

## Normativa e prassi

# Investimenti pubblicitari, il bonus non ammette la presenza di “terzi”

12 Agosto 2022

La norma istitutiva dell’agevolazione e le disposizioni attuative non consentono deroghe: il credito d’imposta spetta soltanto alle campagne realizzate direttamente dai beneficiari della misura



Non sono agevolabili le spese per gli investimenti incrementali in campagne pubblicitarie effettuate sui mezzi di informazione (quotidiani, periodici ed emittenti televisive e radiofoniche locali) operate indirettamente, ossia tramite i servizi prestati da terzi. È quanto precisa l’Agenzia delle entrate con la **risposta n. 421** del 12 agosto 2022 a una società che chiede se i propri clienti possano usufruire del

*bonus* introdotto per sostenere il settore dell’editoria.

L’istante è un’agenzia che si occupa di ideare, realizzare e pianificare campagne pubblicitarie. Il quesito riguarda la corretta applicazione del credito d’imposta disciplinato dall’**articolo 57-bis** del DI n. 50/2017, introdotto per incentivare l’incremento degli investimenti in pubblicità effettuata sulla stampa quotidiana e periodica, anche *online*, e sulle emittenti televisive e radiofoniche locali.

La società fa presente che intende fatturare i mezzi pubblicitari effettuati sui *media* previsti dall’agevolazione già acquistati dagli organi di informazione, alla propria clientela offrendo contemporaneamente servizi ancillari e complementari rispetto ai servizi agevolati.

L’istante chiede se il cliente finale può usufruire del *tax credit* in argomento anche se i servizi agevolabili non sono forniti direttamente dalle società editoriali, ma tramite altri soggetti.

La norma non lascia dubbi, nessuna *chance* in tal senso.

L'Agenzia delle entrate ricorda che la norma agevolativa, introdotta in prima battuta soltanto per il 2018 è stata poi prorogata fino al 2023 a favore degli stessi soggetti (imprese, lavoratori autonomi ed enti non commerciali) anche se con limiti e massimali differenti. Dereghe alla disciplina ordinaria sono state previste, inoltre, per il periodo della pandemia.

Le modalità e i criteri attuativi della misura sono stati definiti con il **Dpcm n. 90/2018**. Nell'ambito dei requisiti soggettivi l'articolo 2 del decreto precisa che *"le imprese o lavoratori autonomi, indipendentemente dalla natura giuridica assunta, dalle dimensioni aziendali e dal regime contabile adottato, nonché gli enti non commerciali, possono beneficiare del credito d'imposta in relazione agli investimenti in campagne pubblicitarie sulla stampa quotidiana e periodica, anche on-line, e sulle emittenti televisive e radiofoniche locali, analogiche o digitali, effettuati a partire dal 1° gennaio 2018, [...]"*.

Il quadro normativo, osserva l'Agenzia delle entrate, è inequivocabile: la misura a sostegno dell'editoria è circoscritta agli investimenti effettuati da imprese, lavoratori autonomi ed Enc; restano quindi fuori le spese sostenute per la realizzazione di campagne pubblicitarie operate indirettamente mediante la fruizione di servizi resi da terzi come nel caso descritto nell'interpello.

In definitiva, conclude il documento di prassi, i clienti dell'istante non potranno beneficiare del *tax credit* previsto dall'articolo 57-bis del DI n. 50/2017 perché non operano direttamente per la realizzazione dell'investimento presso le società editrici.

di

**r.fo.**

URL: <https://www.fiscooggi.it/rubrica/normativa-e-prassi/articolo/investimenti-pubblicitari-bonus-non-ammette-presenza-terzi>