

Investimenti pubblicitari, dichiarazione entro il 10 febbraio

Per ciascuno degli anni 2021 e 2022 stanziamento di 90 milioni

Paolo Stella Monfredini

Il 10 febbraio è il termine entro il quale è possibile inviare la dichiarazione sostitutiva relativa agli investimenti pubblicitari effettuati nell'anno 2021.

I soggetti che hanno presentato la comunicazione per l'accesso al bonus pubblicità nel corso dell'anno 2021, per confermare la prenotazione devono inoltrare la dichiarazione sostitutiva dal 10 gennaio al 10 febbraio 2022.

La finestra per la presentazione della dichiarazione sostitutiva degli investimenti pubblicitari effettivamente realizzati nel 2021 è stata posticipata (originariamente era prevista dal 1° al 31 gennaio 2022), a causa di interventi di aggiornamento della piattaforma telematica.

Sono confermate le modalità per la presentazione del modello di dichiarazione sostitutiva telematica, che deve essere inviato tramite i servizi telematici dell'agenzia delle Entrate, attraverso l'apposita procedura disponibile nella sezione dell'area riservata «Servizi per» alla voce «Comunicare», accessibile con Sistema pubblico di identità digitale (Spid), Carta nazionale dei servizi (Cns) o Carta d'identità elettronica (Cie).

Il comma 1-quater dell'articolo 57-bis del Dl 50/2017 convertito, con modifiche, dalla legge n. 96/2017 prevede che, per gli anni 2021 e 2022, il credito d'imposta in esame sia corrisposto, nella misura unica del 50% del valore degli investimenti effettuati dalle imprese, lavoratori autonomi ed enti non commerciali.

L'agevolazione è concessa nel limite massimo dello stanziamento annualmente previsto e nei limiti dei regolamenti dell'Unione europea in materia di aiuti «de minimis».

Per ciascuno degli anni 2021 e 2022 è stato previsto uno stanziamento annuo, pari a 90 milioni, che costituisce tetto massimo di spesa. Il beneficio è concesso nel limite di 65 milioni per gli investimenti pubblicitari effettuati sui giornali quotidiani e periodici, anche online, e nel limite di 25 milioni per gli investimenti pubblicitari effettuati sulle emittenti televisive e radiofoniche locali e nazionali, analogiche o digitali, non partecipate dallo Stato.

Nel caso di insufficienza delle risorse disponibili rispetto alle richieste ammesse, il Dipartimento per l'informazione e l'editoria procede alla ripartizione delle stesse tra i beneficiari in misura proporzionale al credito di imposta astrattamente spettante.

Ai fini della concessione del credito d'imposta si applicano, per i profili non derogati dal comma 1-quater dell'articolo 57-bis del Dl 50/2017, le norme recate dal regolamento di cui al Dpcm n. 90/2018.

Le spese di pubblicità si considerano sostenute secondo quanto previsto dall'articolo 109 del Tuir (ovvero quando le prestazioni sono ultimate).

L'effettuazione di tali spese deve risultare da apposita attestazione rilasciata dai soggetti legittimati a rilasciare il visto di conformità dei dati esposti nelle dichiarazioni fiscali, ovvero

dai soggetti che esercitano la revisione legale dei conti in base all'articolo 2409-bis del Codice civile (l'attestazione non deve essere trasmessa con la dichiarazione sostitutiva).

© RIPRODUZIONE RISERVATA