



**DOTTORI COMMERCIALISTI
AVVOCATI**

MASSIMO TESSER
DOTT. COMMERCIALISTA
REVISORE LEGALE

LUIGI SERRAGLIO
DOTT. COMMERCIALISTA
REVISORE LEGALE

NICOLETTA GALLINA
DOTT. COMMERCIALISTA
REVISORE LEGALE

AREA COMMERCIALISTI

GIUSEPPE ANSELMI
DOTT. COMMERCIALISTA
REVISORE LEGALE

MICHELA ZANETTI
DOTT. AREA FISCALE

CARMEN TONELLO
RAG. AREA FISCALE

FRANCESCO FERRARESE
DOTT. AREA SOCIETARIA

MATTEO DALL'ANESE
DOTT. COMMERCIALISTA
REVISORE LEGALE
AREA FISCALE

ELENA TESSER
RAG. AREA CONTABILE

ALESSIA SCANDIUZZI
RAG. AREA CONTABILE

LISA DE BORTOLI
RAG. AREA CONTABILE

MICHELA FENU
RAG. AREA CONTABILE

MARTA BUSO
RAG. AREA CONTABILE

AREA LEGALE

MONICA CAMMALLERI
AVVOCATO

CLAUDIA BONSO
AVVOCATO

ANDREA ZAMPROGNO
AVVOCATO STABILITO
ABOGADO
PROCURATORE SPORTIVO FIFA

BARBARA PEGHIN
AVVOCATO
(SEDE DI BASSANO)

LEONARDO BRIAN
ABOGADO
(SEDE DI BARCELONA)

AREA MARKETING

CHIARA GALASSO
DOTT. AREA MARKETING E
COMUNICAZIONE

AREA AMMINISTRATIVA

KATY MATTAROLLO
RAG. AREA AMMINISTRATIVA E
CONTABILE

NICOLETTA BAVARESCO
RAG. AREA AMMINISTRATIVA E
CONTABILE

OF COUNSEL:

VITO PAPA
DOTT. MARKETING STRATEGICO
(SEDE DI TREVISO)

Montebelluna, 17 settembre 2018

**BONUS PUBBLICITA': IMPORTANTI PRECISAZIONI PER
OTTENERE IL CREDITO D'IMPOSTA**

Gentili Clienti,

pensiamo di fare cosa gradita informare su alcuni chiarimenti sul c.d. **Bonus Pubblicità** dopo la recente pubblicazione in Gazzetta Ufficiale del Decreto attuativo (DPCM del 16.05.2018 n. 90) che rende note le modalità ed i criteri per la concessione d'incentivi fiscali, sotto forma di credito d'imposta, **sugli investimenti pubblicitari incrementali su quotidiani, periodici e sulle emittenti televisive e radiofoniche locali.**

Ricordiamo che a decorrere dall'anno 2018:

- alle imprese,
- ai lavoratori autonomi
- e agli enti non commerciali

che effettuano investimenti in campagne pubblicitarie sulla stampa quotidiana e periodica anche on line e sulle emittenti televisive e radiofoniche locali, analogiche o digitali, il cui valore superi almeno dell'1% gli analoghi investimenti effettuati sugli stessi mezzi di informazione nell'anno precedente, è attribuito un contributo, sotto forma di credito d'imposta, pari al 75% del valore incrementale degli investimenti effettuati (elevato al 90% nel caso di microimprese, piccole e medie imprese e start up innovative).

Condizione essenziale per accedere al credito d'imposta per investimenti pubblicitari, il cui modello di comunicazione deve essere presentato dal 22 settembre al 22 ottobre, è che gli investimenti siano "incrementali".

La citata norma, inoltre, prevede espressamente che l'incremento percentuale sia riferito al complesso degli investimenti effettuati, rispetto all'anno precedente, sui suddetti mezzi di informazione. Secondo il comunicato, nel caso di investimenti pubblicitari articolati su entrambi i mezzi di informazione, l'incremento relativo all'investimento pubblicitario per il quale si chiede il credito d'imposta è calcolato distintamente in relazione ai due mezzi informativi, previa verifica della condizione che l'investimento nel suo complesso superi quello dell'anno precedente di un importo pari ad almeno l'1%.

Un esempio può chiarire meglio:



PARTES[®]
AT YOUR SIDE

supponendo che nel 2018 siano effettuati investimenti sulla stampa per 6.000 euro e su radio e tv locali per 1.500 euro (investimento complessivo 7.500) mentre nel 2017 siano stati effettuati investimenti sulla stampa per 2.000 euro e su radio e tv per 500 euro (investimento complessivo 2.500), la condizione dell'1% è rispettata: l'incremento minimo complessivo è pari a 25 (2.500 x 1%), mentre l'ammontare dell'incremento complessivo effettivo è pari a 5.000 (dato dalla differenza tra 7.500 e 2.500).

Il DPCM nulla dice in merito ai soggetti che hanno iniziato l'attività nel corso dell'anno per il quale è richiesto il beneficio o che nell'anno precedente a quello per il quale il beneficio è richiesto non abbiano effettuato investimenti pubblicitari.

Una risposta a tale problema viene dalle istruzioni alla compilazione del modello per l'accesso all'agevolazione, al riquadro "Dati degli investimenti e del credito d'imposta richiesto". Tali istruzioni forniscono rilevanti indicazioni in merito alle modalità di calcolo del credito d'imposta, che, stando a quanto previsto, viene determinato in via automatica dall'applicazione web. In pratica bisogna calcolare il credito d'imposta complessivo, applicando la percentuale del 75% (o del 90%) all'ammontare complessivo dell'incremento (stampa, radio e TV), e ripartire il credito d'imposta così calcolato in proporzione agli investimenti effettuati nell'anno di riferimento (es. 2018) sui singoli mezzi di informazione.

Riprendendo il precedente esempio, il credito d'imposta è calcolato con riferimento all'investimento incrementale complessivo di 5.000 euro. Considerando l'aliquota "base" del 75%, il credito è pari a 3.750 euro (5.000 x 75%), di cui 3.000 euro relativi agli investimenti sulla stampa (in proporzione all'investimento di 6.000 euro) e 750 euro relativi agli investimenti su radio e tv (in proporzione all'investimento di 1.500 euro).

Lo studio rimane a disposizione per ulteriori chiarimenti

Studio Partes