Tax credit sugli investimenti pubblicitari. In attesa del decreto attuativo, estensione a regime alle testate online registrate e agli enti non commerciali



Novità previste dal maxi-emendamento al Collegato fiscale

L'**articolo 4**, rubricato: (*Incentivi fiscali agli investimenti pubblicitari e in materia di audiovisivo)* **modificato dal maxiemendamento del Senato**, interviene sulla disciplina del credito di imposta per investimenti pubblicitari incrementali sulla stampa quotidiana e periodica e sulle emittenti televisive e radiofoniche locali. Per effetto delle **modifiche, ora all'esame della Camera**, il beneficio è esteso anche agli **enti non commerciali** ed anche a fronte di **investimenti** effettuati sulla **stampa *on line*** "*iscritta*" al Registro Stampa del Tribunale civile di competenza, e/o al ROC. Pertanto, le novità inserite nel ***maxiemendamento*** sono dunque individuabili, oltre che **nell'estensione del beneficio agli enti non commerciali, anche nella "chiara" e a regime** estensione agli

investimenti relativi alla stampa *on line*. Nel dettaglio, con l'inserimento della **lettera *0a)* del comma 1, dell'articolo 4 del D.L. 148/2017**, ampliato il novero dei **beneficiari** del credito d'imposta; oltre alle imprese ed ai lavoratori autonomi, esso viene **esteso** anche agli **enti non commerciali**. **Inoltre** tra gli interventi agevolati sono compresi **anche** gli investimenti pubblicitari incrementali effettuati sulla **stampa *on line***.

Si ricorda che la **lettera *b)*** del comma 1 dell'articolo 4 del D.L. 148/2017 non modificata dal maxiemendamento aggiunge il comma 3-*bis* all'articolo 57-*bis* del decreto-legge n. 50 del 2017, con il quale si prevede che, in via **di prima applicazione**, una quota pari a **20 milioni di euro**, a valere sulla quota di spettanza della Presidenza del Consiglio dei ministri dello stanziamento relativo all'annualità **2018**, **è destinata al riconoscimento del credito d'imposta esclusivamente sugli investimenti pubblicitari incrementali sulla stampa quotidiana e periodica**, che si specifica possa essere anche *online*, effettuati **dal 24 giugno 2017 al 31 dicembre 2017**, purché il loro valore superi almeno dell'1 per cento l'ammontare degli analoghi investimenti pubblicitari effettuati dai medesimi soggetti sugli stessi mezzi di informazione nel corrispondente periodo dell'anno 2016. Si estende così l'ambito temporale di applicazione del credito di imposta, sia pur limitatamente ad uno dei settori per il quale lo stesso è, a regime, previsto. Non sono, infatti, considerati gli investimenti pubblicitari incrementali effettuati su emittenti televisive e radiofoniche locali. Si ricorda, inoltre, che la definizione delle modalità e dei **criteri di attuazione** è demandata ad un **D.P.C.M.**, che doveva essere adottato, su proposta del Ministro dello sviluppo economico, di concerto con il Ministro dell'economia e delle finanze, entro **120 giorni** dalla data di entrata in vigore della legge di conversione del decreto-legge n. 50 del 2017, nel rispetto della normativa UE sugli aiuti di Stato

Link ai testi coordinati dell’art. 4 del Decreto-Legge 16 ottobre 2017, n. 148 e dell’articolo 57-bis del decreto-legge 24 aprile 2017, n. 50, convertito, con modificazioni, dalla legge 21 giugno 2017, n. 96 (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