

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 istituiva 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 istituiva 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 **riporto 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](#).