

AGEVOLAZIONI

Il Decreto Energia riscrive le regole del bonus pubblicità

di Gennaro Napolitano



L'[articolo 25-bis D.L. 17/2022](#) (c.d. “Decreto energia”, contenente *Misure urgenti per il contenimento dei costi dell'energia elettrica e del gas naturale, per lo sviluppo delle energie rinnovabili e per il rilancio delle politiche industriali*, convertito, con modificazioni, dalla L. 34/2022) introduce una nuova disciplina del **credito d'imposta** relativo agli **investimenti incrementali** effettuati in **campagne pubblicitarie** (c.d. “**bonus pubblicità**”). Le nuove regole si applicano **a partire dal 2023** e riguardano, in particolare, l'ambito oggettivo e la misura dell'agevolazione.

Prima di descrivere le novità introdotte dal **Decreto energia** è utile ripercorrere sinteticamente la storia del *tax credit* in esame, caratterizzata dal susseguirsi di numerosi interventi normativi.

La disciplina originaria del 2018

Il c.d. **bonus pubblicità** è stato introdotto nel nostro ordinamento dall'[articolo 57-bis D.L. 50/2017](#) (recante “*Disposizioni urgenti in materia finanziaria, iniziative a favore degli enti territoriali, ulteriori interventi per le zone colpite da eventi sismici e misure per lo sviluppo*”, convertito, con modificazioni, dalla L. 97/2016). Secondo tale disposizione, rubricata “**Incentivi fiscali agli investimenti pubblicitari incrementali su quotidiani, periodici e sulle emittenti televisive e radiofoniche locali e misure di sostegno alle imprese editoriali di nuova costituzione**”, per il 2018, 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**, pari al **75% del valore incrementale** degli investimenti effettuati, elevato al **90%** nel caso di **microimprese, piccole e medie imprese e start up innovative**.

Il **credito d'imposta** è utilizzabile esclusivamente in **compensazione**, previa istanza al Dipartimento per l'informazione e l'editoria.

Le **disposizioni attuative** dell'agevolazione sono state dettate dal [D.P.C.M. 16.05.2018, n. 90](#).

Le novità del 2019

Successivamente, l'[articolo 3-bis D.L. 59/2019](#) (c.d. “Decreto Cultura”, recante “*Misure urgenti in materia di personale delle fondazioni lirico sinfoniche, di sostegno del settore del cinema e audiovisivo e finanziamento delle attività del Ministero per i beni e le attività culturali e per lo svolgimento della manifestazione UEFA Euro 2020*”, convertito, con modificazioni, dalla L. 81/2019) ha stabilito che, **a partire dal 2019**, il credito d'imposta è concesso, alle stesse condizioni e ai medesimi soggetti contemplati dalla disciplina relativa al 2018, nella **misura unica del 75% del valore incrementale** degli **investimenti effettuati**, ferma restando la necessità di garantire il rispetto della normativa europea sugli aiuti di Stato.

Il regime straordinario del 2020

Nel corso del **2020**, nel novero delle misure adottate per fronteggiare gli effetti della crisi sanitaria determinata dalla diffusione del Covid-19, il legislatore è nuovamente intervenuto, a più riprese, sulla disciplina del **bonus pubblicità** con le seguenti disposizioni:

- [articolo 98, comma 1, D. L. 18/2020](#) (c.d. “**decreto Cura Italia**”);
- [articolo 186 D.L. 34/2020](#) (c.d. “**decreto Rilancio**”);
- [articolo 96, comma 1, D.L. 104/2020](#) (c.d. “**decreto Agosto**”).

Dal combinato disposto delle norme sopra riportate è emerso che il **credito d'imposta**, per il **2020**, spetta nella misura unica del 50% del valore degli **investimenti effettuati**, non più del 75% dei soli investimenti incrementali. Pertanto, ha diritto al bonus anche il soggetto che programma investimenti inferiori a quelli realizzati l'anno precedente e chi, nell'anno precedente, non ha effettuato investimenti, nonché chi avvia l'attività nel corso dell'anno.

Inoltre, il legislatore ha modificato, in aumento, l'ammontare delle risorse finanziarie disponibili, fissando il tetto di spesa a 85 milioni di euro, di cui 50 per gli investimenti sui giornali e 35 per quelli sulle emittenti televisive e radiofoniche locali e nazionali, non partecipate dallo Stato.

La disciplina del 2021 e 2022

La **Legge di bilancio 2021** ([articolo 1, comma 608, L. 178/2020](#)) e l'[articolo 67, comma 10, D.L. 73/2021](#) (c.d. “**Decreto Sostegni-bis**”) hanno confermato, anche per il **2021** e il **2022**, il **bonus pubblicità** nella misura unica del 50% del valore degli investimenti effettuati, contestualmente innalzando il limite di spesa, per ognuno dei due anni, a 90 milioni di euro, di cui 65 per gli investimenti sulla stampa e 25 per gli investimenti su radio e Tv.

Dal 2023 si cambia ancora

Come detto, il recente **Decreto Energia** introduce nuove regole per il *tax credit*, applicabili dal prossimo anno. Infatti, secondo quanto stabilito dall'[articolo 25-bis D.L. 17/2022](#) (che modifica nuovamente l'[articolo 57-bis D.L. 50/2017](#)), **a decorrere dall'anno 2023** il credito d'imposta è concesso, alle stesse condizioni e ai medesimi soggetti contemplati dalla precedente disciplina, nella **misura unica del 75% del valore incrementale degli investimenti effettuati** in campagne pubblicitarie **esclusivamente** sulla **stampa** quotidiana e periodica, **anche on line**, nel limite massimo di spesa di 30 milioni di euro in ragione d'anno, che costituisce tetto di spesa. Resta ferma la necessità di rispettare in ogni caso i limiti stabiliti dalle disposizioni europee in materia di aiuti c.d. *de minimis*.

Infine, il legislatore espressamente precisa che ai fini della concessione del credito d'imposta si applica il regolamento di cui al già ricordato [D.P.C.M. 16.05.2018, n. 90](#).