

Bonus pubblicità, domanda entro il 31

La prenotazione per gli investimenti incrementali 2020

Scade il 31 marzo 2020 il termine di presentazione della domanda telematica prenotativa per la fruizione del credito d'imposta sugli investimenti pubblicitari incrementali da effettuare nel 2020 sulla stampa quotidiana e periodica, anche online, e sulle emittenti televisive e radiofoniche locali, analogiche o digitali.

L'agevolazione è utilizzabile anche per il 2020 dopo che l'articolo 3 bis del Dl 59/2019 ha introdotto un meccanismo a regime di copertura del beneficio ed ha apportato all'articolo 57 bis del Dl 50/2017 alcune modifiche, tra cui l'abrogazione della maggiorazione al 90% della misura dell'agevolazione per le microimprese, le Pmi e le start up innovative, incremento peraltro mai applicato.

I soggetti interessati, quali imprese, lavoratori autonomi ed enti non commerciali, possono beneficiare del credito d'imposta qualora gli investimenti in campagne pubblicitarie da effettuare nel 2020 superino almeno dell'1% l'ammontare degli analoghi investimenti effettuati sugli stessi mezzi di informazione nel 2019.

Il credito d'imposta è pari al 75% del valore incrementale degli investimenti effettuati, nel rispetto della normativa sugli aiuti di Stato. A questo scopo, è opportuno ricordare che l'articolo 1, comma 762 della legge 145/2018 ha disposto che il credito è concesso quale aiuto "de minimis".

La domanda telematica di prenotazione del beneficio (la cosiddetta "comunicazione per l'accesso") riferita agli investimenti del 2020 dovrà essere presentata entro il 31 marzo, utilizzando il modello definito con il provvedimento del 31 luglio 2018 del Dipartimento per l'informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio dei ministri. Il Mise ha comunicato che sarà disponibile un'apposita procedura nella sezione dell'area autenticata "Servizi per" alla voce "comunicare", accessibile con le credenziali Entratel e Fisconline, Spid o Cns.

Sul modello dovrà essere indicato:

Il costo complessivo degli investimenti pubblicitari effettuati, o da effettuare, nel corso dell'anno, sulla stampa e sulle emittenti radio-televisive (di fatto, i costi andranno esposti distintamente per le due tipologie);

La misura percentuale e ammontare complessivo dell'incremento dell'investimento pubblicitario realizzato o da realizzare con il raffronto con il 2019 e la distinta evidenza per ciascuno dei due fondi indicati nell'articolo 4, comma 1.