

Il Bonus Pubblicità: un'opportunità di risparmio delle imposte

 cronachefermane.it/2019/12/06/il-bonus-pubblicita-unopportunita-di-risparmio-delle-imposte/330232/

December 6,
2019



di **Piergiorgio Ripa ***

“La pubblicità è l’anima del commercio”.

Così si pronunciava Henry Ford sull’importanza della pubblicità quale principale volano della capacità di attrarre i consumatori verso i prodotti della propria azienda.

Invero, per quanto un prodotto possa essere dotato di precise particolarità ed unicità rispetto ai *competitor* presenti sul mercato, nel caso in cui non venga debitamente pubblicizzato e fatto percepire ai consumatori, la sua capacità di vendita risulterà pressoché inesistente, con conseguenti impatti negativi sulle performance della società.

Dunque, è indubbia l’importanza della pubblicità, tant’è che anche il fisco agevola gli imprenditori ed i lavoratori autonomi che effettuano investimenti in tal senso, attraverso la concessione di un credito d’imposta.

Il cosiddetto ‘bonus pubblicità’ introdotto dall’art. 57-bis del D.L. n. 50/2017 e reso strutturale (quindi utilizzabile per tutti i successivi periodi d’imposta) mediante l’art. 3-bis del D.L. n. 59/2019, consiste in un credito d’imposta – utilizzabile in compensazione nel mod. F24 – **spettante agli investimenti incrementali in campagne pubblicitarie realizzate sulla stampa quotidiana o periodica cartacea e on-line**, nonché sulle **emittenti televisive e radiofoniche locali, analogiche o digitali**; per contro, ogni altra

forma di pubblicità (es: pubblicità su motori di ricerca, social media, cartellonistica e volantaggio) è esclusa dal bonus.

Il credito d'imposta è pari al 75% dell'importo incrementale sostenuto dall'impresa rispetto a quello sostenuto nell'esercizio precedente e, detto incremento, dovrà essere almeno pari all'1%.

Fondamentale diviene quindi il concetto di "spesa incrementale", poiché **se nessun investimento è stato effettuato nel 2019, non sarà possibile richiedere il Bonus** pubblicità per gli investimenti del 2020, perché decade il concetto di "incrementale". A rigor di logica, **converrebbe immediatamente procedere ad un avvio del sostenimento delle suddette spese già da quest'anno, per poter poi sfruttare gli incrementi nell'anno successivo.**

Per chiarire meglio il concetto, si consideri il seguente **esempio**: una società ha sostenuto spese di pubblicità per euro 10.000 nel 2018; per poter usufruire del bonus nel periodo d'imposta 2019, dovrà sostenere spese per almeno euro 10.100, ossia un incremento dell'1%, pari ad euro 100.

Su tale ultimo importo (euro 100) verrà poi calcolata l'aliquota del 75%, che determinerà un credito d'imposta pari ad euro 75.

Al contrario, nel caso in cui non vi siano stati investimenti pubblicitari nel 2019, nessun beneficio potrà essere ritratto nel 2020.

E' bene precisare come il bonus pubblicità rappresenti un beneficio ulteriore per la società, poiché, riprendendo entrambi gli esempi precedenti, i 10.000 euro investiti nel 2019 non verranno "persi" dalla società, trattandosi di costi deducibili.

Ancora, il legislatore permette agli imprenditori più virtuosi che vogliano **investire nella stampa e nelle emittenti radio-televisive**, ossia su entrambi i mezzi d'informazione ammessi, di vedersi riconoscere **due diversi crediti d'imposta, potendo calcolare l'incremento dell'investimento pubblicitario distintamente in relazione al singolo mezzo d'informazione**, purché superi almeno dell'1% quello dell'anno precedente.

Giova sottolineare, infine, come le spese agevolabili siano esclusivamente quelle relative al solo acquisto dello spazio pubblicitario, venendo escluse quelle accessorie e che per i pagamenti, non essendoci alcuna disposizione in merito all'interno della norma, siano accettati tutti i mezzi, anche il contante.

Per accedere al credito d'imposta la comunicazione è suddivisa in due fasi: una **prenotazione preventiva** ed una **dichiarazione a consuntivo**.

Le prenotazioni riferite all'anno 2019 andavano presentate dal 1° al 31 ottobre 2019; a regime tale comunicazione preventiva dovrà essere trasmessa nel mese di marzo (quindi la prossima dal 1° al 31 marzo 2020).

La dichiarazione sostitutiva relativa agli investimenti effettuati è presentata dal 1° al 31 gennaio dell'anno successivo.

Laddove si stia pianificando una campagna pubblicitaria per l'anno 2020, ma non si sia effettuato alcun investimento nel 2019, si consiglia perciò di effettuare un investimento minimo (anche 100 euro) prima della fine dell'anno, in maniera tale da poter beneficiare nel 2020 - nel rispetto di tutte le altre condizioni della normativa - del previsto credito d'imposta.

Conclusivamente, è facile capire come una sana gestione dell'impresa non possa

prescindere da una corretta e ponderata campagna pubblicitaria che la faccia distinguere sul mercato, anche in relazione ai propri prodotti; tanto più laddove tale investimento sia costantemente accompagnato da un credito d'imposta!

* ***Dottore Commercialista e Revisore legale***

POSSONO INTERESSARTI ANCHE I SEGUENTI ARTICOLI:

| [Per il 16 dicembre una nuova figura contro la crisi delle imprese](#)

| [Imposta municipale propria \(Imu\): presupposto impositivo e soggetti passivi](#)

| [Il controllo di gestione e la distinta base: come ottimizzare i risultati della propria impresa](#)

| [Utile d'Esercizio e Conto Corrente a saldo zero: magia o realtà?](#)

| [Legge antisuicidi: i commercialisti a disposizione di chi deve affrontare difficoltà economiche](#)