Avvio della E-fattura obbligatoria con sanzioni ridotte



Confermata dal decreto fiscale di accompagnamento, approvato 15 ottobre 2018 dal Governo, **l'inapplicabilità, per il «*primo semestre del periodo d'imposta 2019*», delle sanzioni** «*se la fattura è emessa … entro il termine di effettuazione della liquidazione periodica dell'imposta sul valore aggiunto ai sensi dell'articolo 1,comma 1, del decreto del Presidente della Repubblica 23 marzo 1998, n. 100*»; in pratica entro il termine di liquidazione dell'imposta periodica in cui è avvenuta l'effettuazione dell'operazione. Questo è quanto emerge dalle prime bozze del decreto collegato alla Legge di Bilancio 2019. Al riguardo nella relazione illustrativa, anch'essa in bozza, si chiarisce che al fine di "non differire ulteriormente l'entrata in vigore della fatturazione elettronica (stabilita per il 1° gennaio 2019) e di ridurre gli effetti negativi dei possibili ritardi nell'adeguamento dei sistemi informatici – volti a recepire anche le prospettate modifiche recate all'articolo 21, comma 4, del

D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633 – la norma attenua, per il **primo semestre del periodo d'imposta 2019**, i soli effetti sanzionatori laddove la fattura elettronica sia emessa seppur tardivamente. In particolare, non si applica alcuna sanzione al contribuente che emette la fattura elettronica oltre il termine normativamente previsto ma, comunque, nei termini per far concorrere l'imposta ivi indicata alla liquidazione di periodo (mensile o trimestrale). Le sanzioni sono, invece, contestabili, seppur ridotte al 20 per cento, quando la fattura emessa tardivamente partecipa alta liquidazione periodica del mese o trimestre successivo. Le attenuazioni previste dalla norma si applicano anche con riferimento al cessionario/committente che abbia erroneamente detratto l'imposta ovvero non abbia proceduto alla regolarizzazione. In particolare, laddove il cessionario abbia detratto l'imposta in assenza di una fattura elettronica, lo stesso sarà indenne dalle sanzioni se il documento è emesso anche avvalendosi della regolarizzazione disposta dall'articolo 6, comma 8, del D.Lgs. n. 471 del 1997 entro i termini della propria liquidazione periodica; sarà invece soggetto alle sanzioni, seppur in misura ridotta, se la regolarizzazione avviene entro i termini della liquidazione periodica successiva. Resta impregiudicato il ricorso allo strumento del cd. ravvedimento operoso".

Naturalmente, le misure sopra esaminate dovranno essere confermate nel testo del decreto legge che sarà pubblicato in *Gazzetta ufficiale*.

Bonus Pubblicità. Scade il 22

ottobre



Si avvicina il termine per la domanda per accedere al credito di imposta per chi ha aumentato l'investimento pubblicitario su stampa, anche online, radio e tv.

Di seguito le FAQ sul *Tax credit* pubblicità – *Aggiornate al 12 ottobre 2018*

Per i quesiti di carattere fiscale le risposte sono state elaborate con il supporto dell'Agenzia delle Entrate.

Modalità di accesso al bonus – Comunicazione telematica

Domanda: *dove è possibile trovare eventuali aggiornamenti ed informazioni su come richiedere ed usufruire del Bonus Pubblicità?*

Domanda: è *possibile avere informazioni dettagliate per poter presentare istanza per usufruire del credito di imposta sugli investimenti pubblicitari su quotidiani cartacei?*

Domanda: *dove è possibile reperire la "comunicazione per fruizione del credito d'imposta sugli investimenti pubblicitari incrementali"?*

Risposta: il modello di "*comunicazione telematica*" e le relative istruzioni per la compilazione sono reperibili sul sito *internet* del Dipartimento per l'informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri www.informazioneeditoria.gov.it e sul sito *Internet* dell'Agenzia delle entrate www.agenziaentrate.it. Eventuali

aggiornamenti della modulistica e delle relative istruzioni, ed ogni altra informazione e notizia utile ai fini della più corretta ed agevole fruizione della misura saranno pubblicati sugli stessi siti Internet delle due Amministrazioni.

Invio della comunicazione telematica

Domanda: *in quale sito è disponibile il software per la compilazione della comunicazione per l'accesso al credito d'imposta sugli investimenti pubblicitari incrementali?*

Domanda: *desidero sapere se per l'invio telematico del modello "Comunicazione per la fruizione del credito d'imposta per gli investimenti pubblicitari incrementali" devo compilare manualmente il modello e inviarne una scansione? Non trovo il modello editabile.*

Risposta: Per l'invio della "comunicazione per l'accesso al credito d'imposta" relativa al 2018 e della "dichiarazione sostitutiva relativa agli investimenti effettuati" per il 2017 è disponibile una apposita funzionalità nell'area autenticata del sito internet dell'Agenzia delle entrate, accessibile con le credenziali *Entratel* e *Fisconline*, SPID o CNS.

La procedura è accessibile nella sezione dell'area autenticata: "*Servizi per*" alla voce "*comunicare*".

Presentazione della rinuncia alla richiesta

Domanda: *Vorremmo sapere ed avere conferma se i termini della rinuncia sono gli stessi della richiesta di ammissione ai benefici (**22 settembre – 22 ottobre**) e se è prevista anche una rinuncia successiva al 22 ottobre, una volta ricevuta comunicazione sul beneficio ammesso per il richiedente.*

Qualora la rinuncia fosse presentata oltre il termine per la presentazione del beneficio, si è passibili di una eventuale sanzione?

Domanda: *la rinuncia alla prenotazione del credito per eventi*

sopravvenuti entro quando potrà essere formulata? Entro la chiusura dei termini per la comunicazione di accesso al credito, oppure entro la chiusura dei termini per la presentazione della dichiarazione sostitutiva?

Risposta: La rinuncia agli effetti di una "*comunicazione per l'accesso*" al credito di imposta precedentemente inviata, può essere presentata, per qualunque motivo, negli stessi termini per la presentazione della comunicazione stessa, cioè dal **22 settembre al 22 ottobre 2018**. La rinuncia presentata fuori termine, pertanto, non sarà presa in considerazione.

Non è possibile, invece, presentare una rinuncia agli effetti di una dichiarazione sostitutiva precedentemente inviata.

Elenco dei soggetti sottoposti a verifica antimafia

Domanda: *In merito al modulo di Comunicazione per l'accesso al credito d'imposta si richiede se è necessario compilare il campo "Elenco soggetti sottoposti alla verifica antimafia" anche nel caso in cui l'ammontare complessivo del credito d'imposta indicato sia inferiore a 150.000,00 euro?*

Risposta: L'elenco dei soggetti da sottoporre alla verifica antimafia, presente in allegato alla "comunicazione telematica", deve essere compilato soltanto nell'ipotesi in cui il credito di imposta richiesto sia superiore a 150.000 euro dai soli operatori che non siano iscritti nelle "*white list*".

Se l'ammontare complessivo del credito d'imposta indicato nella comunicazione/dichiarazione sostitutiva è superiore a 150.000 euro, infatti, il soggetto beneficiario è tenuto a rilasciare una delle seguenti dichiarazioni:

- di essere iscritto negli elenchi dei fornitori, prestatori di servizi ed esecutori di lavori non soggetti a tentativo di infiltrazione mafiosa di cui all'articolo 1, comma 52, della legge 6 novembre 2012,

n. 190 (per le categorie di operatori economici ivi previste), oppure

- di aver indicato nel riquadro "*Elenco dei soggetti sottoposti alla verifica antimafia*" i codici fiscali di tutti i soggetti da sottoporre alla verifica antimafia di cui all'articolo 85 del decreto legislativo 6 settembre 2011, n. 159.

Tale dichiarazione sostitutiva va resa ai sensi dell'articolo 47 del D.P.R. n. 445 del 2000, sia nella "*Comunicazione per l'accesso al credito d'imposta*" sia nella "*Dichiarazione sostitutiva relativa agli investimenti effettuati*".

Tipologie di pubblicità ammesse al credito di imposta

Domanda: *E' possibile usufruire di un credito d'imposta per investimenti pubblicitari tramite acquisto di spazi pubblicitari in ambito sportivo automobilistico nelle vetture da gara che partecipano ai campionati nazionali ed internazionali?*

Domanda: *Volevo sapere se il "credito d'imposta pubblicità" è usufruibile anche per l'acquisto di spazi pubblicitari come cartellonistica, banner on line, etc…*

Domanda: *Gli investimenti effettuati in campagne* ***Google ad words o similari*** *possono rientrare tra le spese ammissibili per godere del credito d'imposta?*

Domanda: *Vorrei sapere se il credito d'imposta è inerente anche alla pubblicità fatta tramite* ***social,*** *in particolare la piattaforma* ***Facebook****.*

Domanda: *Cosa si intende per stampa online? La pubblicità deve essere fatta solo su testate giornalistiche online oppure sono ritenute ammissibili anche inserzioni pubblicitarie su diversi siti online?*

Risposta: Il credito d'imposta è riconosciuto soltanto per gli investimenti pubblicitari incrementali effettuati sulle

emittenti radiofoniche e televisive locali, analogiche o digitali, iscritte presso il Registro degli operatori di comunicazione, ovvero su giornali quotidiani e periodici, nazionali e locali, in edizione cartacea o digitale, iscritti presso il competente Tribunale, ovvero presso il menzionato Registro degli operatori di comunicazione, e dotati in ogni caso della figura del direttore responsabile.

Non sono pertanto ammesse al credito d'imposta le spese sostenute per altre forme di pubblicità (come ad esempio, a titolo esemplificativo e non esaustivo: grafica pubblicitaria su cartelloni fisici, volantini cartacei periodici, pubblicità su cartellonistica, pubblicità su vetture o apparecchiature, pubblicità mediante affissioni e display, pubblicità su schermi di sale cinematografiche, pubblicità tramite social o piattaforme online, banner pubblicitari su portali online, ecc…).

Domanda: *Può essere considerato investimento incrementale ammissibile, ai fini dell'applicazione del credito d'imposta, l'acquisto di spazi pubblicitari effettuato sul sito web di un'agenzia di stampa?*

Risposta: L'articolo 57-bis del decreto-legge 24 aprile 2017, n. 50, convertito con modificazioni dalla legge 21 giugno 2017, n. 96, nel delineare gli investimenti pubblicitari incrementali ammissibili per accedere al credito d'imposta individua quelli effettuati sulla stampa quotidiana e periodica, anche *on-line*, e quelli effettuati sulle emittenti televisive e radiofoniche locali, analogiche o digitali. Prescindendo dal settore radio-televisivo, anche l'art. 3 del Regolamento prende in considerazione i giornali quotidiani e periodici, pubblicati in edizione cartacea ovvero editi in formato digitale. Al riguardo, si ritiene di poter chiarire che dall'ambito della "stampa quotidiana e periodica, anche *on-line*" (ovvero dei "giornali quotidiani e periodici, anche *on-line*") **non sembrano potersi legittimamente escludere le agenzie di stampa**, posto che si tratta, in primo luogo, di

organi di informazione, che svolgono dunque una funzione del tutto analoga a quella dei giornali, e che hanno modalità di fruizione, da parte del pubblico, sovrapponibili a quelle dei giornali *on-line*. D'altro canto, la loro esclusione – sulla base di un criterio puramente letterale – dall'ambito di operatività delle disposizioni che disciplinano il credito d'imposta non si giustificherebbe alla luce delle finalità di incentivazione degli investimenti pubblicitari sui mezzi di informazione. Semmai, è appena il caso di precisare che devono essere verificate, anche per le agenzie di stampa, le medesime condizioni che le due disposizioni sopra richiamate impongono con riferimento agli investimenti effettuati sugli altri mezzi di informazione: in entrambe le disposizioni (quella primaria e quella regolamentare) l'individuazione dei "media ammissibili" ai fini del beneficio si completa con la precisazione che i menzionati organi di informazione devono essere in regola con tutte le norme che riguardano la registrazione della testata (giornalistica o radiofonica o televisiva) e devono essere dotati della figura del direttore responsabile. La finalità della norma risiede nella evidente necessità di evitare che possa essere concesso agli operatori economici un beneficio di carattere fiscale sulla base di spese sostenute in favore di imprese editoriali non in regola con le norme generali che presidiano la regolarità di ogni testata giornalistica e la responsabilità per quanto viene attraverso di essa diffuso al pubblico. Pertanto, gli investimenti pubblicitari sul sito *web* di un'agenzia di stampa sono ammissibili a condizione che: – la relativa testata giornalistica sia registrata presso il competente Tribunale civile, ai sensi dell'articolo 5 della legge 8 febbraio 1948, n. 47, ovvero presso il Registro degli Operatori della Comunicazione tenuto dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni; – la testata sia dotata della figura del direttore responsabile.

Ipotesi di investimenti pubblicitari pari a zero nell'anno

precedente a quello per cui si richiedere l'agevolazione – Soggetti esclusi dall'agevolazione

Domanda: *L'accesso al credito d'imposta è consentito a soggetti titolari di reddito di impresa o lavoro autonomo al primo anno di attività ed a coloro che non hanno sostenuto alcuna spesa pubblicitaria nell'anno precedente?*

Domanda: *Se un'impresa non ha effettuato investimenti inerenti nell'anno precedente di comparazione ma solo nell'anno di richiesta in corso, ovvero con media di partenza pari a 0, è possibile presentare la richiesta o deve obbligatoriamente aver effettuato investimenti anche nell'anno precedente?*

Domanda: *Da bando, il credito d'imposta a sostegno degli investimenti pubblicitari viene calcolato sulla spesa incrementale, ma se l'attività nell'anno precedente non ha effettuato alcun tipo di spesa pubblicitaria sui mezzi indicati, può comunque accedere considerando pari a 0 la base di spesa o è necessario aver effettuato in passato altre spese per calcolare il valore incrementale?*

Domanda: *Le aziende nate nel 2018 oppure quelle nate precedentemente ma che non hanno effettuato investimenti pubblicitari negli anni precedenti sono ammissibili o meno al bonus?*

Risposta: ***Non è possibile accedere al credito l'imposta se gli investimenti pubblicitari dell'anno precedente a quello per cui si richiede l'agevolazione sono stati pari a zero***, come prescritto dal Consiglio di Stato nel parere reso sul Regolamento di cui al D.P.C.M. 90 del 16 maggio 2018, che ha disciplinato la misura.

Sono esclusi dalla concessione del credito di imposta, pertanto, oltre che i soggetti che nell'anno precedente a quello per il quale si richiede il beneficio non abbiano effettuato investimenti pubblicitari ammissibili, anche quelli che abbiano iniziato l'attività nel corso dell'anno per il

quale si richiede il beneficio.

Verifica e calcolo dell'incremento

Domanda – 1° esempio: *Nel caso in cui un'impresa abbia sostenuto nel 2017 solo spese su emittenti radio, mentre nel 2018 sostiene spese sia su radio che su stampa, come si calcola il valore incrementale dell'1% propedeutico all'ammissibilità? In altre parole, sarà ammissibile la sola spesa su radio o la verifica dell'incremento verrà fatta considerando il totale degli investimenti (rendendo così ammissibili anche le spese in stampa)?*

Ad esempio:

Tabella domanda **esempio 1**		
Canale spesa	**2017**	**2018**
Radio – tv	€ 100	€ 150
Stampa	**0**	€ 40

Il valore incrementale su cui calcolare l'incentivo sarà 50 o 90 (50+40) ?

Risposta n. 1: Ai fini dell'incremento percentuale si può fare riferimento al "complesso degli investimenti", cioè agli investimenti incrementali effettuati su entrambi i canali di informazione rispetto all'anno precedente, a condizione che su entrambi i canali la spesa per gli investimenti pubblicitari effettuata nell'anno precedente **non** sia pari a zero.

È possibile poi accedere al *bonus* anche per investimenti effettuati su un solo mezzo di informazione (stampa da una parte ed emittenti radiofoniche e/o televisive dall'altra).

Nell'esempio sopra riportato, pertanto, l'agevolazione fiscale **è ammissibile unicamente per le spese incrementali pubblicitarie effettuate sulle emittenti radio televisive,** ed il valore incrementale su cui calcolare il credito di imposta è pari ad € 50.

Domanda – 2° esempio: *Si chiede conferma del fatto che possa accedere al credito d'imposta in questione un'impresa che, pur avendo avuto costi pari a zero l'anno precedente (2017) nella tipologia di mezzi oggetto di investimento nel periodo agevolabile (2018), abbia comunque avuto costi superiori a zero l'anno precedente (2017) nell'altra tipologia di mezzi, come da esempio che segue:*

Tabella domanda **esempio 2**			
Canale spesa	Costi 2017	Costi 2018 (Periodo agevolabile)	Costo incrementale
Stampa	**0**	50	+50
TV locali	30	0	-30

Risposta n. 2: In base a quanto precisato nella risposta al quesito precedente – risposta 1 -, nell'esempio sopra riportato non si può accedere al credito di imposta.

L'investimento effettuato sulla stampa, infatti, non è ammissibile, in quanto nell'anno precedente l'investimento è stato pari a zero, mentre non risulta un incremento delle spese pubblicitarie sulle emittenti radiofoniche e televisive

Precisazione sugli analoghi investimenti effettuati sugli "stessi mezzi di informazione" nell'anno precedente

Domanda: *Nel punto 5 del comunicato "Domanda di ammissione al beneficio", in cui si spiega cosa dovrà contenere la comunicazione, si citano "media analoghi" (ovvero stampa da una parte ed emittenti radio-televisive dall'altra), ma non il singolo giornale o la singola emittente: cosa si intende? l'investimento pubblicitario deve avvenire su più di un giornale, o più di un'emittente radio televisiva?*

Domanda: *Il canale pubblicitario scelto per ottenere il credito d'imposta deve essere necessariamente lo stesso dello scorso anno o se basta fare investimenti su canali online autorizzati (nuovi o vecchi che siano).*

Ad esempio: se un'azienda ha pianificato una campagna nel 2017 su una testata giornalistica online specifica (testata1.it), può beneficiare il prossimo anno del credito d'imposta pianificando una campagna su un'altra testata giornalistica online (testata2.it)?

Risposta: Il credito d'imposta in oggetto riguarda esclusivamente gli investimenti pubblicitari incrementali effettuati su mezzi di "informazione": cioè su emittenti radiofoniche e televisive locali, analogiche o digitali, iscritte presso il Registro degli operatori di comunicazione, ovvero su giornali quotidiani e periodici, nazionali e locali, in edizione cartacea o digitale, iscritti presso il competente Tribunale, ovvero presso il menzionato Registro degli operatori di comunicazione, e dotati in ogni caso della figura del direttore responsabile

L'agevolazione è riconosciuta per gli investimenti pubblicitari il cui valore superi almeno dell'1% gli analoghi investimenti effettuati **sugli stessi mezzi di informazione** nell'anno precedente.

Per "*analoghi investimenti*" sugli "*stessi mezzi di informazione*", si intende investimenti sullo stesso "*canale informativo*", cioè sulle radio e televisioni locali analogiche o digitali, da una parte, oppure sulla stampa cartacea ed online, dall'altra, e non sulla singola emittente o sul singolo giornale.

Costi pubblicitari rilevanti

Domanda: *Il credito di imposta va ad agevolare la spesa incrementale effettuate per la pubblicità su giornali, giornali online, TV e radio locali.*

Spesso il contratto non viene fatto direttamente con la casa editrice ma con concessionarie di pubblicità che fatturano:

- *il corrispettivo per la pubblicità fatta;*

- *i compensi per l'attività svolta (in maniera separata rispetto ai corrispettivi per l'attività pubblicitaria).*

Il dubbio che abbiamo è: sono agevolabili solo i compensi corrisposti alle case editrici o anche quelli corrisposti a concessionarie di pubblicità? In buona sostanza vale il mezzo sul quale viene veicolata la pubblicità o il soggetto che fattura?

Domanda: *In merito al "Credito di imposta sugli investimenti pubblicitari incrementali", a seguito della pubblicazione del D.P.C.M. del 16 maggio 2018 n.90, sono a fare alcune richieste di chiarimento:*

- *i soggetti fornitori devono avere caratteristiche particolari? In altre parole, sono ammissibili spese fatturate da soggetti diversi da agenzie pubblicitarie (es. società di consulenza che hanno, a loro volta, sostenuto costi di pubblicità a nome e per conto dell'impresa beneficiaria)?*
- *in caso di spese fatturate da agenzie pubblicitarie / concessionarie di pubblicità, come si effettua il conteggio della spesa ammissibile se nella fattura non viene esplicitato il costo di intermediazione? Si considera il costo pieno fatturato?*

Domanda: *Noi abbiamo a disposizione un monte spesa da destinare alla pubblicità on line su testate giornalistiche, ma invece di acquistarle direttamente da ciascuna testata, ci affideremmo ad una Concessionaria di Spazi Web "PIATTAFORMA PROGRAMMATIC", che non è un editore ma che acquista spazi da editori, e che ci rilascerebbe unica fattura con elenco delle testate su cui i nostri banner compariranno con preciso numero di impression per ogni testata.*

Sarebbe quindi sufficiente avere come giustificativo la fattura sopramenzionata con elenco testate e numero dei click ottenuti su ciascuna precisa testata giornalistica (il che

dimostrerebbe che un investimento è stato fatto su quella testata), oppure per ottenere il bonus è necessario presentare un giustificativo della cifra spesa che provenga dalla testata giornalistica stessa?

Risposta: 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 concessionarie 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.

Ulteriori precisazioni in merito agli investimenti pubblicitari effettuati attraverso società concessionarie: sono pervenute ulteriori richieste di chiarimento in merito all'ammissibilità delle spese per investimenti pubblicitari effettuati su giornali ovvero su emittenti radiofoniche o televisive che non gestiscono autonomamente la raccolta pubblicitaria; tali richieste sono state indotte, in qualche modo, anche da alcuni elementi contenuti nella risposta già pubblicata in relazione ai precedenti quesiti sul tema. Si tratta di una questione rilevante, in considerazione del fatto che molto spesso l'attività di ricerca e di acquisizione della pubblicità non è gestita dai media direttamente, ma tramite società specializzate

(concessionarie) alle quali viene affidato sostanzialmente un incarico di mandato, al di là delle possibili diverse configurazioni del rapporto.
È quindi necessario fornire un ulteriore chiarimento sul tema, tale da fugare i dubbi che sono emersi nel momento in cui si devono coniugare le prescrizioni del Regolamento, volte a salvaguardare la correttezza delle spese ammissibili, con alcuni aspetti rilevanti della realtà dei rapporti commerciali. Ora, in primo luogo va riconosciuto il fatto che l'operatore economico che intende acquistare spazi pubblicitari su un giornale, o su una emittente radiofonica o televisiva, che abbiano affidato la raccolta pubblicitaria ad una società esterna, deve necessariamente rivolgersi a quest'ultima, non potendo trattare direttamente con l'editore. E va altresì considerato, sempre nella stessa ipotesi, che i costi della pubblicità sono fatturati al committente nel loro ammontare complessivo, e questo per una serie di ragioni: – sia perché, con tutta evidenza, la distinzione tra il "costo netto" degli spazi pubblicitari ed il costo del servizio svolto dalla società terza, anche nei casi nei quali fosse evidenziabile, non ha alcun rilievo nei confronti del committente, che è soggetto del tutto estraneo al rapporto contrattuale tra editore e società concessionaria; – sia soprattutto perché, nella gran parte dei casi, il rapporto tra editore e società concessionaria è strutturato in modo complesso, sotto il profilo dei costi e della ripartizione degli utili, attraverso l'introduzione di parametri che tengono conto, tra l'altro, del volume complessivo della raccolta pubblicitaria effettuata in un determinato periodo; cosicché spesso non risulta possibile estrapolare, sul singolo contratto di acquisto di spazi, il costo del servizio svolto dalla società concessionaria; costo che, in ogni caso, avrebbe un significato puramente astratto, in quanto legato a parametri che prescindono dal singolo acquisto.

Si ritiene, pertanto, di poter chiarire che le somme complessivamente fatturate da società concessionarie della

raccolta pubblicitaria sono interamente ammissibili ai fini del calcolo del credito d'imposta, in quanto costituiscono, per l'operatore economico committente, l'effettiva spesa sostenuta per l'acquisto degli spazi, prevista dall'articolo 3, comma 2, del Regolamento.

Diversamente, devono ritenersi escluse dal calcolo del credito d'imposta le spese sostenute dagli operatori economici che scelgano di avvalersi di servizi di consulenza o intermediazione o di altro genere; in questi casi, si tratterebbe effettivamente di servizi "accessori", il cui costo – normalmente evidenziabile – non può legittimamente concorrere al calcolo del credito d'imposta.

Concessione del bonus in caso di insufficienza delle risorse disponibili

Domanda: *L'assegnazione dei fondi è in ordine cronologico di presentazione della domanda per accedere al contributo?*

Domanda: *Ai fini dell'ottenimento del credito d'imposta rileva l'ordine cronologico di presentazione della domanda oppure è ininfluente in quanto le risorse disponibili verranno ripartite a prescindere dall'ordine di presentazione?*

Risposta: L'ordine cronologico di presentazione delle domande non è rilevante ai fini della concessione dell'agevolazione.

Nell'ipotesi di insufficienza delle risorse disponibili, infatti, si procederà alla ripartizione percentuale tra tutti i soggetti che, nel rispetto dei requisiti e delle condizioni di ammissibilità, hanno presentato nei termini la comunicazione telematica.

Documentazione a sostegno della domanda

Domanda: *l'attestazione del revisore legale dei conti deve essere presentata/allegata in fase di domanda, oppure deve essere a disposizione di eventuali controlli insieme a tutta la documentazione che rendiconta le spese effettuate in*

pubblicità?

Domanda: *relativamente al visto di conformità che deve rilasciare un revisore legale dei conti in merito alle spese sostenute, quando deve essere presentata l'apposita attestazione? Dopo il 21 novembre 2018, data di uscita dell'elenco dei soggetti richiedenti il credito di imposta con l'importo teoricamente fruibile da ciascun soggetto dopo la realizzazione dell'investimento incrementale?*

Domanda: *con la presente per chiederVi se oltre alla Dichiarazione sostitutiva relativa agli investimenti effettuati sarà necessario inviare una rendicontazione delle spese effettuate o altra documentazione integrativa.*

Domanda: *Nei documenti da allegare alla comunicazione bisogna inviare sia le fatture asseverate che i contratti, anch'essi asseverati?*

Risposta: Nessun documento deve essere allegato alla comunicazione telematica né alle dichiarazioni sostitutive contenute nel modello e rese telematicamente. Il richiedente (soggetto beneficiario) è tenuto a conservare, per i controlli successivi, e ad esibire su richiesta dell'Amministrazione tutta la documentazione a sostegno della domanda: fatture (ed eventualmente copia dei contratti pubblicitari), attestazione sull'effettuazione delle spese sostenute, rilasciata dai soggetti legittimati, individuati dall'art. 4, comma 2 del Regolamento.

Nel caso in cui la comunicazione telematica sia trasmessa da un intermediario, questo è tenuto a conservare copia della comunicazione per l'accesso e copia delle dichiarazioni sostitutive previste nel modello, compilate e sottoscritte dal richiedente (soggetto beneficiario) e copia di un documento di identità dello stesso richiedente.

Invio e sottoscrizione della comunicazione / dichiarazione sostitutiva direttamente o tramite intermediario

Domanda: *la sottoscrizione della dichiarazione sostituiva o della comunicazione come deve essere fatta? Con firma dell'interessato autografa ed allegando copia del documento d'identità?*

Risposta: Se la comunicazione telematica (sia la comunicazione per l'accesso che la dichiarazione sostitutiva relativa agli investimenti effettuati) è presentata direttamente dal richiedente l'agevolazione (soggetto beneficiario), la firma si considera apposta con l'inserimento delle proprie credenziali di accesso all'area riservata dell'Agenzia, e non è prevista l'allegazione di alcun documento di identità. Se la comunicazione telematica (sia la comunicazione per l'accesso che la dichiarazione relativa alle spese effettuate) è presentata tramite intermediario, invece, il richiedente l'agevolazione (soggetto beneficiario) compila il modello, lo sottoscrive con firma autografa o con una delle firme elettroniche previste dal Codice dell'Amministrazione Digitale, e lo consegna, con una copia del documento di identità, all'intermediario, che dovrà conservarli. Anche in questo caso non è prevista l'allegazione del documento di identità alla comunicazione telematica. La stessa duplice modalità deve essere seguita, a seconda che la comunicazione telematica sia inviata direttamente o tramite intermediario, anche per la sottoscrizione della "dichiarazione sostitutiva da rendere se il credito di imposta è superiore a € 150.000".

Domanda: *nel caso dovessimo presentare domande per soggetti che ci hanno incaricato nella sezione "impegno alla presentazione telematica" la firma quale soggetto incaricato come deve essere apposta? Anche in questo caso con firma dell'interessato autografa ed allegando copia del documento d'identità?*

Risposta: La sezione "*impegno alla presentazione telematica*" è

predisposta a garanzia del cliente che affida l'incarico per la trasmissione del modello. La procedura da seguire è la seguente:- il soggetto richiedente l'agevolazione (soggetto beneficiario) consegna il modello di comunicazione telematica compilato e da lui sottoscritto, con copia di un documento di identità, all'intermediario, che dovrà conservarli.- l'intermediario restituisce al cliente una copia del modello con la sezione "impegno alla presentazione telematica" compilata e da lui sottoscritta. La sottoscrizione da parte dell'intermediario, ovviamente, può essere effettuata con le modalità previste dalla normativa vigente (autografa o una delle firme elettroniche previste dal CAD). La presentazione della comunicazione telematica è effettuata dall'intermediario esclusivamente attraverso le funzionalità di accesso mediante i servizi resi disponibili nell'area riservata del sito dell'Agenzia delle entrate. La prova della presentazione è data dall'attestazione rilasciata dai servizi telematici. L'intermediario è tenuto a consegnare al richiedente una copia della comunicazione/dichiarazione sostitutiva presentata e dell'attestazione che costituisce prova dell'avvenuta presentazione.

Non è prevista in nessun caso l'allegazione del documento di identità alla comunicazione telematica.

Domanda: *Le istanze possono essere inviate da intermediari abilitati tramite Entratel?*

Risposta: Per l'invio delle comunicazioni telematiche da parte di un intermediario è richiesta una specifica abilitazione a *Entratel,* in presenza dei necessari requisiti, in quanto l'abilitazione a *Fisconline* non consente di operare in qualità di intermediario.

Individuazione dell'esercizio di imputazione delle spese pubblicitarie: applicazione del principio di "*competenza*"

Domanda: *Fa fede la data fattura o quando è stata effettuata la pubblicità?*

Il caso: Avendo effettuato nei mesi di gennaio e febbraio 2018 una campagna pubblicitaria radiofonica, pagando un acconto nel mese di dicembre 2017 e il saldo nel 2018, per la richiesta del bonus pubblicità 2018 devo tener conto anche dell'acconto pagato nel 2017? O l'acconto rientra nel bonus pubblicità dell'anno prima?

Domanda: *chiediamo quale sia il metodo da utilizzare per imputare le spese all'anno di competenza, quindi 2016 – 2017 -2018, in particolare si chiede se si debba prendere a riferimento la data di emissione della fattura oppure la data di pubblicazione della pubblicità oppure altro metodo da voi indicato*

Domanda: *Premesso che la norma precisa che il credito viene riconosciuto sulla base delle spese "effettivamente sostenute", chiediamo se ciò debba intendersi come:*

effettivo pagamento della fattura oppure facendo riferimento al principio di competenza economica.

Più in particolare riportiamo il seguente caso specifico:

fattura datata 2017 per sostenimento spese pubblicità periodo 20/12/2017 – 14/03/2018.

Domanda: *in caso una fattura sia datata anno 2017 ed il pagamento invece è avvenuto nel 2018, viene considerato un investimento del 2017 o del 2018?*

*Altra **domanda**: gli investimenti del 2018 devono essere tutti pagati entro l'anno 2018 oppure anche nell'anno successivo?*

Domanda: *nel caso in cui si facciano nell'anno in corso investimenti pubblicitari (che sono stati completamente fatturati e pagati nel 2018) che riguardano campagne pubblicitarie con un programma di uscite che interessa sia il 2018 che il 2019, l'investimento è attribuibile totalmente all'anno di pagamento (2018)?*

Domanda: *In merito al credito d'imposta sulle spese pubblicitarie, al fine di poter applicare correttamente la norma (articolo 57-bis del decreto legge 24 aprile 2017, n. 50, convertito dalla legge 21 giugno 2017, n. 96, e successive modificazioni), si chiedono chiarimenti in merito al periodo di effettuazione degli investimenti, ovvero nel caso specifico per una fattura datata 23.06.2017 rileva la data della fattura, la data del pagamento o la data in cui le prestazioni vengono ultimate?*

Risposta: L'articolo 4, comma 2, del DPCM 16 maggio 2018, n. 90 (regolamento attuativo dell'agevolazione in esame), **prevede espressamente che le spese si considerano sostenute secondo quanto previsto dall'articolo 109 del Testo unico delle imposte sui redditi di cui al D.P.R. n. 917/1986.**

Per l'individuazione dell'esercizio di sostenimento della spesa pubblicitaria, pertanto, **trova applicazione il principio di competenza** che, per le prestazioni di servizi, è regolato dal comma 2, lettera *b)*, del citato articolo 109, in base al quale "i corrispettivi delle prestazioni di servizi si considerano conseguiti e le spese di acquisizione dei servizi si considerano sostenute, alla data in cui le prestazioni stesse sono ultimate".

Pertanto, i costi relativi a prestazioni di servizio sono, ai sensi del citato articolo, di competenza dell'esercizio in cui le prestazioni medesime sono ultimate, senza che abbia rilievo alcuno il momento in cui viene emessa la relativa fattura o viene effettuato il pagamento.

Modalità di pagamento delle fatture

Domanda: *la modalità "cambio merci", quindi acquisto di pubblicità tramite intermediario con pagamento tramite merci in magazzino, può essere inserita fra le spese ammissibili in domanda?*

Domanda: *nel conteggio dell'investimento pubblicitario possono*

rientrare costi per l'acquisto di spazi pubblicitari, le cui fatture vengono compensati da crediti?

Domanda: *In relazione all'agevolazione in oggetto, si chiede gentilmente se il pagamento delle fatture relative agli investimenti agevolabili possa essere fatto sia tramite bonifico bancario/postale, sia tramite Ricevuta Bancaria.*

Risposta: La norma non specifica le modalità di pagamento delle fatture relative agli investimenti agevolabili e, pertanto, sono consentiti i pagamenti effettuati con qualsiasi mezzo.

Importo da considerare ai fini dell'agevolazione

Domanda: *L'importo da indicare degli investimenti effettuati o da effettuare è l'imponibile?*

Domanda: *L'importo da considerare in fattura è l'imponibile o il totale da pagare?*

Risposta: L'importo da considerare ai fini dell'agevolazione è costituito dall'ammontare delle spese di pubblicità**, al netto dell'IVA se detraibile**.

Domanda: *Gli intermediari finanziari per i quali l'IVA è indetraibile ai fini della comunicazione per la fruizione del credito d'imposta per gli investimenti pubblicitari incrementali indicano l'ammontare delle spese per l'acquisto di pubblicità al lordo dell'IVA indetraibile?*

Domanda: C*on riferimento al credito di imposta sulla pubblicità, sono a chiedervi se, per gli Enti Non Commerciali che non svolgono attività commerciale, l'importo agevolabile deve intendersi al lordo dell'IVA. Per queste fattispecie, infatti, l'IVA rappresenta un costo e non è detraibile.*

Risposta: **Nel caso di Iva indetraibile**, l'importo da considerare ai fini dell'agevolazione è costituito dall'ammontare complessivo della spesa pubblicitaria

(imponibile + Iva). Infatti la norma espressamente esclude dalle spese agevolabili le spese accessorie, i costi di intermediazione e ogni altra spesa diversa dall'acquisto dello spazio pubblicitario anche se ad esso funzionale o connessa.

Trattamento fiscale del *bonus*

Domanda: *Il contributo/credito di imposta relativo agli investimenti pubblicitari incrementali di cui al Dl 50/2017 è rilevante ai fini Irap, Ires ed Irpef?*

Domanda: Nel Regolamento pubblicato in Gazzetta lo scorso 24 Luglio recante le disposizioni attuative relative all'art. 57-*bis* comma 1 del DL 50/2017 non mi pare sia stato chiarito se il contributo riconosciuto sotto forma di credito d'imposta compensabile sia imponibile o meno ai fini delle imposte su redditi e dell'IRAP

Domanda: *In merito al trattamento fiscale da riservare al credito d'imposta in oggetto, ci si domanda se il bonus in parola concorra o meno alla formazione della base imponibile ai fini delle imposte sui redditi, comprese le relative addizionali regionale e comunali, nonché alla determinazione del valore della produzione netta ai fini dell'IRAP.*

Domanda: *con la presente volevo un chiarimento riguardo la tassabilità o meno ai fini Ires ed Irap del credito di imposta previsto dall'art. 57 bis del Dl 24/4/2017 n. 50. Il sottoscritto ha interpretato detta questione a favore della tassabilità, in quanto la norma non la esclude espressamente*

Risposta: Considerato che la norma istitutiva dell'agevolazione (articolo 57-*bis* del decreto legge 24 aprile 2017, n. 50) non dispone espressamente la non rilevanza del credito d'imposta ai fini delle imposte sui redditi e dell'Irap, **il credito concorre alla formazione della base imponibile ai fini delle suddette imposte**.

Alternatività e non cumulabilità del *bonus*

Domanda: *Leggo che la fruizione del credito è alternativo e non cumulabile con altre agevolazioni fiscali nazionali, regionali, comunali e comunitarie. Questo significa che se una impresa ha già utilizzato e sta utilizzando il credito di imposta RS, non può accedere a quello sulla pubblicità?*

Domanda: *Siamo un gruppo societario che vorrebbe presentare comunicazione per il credito d'imposta per gli investimenti in pubblicità.*

Una delle società appartenenti al Gruppo ha inviato istanza per agevolazione patent box marchio d'impresa, ma allo stato non ha ancora usufruito del credito d'imposta, prima occorre avviare una procedura di *ruling* con l'agenzia delle entrate per la determinazione del reddito imponibile agevolabile. Dobbiamo rinunciarVi preventivamente, vale a dire prima di inviare la comunicazione per il credito d'imposta in pubblicità, oppure possiamo farlo nel momento in cui si aprirà la procedura di *ruling* con l'agenzia delle entrate? Riteniamo infatti che i due crediti d'imposta (quello in pubblicità e quello per il *patent box*) non siano cumulabili, corretto?

Risposta: **la fruizione dell'agevolazione in esame è alternativa e non cumulabile con altre agevolazioni** (comprese, quindi, a titolo esemplificativo, "*patent box*", credito di imposta RS, ecc.), laddove insista sui medesimi costi ammissibili.

Quesito USPI sugli investimenti pubblicitari sulle testate digitali

È pervenuto dall'USPI (Unione Stampa Periodica Italiana) un quesito in merito alla corretta interpretazione della disposizione del Regolamento (articolo 3, comma 1) che disciplina gli investimenti ammissibili, nella parte in cui richiama – per la stampa online – l'articolo 7, commi 1 e 4, del decreto legislativo 15 maggio 2017, n. 70. In particolare, nel quesito si evidenzia che il richiamo ai requisiti di

carattere tecnico e commerciale – imposti dall'articolo 7 alle imprese editrici di testate digitali che chiedano l'ammissione al contributo pubblico diretto – ove applicato letteralmente, è suscettibile di introdurre condizioni che appaiono estranee alla logica del meccanismo di incentivazione fiscale degli investimenti pubblicitari, e che peraltro non trovano riscontro nella norma primaria che disciplina la misura ed abilita il Regolamento

Risposta: L'articolo 3, comma 1, del Regolamento, nel disciplinare le condizioni di ammissibilità "*oggettive*" per accedere al beneficio, stabilisce che gli investimenti incrementali ammissibili devono essere effettuati, tra l'altro, su giornali quotidiani e periodici, "*…pubblicati in edizione cartacea ovvero editi in formato digitale con le caratteristiche indicate all'articolo 7, commi 1 e 4, del decreto legislativo 15 maggio 2017, n. 70…*".

Quest'ultima disposizione fa parte del complesso normativo che disciplina tutto ciò che riguarda l'ammissione delle imprese editrici alla percezione del contributo pubblico diretto, ed in particolare stabilisce i requisiti richiesti alle testate digitali per poter usufruire del predetto contributo.

I requisiti richiamati attengono, per un verso, alla tecnologia dell'edizione digitale ed alla sua fruibilità e multimedialità; e, per l'altro, alla circostanza che i contenuti dell'edizione digitale siano fruibili, in tutto o in parte, a titolo oneroso.

Tali condizioni rispondono alla logica cui è ispirata, particolarmente nei più recenti interventi di riforma, la normativa sul sostegno pubblico diretto alle imprese editoriali, che dà particolare rilievo – ai fini della concessione del contributo diretto – all'innovazione, alla multimedialità, ed alla circostanza che i prodotti editoriali (sia cartacei che digitali) trovino effettivo riscontro di vendita sul mercato; tutto questo, peraltro, in una logica più

generale di selezione stringente delle imprese editoriali alle quali concedere il contributo diretto, del tutto estranea – anzi, opposta – alla logica incentivante degli investimenti pubblicitari.

La circostanza che la testata *online* sulla quale si acquistano gli spazi pubblicitari abbia o meno determinate caratteristiche tecnologiche, ed il fatto che abbia, in tutto o in parte, contenuti che possono essere usufruiti a pagamento, costituiscono dunque criteri essenziale (veri e propri requisiti) di selezione per usufruire del contributo pubblico editoriale; gli stessi elementi non hanno invece alcun rilievo intrinseco ai fini della legittimazione o della capacità delle testate online di offrire spazi pubblicitari agli operatori economici.

D'altro canto, nella norma primaria che ha istituito il "*bonus*" (l'articolo 57-bis del decreto- legge 24 aprile 2017, n. 50) non è rinvenibile alcun elemento – né logico, né tanto meno testuale – che possa dare fondamento all'introduzione, nella disciplina degli investimenti pubblicitari, delle specifiche condizioni che regolano, per le testate digitali, la diversa questione della loro ammissione al contributo diretto editoriale.

L'applicazione letterale dell'articolo 3, comma 1, del Regolamento condurrebbe pertanto, sotto tale profilo, ad introdurre elementi di selettività non giustificabili e limitativi della libera scelta, da parte degli operatori economici, delle testate digitali sulle quali acquistare gli spazi pubblicitari.

Si ritiene, conclusivamente, che il richiamo all'articolo 7 del decreto legislativo 15 maggio 2017, n. 70, contenuto nell'articolo 3 del Regolamento, non possa che essere inteso in un senso più generale di richiamo alla nozione positiva di editoria *online*, ma non di richiamo all'applicazione – ai fini del "*bonus*" fiscale – di requisiti e condizioni che rispondono

a logiche e criteri del tutto differenti.

Documentazione

Commenti

Bonus pubblicità. Tutto pronto per accedere al credito di imposta per gli investimenti incrementali
di Enrico Molteni

Legislazione

Le regole attuative del *bonus* pubblicità

Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri del 16 maggio 2018, n. 90: «*Regolamento recante le modalità ed i criteri per la concessione d'incentivi fiscali agli investimenti pubblicitari incrementali su quotidiani, periodici e sulle emittenti televisive e radiofoniche locali, in attuazione dell'articolo 57-bis, comma 1 del decreto-legge 24 aprile 2017, n. 50, convertito, con modificazioni, dalla legge 21 giugno 2017, n. 96*»

Investimenti pubblicitari incrementali. Il modello e le istruzioni per la fruizione del credito di imposta

Provvedimento del Capo del Dipartimento per l'Informazione e l'Editoria – Presidenza del Consiglio dei Ministri del 31 luglio 2018: «*Approvazione del modello di comunicazione e delle modalità per la fruizione del credito d'imposta per gli investimenti pubblicitari incrementali su quotidiani, periodici e sulle emittenti televisive e radiofoniche locali, istituito dall'articolo 57-bis del decreto-legge 24 aprile 2017, n. 50, convertito, con modificazioni, dalla legge 21 giugno 2017, n. 96, come modificato dall'articolo 4, comma 1, del decreto-legge 16 ottobre 2017, n. 148, convertito, con modificazioni, dalla legge 4 dicembre 2017, n. 172*»

Manovra gialloverde: le disposizioni fiscali

Il Consiglio dei Ministri del 15 ottobre 2018, sotto la presidenza del Presidente Giuseppe Conte ha approvato disegno di legge di bilancio 2019 e il decreto legge di accompagnamento.

Incroci tra volume d’affari e spesometro. In arrivo le comunicazioni delle anomalie riscontrate

Con provvedimento del Direttore dell’Agenzia delle entrate dell’8 ottobre 2018, prot. n. 237975/2018, approvate le modalità con le quali sono messe a disposizione del contribuente e della Guardia di Finanza, anche mediante l’utilizzo di strumenti informatici (Pec, cassetto fiscale), le informazioni derivanti dal confronto con i dati comunicati, dal contribuente e dai suoi clienti soggetti passivi IVA, all’Agenzia delle Entrate ai sensi dell’articolo 21 del decreto legge 31 maggio 2010, n. 78, nella versione vigente fino al 23 ottobre 2016, da cui risulterebbe che lo stesso abbia omesso, in tutto o in parte, di dichiarare il volume d’affari conseguito.

SOMMARIO – Finanza & Fisco n. 20 del 2018

In questo numero:

Detrazione dell’IVA in assenza di operazioni attive di Marco Peirolo
L’importante differenza tra motivazione e prova negli atti impositivi: aspetti di riflessione e valutazioni sistematiche di Alvise Bullo e Elena De Campo

Giurisprudenza

Corte Suprema di Cassazione:

Sezioni Unite Civili

Società tra avvocati – Società multi-professionale

Sancita la legittimità “sopravvenuta” di una società tra avvocati con partecipazione di soci non iscritti all’albo forense. Applicabile d’ufficio lo “ius superveniens” del nuovo art. 4-bis della legge professionale – Corte Suprema di Cassazione – Sezioni Unite Civili – Sentenza n. 19282 del 19 luglio 2018

Sezioni tributarie

Avviso di accertamento – Motivazione “per relationem”

Rettifica del valore dichiarato ai fini ICI ed IMU sulla base del valore di cessione di un terreno limitrofo. Per la motivazione non basta il generico riferimento ad un atto di un soggetto terzo – Corte Suprema di Cassazione – Sezione VI Civile – T – Ordinanza n. 13814 del 31 maggio 2018

Cooperative – Rapporto percentuale tra il costo del lavoro e ammontare complessivo di tutti i costi

Accertamento a società cooperative: nel rapporto percentuale per l'esenzione compresi anche i costi indeducibili – Corte Suprema di Cassazione – Sezione V Civile – Ordinanza n. 19589 del 24 luglio 2018:

Sezione III Penale

Reati per l'omesso versamento di imposte – Cause di esclusione del dolo e della colpa

Nei reati da omesso versamento l'impossibilità integra la causa di forza maggiore. Fondato il vizio motivazionale della sentenza che non valuta adeguatamente il fallimento dei maggiori clienti – Corte Suprema di Cassazione – Sezione III Penale – Sentenza n. 37089 del 1° agosto 2018

I criteri per l'individuazione del dies a quo da cui far decorrere il termine di decadenza per la presentazione delle istanze di rimborso dei versamenti diretti

La decorrenza del termine di decadenza di quarantotto mesi per la presentazione delle istanze di rimborso dei versamenti

diretti di cui all’articolo 38 del D.P.R. 602/73, qualora sia incerta la spettanza di un’agevolazione, l’applicabilità di un’aliquota o la qualificazione di un soggetto, deve essere individuata secondo la regola dall’esistenza o meno dell’obbligo di versamento nel momento in cui lo stesso è effettuato. Così, l’Agenzia delle entrate nella prima risposta (la n. 1 del 4 ottobre 2018), ad istanza di consulenza giuridica, resa pubblica in ottemperanza del provvedimento del direttore dell’Agenzia delle Entrate 7 agosto 2018, prot. n. 185630/2018, sulla trasparenza e pubblicità dell’interpretazione del Fisco sulle varie questioni poste dai contribuenti.

Aggiornata la guida Ae alla fatturazione elettronica

Aggiornato il vademecum dell’Agenzia delle entrate che fornisce un quadro a 360 gradi sulla nuova modalità di fatturazione: chi ricade nell’obbligo e chi è esonerato, quali sono i vantaggi, come funziona il Sistema di interscambio, il “postino” che si occupa di far viaggiare le e-fatture. Un apposito capitolo illustra tutti i servizi messi a punto dall’Agenzia per gli operatori: la procedura web, il software scaricabile su pc e l’app Fatturae, scaricabile dagli store Android o Apple, per emettere, inviare e conservare i documenti fiscali.

Fatture e corrispettivi – Aggiornate le specifiche tecniche (3 ottobre 2018)

Si tratta dell'aggiornamento del documento delle specifiche tecniche e della rappresentazione tabellare della fattura semplificata, in italiano e in inglese, per introdurre un nuovo controllo per le fatture semplificate al fine di verificare che l'importo totale non ecceda, per questa tipologia di fatture, il limite previsto dall'art. 21 bis del DPR 633/72 (100 euro). Il relativo codice di errore è 00460 (pag. 141)

La fatturazione elettronica è un processo simmetrico che riguarda cliente e fornitore

"E opportuno evidenziare che quello della fatturazione elettronica è un processo "simmetrico" che vincola non solo il soggetto emittente ma anche quello ricevente a gestire come elettronica la fattura. Per tale ragione, qualora si prevedesse di intervenire normativamente per limitare l'obbligo a specifiche categorie di operatori, si introdurrebbero elementi di notevole complessità per gli operatori stessi (e per i loro intermediari) nella gestione quotidiana delle fatture e, quindi, nei processi amministrativi e contabili ad esse strettamente correlati, con la necessità di individuare – di volta in volta – se il soggetto emittente ovvero quello ricevente rientri nelle

categorie per le quali decorre l'obbligo nonché trattare alcune fatture come elettroniche altre come analogiche.".

È quanto afferma il neo Direttore dell'Agenzia delle entrate, Antonino Maggiore nell'audizione del 3 ottobre 2018, presso la Camera dei deputati – VI Commissione finanze, riguardo l'obbligo generalizzato della E-fattura.

SERVIZI DI CONSULENZA E DI ASSISTENZA ALLA RICERCA DOCUMENTALE: CHIUSI VENERDÌ PROSSIMO 2 NOVEMBRE

E-fattura: diffusa la guida e video-tutorial



In vista della **partenza del 1° gennaio 2019**, quando l'uso della fatturazione elettronica **diventerà obbligatorio per gli operatori residenti o stabiliti in Italia** (tranne poche eccezioni), l'Agenzia delle Entrate fornisce un *kit* di strumenti informativi per aiutare i contribuenti a prendere confidenza con la nuova procedura e a conoscere tutti i servizi offerti gratuitamente. All'interno della sezione tematica dedicata del

sito *internet* delle Entrate il contribuente troverà anche la nuova guida, che spiega come predisporre, inviare e conservare le proprie fatture e il *link* diretto a due video-tutorial, disponibili sul canale Youtube dell'Agenzia, sulle novità della fatturazione elettronica e sul QR-Code.

In particolare il secondo video spiega i vantaggi del codice a barre bidimensionale da mostrare al fornitore tramite smartphone, tablet o su carta per consentirgli di acquisire in automatico e senza il rischio di errori i dati anagrafici necessari per predisporre la fattura.

In una guida quel che c'è da sapere

Pensato con un taglio pratico "pronto all'uso", *il vademecum* pubblicato spiega cosa cambia dalla carta al formato elettronico e fornisce un quadro a 360 gradi sulla nuova modalità di fatturazione: chi ricade nell'obbligo e chi è esonerato, quali sono i vantaggi, come funziona il Sistema di interscambio, il "postino" che si occupa di far viaggiare le e-fatture. Un apposito capitolo illustra tutti i servizi messi a punto dall'Agenzia per gli operatori: la procedura web, il *software* scaricabile su pc e l'app Fattur*ae,* scaricabile dagli store Android o Apple, per emettere, inviare e conservare i documenti fiscali.

Due video-tutorial sulla *e-fattura*

Tutte le informazioni sulla novità in arrivo sono illustrate in un semplice video-tutorial, ora disponibile sul canale istituzionale YouTube dell'Agenzia delle Entrate. Per sapere, invece, cos'è il QR-Code e come utilizzarlo per emettere e ricevere in modo ancora più semplice le e-fatture, basta guardare il secondo video-tutorial, che spiega come ottenere il proprio codice a barre digitale tramite il Cassetto fiscale o il portale "Fatture e corrispettivi". Entrambi i video sono stati realizzati internamente a costo zero.

Fatturazione elettronica per tutti dal 1° gennaio 2019

Secondo quanto prevede la Legge di Bilancio 2018, dal 1° gennaio 2019 gli operatori Iva, soggetti residenti o stabiliti in Italia, dovranno emettere e ricevere le proprie fatture per cessioni di beni e prestazioni di servizi esclusivamente in modalità elettronica, sia con riferimento agli altri operatori Iva (operazioni B2B, cioè *Business to Business*), sia con riferimento ai consumatori finali (operazioni B2C, cioè *Business to Consumer*). Sono esonerati dall'emissione della fattura elettronica solo gli operatori che rientrano nel "*regime di vantaggio*" (art. 27, commi 1 e 2, D.L. 98/2011) e quelli che rientrano nel "*regime forfettario*" (art. 1, commi da 54 a 89, L. 190/2014). Esclusi anche i "piccoli produttori agricoli", esonerati dall'emissione di fatture già prima dell'introduzione dell'obbligo di fatturazione elettronica. *(Così, comunicato stampa Agenzie delle entrate del 27 settembre 2018)*

I link:

L'Area tematica sul sito dell'Agenzia

La fattura elettronica (video)

Il QR Code (video)

La fattura elettronica e i servizi gratuiti dell'Agenzia delle Entrate (guida)

Credito d'imposta per la quotazione delle PMI. Domande

dal 1° ottobre

Dal 1° ottobre le piccole e medie imprese (PMI) potranno presentare la domanda per la concessione del credito d’imposta per costi di consulenza finalizzati all’ammissione alla loro quotazione in un mercato regolamentato, o in sistemi multilaterali di negoziazione di uno Stato membro dell’Unione europea o dello Spazio economico europeo.

SOMMARIO – Finanza & Fisco n. 19 del 2018

In questo numero:

Il “correttivo” del codice del terzo settore

Articolo per articolo tutte le modifiche al Codice

Il testo del Decreto Legislativo 3 agosto 2018, n. 105, recante: «Disposizioni integrative e correttive al decreto legislativo 3 luglio 2017, n. 117, recante: “Codice del Terzo settore, a norma dell’articolo 1, comma 2, lettera b), della legge 6 giugno 2016, n. 106.”»

Il “vecchio” Codice della

privacy adeguato al regolamento (UE) 2016/679

Il Garante pubblica sul proprio sito web istituzionale il testo aggiornato del Codice della privacy. L’operazione di coordinamento effettuata dal Garante è estremamente utile, considerato che legislatore delegato, ha deciso di novellare direttamente il codice della privacy, nonostante il regolamento Ue abbia cambiato completamente la prospettiva dell’approccio alla tutela della privacy rispetto al vecchio Codice.

Commercialisti: l’89% esercita la professione in uno studio organizzato. Contabilità e bilancio l’area di specializzazione più gettonata



I dati emersi dall’Indagine statistica 2018 sui Dottori

Commercialisti ed Esperti Contabili realizzata dalla Fondazione Nazionale dei Commercialisti

In merito al titolo di studio posseduto, la maggior parte degli iscritti si divide tra laurea magistrale (vecchio ordinamento) con il 38,7% e laurea quadriennale o specialistica con il 31,8%

Una professione esercitata per l ’89% in uno studio organizzato, per il 61,3% individuale, con bilancio e contabilità (89%) quale area di specializzazione prediletta.

Sono alcuni dei dati emersi dall’Indagine statistica 2018 sui Dottori Commercialisti ed Esperti Contabili realizzata dalla Fondazione Nazionale dei Commercialisti, presentati oggi a Milano.

Lo studio segue, pur innovandone profondamente il modello teorico di analisi, l’indagine statistica condotta nel 2012 dell’Istituto di Ricerca dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili e, seppure con quadri analitici differenti, quelle ancora precedenti del 2003 e del 2000 della Fondazione Aristeia.

Al momento dell’elaborazione dei dati contenuti in questa anteprima (13.9.2018), i questionari raccolti on line (attraverso il metodo CAWI) sono 7.318, con un tasso di completamento delle risposte pari al 69%. Si tratta del campione più “robusto” se confrontato con le altre indagini.

I dati qui presentati costituiscono un’anteprima dei risultati dell’indagine statistica (ISDCEC 2018) avviata dalla FNC nel mese di luglio con l’obiettivo di analizzare l’evoluzione della professione a sei anni di distanza dalla precedente indagine strutturale. In questa anteprima, sono rappresentati i dati relativi all’esercizio della professione e alla tipologia di studio, alle specializzazioni professionali, alla dimensione degli studi in termini di addetti e di fatturato e al posizionamento dello studio rispetto alle attività basilari

rappresentate dall'assistenza e dalla consulenza contabile e fiscale alla clientela stabile. Quest'ultimo aspetto costituisce di fatto una novità nel modello di analisi dell'organizzazione della professione di Commercialista introdotta dalla FNC per la prima volta in occasione del Sondaggio 2017 sui costi degli adempimenti fiscali.

Nelle prossime settimane, la FNC procederà ad ulteriori elaborazioni e analisi dei dati fornendo, in particolare, dettagli relativi alle macroaree territoriali, alle differenze di genere e a quelle di età. Ulteriori approfondimenti statistici saranno condotti successivamente soprattutto per l'analisi di correlazioni esistenti tra le economie di scala e le economie di specializzazione.

In merito al titolo di studio posseduto, dall'indagine emerge come la maggior parte degli iscritti si divide tra laurea magistrale (vecchio ordinamento) con il 38,7% e laurea quadriennale o specialistica con il 31,8%. Insieme essi raggiungono il 70,5%. Segue con il 20,4% il diploma di scuola media superiore e con il 5,2% la laurea triennale. Infine, il 3% ha un master universitario e l'1% un dottorato di ricerca.

Sul fronte dell'esercizio della professione se l'89% dei rispondenti all'Indagine ha dichiarato di esercitare la in uno studio organizzato il restante campione si divide tra chi lavora in forma non organizzata (8,8%), ad esempio mediante l'uso promiscuo della propria abitazione e chi dichiara di non esercitare la professione o perché iscritto nell'elenco speciale o perché inattivo.

L'area professionale più gettonata dove si è maturata una specifica esperienza, è come prevedibile, è Contabilità e bilancio con l'89% di preferenze, seguita da Consulenza e pianificazione fiscale, anche se a debita distanza, con il 55,2%. Molto vicina a quest'ultima si trova l'area Revisione legale e controllo di legalità con il 54%. Un po' più distanti troviamo Valutazioni d'azienda con il 41,1%, Contenzioso

tributario con il 38,5% e, sorpresa molto interessante, Consulenza e finanza aziendale con il 38,1%. Ancora più distanti, quasi a prefigurare aree professionali di nicchia, troviamo Crisi d'impresa con il 18%, Enti del terzo settore con il 15,7%, Enti locali con il 14,3%, Economia e fiscalità del lavoro con il 13,4%, Funzioni giudiziarie con il 13,2% e, infine, Corporate governance ovvero Amministrazione di imprese con il 9,4%. (*Così, comunicato FNC del 24 settembre 2018)*

Il documento completo è disponibile online sul sito della Fondazione Nazionale dei Commercialisti (www.fondazionenazionalecommercialisti.it)

Costituzione del Gruppo IVA: pronto il modello da usare per l'esercizio dell'opzione per la costituzione

Approvato il modello AGI/1, di dichiarazione, con le relative istruzioni, per la costituzione del Gruppo IVA, da utilizzare per presentare le dichiarazioni previste dal titolo V-bis del D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633.

Opzione per la cassa “virtuale”. Il vincolo triennale vale solo per chi sceglie di rimanere nel regime semplificato

Il vincolo triennale di permanenza, per la determinazione del reddito secondo il criterio di cassa “virtuale”, vale solo per i contribuenti che scelgono di rimanere nel regime semplificato e non per chi essendo in possesso dei requisiti, sceglie di accedere al regime forfettario.

SOMMARIO – Finanza & Fisco n. 18 del 2018

In questo numero:

Bonus pubblicità. Tutto pronto per accedere al credito di imposta per gli investimenti incrementali
di Enrico Molteni

C.d. “scissione” dell’imponibile IRAP. Il pensiero agenziale e consolidato orientamento della giurisprudenza di legittimità a confronto
di Dario Festa

Giurisprudenza – Corte Suprema di Cassazione – Sezioni tributarie

Applicazione della c.d. “scissione” della base imponibile IRAP

Commercialista con autonoma organizzazione: i compensi netti provenienti dall’attività di sindaco e revisore di società, da lezioni e diritti d’autore e da consulenze tecniche d’ufficio non sono soggetti ad IRAP
Corte Suprema di Cassazione – Sezione VI Civile – T – Ordinanza n. 12052 del 17 maggio 2018

Prassi

Associazioni e società sportive dilettantistiche senza fini di lucro – Disciplina fiscale

Sport dilettantistico. Il quesitario sulle agevolazioni fiscali

Circolare dell’Agenzia delle Entrate n. 18 E del 1° agosto 2018: «IMPOSTE SUI REDDITI – IVA (Imposta sul valore aggiunto) – IMPOSTA DI BOLLO – Associazioni e società sportive dilettantistiche senza fini di lucro – Qualificazione tributaria – Applicazione del regime fiscale recato dalla legge 16 dicembre 1991, n. 398 – Applicazione del regime agevolativo di cui all’articolo 148, comma 3, del TUIR – Effetti della riforma del terzo settore (CTS) sull’applicabilità del regime fiscale di cui alla legge n. 398 del 1991 e dell’agevolazione di cui all’art. 148, comma 3, del TUIR.

Comunicazione dei dati relativi alla liquidazione

periodica Iva del secondo trimestre 2018. Entro il prossimo lunedì 17 settembre 2018



Ufficio Stampa

COMUNICATO STAMPA

Termini per la trasmissione della comunicazione dei dati relativi alla liquidazione periodica Iva del secondo trimestre 2018 e della comunicazione dei dati delle fatture emesse e ricevute

L'Agenzia delle Entrate ricorda che il prossimo lunedì 17 settembre 2018 scade il termine previsto per la trasmissione della comunicazione dei dati delle liquidazioni periodiche dell'Iva relativa al secondo trimestre del 2018.

L'Agenzia delle Entrate ricorda che il **prossimo lunedì 17 settembre 2018** scade il termine previsto per la trasmissione della **comunicazione dei dati delle liquidazioni periodiche dell'Iva relativa al secondo trimestre del 2018**.

Per tale adempimento, infatti, **non** opera la proroga al 30 settembre 2018 (termine differito a lunedì 1° ottobre) prevista per la comunicazione dei dati delle fatture emesse e ricevute. La proroga, disposta dall'art. 1, comma 932, della legge n. 205 del 2017, (Legge di bilancio per il 2018), riguarda, infatti, solo il termine previsto per la comunicazione dei dati delle fatture emesse e ricevute (*i.e. spesometro*). In particolare, al fine di evitare sovrapposizioni tra gli adempimenti, è stato separato il termine per la comunicazione dei dati delle fatture emesse e ricevute da quello previsto per la comunicazione dei dati relativi alla liquidazione periodica Iva del secondo trimestre 2018, altrimenti coincidenti, come peraltro risulta dai lavori parlamentari preparatori della legge di bilancio 2018. *(Comunicato stampa Agenzia delle entrate del 14*

settembre 2018)

Ultimata una nuova elaborazione dei contributi dovuti dagli iscritti alla Gestione Artigiani e Commercianti per il 2018



Con il messaggio dell'11 settembre 2018, n. 3327, l'Inps comunica che è stata ultimata una **nuova elaborazione dei contributi** dovuti dagli iscritti alla **Gestione Artigiani e Commercianti** per il 2018.

Per il versamento dei contributi sono stati predisposti i modelli "F24", disponibili in versione precompilata nel "*Cassetto previdenziale artigiani e commercianti*", secondo le disposizioni della circolare INPS – Direzione Centrale Entrate e Recupero Crediti n. 27 del 12 febbraio 2018.

È previsto l'invio di email di *alert* ai titolari di posizione assicurativa, ovvero ai loro intermediari delegati, per i quali l'Istituto è in possesso di recapito di posta elettronica.

Link al messaggio INPS n. 3327 dell'11 settembre 2018, con

oggetto: INPS – CONTRIBUTI PREVIDENZIALI – Contributi I.V.S. – Artigiani ed esercenti attività commerciali – Imposizione contributiva, emissione in corso anno d'imposta 2018 – Elaborazione di settembre 2018

Artigiani ed esercenti attività commerciali
Aliquote contributive in vigore dal 1° gennaio 2018

Iscritti alla gestione artigiani e alla gestione degli esercenti attività commerciali: la misura delle aliquote contributive in vigore per l'anno 2018

Circolare INPS – Direzione Centrale Entrate e Recupero Crediti – n. 27 del 12 febbraio 2018:«*INPS – CONTRIBUTI PREVIDENZIALI – Contributi I.V.S. – Artigiani ed esercenti attività commerciali – Contribuzione per l'anno 2018 -Contribuzione IVS sul minimale di reddito – Contribuzione IVS sul reddito eccedente il minimale – Massimale di reddito annuo imponibile – Contribuzione a saldo – Imprese con collaboratori – Affittacamere e produttori di assicurazione di terzo e quarto gruppo – Regime contributivo agevolato opzionale per i contribuenti soggetti al regime forfetario – Termini e modalità di versamento – Art. 24, comma 22, del D.L. 06/12/2011, n. 201, conv., con mod., dalla L. 22/12/2011, n. 214*»

Rimborsi IVA: richiesta dell'IVA pagata in Stati diversi entro il 30 settembre

2018

Il 30 settembre 2018 è l’ultimo giorno per la presentazione delle istanze di rimborso IVA (articoli 38-bis1, 38-bis2, 38-ter del D.P.R. 633/1972).

SOMMARIO – Finanza & Fisco n. 17 del 2018

In questo numero:

– il testo e l’analisi normativa delle disposizioni in materia di Lavoro, Fisco e Società del Decreto “Dignità” convertito in legge;

– la definizione dei criteri e delle modalità per la sospensione dell’esecuzione delle deleghe di pagamento modello F24;

– la rilevanza fiscale delle liberalità indirette nelle imposte sui redditi.

Codice della privacy: le disposizione di adeguamento

al Regolamento (UE)



Pubblicato nella *Gazzetta ufficiale* n. 205 del 4 settembre 2018, l'atteso Decreto Legislativo (del 10 agosto 2018, n. 101) che in attuazione dell'art. 13 della legge di delegazione europea 2016-2017 (legge 25 ottobre 2017, n. 163), introduce disposizioni per l'adeguamento della normativa nazionale alle disposizioni del Regolamento europeo relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati.

Come evidenziato dal comunicato del Governo dell'8 Agosto 2018, dopo l'esame di una commissione appositamente costituita, il legislatore delegato, al fine di semplificare l'applicazione della norma, ha deciso **novellare direttamente il codice della *privacy*** esistente, nonostante il regolamento Ue abbia di fatto cambiato la prospettiva dell'approccio alla tutela della privacy rispetto al codice introducendo il principio di dell'accountability.

Si è scelto di garantire, spiega il Governo, la continuità facendo salvi per un periodo transitorio i provvedimenti del Garante e le autorizzazioni, che saranno oggetto di successivo riesame, nonché i Codici deontologici vigenti. Essi restano fermi nell'attuale configurazione nelle materie di competenza degli Stati membri, mentre possono essere riassunti e modificati su iniziativa delle categorie interessate quali codici di settore.

Nel decreto Legislativo previsto, in considerazione delle esigenze di **semplificazione delle micro, piccole e medie imprese**, come definite dalla raccomandazione 2003/361/CE, che il Garante per la protezione dei dati personali, nel rispetto

delle disposizioni del Regolamento e del novellato codice della *privacy*, dovrà promuovere, nelle linee guida adottate, **modalità semplificate** di adempimento degli obblighi del titolare del trattamento.

Il provvedimento composto di 27 articoli, raggruppati in sei Capi, che abrogano o modificano in maniera rilevante gran parte degli articoli del codice della *privacy* di cui al decreto legislativo n. 196 del 2003 entrerà in vigore, trascorso l'ordinario periodo di *vacatio legis* di quindici giorni dalla pubblicazione nella *Gazzetta Ufficiale*, **il 19 settembre 2018**.

***Link* al testo del Decreto Legislativo 10 agosto 2018, n. 101**, recante: «*Disposizioni per l'adeguamento della normativa nazionale alle disposizioni del regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 aprile 2016, relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati e che abroga la direttiva 95/46/CE (regolamento generale sulla protezione dei dati)*», pubblicato nella *Gazzetta ufficiale* n. 205 del 4 settembre 2018

Tax free shopping. Dal 1° settembre obbligo di fatturazione elettronica



In base a quanto previsto dall'art. 4-*bis* del D. L. 22 ottobre 2016, n. 193, come modificato dall'art. 1, comma 1088, L. 27 dicembre 2017, n. 205, **dal 1° settembre 2018** entra in vigore l'obbligo di emissione della fattura elettronica per le vendite *tax* free ai viaggiatori residenti o domiciliati in Paesi *extra* UE. Chi vuole usufruire del rimborso/sgravio dell'IVA deve pertanto assicurarsi che il punto vendita emetta fattura elettronica.

Tutte le informazioni utili nel sito web dell'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli. Questo il *link*: https://www.adm.gov.it/portale/o.t.e.l.l.o.-2.0

"Manovra Monti": parte la sperimentazione di una procedura di analisi del rischio di evasione per le società con l'utilizzo

dell’Archivio dei rapporti finanziari

In attuazione dell’articolo 11, comma 4, del decreto-legge 6 dicembre 2011, n. 201, Cd. Manovra Monti, con l’ausilio di una procedura informatica, saranno individuate le società di persone e le società di capitali per le quali, pur risultando sui conti correnti movimenti in accredito secondo le informazioni comunicate all’Archivio dei rapporti finanziari, è stata omessa la presentazione della dichiarazione ai fini delle imposte dirette ed ai fini IVA per l’anno 2016 o, nel caso di avvenuta presentazione, non sono stati indicati i dati contabili significativi.

Compensazioni incerte. Criteri di rischio e procedure di sospensione dell’esecuzione dei pagamenti a mezzo F24

L’articolo 1, comma 990, della legge 27 dicembre 2017, n. 205 allo scopo di contrastare il fenomeno delle indebite compensazioni di crediti d’imposta ha introdotto il comma 49-ter nell’articolo 37 del decreto-legge 4 luglio 2006, n. 223. Il citato comma prevede che l’Agenzia delle entrate può sospendere, fino a trenta giorni, l’esecuzione delle deleghe di pagamento di cui agli articoli 17 e seguenti del decreto legislativo 9 luglio 1997, n. 241 (modello F24), contenenti

compensazioni che presentano profili di rischio. Se all'esito del controllo automatizzato il credito risulta correttamente utilizzato, ovvero decorsi trenta giorni dalla data di presentazione della delega di pagamento, la delega è eseguita e le compensazioni e i versamenti in essa contenuti sono considerati effettuati alla data indicata nel file inviato; diversamente la delega di pagamento non è eseguita e i versamenti e le compensazioni si considerano non effettuati. Ora, con provvedimento del Direttore dell'Agenzia delle entrate del 28 agosto 2018, prot. n. 195385/2018, le cui disposizioni hanno effetto a decorrere dal 29 ottobre 2018, sono stati stabiliti i criteri e le modalità per bloccare le deleghe di pagamento. I criteri di selezione dei modelli F24 da sottoporre alla verifica si riferiscono:

a) alla tipologia dei debiti pagati;

b) alla tipologia dei crediti compensati;

c) alla coerenza dei dati indicati nel modello F24;

d) ai dati presenti nell'Anagrafe Tributaria o resi disponibili da altri enti pubblici, afferenti ai soggetti indicati nel modello F24;

e) ad analoghe compensazioni effettuate in precedenza dai soggetti indicati nel modello F24;

f) al pagamento di debiti iscritti a ruolo, di cui all'articolo 31, comma 1, del decreto-legge 31 maggio 2010, n. 78.

Prestazioni occasionali per aziende agricole e settore turismo: novità del c.d. “decreto dignità”

L’articolo 2-bis, decreto-legge 12 luglio 2018, n. 87, c.d. “decreto dignità”, introdotto in sede di conversione dalla legge 9 agosto 2018, n. 96, ha innovato la materia delle prestazioni occasionali.

In Gazzetta il decreto-legge dignità lavoratori e imprese convertito in legge

Sulla Gazzetta ufficiale n. 186 dell’11 agosto 2018 pubblicata la legge 9 agosto 2018, n. 96, recante: «Conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 12 luglio 2018, n. 87, recante disposizioni urgenti per la dignità dei lavoratori e delle imprese». Nella stessa Gazzetta pubblicato anche il decreto-legge n. 87/2018 coordinato con la legge di conversione.

Nuovi termini di versamento rateizzato delle imposte per i titolari di partita IVA



Sono state rimodulate le scadenze 2018 per i versamenti rateizzati delle imposte sui redditi e dell'IRAP dovute dai titolari di partita IVA: qualora optino per il differimento previsto dall'articolo 17, comma 2, del D.P.R. 7 dicembre 2001, n. 435, potranno versare le imposte in quattro rate di pari importo con scadenza, **rispettivamente, il 20 agosto, il 17 settembre, il 16 ottobre e il 16 novembre**. Lo prevede il Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri, su proposta del Ministro dell'Economia e delle Finanze, Giovanni Tria, che è stato firmato dal premier Giuseppe Conte e che è in corso di pubblicazione nella *Gazzetta Ufficiale*. *(Cosi, comunicato stampa del Ministero dell'Economia e delle Finanze n. 129 del 14 agosto 2018)*

Nuovi tentativi di phishing con oggetto “Re: Rimborso Rai –A8005W” L’Agenzia raccomanda di cestinare le false mail senza aprirle

Attenzione alle e-mail inviate in nome dell’Agenzia delle Entrate che, dietro la comunicazione di un rimborso del canone Tv, nascondono un tentativo di truffa a danno dei cittadini.