

I chiarimenti delle Entrate: beneficio ammesso ma con limitazioni per chi ricorre ad agenzie

Bonus pubblicità con distinguo

Credito d'imposta al netto dei compensi per gli intermediari

Pagina a cura

DI DANIELA DELFRATE*

Bonus pubblicità usufruibile anche da parte di chi ha fatto ricorso a un intermediario, ma con la limitazione di considerare solo i costi netti: i compensi per l'agenzia pubblicitaria, quindi, sono fuori dal credito d'imposta. Dunque, adesso le imprese possono metter mano ai conti per il calcolo dell'agevolazione che spetterà per il 2023. A sbloccare la situazione è stata la pubblicazione della risposta a interpello da parte dell'Agenzia delle entrate n. 548, del 4 novembre scorso, che ha chiarito che possono fruire dell'agevolazione i contribuenti che hanno realizzato un investimento nel 2022, di cui all'articolo 57-bis del decreto legge n. 50 del 2017, come modificato dall'art. 67 comma 10 del dl 73/2021 (cosiddetto decreto "Sostegni-bis") in "campagne pubblicitarie sulla stampa quotidiana e periodica anche online e sulle emittenti televisive e radiofoniche locali, analogiche o digitali" affidando la realizzazione della campagna pubblicitaria a un intermediario. Parliamo, cioè, prendendo a esempio il caso di specie, delle agenzie di pubblicità, ossia quelle che realizzano e pianificano le campagne, e che, in ogni caso, non possono accedere al beneficio fiscale, con riferimento ai costi sostenuti in nome e per conto dei propri clienti.

Il bonus pubblicità. Le imprese, i lavoratori autonomi e gli enti non commerciali che hanno investito nel 2022 in pubblicità hanno potuto godere di un credito d'imposta nella misura unica del 50% del valore degli investimenti medesimi nei limiti di regolamenti dell'Unione europea in materia di aiuti de minimis. È stato possibile utilizzare il credito d'imposta, unicamente in F24, in compensazione, a partire dal quinto giorno lavorativo successivo alla pubblicazione dell'elenco dei soggetti ammessi a tale beneficio. La possibilità di utilizzo dell'agevolazione in caso di campagna pubblicitaria

I chiarimenti delle Entrate

Il bonus spetta esclusivamente con riferimento alle spese nette sostenute

Rimangono esclusi i costi del servizio svolto dalla società di intermediazione

I documenti rappresentativi dei costi ammissibili dovranno contenere separata indicazione delle spese per campagne pubblicitarie rispetto al costo del servizio svolto dalla società di intermediazione

L'agevolazione non è fruibile dal soggetto che opera quale intermediario ma dal fruitore finale dell'investimento

realizzata per il tramite di un concessionario era stata considerata pacifica dai contribuenti a seguito delle risposte Faq, aggiornate al 23 ottobre 2019, pubblicate sul sito dal dipartimento per l'Informazione e l'Editoria della presidenza del Consiglio dei ministri, nelle quali era specificatamente riportato che "le spese sostenute per l'acquisto di pubblicità, rilevanti ai fini della concessione del bonus fiscale, sono al netto delle spese accessorie, dei costi di intermediazione e di ogni altra spesa diversa dall'acquisto dello spazio pubblicitario, anche se a esso funzionale o connesso. Sono agevolabili i compensi corrisposti alle imprese editoriali, pertanto, ma non quelli corrisposti alle agenzie intermediarie di pubblicità. Nel caso in cui le fatture non siano emesse dalle imprese editoriali, ma da soggetti intermediari, nelle stesse do-

ghe infatti che "non possono considerarsi agevolabili le spese per investimenti in campagne pubblicitarie operate indirettamente mediante la fruizione (e il relativo pagamento) di servizi resi da soggetti terzi", in totale contrasto con le Faq su citate. In considerazione del fatto che la metodologia usuale per investire in pubblicità è quella di rivolgersi a un intermediario, la risposta sopra riportata ha fatto temere la commissione di un errore nel calcolo dell'agevolazione. Molti contribuenti hanno quindi di conseguenza, prudenzialmente, evitato l'utilizzo del credito in compensazione. **Inuovi chiarimenti.** Finalmente la risposta n. 548 del 4 novembre 2022 ha fatto luce sulla questione. Si legge infatti che "l'articolo 3, comma 2, del medesimo decreto [dpcm n. 90/2018] dispone che «Ai soli fini dell'attribuzione del credito di imposta le spese per l'acquisto di pubblicità sono ammissibili al netto delle spese accessorie, dei costi di intermediazione e di ogni altra spesa diversa dall'acquisto dello spazio pubblicitario, anche se a esso funzionale o connessa»".

spese nette sostenute; - rimangono esclusi i costi del servizio svolto dalla società di intermediazione;

Dal 2023 il credito d'imposta per gli investimenti pubblicitari incrementali torna al regime ordinario, ossia quello applicabile prima delle modifiche del triennio 2020-2022

- al fine di consentire la corretta applicazione di quanto disposto nell'articolo 6 del decreto del decreto di attuazione n. 90/2018 di attuazione denominato "Controlli e cause di revoca" i documenti rappresentativi dei costi ammissibili dovranno contenere separata indicazione delle spese per campagne pubblicitarie rispetto al costo del servizio svolto dalla società di intermediazione;

- l'agevolazione non è fruibile dal soggetto che opera quale intermediario ma dal fruitore finale dell'investimento.

I nuovi calcoli per il 2023. Il chiarimento fornito dalla risposta n. 548 del 4 novembre 2022 è di estrema importanza sia per il calcolo già effettuato, ma anche in quanto tale agevolazione si estenderà al 2023. Dal 2023 il credito d'imposta per gli investimenti pubblicitari incrementali torna però al regime "ordinario", ossia quello applicabile prima delle modifiche applicabili per il triennio 2020-2022. Il cosiddetto decreto Energia ha, infatti, modificato la disciplina del bonus pubblicità applicabile dal 2023, ritornando a quanto precedentemente previsto sull'approccio incrementale delle spese con esclusione dall'agevolazione degli investimenti pubblicitari sulle emittenti televisive e radiofoniche locali, sia ana-



vrà essere espressamente specificato l'importo delle spese nette sostenute per la pubblicità, separato dall'importo relativo al compenso dell'intermediario, e dovrà essere indicata la testata giornalistica o l'emittente radiotelevisiva sulla quale è stata effettuata la campagna pubblicitaria". Ad agosto 2022, con la pubblicazione della risposta n. 421 da parte dell'amministrazione finanziaria, tale certezza vacillò. In tale documento si leg-

giato, anche se a esso funzionale o connessa". Dopo, quindi, due mesi di totale incertezza i contribuenti hanno compreso di aver calcolato correttamente il cosiddetto bonus pubblicità. In tale risposta l'Agenzia delle entrate, infatti, dopo aver sentito per le vie brevi il Dipartimento per l'informazione e l'editoria della presidenza del Consiglio dei ministri, precisa che: - il bonus spetta esclusivamente con riferimento alle

logiche che digitali con l'introduzione all'art. 57-bis, dl n. 50/2017, norma istitutiva del credito di imposta, il nuovo comma 1-quinquies. Restano confermati tutti gli altri aspetti non modificati, disciplinati nel decreto del presidente del Consiglio dei ministri 16 maggio 2018, n. 90. Il bonus, a differenza che nel 2022, sarà limitato alle sole spese sostenute per la diffusione sulla stampa, ossia giornali quotidiani e periodici, sia locali che nazionali, anche online, nel limite massimo di spesa di 30 milioni di euro in ragione d'anno, che costituisce tetto di spesa. Da notare, con riferimento ai giornali, che gli investimenti pubblicitari ammissibili al credito d'imposta devono essere effettuati su quelli iscritti: - presso il competente Tribunale, ovvero - presso il Registro degli operatori di comunicazione (Roc) e dotati in ogni caso della figura del direttore responsabile. Il beneficio fiscale in esame si applica agli investimenti di cui sopra nella misura del 75% del valore incrementale degli investimenti effettuati, comparando quindi innanzitutto le spese sostenute nell'anno di riferimento (2023 come primo esercizio relativo al "nuovo credito") con quelle del periodo precedente (2022), applicando poi la richiamata percentuale del 75% a tale differenza. Viene inoltre richiesto un incremento minimo dell'1% rispetto agli analoghi investimenti dell'anno precedente (meccanismo incrementale), in mancanza del quale la spesa sostenuta per le pubblicità delle tipologie viste in precedenza non risultano agevolabili. Va quindi notato, come peraltro sostenuto dal Consiglio di Stato, che non ci considera sussistente alcun incremento se sono state sostenute spese pari a zero nell'anno precedente al periodo agevolato, circostanza che impedisce di fatto di procedere con il calcolo relativo all'incremento percentuale. Allo stesso modo, il "bonus pubblicità" non può essere goduto neanche dai soggetti neocostituiti, come anche indicato dall'Agenzia delle entrate nella risposta n. 38 del 18 ottobre 2018.

*** AndPartners
Tax And Law Firm**
Reproduzione riservata