

Risposta n. 421/2022

OGGETTO: Articolo 57-bis del decreto legge 24 aprile 2017, n. 50, convertito dalla legge 21 giugno 2017, n. 96. Bonus investimenti pubblicitari.

Con l'istanza di interpello specificata in oggetto, e' stato esposto il seguente

QUESITO

La società ALFA IN SRL (di seguito, anche, "Società" o "Istante"), in premessa dichiara di essere *"una qualificata agenzia di pubblicità, grafica e web"* che si occupa di ideare, realizzare e pianificare campagne pubblicitarie. In quanto azienda operante nel settore chiede chiarimenti in ordine alla corretta interpretazione e applicazione dell'articolo 57-*bis* del Decreto Legge 24 aprile 2017 n. 50, convertito con modificazioni della legge 21 giugno 2017 n. 96 e *s.m.i.*, che disciplina gli *«incentivi fiscali agli investimenti pubblicitari incrementali su quotidiani, periodici e sulle emittenti televisive e radiofoniche locali e misure di sostegno alle imprese editoriali di nuova costituzione»*.

Più in particolare, l'istante evidenzia che intende fatturare i mezzi pubblicitari effettuati sulle emittenti televisive e radiofoniche locali, analogiche o digitali, iscritte al ROC e sui giornali quotidiani e periodici precedentemente acquistati dagli organi di informazione alla propria clientela offrendo contemporaneamente servizi ancillari e

complementari rispetto ai servizi agevolati.

L'istante, dopo aver riportato alcune delle modifiche normative che hanno interessato la disciplina agevolativa in commento, con riferimento all'ambito oggettivo della misura agevolativa, chiede di sapere se il cliente finale possa procedere alla richiesta di contribuzione di cui all'articolo 57-bis del decreto-legge 24 aprile 2017, n. 50, per i soli servizi agevolabili *«anche se questi ultimi vengono forniti per tramite di ... (come ad esempio la società istante) e non direttamente da emittenti televisive e radiofoniche locali, analogiche o digitali, iscritte al ROC e da giornali quotidiani e periodici, pubblicati in edizione cartacea o in formato digitale, registrati presso il Tribunale, ovvero presso il ROC, e dotati del Direttore responsabile»*.

SOLUZIONE INTERPRETATIVA PROSPETTATA DAL CONTRIBUENTE

La società ritiene, sulla base di quanto disposto dal richiamato articolo 57-bis del Decreto Legge 24 aprile 2017 n. 50, che siano agevolabili gli *«investimenti ceduti al cliente finale per tramite di ..e affini e non solo direttamente attraverso le società editoriali che commercializzano i vari mezzi di informazione o le concessionarie di pubblicità di questi ultimi»*.

Pertanto, la società ritiene di poter fatturare i mezzi pubblicitari effettuati sulle emittenti televisive e radiofoniche locali, analogiche o digitali, iscritte al ROC e sui giornali quotidiani e periodici precedentemente acquistati dagli organi di informazione alla propria clientela offrendo contemporaneamente servizi ancillari e complementari rispetto ai servizi agevolati, *«informando contemporaneamente il cliente finale della possibilità di contribuzione introdotta dall'articolo 57-bis del Decreto Legge 24 aprile 2017 n. 50 ... senza che il cliente stesso sia obbligato ad acquistare i servizi presso gli editori o le concessionarie di pubblicità a questi collegate»*.

PARERE DELL'AGENZIA DELLE ENTRATE

L'articolo 57-*bis* del decreto legge 24 aprile 2017, n. 50, convertito dalla legge 21 giugno 2017, n. 96 riconosce, « *Per l'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, ... un contributo, sotto forma di credito d'imposta*», al verificarsi delle condizioni, nei termini e nelle misure previste dalla norma istitutiva e di attuazione dell'agevolazione.

Il medesimo articolo dispone che «*Il credito d'imposta è utilizzabile esclusivamente in compensazione, ai sensi dell'articolo 17 del decreto legislativo 9 luglio 1997, n. 241, previa istanza diretta al Dipartimento per l'informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio dei ministri. Con decreto del Presidente del Consiglio dei ministri, su proposta del Ministro dello sviluppo economico, di concerto con il Ministro dell'economia e delle finanze, ..., sono stabiliti le modalità e i criteri di attuazione delle disposizioni di cui al presente comma, con particolare riguardo agli investimenti che danno accesso al beneficio, ai casi di esclusione, alle procedure di concessione e di utilizzo del beneficio, alla documentazione richiesta, all'effettuazione dei controlli e alle modalità finalizzate ad assicurare il rispetto del limite di spesa di cui al comma 3*».

L'agevolazione è stata estesa anche agli investimenti operati negli anni successiva al 2018, fino al 2023 in relazione ai «ai medesimi soggetti ivi contemplati» nel comma 1 del menzionato articolo 57-bis del decreto-legge n. 50 del 2017, con limiti e massimali differenti.

Con il decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri 16 maggio 2018, n. 90, sono stati definiti i criteri e le modalità di attuazione del credito d'imposta *de quo*, mentre con il provvedimento del Capo del Dipartimento per l'Informazione e l'Editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri del 31 luglio 2018 è stato approvato il modello di comunicazione telematica per la fruizione del credito con le relative

modalità di presentazione.

L'articolo 2 del summenzionato decreto - recante «ambito soggettivo» dispone 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 cui valore superi [...]»*.

Nel caso di specie, il quesito posto dall'istante riguarda la possibilità di far rientrare tra gli investimenti agevolabili le spese per quei servizi forniti per il tramite di ... (come, ad esempio, la società istante).

Alla luce di quanto sopra riportato, sia la norma istitutiva sia le disposizioni di attuazione identificano come agevolabili gli investimenti pubblicitari incrementali su quotidiani, periodici e sulle emittenti televisive e radiofoniche locali a titolo di misure di sostegno al settore dell'imprenditoria, effettuati da imprese, lavoratori autonomi e enti non commerciali, con la conseguenza 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 (come, nel caso di specie, una società di ...).

**Firma su delega della Direttrice centrale
Danila D' Eramo**

IL CAPO SETTORE

(firmato digitalmente)