

Un cavillo nella normativa, confermato dal Cds, estromette gran parte delle imprese

Limitato il bonus pubblicità

Solo chi ha già investito può godere del credito d'imposta

DI ROBERTO LENZI

Saranno escluse dai crediti d'imposta alla pubblicità fino al 90% della spese sostenute le imprese che non hanno realizzato investimenti pubblicitari in precedenza. Questo prerequisito restringe enormemente il campo delle imprese beneficiarie. Saranno ammissibili al bonus (introdotto dall'articolo 57-bis del decreto legge 50/2017), invece, le sole imprese che hanno realizzato investimenti in pubblicità, idonea in base alla normativa, nell'anno 2016, per la richiesta a valere sul 2017, e nel 2017, per la richiesta a valere sul 2018. Ma se la casella relativa ai costi sostenuti nell'anno precedente a quello per cui l'impresa presenta domanda riporterà il valore «zero», non sarà possibile presentare domanda per gli investimenti incrementali. Ne consegue che le imprese che non hanno sostenuto costi pubblicitari agevolabili nel 2016 non possono chiedere il contributo per il 2017; analogamente, le attività che non

Così cambia il bonus pubblicità

- Escluse le imprese che nell'anno precedente non hanno effettuato investimenti ammissibili
- Le imprese nate nel 2018 non potranno accedere all'agevolazione
- Agevolazione del 75% sull'incremento della spesa, maggiorazione al 90% in attesa di autorizzazione comunitaria

hanno sostenuto costi agevolabili nel 2017, non possono chiedere il contributo neanche per il 2018. Secondo quanto risulta a *ItaliaOggi*, è questo l'indirizzo al quale il dipartimento per l'informazione e l'editoria è stato costretto ad uniformarsi, a seguito dei pareri espressi dal Consiglio di stato.

Il cavillo dell'incremento minimo pari all'1%. La motivazione è riconducibile al fatto che la normativa prevede che siano ammissibili solo le spese incrementali con un minimo del 1%, ma non esiste una percentuale di incremento se la base di partenza è zero. È

stato il Consiglio di stato a rilevare questa situazione con il parere numero 01255/2018, che prende atto di quanto sostenuto dal consiglio dei ministri con nota del 20 aprile 2018, prot. n. 3377, di riscontro al parere interlocutorio dell'8 marzo 2018.

I giudici di palazzo Spada, pur prendendo atto delle motivazioni esplicitate a livello ministeriale nel tentativo di concedere l'accesso all'agevolazione anche alle imprese con base di partenza pari a zero, hanno infatti espresso parere negativo a questa possibilità, in quanto contrastante con il meccanismo previsto dalla norma originaria. Tale normativa

primaria di riferimento prevede che possano essere oggetto del contributo fiscale soltanto gli investimenti in campagne pubblicitarie il cui valore superi almeno dell'1% gli analoghi investimenti effettuati sugli stessi mezzi di informazione nell'anno precedente; pertanto, a giudizio del Consiglio di stato, non può ritenersi sussistente un aumento percentuale degli investimenti pubblicitari pari ad almeno l'1% delle spese sostenute nel corso dell'anno precedente (se pari a zero), in quanto manca proprio il termine di raffronto consistente negli investimenti effettuati nella precedente annualità. In altri termini, sempre secondo il parere, ciò che difetta è proprio il presupposto dell'investimento «incrementale» posto ineludibilmente dalla norma primaria alla base della concessione del beneficio fiscale in compensazione.

Esclusione per imprese senza investimenti precedenti e per imprese neonate. Il dipartimento per l'informazione e l'editoria si

è uniformato e procederà ad escludere quindi le imprese che non hanno realizzato attività di pubblicità negli anni progressi. Questa impostazione sarà estesa anche alle imprese che hanno fatto pubblicità solo su tv nazionali, le quali non potranno beneficiare di alcun contributo laddove volessero passare ai canali delle tv e radio locali. Le imprese interessate attendono invece chiarimenti in merito alle situazioni in cui la pubblicità sia stata realizzata su uno solo dei due filoni possibili tra tv/radio e stampa. Resta da dirimere il dubbio che interessa le imprese che in passato hanno fatto pubblicità solo in ambito di tv locali ma sarebbero interessate a presentare domanda per la stampa o viceversa. Le imprese, a pochi giorni dall'apertura della finestra di presentazione delle domande, sono costrette a confrontarsi con questa situazione di incertezza su alcuni punti fondamentali. Sono attesi quindi i necessari chiarimenti che rendano possibile una corretta valutazione dell'agevolazione da parte delle imprese.