

Attualità

Bonus pubblicità: arrivano in rete “prenotati” e importo assegnato

26 Novembre 2020

Dal 1° a al 31 gennaio occorrerà poi confermare la richiesta inviando sempre attraverso i servizi telematici dell’Agenzia la dichiarazione sostitutiva degli investimenti realizzati nel 2020

immagine generica illustrativa image not found or type unknown

Publiccato sul sito del Dipartimento per l’informazione e l’editoria l’**elenco** dei richiedenti il credito d’imposta sugli investimenti pubblicitari per l’anno 2020 inviato dall’Agenzia delle entrate quale canale di “transito” delle domande presentate. Accanto a ogni nominativo anche l’importo teoricamente fruibile da ognuno, con l’indicazione della percentuale provvisoria di riparto in base ai fondi stanziati.

Il secondo *step* per accedere al *bonus* è la conferma della “prenotazione” attraverso la “dichiarazione sostitutiva” degli investimenti agevolabili effettuati quest’anno. La trasmissione deve essere effettuata tra il 1° e il 31 gennaio 2021, con le stesse modalità e lo stesso **modello** (barrando la casella corrispondente alla comunicazione) utilizzati in occasione della “comunicazione per l’accesso” e, quindi, tramite i **servizi telematici** dell’Agenzia delle entrate, dall’apposita procedura dell’area riservata “Servizi per”, alla voce “Comunicare”, accessibile con le credenziali Spid, *Entratel* e *Fisconline* o Carta nazionale dei servizi (Cns).

L’elenco dei beneficiari effettivi sarà redatto soltanto dopo l’esame delle dichiarazioni sostitutive.

Il Dipartimento informa che le somme provvisoriamente assegnate ai richiedenti sono state determinate sulla base del tetto di spesa per l’anno 2020, pari a 85 milioni di euro, di cui 50 milioni per gli investimenti pubblicitari effettuati sui giornali quotidiani e periodici, anche *online*, e 35 milioni per gli investimenti pubblicitari sulle emittenti televisive e radiofoniche locali e nazionali, analogiche o digitali, non partecipate dallo Stato. Poiché le risorse disponibili sono risultate inferiori

al totale del credito di imposta richiesto, si è reso necessario effettuare la ripartizione in misura proporzionale agli importi richiesti, con percentuale del 14,8% per gli investimenti sulla stampa, del 6,5% per investimenti sulle radio e televisioni e con una percentuale compresa tra il 6,5% e il 14,8% nel caso di investimenti su entrambi i canali.

Regole “eccezionali” causa Coronavirus

Il credito d'imposta, istituito dall'**articolo 57-bis** del DI n. 50/2017, spetta, a regime, per gli investimenti pubblicitari incrementali, con *surplus* minimo dell'1% rispetto agli analoghi investimenti dell'anno precedente, effettuati dalle imprese, dai lavoratori autonomi e dagli enti non commerciali, sulla stampa (giornali quotidiani e periodici, locali e nazionali) e sulle emittenti radio-televisive a diffusione locale. L'agevolazione è concessa nel limite massimo dello stanziamento annualmente previsto e nei limiti dei regolamenti dell'Unione europea in materia di aiuti “*de minimis*”.

Tuttavia, con il decreto “Rilancio” (**articolo 186**, DI n. 34/2020) la misura è stata “ritoccata” a tempo per sostenere il settore editoriale in crisi, anch'esso, a causa della pandemia. Di conseguenza, per il solo 2020 il credito d'imposta è concesso nella misura unica del 50% (anziché 75%) del valore degli investimenti effettuati, sempre nel rispetto dei limiti dei regolamenti dell'Unione europea in materia di aiuti “*de minimis*”, a prescindere dall'incremento minimo dell'1% rispetto agli investimenti 2019, quale requisito per l'accesso all'agevolazione.

Inoltre, limitatamente al 2020, possono usufruirne le imprese o i lavoratori autonomi e gli enti non commerciali che effettuano investimenti in campagne pubblicitarie, sulla stampa quotidiana e periodica, anche *online*, e sulle emittenti televisive e radiofoniche locali e nazionali, analogiche o digitali, non partecipate dallo Stato, anche se il valore degli investimenti pubblicitari non è incrementale rispetto agli analoghi investimenti effettuati nell'anno precedente (vedi “**Bonus pubblicità: in arrivo nuovo modello e istruzioni**”)

Nulla di nuovo per l'utilizzo

Il contributo, una volta assegnato definitivamente, potrà essere speso soltanto in compensazione presentando il modello di pagamento F24 esclusivamente attraverso i servizi telematici dell'Agenzia delle entrate, dal quinto giorno lavorativo successivo alla pubblicazione dell'elenco degli ammessi, indicando il codice tributo “6900”.

di

r.fo.

URL: <https://www.fiscooggi.it/rubrica/attualita/articolo/bonus-pubblicita-arrivano-rete-prenotati-e-importo-assegnato>