

Decreto Rilancio

Misure di sostegno al settore editoriale

di Paolo Stella Monfredini (*)

Il Decreto Rilancio ha introdotto una nutrita serie di misure di sostegno per il settore editoriale quotidiano e periodico colpito dagli effetti economici prodotti dall'emergenza sanitaria in corso. I provvedimenti, di natura straordinaria, si aggiungono agli interventi contenuti nella Legge di bilancio 2020 e nel Decreto "Cura Italia". Le agevolazioni consistono principalmente nel credito di imposta sugli investimenti pubblicitari, nel *tax credit* edicole, nell'incremento della percentuale di resa forfettaria dei giornali quotidiani e periodici del regime speciale IVA editoria, nella riproposizione del credito di imposta per l'acquisto della carta dei giornali, nell'introduzione di un *bonus una tantum* a favore delle edicole e nel credito di imposta per i servizi digitali. Le misure di sostegno sollevano una serie di questioni interpretative che meritano di essere affrontate. Permane inoltre a monte l'incertezza sulla definizione delle categorie di periodici e libri, dove l'interpretazione dell'Agenzia delle entrate pare essere in contrasto con il diritto dell'Unione come interpretato dalla Corte di Giustizia.

1. Premessa

La tutela della libertà di stampa, sancita dall'art. 21 della Costituzione, è realizzata anche attraverso la valorizzazione del **pluralismo dell'informazione**. Nell'attuale sistema editoriale, l'intervento pubblico a favore del pluralismo dell'informazione prevede anche misure di **sostegno economico**.

Sono stati numerosi gli interventi normativi succedutisi nel corso degli ultimi mesi che hanno interessato le misure di sostegno economico al settore editoriale. Ciò anche per effetto dell'emergenza sanitaria in corso e delle pesanti conseguenze che la diffusione del virus ha prodotto sulla struttura economica e finanziaria delle imprese editrici.

Ci si riferisce in particolare alla Legge di bilancio 2020 (1), al Decreto Cura Italia (2) e infine al

Decreto Rilancio (3). Le misure di sostegno al settore maggiormente significative sono rappresentate dal credito di imposta sugli investimenti pubblicitari, dal *tax credit* per le rivendite, dall'incremento della percentuale di resa forfettaria dei giornali nell'ambito del regime speciale IVA di cui all'art. 74, primo comma, lett. c) del D.P.R. n. 633/1972, dalla riproposizione del credito di imposta per l'acquisto della carta dei giornali, dall'introduzione di un *bonus una tantum* a favore delle edicole e dal credito di imposta per i servizi digitali.

La quasi totalità degli interventi è comunque di natura straordinaria e limitata all'anno 2020.

Il **bonus pubblicità** è stato potenziato ed esteso anche agli investimenti pubblicitari effettuati su emittenti televisive e radiofoniche nazionali (4). A seguito delle modifiche apportate alle modalità di determinazione del *bonus* (su tutti gli inve-

(*) Dottore commercialista e Revisore legale. Studio Socio-tributario Stella Monfredini, Cremona-Milano.

(1) Legge n. 160/2019.

(2) D.L. n. 18 del 17 marzo 2020, convertito, con modificazioni, dalla Legge n. 27 del 24 aprile 2020.

(3) D.L. 34 del 19 maggio 2020, al momento di andare in stampa non ancora convertito in legge.

(4) Prima delle modifiche apportate dal Decreto Rilancio, il *bonus* era infatti fruibile (oltre che in relazione agli investimenti pubblicitari sulla stampa quotidiana nazionale e locale anche *on line*, che sono stati confermati anche per il 2020) esclusivamente in relazione agli investimenti pubblicitari effettuati su emittenti radio-televisive locali.

stimenti effettuati nel corso dell'anno 2020 anziché solo sugli investimenti incrementali rispetto all'esercizio precedente) devono ritenersi superate (5) le problematiche che negli anni precedenti avevano escluso i soggetti che, pur avendo effettuato investimenti pubblicitari potenzialmente eleggibili al credito di imposta, non avevano effettuato investimenti dello stesso tipo nel corso dell'esercizio precedente. Allo stesso modo i soggetti che iniziavano l'attività non potevano godere del *credit tax* per gli investimenti effettuati nel corso del loro primo esercizio.

Il **credito di imposta per le edicole** è stato potenziato ed esteso ai punti di vendita non esclusivi di prodotti editoriali (6) e alle imprese di distribuzione della stampa.

L'art. 187 del Decreto Rilancio ha aumentato, per l'anno 2020, la percentuale della **forfetizzazione delle rese per i giornali quotidiani e periodici** portandola dall'80% al **95%**. La modifica della percentuale di forfetizzazione delle rese dei giornali quotidiani e periodici acuisce la differenza di base imponibile tra questi ultimi e i libri favorendo i prodotti di informazione. Si confermano pertanto le **asimmetrie con i libri** che fanno parte di **collane periodiche**. Si auspica che il legislatore, in sede di conversione del Decreto Rilancio, possa rendere permanente questa misura di sostegno estendendola anche ai libri, uniformando le percentuali di resa forfetaria a quelle previste per giornali quotidiani e periodici, atteso che l'emergenza sanitaria ha colpito duramente anche il settore dell'editoria libraria.

Sullo sfondo resta irrisolta la questione relativa all'identificazione della categoria dei libri e dei periodici a cui è possibile applicare l'**aliquota IVA ridotta del 4%**.

Infine resta da capire, in attesa di un auspicabile chiarimento ufficiale da parte dell'Agenzia delle entrate, se, per i crediti di imposta non cumulabili con altre agevolazioni statali, regionali ed europee (7), sia possibile rinunciare a una eventuale **agevolazione precedentemente attivata** (in relazione alle stesse voci di spesa) e non ancora conclusa, in favore di uno dei nuovi crediti di imposta.

2. Pluralismo dell'informazione e misure di sostegno

L'art. 21 della Costituzione tutela la libertà di stampa, affermando che tutti hanno diritto di manifestare liberamente il proprio pensiero con la parola, lo scritto e ogni altro mezzo di diffusione.

La libertà di manifestazione del pensiero è conaturata alla libertà di stampa e più in generale alla molteplicità degli strumenti con i quali la si può esprimere.

Tale legame ha fatto sì che la tutela riconosciuta alla libertà di pensiero si traducesse in una disciplina a **tutela dei mezzi di informazione**.

La giurisprudenza costituzionale ha individuato all'interno del **principio della libera manifestazione del pensiero**, due profili: uno attivo (rappresentato dalla libertà di informare, divulgare notizie, esprimere commenti) e uno passivo (caratterizzato dalla libertà di essere informati e quindi di poter scegliere tra una pluralità di fonti di informazione potenzialmente espressione di posizioni diverse).

Il **profilo "passivo"** del principio della libera manifestazione del pensiero, e quindi la tutela del pluralismo dei mezzi di informazione, è stato introdotto anche nel Trattato che adotta una Costituzione per l'Europa.

Particolarmente importante risulta essere la distinzione operata sia dalla Corte costituzionale che dalla Commissione Europea, tra il **pluralismo interno** e il pluralismo **esterno**.

Il primo si riferisce al singolo mezzo di informazione e consiste nel dare spazio a tutte le varie voci, politiche, economiche e religiose della società.

Il pluralismo esterno si caratterizza invece nella presenza di diverse e differenti fonti di informazione e implica che il legislatore impedisca la formazione di posizioni dominanti e favorisca l'accesso del maggiore numero possibile di voci diverse (Corte costituzionale sentenza n. 112/1993).

È ovvio che il raggiungimento di un perfetto pluralismo all'interno di ciascuna testata, rete televisiva e radiofonica, renderebbe superflua la tutela del pluralismo esterno.

Come è facile osservare, nel nostro attuale sistema socio-economico, il pluralismo interno è

(5) Si cfr. il sito del Dipartimento per l'informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri "Modifica al *bonus* pubblicità introdotta dal D.L. 'Cura Italia' del 4 maggio 2020".

(6) A condizione che la predetta attività commerciale rap-

presenti l'unico punto vendita al dettaglio di giornali, riviste e periodici nel Comune di riferimento.

(7) Ci si riferisce in particolare al credito di imposta investimenti pubblicitari, al credito di imposta acquisti carta per giornali e infine al credito di imposta servizi digitali.

un'utopia, o per meglio dire un obiettivo astratto impossibile da raggiungere.

La stessa Corte costituzionale comunque (sentenze n. 826/1988 e n. 420/1994), sul presupposto che il pluralismo interno risulta sostanzialmente impossibile da raggiungere, in particolar modo quando si tratta di società private, la cui libera iniziativa economica è sancita da un ulteriore articolo della Costituzione, precisamente l'art. 41, sottolinea la necessità di garantire il massimo del pluralismo esterno, onde soddisfare, attraverso una pluralità di voci concorrenti, il diritto del cittadino all'informazione (8).

Nell'attuale sistema editoriale, l'**intervento pubblico** a favore del pluralismo dell'informazione muove in **tre diverse direzioni**:

- a) misure di sostegno economico (9);
- b) fissazione di limiti alle quote di mercato raggiungibili mediante acquisizioni da parte degli editori di quotidiani (10);
- c) vincoli all'attività di distribuzione e di vendita di giornali, improntati alla parità di trattamento a tutte le testate giornalistiche.

Sono stati numerosi gli interventi normativi succedutisi nel corso degli ultimi mesi che hanno interessato le misure di sostegno economico al settore editoriale.

Ciò anche per effetto dell'emergenza sanitaria in corso e delle pesanti conseguenze che la diffusione del virus ha prodotto sulla struttura economica e finanziaria delle imprese editrici.

Dapprima la Legge di bilancio 2020 (11) ha introdotto tre nuove tipologie di **contributi diret-**

ti alle scuole e agli studenti per favorire l'acquisto di abbonamenti a quotidiani, periodici e riviste scientifiche e di settore, estendendo inoltre il **tax credit edicole** introdotto dalla Legge di bilancio 2019 (12) a tutti i punti di vendita non esclusivi di prodotti editoriali. La Legge n. 160/2019 ha inoltre differito di 12 mesi i termini relativi alla progressiva riduzione, fino all'abolizione, dei contributi diretti a favore di determinate categorie di imprese radiofoniche e di imprese editrici di quotidiani e periodici. Ciò in previsione di una revisione organica della normativa a tutela del pluralismo dell'informazione che tenga anche conto delle nuove modalità di fruizione dell'informazione da parte dei cittadini.

Successivamente è intervenuto il Decreto Cura Italia (13), che, con l'art. 98, ha modificato, potenziandoli, il credito di imposta sugli **investimenti pubblicitari** e il credito di imposta alle **edicole**, estendendolo anche alle **imprese di distribuzione stampa**.

Infine è stato pubblicato il Decreto Rilancio (14), che, oltre a incrementare ulteriormente il credito di imposta sugli **investimenti pubblicitari** (art. 186), ha modificato (aumentandola) la percentuale di **resa forfettaria dei giornali** nell'ambito del regime speciale IVA di cui all'art. 74, primo comma, lett. c), del D.P.R. n. 633/1972 (art. 187), ha riproposto il credito di imposta per l'**acquisto della carta** dei giornali (art. 188), ha introdotto un *bonus una tantum* a favore delle **edicole** (art. 189) e un credito di

(8) Ne discende che, nell'ambito dei mezzi di comunicazione di massa, l'obiettivo della tutela della concorrenza deve coordinarsi con la finalità sovraordinata rappresentata dalla salvaguardia del pluralismo dell'informazione. In altre parole, nel settore editoriale, alla promozione della concorrenza si affianca l'obiettivo di preservare una pluralità di fonti di informazione anche quando ciò non risulti ottimale per l'efficienza complessiva economica del sistema.

(9) Che, a loro volta, possono essere suddivise in: a) aiuti economici diretti a favore di determinate categorie di imprese editrici di giornali quotidiani e periodici editi in Italia e di giornali italiani editi e diffusi all'estero, nonché a sostegno dell'editoria speciale periodica per non vedenti e ipovedenti e di quella delle associazioni dei consumatori e degli utenti. Si segnala che la Legge di bilancio 2019 ha previsto la riduzione progressiva dei contributi diretti all'editoria fino all'azzeramento dei finanziamenti nel 2022. Successivamente è intervenuta la Legge di bilancio 2020 a differire di 12 mesi la progressiva riduzione annunciando al contempo una revisione organica della normativa a tutela del pluralismo dell'informazione; b) aiuti economici indiretti di tipo generale: tra questi le riduzioni tariffarie postali, agevolazioni di natura fiscale (regime speciale IVA e aliquota agevolata del 4%), crediti di imposta per investimenti incrementali nella pubblicità, crediti di imposta per librerie e rivendite, fondi a sostegno delle crisi e riorganizzazioni aziendali.

(10) La Legge n. 67/1987 considera posizione dominante il raggiungimento, mediante acquisizioni, contratti di affitto, affido in gestione o similari, del controllo di società che editino testate quotidiani, la cui tiratura, nell'anno solare precedente, abbia superato il 20% della tiratura complessiva dei giornali quotidiani in Italia, ovvero il 50% delle copie complessivamente tirate da giornali quotidiani aventi luogo di pubblicazione nella medesima area interregionale. È inoltre vietato detenere collegamenti con società editrici di giornali quotidiani, la cui tiratura sia stata superiore, nell'anno solare precedente, al 30% della tiratura complessiva nazionale. Analoghe disposizioni sono previste per le concessionarie di pubblicità: esiste infatti un divieto ad esercitare l'esclusiva per un numero di quotidiani la cui tiratura complessiva superi il 30% di quella nazionale. La crescita interna non è impedita ma, se si arriva a "tirare" oltre il 30% della tiratura nazionale di quotidiani, si perde la possibilità di ottenere le provvidenze editoriali. Da ultimo esiste il SIC (Sistema Integrato delle Comunicazioni) introdotto dal D.Lgs. 31 luglio 2005, n. 177, art. 43 (meglio nota come Legge "Gasparri").

(11) Legge n. 160/2019.

(12) Legge n. 145/2018.

(13) D.L. n. 18/2020.

(14) D.L. n. 34/2020.

imposta per i **servizi digitali** (art. 190) oltre a una serie di ulteriori provvedimenti (artt. 191-195) (15).

3. Credito di imposta sugli investimenti pubblicitari

Il credito di imposta per investimenti pubblicitari incrementali è stato originariamente introdotto dall'art. 57-*bis* del D.L. 24 aprile 2017, n. 50 (16).

La platea dei beneficiari del credito di imposta è molto ampia e comprende le imprese, i lavoratori autonomi e gli enti non commerciali che effettuano investimenti in **campagne pubblicitarie** sulla **stampa** quotidiana e periodica anche *on line* e sulle **emittenti** televisive e radiofoniche locali, analogiche o digitali.

La norma, prima delle modifiche apportate dai Decreti Cura Italia e Rilancio, prevedeva l'attribuzione di un credito d'imposta, pari al 75% del valore incrementale degli investimenti effettuati (elevato, fino al 2018, al 90% nel caso di microimprese, piccole e medie imprese e *start up* innovative) rispetto all'esercizio precedente, nel limite massimo complessivo di spesa stabilito ai sensi del comma 3 dell'art. 57-*bis* del D.L. n. 50/2017.

In particolare, per fruire del credito di imposta, era necessario che il valore dell'incremento degli investimenti pubblicitari superasse almeno dell'1% gli analoghi investimenti effettuati sugli stessi mezzi di informazione nell'anno precedente.

In tale quadro sono intervenute le modifiche dei Decreti Cura Italia e Rilancio, che hanno previsto, limitatamente all'anno 2020, che il credito d'imposta sugli investimenti pubblicitari sia concesso, agli stessi soggetti precedentemente

indicati, nella misura unica del **50%** (17) del valore degli **investimenti effettuati**, in ogni caso nei limiti dei regolamenti dell'Unione Europea (18), ed entro il limite massimo di 60 milioni di euro, che costituisce tetto di spesa. Il beneficio è concesso nel limite di 40 milioni di euro per gli investimenti pubblicitari effettuati sui giornali quotidiani e periodici, anche *on line*, e nel limite di 20 milioni di euro per gli investimenti pubblicitari effettuati sulle emittenti televisive e radiofoniche locali e nazionali, analogiche o digitali non partecipate dallo Stato (19).

Il credito di imposta liquidato può essere inferiore a quello richiesto nel caso in cui l'ammontare complessivo dei crediti richiesti con le domande superi l'ammontare delle risorse stanziate. In tal caso si provvede a una **ripartizione percentuale** delle risorse tra tutti i richiedenti aventi diritto.

I limiti di spesa sono distinti per gli **investimenti sulla stampa**, anche *on line*, e per quelli sulle **emittenti radio-televisive**. Pertanto, in caso di investimenti su entrambi i media, il soggetto richiedente può vedersi riconosciuti due diversi crediti di imposta in percentuale diversa a seconda delle condizioni della ripartizione su ognuna delle due categorie di beneficiari.

Dalla relazione illustrativa del Decreto Rilancio si evince che l'intervento di **potenziamento del credito di imposta** si è reso necessario in conseguenza del crollo degli investimenti pubblicitari delle imprese per l'anno in corso per effetto dell'emergenza sanitaria connessa alla diffusione del **COVID-19**. Ciò ha provocato un significativo peggioramento delle condizioni di sostenibilità economica per numerose realtà editoriali che stanno comunque svolgendo un'indispensabile funzione informativa di pubblico servizio (20).

(15) Relativi in particolare alla procedura semplificata per l'accesso ai contributi diretti, al differimento del termine per procedura di riequilibrio INPGI, alla contribuzione figurativa per i giornalisti ammessi a cassa integrazione in deroga, proroga degli affidamenti dei servizi di informazione primaria, Fondo emergenza emittenti locali.

(16) Convertito, con modificazioni, dalla Legge 21 giugno 2017, n. 96.

(17) L'art. 98 del Decreto Cura Italia prevedeva il 30%, successivamente incrementato al 50% dal Decreto Rilancio.

(18) Il credito di imposta è concesso ai sensi e nei limiti del Regolamento UE 1407/2013 della Commissione, del 18 dicembre 2013, relativo all'applicazione degli artt. 107 e 108 del Trattato sul funzionamento dell'Unione Europea agli aiuti *de minimis*, del Regolamento UE 1408/2013 della Commissione, del 18 dicembre 2013, relativo all'applicazione degli artt. 107 e 108 del Trattato sul funzionamento dell'Unione Europea agli aiuti *de minimis* nel settore agricolo, e del Regolamento UE 717/2014 della Commissione del 27 giugno 2014, relativo all'

applicazione degli artt. 107 e 108 del Trattato sul funzionamento dell'Unione Europea agli aiuti *de minimis* nel settore della pesca e dell'acquacoltura.

(19) Alla copertura del relativo onere finanziario si provvede mediante corrispondente riduzione delle risorse del Fondo per il pluralismo e l'innovazione dell'informazione, di cui all'art. 1 della Legge 26 ottobre 2016, n. 198. La predetta riduzione del Fondo è da imputare per 40 milioni di euro sulla quota spettante alla Presidenza del Consiglio dei Ministri e per 20 milioni di euro alla quota spettante al Ministero dello Sviluppo economico. Il Decreto Rilancio ha previsto l'incremento del Fondo per il pluralismo e l'innovazione dell'informazione, di cui all'art. 1 della Legge 26 ottobre 2016, n. 198, nella misura di 32,5 milioni di euro per l'anno 2020.

(20) Il settore editoriale non ha mai interrotto la propria attività durante il *lockdown* essendo considerato, dai vari D.P.C.M. che si sono susseguiti nel corso dell'emergenza sanitaria, filiera essenziale.

Per contrastare la crisi degli investimenti pubblicitari, il Decreto Cura Italia ha introdotto quindi, limitatamente per l'anno 2020, un **regime straordinario di accesso al credito di imposta** in esame; a seguito delle modifiche apportate, tutti gli investimenti pubblicitari ammissibili effettuati nel corso del 2020 potranno accedere al credito di imposta indipendentemente dal valore degli analoghi investimenti effettuati nell'esercizio precedente.

Ciò significa che, per l'anno in corso, possono accedere all'agevolazione anche i soggetti:

- a) che realizzano investimenti inferiori rispetto a quelli effettuati nel 2019;
- b) che sostengono investimenti nel 2020 mentre nel 2019 non avevano effettuato investimenti pubblicitari;
- c) che hanno iniziato la loro attività nel corso dell'anno 2020 e che realizzano nello stesso anno investimenti pubblicitari ammissibili.

Si ritiene pertanto che siano **superate le problematiche** che avevano interessato la determinazione del credito di imposta negli **anni precedenti**; il Dipartimento per l'informazione e l'editoria presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri aveva infatti ritenuto necessario, come prescritto dal Consiglio di Stato nel parere reso sul Regolamento di cui al D.P.C.M. n. 90/2018, che il soggetto interessato a fruire del credito di imposta, oltre a registrare un valore dell'investimento in campagne pubblicitarie più elevato, di almeno l'1%, rispetto all'esercizio precedente, avesse comunque sostenuto investimenti dello stesso tipo nel corso dell'esercizio precedente (21). Secondo l'interpretazione assunta dal Dipartimento per l'informazione e l'editoria, erano sostanzialmente esclusi dal beneficio i soggetti che, pur avendo effettuato investimenti pubblicitari potenzialmente eleggibili al credito di imposta, non avevano effettuato investimenti in campagne pubblicitarie dello stesso tipo nel corso dell'esercizio precedente. Allo stesso modo i soggetti che iniziavano l'attività non potevano godere del *credit tax* per gli investimenti effettuati nel corso del loro primo esercizio.

Un'ulteriore significativa modifica apportata dal Decreto Rilancio riguarda gli investimenti pubblicitari effettuati sulle **emittenti televisive e radiofoniche**; mentre infatti il credito di im-

posta, fino al 2019, era limitato agli investimenti pubblicitari effettuati su emittenti televisive e radiofoniche locali, per il 2020 sono eleggibili anche gli investimenti pubblicitari effettuati sulle emittenti nazionali con la sola esclusione delle emittenti partecipate dallo Stato. Si allarga conseguentemente la platea dei soggetti che potranno fruire del beneficio.

Il credito d'imposta è utilizzabile esclusivamente **in compensazione**, ai sensi dell'art. 17 del D.Lgs. 9 luglio 1997, n. 241, previa istanza diretta al Dipartimento per l'informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri.

Ai fini della concessione del credito d'imposta si applicano, per i profili non derogati dal Decreto Rilancio, le norme recate dal regolamento di cui al D.P.C.M. 16 maggio 2018, n. 90 (con particolare riferimento agli investimenti che danno accesso al beneficio, ai casi di esclusione, alle procedure di concessione e di utilizzo del beneficio, alla documentazione richiesta, all'effettuazione dei controlli e alle modalità finalizzate ad assicurare il rispetto del limite di spesa). Per l'anno 2020, la **comunicazione telematica** per la prenotazione del *bonus* pubblicità (22) è presentata (23) nel periodo compreso tra il 1° ed il 30 settembre 2020 (24). Le comunicazioni telematiche trasmesse nel periodo compreso tra il 1° ed il 31 marzo 2020, secondo quanto previsto dal testo normativo in vigore prima delle modifiche apportate dai Decreti Cura Italia e Rilancio, sono considerate comunque valide.

Si evidenzia che il credito d'imposta per investimenti pubblicitari non è cumulabile con **altre agevolazioni** statali, regionali ed europee eventualmente riferibili alle stesse voci di spesa. Questa limitazione preclude pertanto la possibilità di accesso al beneficio a tutte quelle imprese che hanno utilizzato le spese eleggibili al credito per investimenti pubblicitari, quale presupposto per ottenere altre agevolazioni, quali a esempio, il *Patent Box* o il credito di imposta R&S. L'alternatività al beneficio in esame dovrebbe operare certamente in relazione alle procedure per le quali si sia già raggiunto un accordo con l'Agenzia o comunque si sia concluso un *ruling* che coinvolga le voci di spesa eleggibili al credito di imposta in esame.

(21) Si cfr. anche la risposta a interpello n. 144 dell'Agenzia delle entrate del 25 maggio 2020.

(22) Con le modalità stabilite dall'art. 5, comma 1, del D.P.C.M. 16 maggio 2018, n. 90.

(23) I soggetti interessati devono presentare la domanda di

fruizione del beneficio con comunicazione telematica su piattaforma dell'Agenzia delle entrate.

(24) Per l'anno 2019, le comunicazioni per l'accesso al credito d'imposta dovevano essere presentate tra il 1° e il 31 ottobre 2019.

Resta da capire, in attesa di un chiarimento ufficiale da parte dell'Agenzia delle entrate, se sia possibile rinunciare a una eventuale agevolazione precedentemente attivata e non ancora conclusa, in favore della richiesta del credito di imposta per investimenti pubblicitari.

Per completezza si evidenzia che il comma 2 dell'art. 57-*bis* D.L. 24 aprile 2017, n. 50 prevede inoltre l'emanazione annuale (25) di un bando per l'assegnazione di finanziamenti alle **imprese editrici di nuova costituzione** con l'obiettivo di favorire la realizzazione di **progetti innovativi**, anche con lo scopo di rimuovere stili di comunicazione sessisti e lesivi dell'identità femminile, e idonei a promuovere la più ampia fruibilità di contenuti informativi multimediali e la maggiore diffusione dell'uso delle tecnologie digitali.

3.1. Investimenti ammissibili

Sono ammissibili gli investimenti relativi all'**acquisto di spazi pubblicitari e inserzioni commerciali** su giornali quotidiani e periodici, nazionali e locali, anche *on line*, ovvero nell'ambito della programmazione di emittenti televisive e radiofoniche locali e nazionali, analogiche o digitali non partecipate dallo Stato. Sono escluse le spese sostenute per l'acquisto di spazi destinati a servizi particolari quali ad esempio le televendite, i servizi pronostici, i giochi o scommesse con vincite in denaro, di messaggeria vocale o *chat-line* con servizi a sovrapprezzo.

Le spese per l'acquisto di pubblicità sono ammissibili al netto delle **spese accessorie**, dei **costi di intermediazione** e di ogni altra spesa diversa dall'acquisto dello spazio pubblicitario.

Le spese per investimenti si considerano sostenute secondo quanto indicato dall'art. 109 T.U.I.R.

I costi sostenuti devono risultare da **attestazione** prodotta dai soggetti legittimati a rilasciare il visto di conformità ovvero dai soggetti che esercitano la revisione legale dei conti.

Nel caso il credito d'imposta richiesto sia superiore a euro 150.000, si applica il meccanismo delle *white list*.

4. Credito di imposta per le edicole

Il credito di imposta per le rivendite di giornali quotidiani e periodici è stato introdotto dall'art. 1, comma 806 della Legge n. 145/2018.

La norma è stata dapprima modificata dalla Legge di bilancio 2020, che ha ampliato la platea dei beneficiari, estendendo il credito di imposta ai **punti di vendita non esclusivi di prodotti editoriali**, a condizione che la predetta attività commerciale rappresenti l'unico punto vendita al dettaglio di giornali, riviste e periodici nel Comune di riferimento. Successivamente è intervenuto l'art. 98 del Decreto Cura Italia ad aumentare, per l'anno 2020, la **misura massima** di contributo per singola rivendita (incrementandola da euro 2.000 a euro 4.000) ed estendendola anche alle **imprese di distribuzione della stampa**.

Alla luce delle modifiche, il testo della norma ora prevede che, per gli anni 2019 e 2020, agli esercenti attività commerciali che operano esclusivamente nel settore della vendita al dettaglio di giornali, riviste e periodici è riconosciuto, nel limite di spesa di 13 milioni di euro per l'anno 2019 e di 17 milioni di euro per l'anno 2020, un **credito d'imposta parametrato agli importi** pagati a titolo di **IMU, TASI, COSAP e TARI** con riferimento ai locali dove si svolge la medesima attività di vendita di giornali, riviste e periodici al dettaglio, nonché ad altre eventuali **spese di locazione** o ad altre spese individuate con il decreto attuativo (26), anche in relazione all'assenza di punti vendita della stampa nel territorio comunale.

Il credito d'imposta è stabilito nella misura massima di euro 2.000 per l'anno 2019 e di euro 4.000 per l'anno 2020. L'agevolazione si estende anche agli **esercenti attività commerciali non esclusivi**, come individuati dall'art. 2, comma 3, del D.Lgs. 24 aprile 2001, n. 170 (27), a condizione che la predetta attività commerciale rappresenti l'**unico punto vendita** al dettaglio di giornali, riviste e periodici nel **Comune di riferimento**.

L'agevolazione per il 2020 è riconosciuta prioritariamente agli esercenti attività commerciali che operano esclusivamente nel settore della

(25) Con decreto del capo del Dipartimento per l'informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri.

(26) D.P.C.M. 31 maggio 2019.

(27) Per punti di vendita non esclusivi di prodotti editoriali si intendono le rivendite di generi di monopolio, le rivendite di carburanti e oli minerali con limite minimo di superficie pari a

1500 mq, bar, librerie con un limite minimo di superficie di 120 mq, medie e grandi strutture di vendita e centri commerciali con un limite minimo di vendita pari a 700 mq, gli esercizi a prevalente specializzazione di vendita, con esclusivo riferimento alla vendita delle riviste di identica specializzazione.

vendita al dettaglio di giornali, riviste e periodici.

Con la modifica introdotta dalla Legge di bilancio 2020 il credito di imposta è stato esteso anche ai molti **esercizi promiscui** che, nel 2019, erano stati esclusi per effetto dell'assenza del codice Ateco 47.62.10 quale codice prevalente.

Il credito di imposta per i punti di vendita non esclusivi deve essere commisurato al rapporto tra i ricavi prodotti dalla vendita dei quotidiani e periodici e i ricavi complessivi.

Per l'anno 2020, come anticipato, il credito d'imposta è esteso alle **imprese di distribuzione della stampa** che forniscono giornali quotidiani e periodici a rivendite situate nei Comuni con una popolazione inferiore a 5.000 abitanti e nei Comuni con un solo punto vendita e può essere, altresì, parametrato agli importi spesi per i servizi di fornitura di energia elettrica, i servizi telefonici e di collegamento a Internet, nonché per i servizi di consegna a domicilio delle copie di giornali.

Dovrebbero pertanto accedere al credito di imposta sostanzialmente tutte le imprese di distribuzione locale di giornali quotidiani e periodici che effettuano la **consegna dei prodotti editoriali alle rivendite** ubicate sul territorio nazionale. La stragrande maggioranza delle imprese di distribuzione locale fornisce infatti le rivendite ubicate in una o più Province in cui, nella normalità dei casi, sono sempre presenti Comuni con una popolazione inferiore a 5.000 abitanti e piccoli Comuni con un solo punto vendita di giornali. Viceversa dovrebbero essere escluse dal *bonus* le imprese di distribuzione nazionale che non effettuano consegne dirette alle rivendite ubicate sul territorio ma forniscono i prodotti editoriali esclusivamente alle imprese di distribuzione locale.

Il credito di imposta è utilizzabile esclusivamente **in compensazione** mediante Mod. F24 (28) e nel rispetto dei limiti dei regolamenti dell'Unione Europea in materia di aiuti *de minimis*.

Qualora il totale dei crediti d'imposta richiesti risulti superiore, per ciascun anno di riferimento, alle risorse disponibili si procede al riparto proporzionale tra tutti i soggetti aventi diritto.

Le imprese che intendono accedere al beneficio devono presentare la **domanda** tra il 1° settembre ed il 30 settembre dell'anno cui si riferisce il credito d'imposta.

La compilazione e la trasmissione della richiesta devono essere eseguite esclusivamente per via telematica, attraverso un'apposita procedura disponibile nell'area riservata del portale "impresainungiorno" (29).

5. Regime di forfettizzazione delle rese dei giornali

L'art. 74, primo comma, lett. c), del D.P.R. n. 633/1972 prevede un **regime speciale IVA monofase per il commercio di prodotti editoriali**. Unico soggetto passivo di imposta è l'editore che liquida l'IVA sulla base del prezzo di vendita al pubblico. L'editore non ha diritto di rivalsa nei confronti dei distributori/rivenditori a cui consegna le pubblicazioni e i successivi passaggi lungo la catena di diffusione dei prodotti editoriali sono sostanzialmente fuori campo IVA ai sensi del secondo comma dell'art. 74, D.P.R. n. 633/1972.

Il regime speciale IVA editoria prevede due modalità di determinazione della base imponibile: in relazione alle **copie effettivamente vendute** ovvero in relazione al numero delle copie **consegnate o spedite**, diminuito a titolo di forfettizzazione della resa del 70% per i libri e dell'80% per i giornali quotidiani e periodici esclusi quelli pornografici e quelli ceduti unitamente a beni diversi dai supporti integrativi.

In tale contesto è intervenuto l'art. 187 del Decreto Rilancio, che dispone che per il **commercio di giornali quotidiani e periodici** e dei relativi **supporti integrativi**, l'IVA possa applicarsi, in deroga a quanto previsto dall'art. 74, primo comma, lett. c), D.P.R. n. 633/1972 in relazione al numero delle copie consegnate o spedite, diminuito a titolo di forfettizzazione della resa nella misura del 95%, in luogo dell'80% previsto in via ordinaria.

La relazione illustrativa evidenzia che la misura ha lo scopo di sostenere i **prodotti editoriali in edizione cartacea**. Ne consegue che gli editori di giornali quotidiani e periodici e dei relativi supporti integrativi, per il 2020, nel caso di applicazione del regime di resa forfetaria (30), de-

(28) Utilizzando il codice 6913 istituito con la risoluzione 107/E del 18 dicembre 2019 dell'Agenzia delle entrate.

(29) Lo sportello per l'invio delle istanze riferite all'anno 2019, aperto il 1° settembre, si è chiuso il 30 settembre 2019, mentre l'elenco dei soggetti cui è stato riconosciuto il credito

di imposta per lo stesso anno è stato pubblicato con Decreto del Dipartimento dell'informazione e dell'editoria presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri in data 19 dicembre 2019.

(30) Si ricorda che l'imposta va obbligatoriamente versata in base alle copie vendute in relazione a prodotti editoriali porno-

termineranno l'imposta scorpendo l'IVA dal 5% delle copie consegnate o spedite valorizzate a prezzo di copertina (31).

La novella, oltre ad incrementare per l'anno in corso la percentuale di resa di quotidiani e periodici (da cui consegue una riduzione della base imponibile IVA e quindi dell'imposta a carico dell'editore, unico soggetto passivo del regime speciale), sembra ampliare la possibilità di applicare il metodo della resa forfetaria anche alle cessioni di giornali quotidiani/periodici con supporti integrativi. In via ordinaria infatti il metodo della resa forfetaria è applicabile solo ai supporti integrativi ceduti unitamente ai libri per le scuole e per le università, ivi inclusi i dizionari e ai libri fruibili dai disabili visivi.

Pare inoltre possibile recuperare la maggiore imposta liquidata dall'editore con il metodo della resa forfetaria nel corso dei mesi dell'anno 2020 antecedenti l'entrata in vigore del D.L. n. 34/2020 (per tali mesi le case editrici hanno infatti applicato l'abbattimento forfettario dell'80% delle copie consegnate in luogo del 95%).

Resta da capire come procedere operativamente al recupero della maggiore imposta liquidata.

Trattandosi di regime speciale IVA per il quale non è prevista l'emissione obbligatoria della fattura, si ritiene che, in assenza di diverse indicazioni da parte dell'Agenzia delle entrate, sia possibile per l'editore intervenire direttamente con una **registrazione a credito nel registro IVA delle edizioni**. A tal fine potrebbe essere utile redigere un documento ad uso esclusivamente interno (32) che esponga l'elaborazione della rettifica registrata nel registro delle edizioni.

La modifica, seppur limitata all'anno 2020, acuisce la differenza di base imponibile tra i libri e i giornali quotidiani e periodici. Vengono così ulteriormente **favoriti** i prodotti di informazione quali i **giornali, riviste e periodici** rispetto ai libri. Si confermano inoltre le asimmetrie con i libri che fanno parte di **collane periodiche** e che sono stati pertanto registrati come tali e identificati con codice ISSN (33) (resa for-

fetaria del 95% per il libro identificato con codice ISSN che fa parte di collane periodiche; resa forfetaria del 70% per lo stesso libro ceduto autonomamente e identificato con codice ISBN). Considerando che l'emergenza sanitaria ha colpito duramente anche il settore dell'editoria libraria, si auspica che il legislatore, in sede di conversione del Decreto Rilancio, possa rendere permanente questa misura di sostegno estendendola anche ai libri, uniformando le percentuali di resa forfetaria a quelle previste per giornali quotidiani e periodici.

Sullo sfondo resta irrisolta la questione relativa all'identificazione della categoria dei libri e dei periodici a cui è possibile applicare l'**aliquota IVA ridotta del 4%**. L'art. 1, comma 667, della Legge 23 dicembre 2014, n. 190 stabilisce infatti che, ai fini dell'applicazione dell'aliquota IVA del 4% (34), sono da considerare giornali, notiziari quotidiani, dispacci delle agenzie di stampa, libri e periodici tutte le pubblicazioni identificate da codice ISBN o ISSN e veicolate attraverso qualsiasi supporto fisico o tramite mezzi di comunicazione elettronica. Facendo pertanto assicurare l'identificazione con codice ISBN o ISSN a requisito oggettivo in base al quale le suddette pubblicazioni sono ammesse all'applicazione dell'aliquota IVA agevolata. Viceversa l'Agenzia delle entrate ritiene tale identificazione, al pari della registrazione dei periodici ai sensi della Legge n. 47/1948, requisiti necessari ma non sufficienti per l'applicazione dell'aliquota agevolata. Per l'Agenzia è infatti ulteriormente necessario che i **libri** posseggano un "**contenuto divulgativo e scientifico**" mentre i **periodici** devono possedere un "**contenuto divulgativo**" oltre che una costante periodicità di stampa (35).

Il "contenuto divulgativo e scientifico" lascia, a parere di chi scrive, un ampio margine di valutazione soggettiva all'Agenzia delle entrate nell'applicazione della disposizione tributaria, non consentito dal diritto dell'Unione come interpretato dalla Corte di Giustizia (36).

grafici, cataloghi, cessioni congiunte di giornali, periodici e libri con altri beni diversi dai supporti integrativi, cessioni di prodotti editoriali da parte di associazioni sportive dilettantistiche che abbiano esercitato l'opzione per il regime di cui alla Legge 16 dicembre 1991, n. 398.

(31) Ad esempio nel caso di consegna di 1.000 copie del periodico Alfa con prezzo di copertina di euro 5, l'editore liquiderà l'IVA nel seguente modo: $1.000 - \text{resa forfetaria del } 95\% = 50 \text{ copie} \times \text{euro } 5 = \text{euro } 250 : 1,04 \times 0,04 = \text{euro } 9,62$.

(32) Che potrebbe essere datato 19/5/2020, ovvero la data di

entrata in vigore del Decreto Rilancio.

(33) Anziché ISBN previsto per i libri.

(34) Tabella A, parte II, n. 18), allegata al D.P.R. n. 633/1972.

(35) Cfr., per tutte, circolari Agenzia delle entrate nn. 20/E/2016 e 120/E/2017.

(36) P. Stella Monfredini, "I criteri per l'applicazione delle aliquote IVA ridotte da parte dei Paesi membri dell'Unione Europea", in *Corr. Trib.*, n. 2/2020, pag. 167.

6. Credito di imposta per l'acquisto della carta dei giornali

L'art. 188 del Decreto Rilancio introduce, quale misura di sostegno straordinario per il settore editoriale, un credito d'imposta per l'acquisto della carta dei giornali. Si tratta della riedizione del credito di imposta introdotto, per la prima volta, dall'art. 4, commi 182, 183, 184, 185 e 186 della Legge 24 dicembre 2003, n. 350.

La nuova edizione del credito di imposta, a differenza del passato, esclude però dal beneficio l'editoria libraria.

In particolare, per l'anno 2020, alle sole **imprese editrici di quotidiani e di periodici iscritte al ROC** (37) è riconosciuto un credito d'imposta pari all'8% della spesa sostenuta nell'anno 2019 per l'acquisto della carta utilizzata per la stampa delle testate edite, entro il limite di 24 milioni di euro per l'anno 2020, che costituisce tetto di spesa.

Per il riconoscimento del credito d'imposta si applica, oltre alle disposizioni precedentemente indicate (38), il D.P.C.M. 21 dicembre 2004, n. 318. Il credito d'imposta in esame non è cumulabile con il contributo diretto alle imprese editrici di quotidiani e periodici, di cui all'art. 2, commi 1 e 2, della Legge 26 ottobre 2016, n. 198, e al D.Lgs. 15 maggio 2017, n. 70, in quanto la suddetta disciplina ammette a **compensazione** la medesima tipologia di spesa. Inoltre, ai fini del recupero di quanto indebitamente fruito, si applicano, ove compatibili, le disposizioni di cui all'art. 1, comma 6, del D.L. 25 marzo 2010, n. 40 (39).

La spesa per l'acquisto della carta deve risultare dal **bilancio certificato** delle imprese editrici.

A tal fine l'art. 1, lett. d) del D.P.C.M. 21 dicembre 2004, n. 318 ha stabilito che nella domanda, l'editore interessato debba manifestare l'impegno a presentare il bilancio certificato entro trenta giorni.

La Presidenza del Consiglio dei Ministri Dipartimento per l'informazione e l'editoria (40) ha precisato che, trattandosi di contributi pubblici all'editoria, per "**certificazione**" deve farsi riferimento a quella di cui all'art. 3 comma 2, lett. g) della Legge n. 250/1990 e successive modificazioni, rilasciata da una società di revisione inserita negli elenchi Consob. Tenendo conto che

le società quotate in Borsa sono obbligate alla certificazione dei bilanci, le società editrici non quotate in Borsa possono sottoporre a certificazione i soli costi sostenuti per l'acquisto della carta utilizzata nell'esercizio 2019 in luogo dell'intero bilancio (41). È stato precisato inoltre che la documentazione di certificazione deve riportare in modo esplicito e inequivocabile i costi sostenuti per l'acquisto della carta, al netto dei costi per la carta utilizzata per la pubblicazione di inserzioni pubblicitarie.

Nel caso in cui la carta sia acquistata da **soggetti diversi dall'editore**, essa deve comunque essere ceduta agli editori con fatturazione distinta da quella relativa ad ogni altra vendita o prestazione di servizio.

Sono **escluse dal beneficio** le spese per l'acquisto di carta utilizzata per la stampa dei seguenti prodotti editoriali:

- a) i quotidiani ed i periodici che contengono inserzioni pubblicitarie per un'area superiore al 50% dell'intero stampato, su base annua;
- b) i quotidiani ed i periodici non posti in vendita, cioè non distribuiti con un prezzo effettivo per copia o per abbonamento, ad eccezione di quelli informativi delle fondazioni e delle associazioni senza fini di lucro;
- c) i quotidiani o periodici che siano ceduti a titolo gratuito per una percentuale superiore al 50% della loro diffusione;
- d) i quotidiani ed i periodici di pubblicità, cioè quelli diretti a pubblicizzare prodotti o servizi contraddistinti con il nome o con altro elemento distintivo e diretti prevalentemente ad incentivarne l'acquisto;
- e) i quotidiani ed i periodici di vendita per corrispondenza;
- f) i quotidiani ed i periodici di promozione delle vendite di beni o di servizi;
- g) i cataloghi, cioè pubblicazioni contenenti elencazioni di prodotti o di servizi anche se corredati da indicazioni sulle caratteristiche dei medesimi;
- h) le pubblicazioni aventi carattere postulatorio, cioè finalizzate all'acquisizione di contributi, di offerte, ovvero di elargizioni di somme di denaro, ad eccezione di quelle utilizzate dalle organizzazioni senza fini di lucro e dalle fondazioni

(37) Registro degli Operatori della Comunicazione.

(38) Art. 4, commi 182, 183, 184, 185 e 186 della Legge 24 dicembre 2003, n. 350.

(39) Convertito, con modificazioni, dalla Legge 22 maggio 2010, n. 73.

(40) Circolare 21 gennaio 2005, n. 1.

(41) Cfr. circolari Presidenza del Consiglio dei Ministri Dipartimento per l'informazione e l'editoria dell'8 febbraio 2005, n. 2 e del 7 novembre 2005, n. 3.

religiose esclusivamente per le proprie finalità di autofinanziamento;

i) i quotidiani ed i periodici delle Pubbliche amministrazioni e degli enti pubblici, nonché di altri organismi, ivi comprese le società riconducibili allo Stato ovvero ad altri enti territoriali o che svolgano una pubblica funzione;

l) i quotidiani ed i periodici contenenti supporti integrativi o altri beni diversi da quelli definiti nell'art. 74, primo comma, lett. c), del D.P.R. n. 633/1972, e successive modificazioni, ai fini dell'ammissione al regime speciale previsto dallo stesso art. 74 del citato D.P.R. n. 633/1972. In altre parole sono escluse dal beneficio le spese per l'acquisto di carta utilizzata per la stampa dei quotidiani e periodici ceduti unitamente ad altri beni qualora il costo sostenuto dall'editore per l'acquisto di tali altri beni superi il 50% del prezzo di vendita al pubblico della confezione congiunta;

m) i prodotti editoriali pornografici.

Il credito d'imposta non concorre alla formazione del **reddito imponibile** e può essere fatto valere anche in **compensazione** ai sensi del D.Lgs. 9 luglio 1997, n. 241. Il credito d'imposta non è rimborsabile, ma non limita il diritto al rimborso ad altro titolo spettante; l'eventuale eccedenza è riportabile al periodo di imposta successivo. L'agevolazione in esame non è cumulabile con altri aiuti regionali, nazionali e comunitari destinati alla copertura dei medesimi costi ammissibili (42).

Possono pertanto essere ripetute in questa sede le considerazioni svolte nel paragrafo relativo al credito di imposta investimenti pubblicitari, in relazione alla possibilità di rinunciare a una eventuale agevolazione precedentemente attivata e non ancora conclusa, in favore del credito di imposta in esame.

L'ammontare della spesa complessiva per l'acquisto della carta e l'importo del credito d'imposta devono essere indicati nella **dichiarazione dei redditi** relativa al periodo d'imposta durante il quale la spesa è stata effettuata (43).

7. Bonus una tantum edicole

L'art. 189 del Decreto Rilancio introduce un sostegno economico per gli oneri straordinari sostenuti per lo svolgimento dell'attività durante

l'emergenza sanitaria connessa alla diffusione del COVID-19, alle persone fisiche esercenti punti vendita esclusivi per la rivendita di giornali e riviste, non titolari di redditi da lavoro dipendente o pensione. In particolare è riconosciuto un **contributo una tantum fino a euro 500**, entro il limite di 7 milioni di euro per l'anno 2020, che costituisce tetto di spesa.

Il contributo è concesso a **ciascuna impresa individuale** nel rispetto del limite di spesa ivi indicato, previa istanza diretta al Dipartimento per l'informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri. Nel caso di insufficienza delle risorse disponibili rispetto alle richieste ammesse, si procede alla ripartizione delle stesse tra i beneficiari in misura proporzionale al contributo astrattamente spettante.

Il contributo *una tantum* per i rivenditori di giornali e periodici esclusivi non concorre alla formazione del reddito ai sensi del T.U.I.R.

Sarà un D.P.C.M., da adottare entro trenta giorni dalla data di entrata in vigore della legge di conversione del Decreto Rilancio, a stabilire le modalità, i contenuti, la documentazione richiesta e i termini per la presentazione della domanda di contributo.

Il *bonus* pertanto è limitato alle sole persone fisiche esercenti **punti di vendita esclusivi** per la rivendita di giornali e riviste di cui all'art. 2 del D.Lgs. n. 170/2001. Sono pertanto esclusi i punti di vendita non esclusivi, che possono vendere, alle condizioni stabilite dal D.Lgs. n. 170/2001, quotidiani o periodici in aggiunta ad altre merci.

8. Credito d'imposta per i servizi digitali

Al fine di sostenere l'offerta informativa *on line* nel periodo di emergenza sanitaria, alle imprese editrici di quotidiani e di periodici iscritte al ROC che occupano almeno un dipendente a tempo indeterminato è riconosciuto, limitatamente all'anno di imposta 2020, un **credito d'imposta pari al 30% della spesa** effettiva sostenuta nell'anno 2019 per l'acquisizione dei servizi di **server, hosting e manutenzione evolutiva** per le testate edite in formato digitale, e per **information technology** di gestione della connettività. Il credito di imposta è riconosciuto

(42) La circolare della Presidenza del Consiglio Dipartimento per l'informazione e l'editoria n. 1/2015 ha precisato che non rientrano nel divieto di cumulo le provvidenze erogate ai sensi della Legge 7 agosto 1990, n. 250.

(43) In caso di utilizzo del credito d'imposta in tutto o in parte non spettante si rendono applicabili le norme in materia di accertamento, riscossione e contenzioso nonché le sanzioni previste ai fini delle imposte sui redditi.

entro il limite di 8 milioni di euro per l'anno 2020, che costituisce tetto di spesa.

Il beneficio è concesso ai sensi e nei limiti del Regolamento UE 1407/2013 della Commissione del 18 dicembre 2013, relativo all'applicazione degli artt. 107 e 108 del Trattato sul funzionamento dell'Unione Europea agli **aiuti de minimis**. Sono previste le usuali clausole che disciplinano gli analoghi crediti di imposta sia sotto il profilo dell'utilizzabilità (esclusivamente in compensazione ai sensi dell'art. 17 del D.Lgs. 9 luglio 1997, n. 241)⁽⁴⁴⁾, sia per quanto riguarda i controlli e le revoche relativi agli eventuali casi di indebita fruizione⁽⁴⁵⁾.

Anche in questo caso, l'agevolazione è concessa, nel rispetto del limite di spesa e dei limiti del Regolamento UE citati, previa presentazione di istanza diretta al Dipartimento per l'informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri; nel caso di insufficienza delle risorse disponibili rispetto alle richieste ammesse, si procede alla ripartizione delle stesse tra i beneficiari in misura proporzionale al credito di imposta astrattamente spettante.

Al pari del *bonus* pubblicità, le spese si considerano sostenute secondo quanto previsto dall'art. 109 del T.U.I.R.

L'effettuazione di tali spese deve risultare da apposita **attestazione** rilasciata dai soggetti di cui all'art. 35, commi 1, lett. a), e 3, del D.Lgs. 9 luglio 1997, n. 241, legittimati a rilasciare il visto di conformità dei dati esposti nelle dichiarazioni fiscali, ovvero dai soggetti che esercitano la revisione legale dei conti ai sensi dell'art. 2409-bis del Codice civile.

Il credito d'imposta in esame è **alternativo e non cumulabile**, in relazione a medesime voci di spesa, con ogni altra agevolazione prevista da normativa statale, regionale o europea salvo che successive disposizioni di pari fonte normativa non prevedano espressamente la cumulabilità delle agevolazioni stesse⁽⁴⁶⁾.

Anche in questo caso sarà un D.P.C.M., da emanare entro trenta giorni dalla data di entrata in vigore della legge di conversione del Decreto Rilancio, a stabilire le modalità, i contenuti, la documentazione richiesta ed i termini per la presentazione della domanda del credito di imposta.

(44) Ai fini dell'utilizzo del credito di imposta, il Mod. F24 deve essere presentato esclusivamente tramite i servizi telematici dell'Agenzia delle entrate, pena lo scarto del Mod. F24. Il medesimo Mod. F24 è altresì scartato qualora l'ammontare del credito d'imposta utilizzato in compensazione risulti eccedente l'importo spettante.

(45) Ai fini del recupero di quanto indebitamente fruito, si

applica l'art. 1, comma 6, del D.L. 25 marzo 2010, n. 40, convertito, con modificazioni, dalla Legge 22 maggio 2010, n. 73.

(46) Il credito d'imposta di cui al presente comma non è cumulabile con il contributo diretto alle imprese editrici di quotidiani e periodici, di cui all'art. 2, commi 1 e 2, della Legge 26 ottobre 2016, n. 198, e al D.Lgs. 15 maggio 2017, n. 70.