

Attualità

Pubblicità tramite concessionario: bonus da calcolare sul costo totale

9 Ottobre 2018

Sono interamente ammissibili al credito d'imposta le somme fatturate da una società incaricata della raccolta poiché per il committente rappresentano l'effettiva spesa sostenuta

Thumbnail
Image not found or type unknown

Le somme complessivamente fatturate da società concessionarie della raccolta pubblicitaria sono interamente ammissibili per il calcolo del credito d'imposta sugli investimenti pubblicitari incrementali. Queste somme, infatti, rappresentano per il committente l'effettiva spesa sostenuta per l'acquisto degli spazi pubblicitari. Al contrario, non possono essere considerate per il calcolo del bonus le spese sostenute da coloro che si avvalgono di servizi di consulenza o intermediazione o di altro genere; in questi casi, infatti, si tratta di servizi "accessori", il cui costo non può legittimamente concorrere al calcolo del *tax credit*.

È questo, in sintesi, il contenuto dell'aggiornamento di una delle **Faq** relative al credito d'imposta, pubblicato oggi sul sito del dipartimento per l'Informazione e l'Editoria.

La precisazione è stata sollecitata dalle richieste di chiarimenti giunte al Dipartimento e trasmesse, in particolare, da coloro che effettuano investimenti pubblicitari su giornali ovvero su emittenti radiofoniche o televisive (che non gestiscono autonomamente la raccolta pubblicitaria), attraverso società concessionarie.

Tale circostanza, peraltro, si verifica molto di frequente poiché spesso la ricerca e l'acquisizione della pubblicità non viene gestita direttamente dai media, ma per il tramite di società specializzate. In tali casi, i costi della pubblicità sono fatturati al committente nel loro ammontare complessivo e non è possibile estrapolare, rispetto al singolo contratto di acquisto degli spazi pubblicitari, il costo del servizio svolto dalla società concessionaria.

Pertanto, alla luce di tale "realtà commerciale", il Dipartimento ha chiarito che gli operatori

economici, che hanno acquistato spazi pubblicitari su un giornale o su una emittente radiofonica o televisiva, attraverso società concessionarie, possono considerare per il calcolo del bonus pubblicità le somme complessivamente fatturate da tali società.

di

r.fo.

URL: <https://www.fiscooggi.it/rubrica/attualita/articolo/pubblicita-tramite-concessionario-bonus-calcolare-sul-costototale>