



*Michele PARTIPILO*  
*Dottore Commercialista*  
*Revisore Contabile*

## **Circolare**

# **“BONUS PUBBLICITÀ” PER IL 2021 E 2022**

La legge di bilancio 2021 (articolo 1, comma 608, della legge 30 dicembre 2020, n. 178) ha prorogato per il 2021 e 2022 il credito d'imposta per gli investimenti pubblicitari fatti da aziende, con sede fiscale in Italia.

Il credito d'imposta è riconosciuto nella misura unica del 50 per cento del valore degli investimenti pubblicitari effettuati sui **giornali quotidiani e periodici, anche in formato digitale** (di seguito “Stampa”), entro il limite massimo di 50 milioni di euro per ciascuno degli anni.

Solo per gli investimenti sulla “Stampa”, pertanto, viene meno il presupposto dell'incremento minimo dell'1 per cento dell'investimento pubblicitario, rispetto all'investimento dell'anno precedente, quale requisito per l'accesso all'agevolazione.

Per quanto riguarda, invece, gli investimenti sulle **Emittenti televisive e radiofoniche locali**, si applica la normale disciplina di cui al comma 1-bis del citato articolo 57-bis: il credito d'imposta, quindi, è riconosciuto nella misura unica del 75 per cento del valore incrementale, purché pari o superiore almeno dell'1 per cento, degli analoghi investimenti effettuati sullo stesso mezzo di informazione nell'anno precedente.

Si rammenta che, al fine dell'agevolazione:

- le emittenti radiofoniche / televisive locali devono essere iscritte presso il Registro degli operatori di comunicazione ex art. 1, comma 6, lett. a), n. 5), Legge n. 249/97;
- i giornali devono essere iscritti presso il competente Tribunale / Registro degli operatori di comunicazione ed avere un direttore responsabile.

Risultano escluse le spese sostenute per l'acquisto di spazi destinati ai seguenti servizi particolari:

- televendite di beni / servizi di qualunque tipologia;
- servizi di pronostici / giochi / scommesse con vincite di denaro;
- servizi di messaggeria vocale / chat-line con servizi a sovrapprezzo.

Le spese sostenute per l'acquisto di pubblicità, rilevanti ai fini della concessione del credito d'imposta, che concorrono a formare la base di calcolo dell'incremento e quindi 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 ad 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 dovrà 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 radio-televisiva sulla quale è stata effettuata la campagna pubblicitaria.

Resta ferma l'applicazione del limite de minimis di cui ai Regolamenti dell'Unione europea.

Il credito d'imposta in esame va utilizzato esclusivamente in compensazione nel mod. F24, tramite i servizi telematici messi a disposizione dell'Agenzia delle Entrate (Entratel / Fisconline).

A tal fine, nel mod. F24 va riportato il codice tributo "6900", istituito dall'Agenzia con la citata Risoluzione n. 41/E (quale "anno di riferimento" va riportato l'anno di concessione del credito).

La richiesta di agevolazione va inviata per via telematica all'Agenzia delle Entrate dal **1° marzo – 31 marzo** di ciascun anno.

Lo studio resta a disposizione per eventuali chiarimenti.

*\*L'elaborazione dei testi, ancorché curata con scrupolosa attenzione, non impegna alcuna responsabilità*