

Bonus pubblicità 2020: ecco le novità contenute nei DL 'Cura Italia' e 'Rilancio'

[cronachefermane.it/2020/05/29/bonus-pubblicita-2020-ecco-le-novita-contenute-nei-dl-cura-italia-e-rilancio/369168/](https://www.cronachefermane.it/2020/05/29/bonus-pubblicita-2020-ecco-le-novita-contenute-nei-dl-cura-italia-e-rilancio/369168/)

May 29,
2020



di **Cav. Rag. Giuseppe Tosoni**

Il bonus pubblicità è stato istituito nel 2018 dal **Decreto Legge 24 aprile 2017, n. 50**, convertito dalla **Legge 21 giugno 2017, n. 96**, e successive modificazioni e riguarda le imprese, i lavoratori autonomi e gli enti non commerciali che effettuano investimenti in campagne pubblicitarie.

In via generale è necessario che l'ammontare complessivo degli investimenti pubblicitari realizzati superi almeno dell'1% l'importo degli analoghi investimenti effettuati sugli stessi mezzi d'informazione nell'anno precedente.

Successivamente l'**art. 3-bis della Legge 8 agosto 2019, n. 81** ha stabilito per tutti i beneficiari che l'importo percentuale del credito d'imposta è pari al 75% del valore incrementale degli investimenti effettuati (**in luogo del previgente 90%**).



Recentemente il D.L. Cura Italia e precisamente, l'art. 98 del DL 18/2020 convertito ha introdotto il nuovo comma 1 -ter all'art 57-bis del DL 50/2017, prevedendo, in sostanza un regime straordinario limitatamente al 2020 per il credito d'imposta pari al 30% per gli investimenti pubblicitari.

Il DL Rilancio sostituisce ora integralmente il citato comma 1-ter, prevedendo che *"Limitatamente all'anno 2020, il credito d'imposta di cui al comma 1 è concesso, ai medesimi soggetti ivi contemplati, nella misura unica del 50% del valore degli investimenti effettuati, e in ogni caso nei limiti dei regolamenti dell'Unione Europea"*.

Il "DL Rilancio" conferma inoltre poi i nuovi termini per la presentazione della comunicazione che possono essere trasmesse dal 1° al 30 settembre 2020.

Chi è interessato a richiedere il **credito d'imposta per l'anno 2020** deve provvedere all'invio di apposita **domanda telematica** a far data dal **1 ottobre 2020 al 31 ottobre 2020** (la spesa comunicata è ovviamente di tipo presuntivo in quanto l'anno 2020 non è di fatto ancora concluso). Gli investimenti pubblicitari devono essere effettuati su giornali ed emittenti editi da imprese titolari di testata giornalistica iscritte al Tribunale o al ROC, e comunque dotate della figura del **Direttore Responsabile**. Vi è da sottolineare che l'investimento pubblicitario nel caso della stampa vale se effettuato sia in ambito locale che nazionale; nel caso di televisione e radio vale invece solo se effettuato in ambito locale. Ribadendo quanto già evidenziato in precedenza, un ulteriore e forse anche più importante vantaggio per le aziende è quello di utilizzare il così detto **"Barter pubblicitario"**, vale a dire pagare le campagne pubblicitarie e di marketing **esclusivamente** con la merce prodotta o commercializzata dall'azienda (anche se rimanenza di magazzino ed inutilizzata) senza alcun esborso di denaro. E' un'ottima opportunità da non sottovalutare che permette alle aziende interessate, soprattutto se in momentanea difficoltà finanziaria in questo particolare momento critico, di usufruire dell'importante credito d'imposta così maturato per il pagamento di imposte, tasse e tributi in genere, senza alcun esborso di denaro, evitando peraltro anche di incorrere in pesanti sanzioni previste dalla legge.

