

Dichiarazione sostitutiva investimenti pubblicitari: scadenza 10 febbraio 2022

Scade il **10 febbraio** il termine per presentare la dichiarazione sostitutiva relativa agli investimenti pubblicitari effettuati nel 2021, che consente di fruire del credito d'imposta di cui all'art. 57-*bis* comma 1-*quater* del DL 50/2017, riconosciuto per il 2021 (e 2022) nella misura unica del 50% del valore degli investimenti effettuati sui giornali quotidiani e periodici, anche on line, e sulle emittenti televisive e radiofoniche locali e nazionali, analogiche o digitali, non partecipate dallo Stato.

Tale dichiarazione va resa, si ricorda, per dichiarare, ai sensi dell'art. 47 del Dpr 445/2000, che gli investimenti indicati nella comunicazione per l'accesso al credito d'imposta, presentata in precedenza, sono stati **effettivamente realizzati** nell'anno agevolato e che gli stessi soddisfano i requisiti richiesti.

Pertanto, i soggetti che hanno validamente presentato la comunicazione per l'accesso al credito d'imposta dal 1° al 31 ottobre 2021 (o quelli che hanno presentato tale comunicazione nel mese di marzo 2021, essendo state considerate comunque valide) devono **"confermare"** la prenotazione per gli investimenti indicati in tale documento.

Il periodo per la presentazione della dichiarazione sostitutiva relativa agli investimenti pubblicitari realizzati nell'anno 2021 è stato **posticipato** dal comunicato Dipartimento informazione editoria del 22 dicembre 2021, che ha fissato la finestra temporale per la presentazione dal 10 gennaio 2022 al 10 febbraio 2022 (anziché dal 1° al 31 gennaio 2022 come previsto a regime), a causa di interventi di aggiornamento della piattaforma telematica.

C'è quindi tempo fino al 10 febbraio 2022 per presentare tale dichiarazione sostitutiva.

Il modello di dichiarazione sostitutiva, redatto secondo le specifiche istruzioni, 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).

La dichiarazione può essere presentata: direttamente, da parte dei soggetti abilitati ai servizi telematici dell'Agenzia delle Entrate; tramite una società del gruppo, se il richiedente fa parte di un gruppo societario; tramite gli **intermediari** abilitati indicati nell'art. 3 comma 3 del Dpr n. 322/98 (professionisti, associazioni di categoria, CAF, altri soggetti).

La dichiarazione sostitutiva si considera presentata nel giorno in cui i servizi telematici ricevono i dati. La prova della presentazione è data dall'attestazione rilasciata dai servizi telematici.

In caso di presentazione telematica tramite i soggetti incaricati sopra indicati (intermediari abilitati e società del gruppo), questi ultimi devono consegnare al contribuente, all'atto della ricezione della comunicazione/dichiarazione sostitutiva, l'impegno a presentarla in via telematica. La data dell'impegno, la sottoscrizione del soggetto incaricato e l'indicazione del suo codice fiscale vanno riportati nello specifico riquadro "Impegno alla presentazione telematica".

Il soggetto incaricato è tenuto, altresì, a conservare l'**originale** della dichiarazione sostitutiva sottoscritta dal richiedente, unitamente alla copia del documento d'identità dello stesso, e a consegnare al richiedente una copia della dichiarazione sostitutiva presentata e dell'attestazione che

costituisce prova dell'avvenuta presentazione.

Concessione nei limiti delle risorse e del regime de minimis

L'agevolazione è concessa, a ciascun soggetto, nel rispetto del limite delle **risorse** stanziato.

Nello specifico, il credito d'imposta è concesso entro il limite massimo di 90 milioni di euro, che costituisce tetto di spesa per ciascuno degli anni 2021 e 2022. In particolare, il beneficio è concesso nel limite di 65 milioni di euro per gli investimenti pubblicitari effettuati sui giornali quotidiani e periodici, anche on line, e nel limite di 25 milioni di euro per gli investimenti pubblicitari effettuati sulle emittenti televisive e radiofoniche locali e nazionali, analogiche o digitali, non partecipate dallo Stato.

Ai fini della concessione del credito d'imposta si applicano, per i profili non derogati, le norme recate dal regolamento di cui al DPCM 16 maggio 2018 n. 90.

Pertanto, in caso di insufficienza delle risorse disponibili rispetto alle richieste pervenute, si dovrà procedere alla **ripartizione** delle stesse tra i beneficiari in misura proporzionale.

L'agevolazione è comunque concessa nei limiti dei regolamenti dell'Unione europea in materia di aiuti "**de minimis**".

(MF/ms)