

AGEVOLAZIONI

Il potenziamento del bonus pubblicità nel Decreto Rilancio

di Debora Reverberi

Seminario di specializzazione

L'UTILIZZO DELLE OPERAZIONI SOCIETARIE STRAORDINARIE PER AFFRONTARE

 Disponibile in versione web: partecipa comodamente dal Tuo studio!

accedi al sito >

L'[articolo 186 D.L. 34/2020](#) (c.d. Decreto Rilancio), nell'ambito del capo II dedicato alle misure per l'editoria, ha **ulteriormente potenziato il credito d'imposta per investimenti pubblicitari (c.d. bonus pubblicità)**, sostituendo integralmente il **comma 1-ter** dell'[articolo 57-bis D.L. 50/2017](#) e ss.mm.ii.

Per contrastare la crisi degli investimenti pubblicitari e delle realtà editoriali il legislatore è intervenuto in prima battuta introducendo, con l'[articolo 98, comma 1, D.L. 18/2020](#) (c.d. Decreto Cura Italia), **un regime straordinario di accesso all'incentivo limitato all'anno 2020.**

Il perdurare della situazione di emergenza sanitaria ha reso **necessario un ulteriore rafforzamento dell'intensità del credito d'imposta, mediante incremento dell'aliquota dal 30% al 50%** e contestuale innalzamento del tetto di spesa annuo a 60 milioni di euro.

La disciplina del bonus pubblicità, come modificata in ultimo dal Decreto Rilancio, presenta **limitatamente all'anno 2020** le seguenti caratteristiche:

- introduzione di un **metodo di determinazione volumetrico della base di calcolo** del credito d'imposta;
- quantificazione del credito d'imposta in misura pari **al 50% degli investimenti pubblicitari effettuati nell'anno 2020;**
- **differimento di 6 mesi della finestra temporale di invio della comunicazione telematica** di accesso al credito.

Il potenziamento dell'incentivo per l'anno in corso consiste innanzitutto nella variazione della base di calcolo del credito d'imposta, col **passaggio da un metodo di determinazione su base incrementale** previsto dalla norma istitutiva del credito d'imposta **ad un metodo di calcolo volumetrico**, che premia l'ammontare complessivo degli investimenti pubblicitari ammissibili effettuati nel 2020.

Il credito d'imposta spetta nella misura unica del 50% dei seguenti investimenti pubblicitari effettuati nel 2020, entro un tetto complessivo di 60 milioni di euro:

- su **giornali quotidiani e periodici, anche online**, entro un limite di 40 milioni di euro;
- su **emittenti televisive, radiofoniche locali e nazionali, analogiche o digitali** non partecipate dallo Stato, entro un limite di 20 milioni di euro.

Resta **invariato l'ambito applicato soggettivo** previsto dalla norma istitutiva e sono pertanto potenziali beneficiari i seguenti soggetti:

- titolari di reddito d'impresa;
- lavoratori autonomi;
- enti non commerciali.

Tuttavia l'espresso riferimento al "*valore degli investimenti pubblicitari effettuati*" **fa decadere, per l'anno 2020, il presupposto di accesso al beneficio dell'incremento minimo dell'1%** dell'investimento pubblicitario rispetto all'anno precedente, con la conseguente ammissibilità dei seguenti soggetti:

- **soggetti che hanno effettuato investimenti 2020 inferiori a quelli 2019;**
- **soggetti che non hanno effettuato investimenti pubblicitari nel 2019;**
- **soggetti che hanno iniziato l'attività nel 2020.**

Sono **invariate, ai fini della concessione del credito d'imposta, le disposizioni** contenute nel [D.P.C.M. n. 90 del 16.05.2018.](#)

Per quanto concerne, in particolare, **la modalità di accesso** al bonus pubblicità il legislatore ha differito di 6 mesi, per l'anno 2020, la finestra temporale di 30 giorni per l'invio delle comunicazioni telematiche al Dipartimento per l'informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri: **la comunicazione va presentata dal 01.09.2020 al 30.09.2020**, nelle modalità indicate al **comma 5** del citato **D.P.C.M.**.

Resta comunque confermata **la validità delle comunicazioni telematiche presentate dal 01.03.2020 al 31.03.2020.**

Ai fini della concessione dell'agevolazione **risulta irrilevante l'ordine cronologico di trasmissione** e, in caso di **insufficienza delle risorse disponibili**, si provvede al **riparto in misura percentuale** tra i soggetti ammessi.

Per quanto concerne infine **la modalità di fruizione** del credito d'imposta pubblicità risulta confermato **l'utilizzo esclusivo in compensazione**, ai sensi dell'[articolo 17 D.Lgs. 241/1997.](#)

Le **regole di compensazione** sono le seguenti:

- fruizione **a partire dal quinto giorno lavorativo successivo alla pubblicazione del provvedimento** di comunicazione dell'ammontare spettante;
- **compensazione tramite modello F24** con il **codice tributo "6900"** istituito dalla [risoluzione AdE 41/E/2019](#);
- compensazione tramite **i servizi telematici dell'Agenzia delle entrate** (Entratel o Fisconline).

Il credito d'imposta per investimenti pubblicitari **non rientra tra quelli che possono essere oggetto di cessione, anche parziale, ad altri soggetti**, in base all'[articolo 122 D.L. 34/2020](#).