

Online l'iter per le agevolazioni sugli investimenti di aziende e professionisti su stampa e media locali

Publicità, sgravi fiscali al via

Risorse per 62,5 mln. Alle pmi crediti d'imposta al 90%

DI MARCO A. CAPISANI

Pronta la procedura operativa per richiedere gli sgravi fiscali sugli investimenti pubblicitari incrementali, pianificati su stampa ed emittente radio-televisiva locale. Le indicazioni sono riunite in un documento pubblicato sul sito del Dipartimento dell'informazione e dell'editoria della presidenza del consiglio dei ministri (presidenza.governo.it/die/), che anticipa i contenuti del prossimo decreto della presidenza del consiglio dei ministri (dpcm) in materia. Obiettivo: rassicurare il mercato degli inserzionisti indicando, fin da ora, quando concretamente si potranno richiedere le agevolazioni fiscali, ossia dal 1° marzo al 31 marzo del 2018 (e poi a seguire nello stesso intervallo di tempo per ogni anno successivo). Arriva anche la conferma sulla ripartizione di tutte le risorse disponibili (e già annunciate per un totale di 62,5 milioni di euro). Infatti, i costi sostenuti per promuoversi sulla stampa nel secondo semestre 2017 e nel 2018 e quelli per farlo su radio e tv locali, nel solo 2018, andranno dichiarati separatamente. In particolare, sono stati previsti 50 milioni per gli investimenti sulla stampa (di cui 20 mln per gli investimenti effettuati nel secondo semestre del 2017 e 30 mln per quelli da effettuare nel 2018) mentre i rimanenti 12,5 milioni sono stati riservati alle spese che verranno sostenute l'anno prossimo sulle emittenti radio-televisive (analogiche o digitali).

Era già stato reso noto che sia aziende sia liberi professionisti possono richiedere sgravi pari al 75% (90% in caso di pmi) sulla quota in-

crementale (almeno l'1%) dei loro investimenti pubblicitari sui due media (ex decreto legge 50 del 24 aprile 2017, convertito con modificazioni dalla legge 96 del 21 giugno 2017). Ma va ricordato che la normativa definitiva su queste agevolazioni non è ancora completa: nei prossimi giorni, e comunque prima del prossimo 15 dicembre, verrà approvato il decreto legge 148 del 16 ottobre 2017 che include sia lo stanziamento dei 62,5 milioni di euro sia l'ampliamento della platea degli inserzionisti beneficiari degli sgravi a enti e organizzazioni non commerciali, per esempio del Terzo settore, e ancora introduce definitivamente i giornali online tra i media della stampa su cui poter investire e dopo richiedere l'agevolazione fiscale.

Al momento la copertura finanziaria degli sgravi copre il secondo semestre 2017 e il 2018, ma l'iniziativa dell'esecutivo è strutturale, valida anche per gli anni a seguire. Nel dettaglio, quindi, ecco chi e come potrà avvalersene:

Chi può richiedere il credito d'imposta? I soggetti titolari di reddito d'impresa (aziende) o di lavoro autonomo (liberi professionisti) che hanno effettuato investimenti in campagne pubblicitarie superiori di almeno l'1% agli investimenti pianificati sugli stessi mezzi di informazione (stampa ed emittente locale) nell'anno precedente (gli ultimi 6 mesi di quest'anno rispetto al secondo semestre 2016 oppure il 2018 sul 2017). Sono ricompresi sia le associazioni non-profit sia gli inserzionisti che per la prima volta investono su quotidiani o periodici locali o nazionali oppure su radio e tv locali.

Quanto si può avere indietro? Il credito d'imposta si può ottenere solo in compensazione, tramite il modello F24, ed è pari al 75% del valore incrementale speso (quindi calcolato a partire dall'1% in più. Se si spende lo 0,9% in più, rispetto al precedente periodo, non si può avanzare alcuna pretesa). Le pmi ma anche le microimprese e le start-up innovative possono richiedere uno sgravio al 90% (per capire se si rientra nelle singole definizioni di pmi, microimprese o start-up, vedere la raccomandazione n.2003/361/CE della Commissione, del 6 maggio 2003, il decreto del ministro delle attività produttive 18 aprile 2005, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 238 del 12 ottobre 2005 e l'articolo 25 del decreto-legge 18 ottobre 2012, n. 179, convertito, con modificazioni, dalla legge 17 dicembre 2012, n. 221).

Non ci sono tetti al rialzo degli investimenti.

Ogni agevolazione richiesta che va oltre i 150 mila euro, però, deve superare l'accertamento preventivo di regolarità presso la Banca dati nazionale antimafia del ministero dell'interno. L'esito sarà positivo solo se chi ha avanzato la richiesta per lo sgravio è iscritto (o ha inoltrato alla prefettura competente la domanda di iscrizione) agli elenchi dei fornitori, prestatori di servizi ed esecutori di lavori non soggetti a tentativo di infiltrazione mafiosa. Come ha chiarito lo stesso esecutivo, ricorre al cosiddetto meccanismo delle «white list» serve a velocizzare il riconoscimento del diritto e la liquidazione della somma, piuttosto che obbligare la Banca dati a

controllare via via i dettagli di tutte le richieste.

Non è cumulabile l'agevolazione fiscale sugli investimenti incrementali pubblicitari con ogni altra misura analoga.

Aver investito negli spazi pubblicitari di televendite, servizi di pronostici, giochi o scommesse che prevedono vincite di denaro, servizi di messaggeria vocale o chat-line con servizi a sovrapprezzo non permette di presentare alcuna richiesta di facilitazione fiscale.

L'agevolazione dev'essere al netto delle spese accessorie, dei costi di intermediazione e di ogni altra spesa diversa dall'acquisto dello spazio pubblicitario in sé per sé (anche se ad esso funzionale o connesso, hanno precisato dal governo).

Se i 62,5 milioni non basteranno per soddisfare tutte le somme richieste, allora si ripartirà la disponibilità totale secondo percentuale. La somma compensata potrà essere inferiore a quella richiesta.

Se i 62,5 milioni saranno sufficienti, la quota residua confluirà nella dotazione dell'anno successivo.

A chi e come inoltrare la richiesta? Bisogna compilare il modello online predisposto dall'Agenzia delle entrate e inviarlo nel periodo a oggi indicato tra il 1° marzo e il 31 marzo prossimo. Il modulo deve contenere i dati identificativi dell'azienda o del libero professionista inserzionista, il costo complessivo degli investimenti nell'anno precedente su media analoghi,

l'indicazione dell'incremento degli investimenti su ognuno dei due media (in percentuale e in valore assoluto) e l'ammontare del credito d'imposta richiesto per ognuno dei due media e ancora la dichiarazione sostitutiva di non ricadere nelle condizioni ostative e interdittive previste dalle disposizioni antimafia.

Chi investe sia su stampa sia sull'emittente locale deve indicare separatamente i costi sostenuti, perché appartengono a capitoli di spesa pubblica differenti con possibili meccanismi di ripartizione percentuale diversi. Ogni richiedente potrà vedersi riconosciuti anche due distinti crediti d'imposta.

Chi ha investito un anno su alcuni quotidiani e su altri l'anno successivo non è tenuto a specificare nessuna distinzione, trattandosi sempre di pubblicazioni della categoria stampa (così pure per lo spostamento di spesa da una tv locale all'altra, per esempio).

Controlli sui requisiti saranno eseguiti sia dall'Agenzia delle entrate sia dalla presidenza del consiglio dei ministri e dai ministeri competenti, tra cui quello dello sviluppo economico. In caso venga accertato che manca un dato requisito, successivamente all'erogazione dello sgravio, si provvederà al recupero tramite le procedure coattive previste dalla legge, hanno concluso dall'esecutivo.

© Riproduzione riservata

IO ONLINE Il testo completo del documento su www.italiaoggi.it/documenti