

Attualità

## Credito d'imposta pubblicità: disponibili nuovi chiarimenti

3 Ottobre 2018

Il bonus concorre alla formazione della base imponibile Irpef, Ires e Irap ed è alternativo, e non cumulabile, con altre agevolazioni laddove insista sui medesimi costi ammissibili



**Pubblicità**

All'interno della specifica sezione del sito internet del dipartimento per l'Informazione e l'Editoria sono state aggiornate le **Faq** sul credito d'imposta per gli investimenti pubblicitari incrementali.

I nuovi chiarimenti, elaborati con il supporto dell'Agenzia delle entrate, riguardano le seguenti questioni: invio e sottoscrizione della comunicazione di accesso all'agevolazione; individuazione dell'esercizio di imputazione delle spese pubblicitarie; modalità di pagamento delle fatture; importo da considerare per il credito d'imposta; trattamento fiscale del bonus; non cumulabilità del *tax credit* con altre agevolazioni; investimenti pubblicitari sulle testate digitali.

Di seguito, una sintesi dei contenuti delle nuove Faq.

### **Invio e sottoscrizione della comunicazione/dichiarazione sostitutiva direttamente o tramite intermediario**

Nel caso in cui la comunicazione per l'accesso al bonus e la dichiarazione sostitutiva relativa agli investimenti effettuati siano presentate direttamente dal beneficiario, la firma si considera apposta con l'inserimento delle proprie credenziali di accesso all'area riservata dell'Agenzia (non va allegato alcun documento di identità).

Invece, quando la trasmissione avviene tramite un intermediario, il beneficiario deve compilare il modello, sottoscriverlo (con firma autografa o con una delle firme elettroniche previste dal Codice

dell'amministrazione digitale) e consegnarlo, insieme a una copia del proprio documento di identità, all'intermediario (anche in questo caso il documento di identità non va allegato 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 150mila euro"*.

La sezione del **modello** denominata *"Impegno alla presentazione telematica"* è prevista a garanzia del cliente che affida l'incarico della trasmissione a un intermediario. In tale circostanza, bisogna seguire questi passaggi:

- chi chiede l'agevolazione deve consegnare all'intermediario il modello di comunicazione telematica compilato e sottoscritto, con copia di un documento di identità
- a sua volta, l'intermediario è tenuto a restituire al cliente una copia del modello in cui risulti compilata e sottoscritta (con firma autografa o elettronica) la sezione *"Impegno alla presentazione telematica"*
- l'intermediario presenta la comunicazione telematica esclusivamente attraverso le funzionalità di accesso mediante i servizi disponibili nell'area riservata del sito dell'Agenzia
- la prova della presentazione è rappresentata dall'attestazione rilasciata dai servizi telematici
- l'intermediario deve consegnare al cliente una copia della comunicazione/dichiarazione sostitutiva presentata e dell'attestazione di avvenuta presentazione
- in ogni caso, alla comunicazione telematica non va allegato il documento di identità.

Infine, viene precisato che per l'invio delle comunicazioni telematiche da parte di un intermediario è richiesta una specifica abilitazione a Entratel; l'abilitazione a Fisconline, infatti, non consente di operare in qualità di intermediario.

### **Individuazione dell'esercizio di imputazione delle spese pubblicitarie: applicazione del principio di competenza**

Per l'individuazione dell'esercizio di sostenimento delle spese pubblicitarie si applica il principio di competenza (*ex* articolo 109, comma 2, lettera b, Tuir), in virtù del 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"*. Di conseguenza, non assumono rilevanza il momento in cui viene emessa la fattura o quello in cui è eseguito il pagamento.

## **Modalità di pagamento delle fatture**

Per beneficiare del *tax credit* è possibile effettuare i pagamenti delle spese pubblicitarie con qualsiasi mezzo. La disciplina relativa al bonus, infatti, non indica specificamente le modalità di pagamento delle fatture relative agli investimenti agevolabili.

## **Importo da considerare per il *tax credit***

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

Nel caso di Iva indetraibile, invece, l'importo da considerare è rappresentato dall'ammontare complessivo della spesa pubblicitaria (imponibile + Iva). Infatti, dalle spese agevolabili sono espressamente escluse quelle accessorie, i costi di intermediazione e ogni altra spesa diversa dall'acquisto dello spazio pubblicitario, anche se a esso funzionale o connessa.

## **Trattamento fiscale del bonus**

Il credito d'imposta concorre alla formazione della base imponibile Irpef, Ires e Irap.

## **Alternatività e non cumulabilità del bonus**

Il *tax credit* pubblicità è alternativo e non cumulabile con altre agevolazioni (ad esempio, *patent box*, credito d'imposta ricerca e sviluppo), laddove insista sui medesimi costi ammissibili.

## **Investimenti pubblicitari sulle testate digitali**

Per l'applicazione del credito d'imposta nell'ipotesi di investimenti effettuati su testate digitali, non assumono rilevanza i requisiti di carattere tecnico e commerciale che la legge (**articolo 7**, commi 1 e 4, Dlgs 70/2017) prevede per l'ammissione di tali testate al "contributo pubblico diretto".

Del resto, nella stessa norma che ha introdotto il bonus (**articolo 57-bis**, DI 50/2017) non si rinviene alcun elemento in grado di attribuire rilievo, nella disciplina degli investimenti pubblicitari, alle specifiche condizioni che regolano, per le testate digitali, l'ammissione al contributo diretto editoriale.

Pertanto, il richiamo al ricordato articolo 7, contenuto nell'**articolo 3** del Dpcm 16 maggio 2018, n. 90 deve essere letto nel senso di generale richiamo alla nozione di editoria online, ma non di richiamo all'applicazione, ai fini del *tax credit* pubblicità, dei requisiti e delle condizioni stabilite per l'accesso al contributo pubblico diretto editoriale.

di

**Gennaro Napolitano**