

Come accedere al credito d'imposta pubblicità

di [Giovanna Greco](#)

Publicato il 15 Novembre 2017

il bonus pubblicità sta destando tantissimo interesse fra aziende e professionisti: il credito d'imposta potrà essere usufruito da imprese e lavoratori autonomi che effettuano investimenti in pubblicità nel corso dell'anno in misura superiore (anche solo dell'1%) rispetto all'esercizio dell'anno solare precedente, sulle spese sostenute a decorrere dal 24/6/2017

Il credito d'imposta pubblicità è un bonus riconosciuto alle imprese e ai professionisti che nel corso dell'anno effettuano investimenti in campagne promozionali. Potrà essere scomputato a partire dal 2018, manca però il decreto attuativo della norma con le regole specifiche, la cui emanazione era stata prevista entro il termine di 120 giorni dall'entrata in vigore della Legge di bilancio 2017.

Non si tratta di un'agevolazione introdotta dall'[articolo 57-bis del Decreto Legge 50/2017](#), in ottemperanza agli obiettivi prefissati con la Legge Delega 198/2016 circa l'introduzione di nuovi benefici fiscali per gli *"investimenti pubblicitari incrementali su quotidiani e periodici nonché sulle emittenti televisive e radiofoniche locali, analogiche o digitali"* mediante il riconoscimento di "un particolare beneficio agli inserzionisti di micro, piccola o media dimensione e alle start up innovative" (art. 2, comma 2, lett.n).



Beneficiari

Il **credito d'imposta pubblicità** potrà essere usufruito da **imprese e lavoratori autonomi** sugli investimenti pubblicitari **A DECORRERE DAL 24/6/2017** (entrata in vigore della Legge di conversione del D.L. 50/2017), con l'applicazione di una percentuale sull'eccedenza delle stesse spese dell'esercizio precedente, a condizione che siano superiori di almeno l'1%. Il decreto attuativo dovrà stabilire nel dettaglio chi potrà beneficiarne ma rientreranno **anche ai professionisti, con o senza Albo** professionale. I **professionisti con Albo** dovranno attenersi alle regole in materia di pubblicità

informativa stabilite dal D.P.R. n. 137 del 7 agosto 2012, con il quale viene autorizzata la pubblicità informativa che non sia ingannevole, equivoca o denigratoria su:

- attività delle professioni regolamentate;
- specializzazioni e titoli posseduti;
- struttura del proprio studio;

Investimenti agevolabili

Il credito d'imposta pubblicità potrà essere richiesto per gli investimenti in **campagne promozionali** su stampa, televisione e radio locali, analogiche e digitali; questo aspetto dovrà tuttavia essere necessariamente chiarito con il decreto attuativo e in molti sperano che venga esteso il bonus pubblicità anche alle campagne promozionali sul **web**. L'agevolazione in questione si sostanzia quindi in un **credito d'imposta** connesso alle spese in campagne pubblicitarie effettuate tramite:

- **stampa periodica / quotidiana;**
- **emittenti televisive;**
- **emittenti radiofoniche locali** (analogiche o digitali).

Requisiti fondamentali del credito d'imposta pubblicità

Per beneficiare del bonus pubblicità occorre che:

- nell'anno precedente alla domanda del bonus, si siano effettuati investimenti pubblicitari;
- che tali investimenti siano maggiori di almeno l'1% rispetto all'anno precedente;
- che l'investimento in campagne pubblicitarie avvenga su: quotidiani e periodici o emittenti televisive e radiofoniche locali, analogiche o digitali.

Misura del bonus

I contributi sono concessi nel **limite massimo di spesa** individuato **annualmente con il DPCM** che stabilisce la ripartizione delle risorse del Fondo per il pluralismo e l'innovazione dell'informazione assegnate alla Presidenza del Consiglio dei Ministri ai diversi interventi di competenza (art. 1, comma 6, della L. 198/2016). Per beneficiare del credito d'imposta, l'investimento deve essere di tipo incrementale, e ciò significa che il suo valore deve superare almeno dell'1% quello relativo agli investimenti effettuati sugli stessi mezzi di informazione nell'anno precedente.

Ai **beneficiari** spetta un **credito d'imposta pari** al:

- **75% del valore incrementale degli investimenti effettuati rispetto all'anno precedente;**
- con **innalzamento al 90% del valore incrementale** nel caso in cui gli investimenti siano effettuati da parte di microimprese, PMI e cioè dalle piccole e medie imprese e start up innovative.

In entrambi i casi le aliquote si applicano al **valore incrementale**.

Aspetti contabili

Per effetto del recepimento della Direttiva Bilanci, dal 2016 i **costi di pubblicità** non sono abitualmente più iscrivibili tra le immobilizzazioni immateriali, pertanto, devono essere iscritti come costi dell'esercizio nella **voce B.7 Costi per servizi**.

L'unico caso in cui è ancora consentita la capitalizzazione è quella nella quale i costi di pubblicità rientrano tra i costi di impianto e ampliamento ossia si tratti di quei costi che *si sostengono in modo non ricorrente in alcuni caratteristici momenti del ciclo di vita della società, quali la fase di start-up oppure nella fase di accrescimento della capacità operativa*.

L'iscrizione tra le immobilizzazioni poteva riguardare anche i costi capitalizzati negli anni precedenti il 2016 che, in tal caso, sono stati riclassificati tra i costi di impianto. I costi di pubblicità **capitalizzati fino al 2015**, in applicazione dei nuovi principi contabili, dal bilancio 2016 non vengono più iscritti tra le immobilizzazioni in quanto sono stati eliminati in contropartita ad una riserva del patrimonio netto in

data 1° Gennaio 2016. La riduzione del patrimonio netto rappresenta in pratica il minor utile derivante dal costo che sarebbe stato contabilizzato in passato al momento del sostenimento dei costi di pubblicità. L'effetto complessivo sul patrimonio netto è stata una riduzione pari alle spese di pubblicità complessivamente sostenute.

15 novembre 2017

Giovanna Greco

[Altro articolo di approfondimento sulla stessa materia del bonus pubblicità -->](#)