno **accesso al beneficio**, ai casi di **esclusione**, alle **procedure di concessione** e di **utilizzo del tax credit**, alla **documentazione** richiesta, all'effettuazione dei **controlli** e alle modalità finalizzate ad assicurare il **rispetto dei limiti di spesa**, sono stati stabiliti dal [D.P.C.M. 90/2018](#) (pubblicato in G.U. n. 170 del 24 luglio 2018).

Il **modello** da utilizzare per la **comunicazione telematica** di accesso al credito d'imposta è stato adottato con il **provvedimento** del Capo del Dipartimento per l'informazione e l'editoria del **31.07.2018**. Con lo stesso provvedimento sono state definite le **modalità** per la **presentazione** della **comunicazione** sull'apposita **piattaforma** dell'Agenzia delle entrate.

Sul sito del Dipartimento per l'informazione e l'editoria sono disponibili, raccolti in apposite [Faq](#), i **chiarimenti** sull'**attuazione** del credito d'imposta. Tra le diverse precisazioni pubblicate si segnalano quelle in base alle quali:

- **non si può accedere al credito d'imposta** qualora gli **investimenti pubblicitari dell'anno precedente** a quello per cui si richiede l'agevolazione siano stati **pari a zero** (ne consegue che sono esclusi dalla concessione del beneficio sia coloro che nell'anno precedente a quello per il quale si richiede il **tax credit** **non abbiano effettuato investimenti pubblicitari** ammissibili sia coloro che **abbiano iniziato l'attività** nel corso dell'anno per il quale si richiede l'agevolazione);
- la fruizione dell'agevolazione è **alternativa e non cumulabile** con **altre agevolazioni** (ad esempio "*patent box*", credito d'imposta ricerca e sviluppo), laddove insista sui **medesimi costi ammissibili**.

Seminario di specializzazione

**IL RAVVEDIMENTO OPEROSO E LA CORREZIONE
DEI PRINCIPALI ERRORI DICHIARATIVI**

[Scopri le sedi in programmazione >](#)