

Appunto 1

PROMEMORIA SUGLI INCENTIVI FISCALI AGLI INVESTIMENTI PUBBLICITARI INCREMENTALI SU QUOTIDIANI, PERIODICI E SULLE EMITTENTI TELEVISIVE E RADIOFONICHE LOCALI (Art. 57/bis Legge 21/96/2017 n. 96 di conv. del DL 24/04/2017 n. 50) E SULL'EMANANDO DPCM SULLE MODALITA' E CRITERI DI ATTUAZIONE DEL CREDITO D'IMPOSTA

«Art. 57-bis

Incentivi fiscali agli investimenti pubblicitari incrementali su quotidiani, periodici e sulle emittenti televisive e radiofoniche locali e misure di sostegno alle imprese editoriali di nuova costituzione

*1. A decorrere dall'anno 2018, alle imprese e ai lavoratori autonomi che effettuano investimenti in campagne pubblicitarie **sulla stampa quotidiana e periodica** e sulle emittenti televisive e radiofoniche locali, analogiche o digitali, il cui valore superi almeno dell'1 per cento gli analoghi investimenti effettuati sugli stessi mezzi di informazione nell'anno precedente, è attribuito un contributo, sotto forma di credito d'imposta, pari al 75 per cento del valore incrementale degli investimenti effettuati, elevato al 90 per cento nel caso di microimprese, piccole e medie imprese e start up innovative, nel limite massimo complessivo di spesa stabilito ai sensi del comma 3... ».*

1. DEFINIZIONE DI STAMPA QUOTIDIANA E PERIODICA E EQUIPARAZIONE TRA STAMPA CARTACEA E ON LINE

Da più di vent'anni, il concetto di “stampa quotidiana e periodica”, e quindi di “prodotto editoriale”, ha subito numerose integrazioni e aggiornamenti, derivati dal progresso tecnologico e dalla incalzante produzione di testate giornalistiche telematiche.

E' ormai consolidata, anche legislativamente, la piena equiparazione della stampa on line con quella tradizionale cartacea. Differenti il modo di produzione, di diffusione e di fruizione del pubblico, ma identica la funzione di “informazione”.

Già dal 2001, il legislatore ha avvertito la necessità di intervenire sulla definizione di “prodotto editoriale e con l'articolo 1 della Legge 62/2001 statui:

« (Definizioni e disciplina del prodotto editoriale)

*1. Per «prodotto editoriale», ai fini della presente legge, si intende **il prodotto realizzato su supporto cartaceo**, ivi compreso il libro, **o su supporto informatico**, destinato alla pubblicazione o, comunque, alla **diffusione di informazioni presso il pubblico con ogni mezzo, anche elettronico**, o attraverso la radiodiffusione sonora o televisiva, con esclusione dei prodotti discografici o cinematografici.*

2. Non costituiscono prodotto editoriale i supporti che riproducono esclusivamente suoni e voci, le opere filmiche ed i prodotti destinati esclusivamente all'informazione aziendale sia ad uso interno sia presso il pubblico. Per «opera filmica» si intende lo spettacolo, con contenuto narrativo o documentaristico, realizzato su supporto di qualsiasi natura, purchè costituente opera dell'ingegno ai sensi della disciplina sul diritto d'autore, destinato originariamente, dal titolare dei diritti di utilizzazione economica, alla programmazione nelle sale cinematografiche ovvero alla diffusione al pubblico attraverso i mezzi audiovisivi.

3. *Al prodotto editoriale si applicano le disposizioni di cui all' articolo 2 della legge 8 febbraio 1948, n. 47 (Indicazioni obbligatorie sugli stampati). Il prodotto editoriale diffuso al pubblico con periodicità regolare e contraddistinto da una testata, costituente elemento identificativo del prodotto, è sottoposto, altresì, agli obblighi previsti dall'articolo 5 della medesima legge n. 47 del 1948 (Registrazione)».*

Da ultimo, il legislatore è intervenuto nuovamente in materia con la Legge 26 ottobre 2016, n. 198 (*“Istituzione del Fondo per il pluralismo e l'innovazione dell'informazione...”*) la quale ha sancito, all'articolo 3, comma 4, lett. c), la definizione di **“quotidiano on line”** e l'ha inserita, a pieno titolo nell' articolo 1 della legge 7 marzo 2001, n. 62, conducendo ad una completa equiparazione tra le testate telematiche e quelle cartacee.

La stessa Legge ha ricompreso, a pieno titolo, l'edizione esclusivamente in formato digitale delle testate percipienti i contributi diretti e con il decreto legislativo 15 maggio 2017, n. 70 (art. 9) si sono stabiliti i criteri di calcolo del contributo stesso.

Si ritiene pertanto, per i suesposti motivi, che siano da includere, nel citato beneficio del credito d'imposta, tutte le testate cartacee e digitali registrate al Registro stampa del Tribunale e/o presso il Registro degli operatori di comunicazione (ROC): quelle, in sostanza, che per la legge italiana sono testate giornalistiche a tutti gli effetti.