

Risposta n. 143/2022

OGGETTO: Credito di imposta art. 57 bis del decreto legge n. 50 del 2017

Con l'istanza di interpello specificata in oggetto, e' stato esposto il seguente

QUESITO

La ALFA (si seguito, "...." o "società") opera nel settore della distribuzione di vini e altre bevande alcoliche e fa parte del gruppo multinazionale francese BETA.

In particolare, la società è controllata dalla GAMMA, che detiene il 50,01% del capitale sociale e dalla ZETA, società di diritto francese, che detiene il restante 49,99%.

Nell'ambito del Gruppo BETA, la produzione di vini (champagne) e alcolici è realizzata da talune società (Maison) ciascuna delle quali è proprietaria del marchio con il quale sono commercializzati i rispettivi prodotti e degli impianti e macchinari industriali necessari per la fabbricazione.

La distribuzione dei prodotti nei mercati locali è affidata a ZETA, la quale a sua volta si avvale di società distributive dislocate nei vari Paesi esteri, inclusa l'Italia. ZETA è la società del gruppo che svolge l'attività di raccordo che si esplica nell'ottimizzazione della gestione degli ordini e dell'invio dei prodotti e si occupa anche della gestione dei servizi di marketing e della promozione dei prodotti.

L'Istante è il distributore dei Prodotti per il mercato italiano e nello svolgimento di detta attività si occupa anche della promozione e del marketing a livello locale. In coordinamento con ZETA.

Più in particolare, il dipartimento di marketing di ALFA svolge variegate attività riconducibili a due macrocategorie definite "*above the line*" e "*below the line*".

L'attività "*above the line*" si riferisce alle attività di marketing, comunicazione e pubbliche relazioni realizzate attraverso grandi eventi, media classici, carta stampata, televisione, cinema e radio. Le spese relative a tale tipologia di attività sono oggetto di separato rimborso da parte di ZETA, la quale a sua volta viene rimborsata dalle rispettive Maison. Tali spese, infatti, contribuiscono a rafforzare i vari brand delle Maison e pertanto i loro beneficiari sono le Maison stesse.

L'attività "*below the line*" ingloba le attività promozionali che il distributore realizza direttamente sul cliente o sul canale di vendite e che vengono attuate attraverso sponsorizzazioni, eventi ed in genere attività di direct marketing finalizzate a facilitare le vendite del distributore realizza direttamente sul cliente o sul canale di vendite e che vengono attuate attraverso sponsorizzazioni, eventi ed in genere attività di direct marketing finalizzate a facilitare le vendite del distributore stesso. Dette spese non sono oggetto di rimborso da parte di ZETA, ma entrano nel computo del margine di contribuzione di ALFA.

Tanto premesso, la società chiede chiarimenti in merito all'articolo 57-*bis* del decreto legge 24 aprile 2017, n. 50, convertito dalla legge del 21 giugno 2017, n. 96 e successive modificazioni che ha introdotto un credito d'imposta per gli investimenti pubblicitari, periodici e sulle emittenti televisive e radiofoniche locali.

Più precisamente, l'Istante ha presentato in data 19 ottobre 2018 la "comunicazione per l'accesso al credito di imposta" al Dipartimento per l'informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio dei ministri (di seguito, "Dipartimento") in ragione dei costi sostenuti per investimenti pubblicitari incrementali su quotidiani e periodici nel periodo di imposta 2018.

In data la società ha chiesto chiarimenti allo stesso Dipartimento in relazione alla questione oggetto del presente interpello.

In data il Dipartimento ha pubblicato l'elenco dei soggetti ammessi alla fruizione del beneficio nell'ambito del quale ha riconosciuto alla società un beneficio di euro 200.000 euro in ragione delle risorse disponibili e dei limiti previsti dalle normative europee sugli aiuti *de minimis*.

Tuttavia, l'Istante chiede di sapere se possa fruire del credito d'imposta previsto dall'articolo 57-*bis* del decreto legge n. 50 del 2017 in relazione alle spese sostenute, che rappresentano per l'Istante costi di marketing, anche se l'onere economico non resta a suo carico sulla base dei meccanismi del riaddebito del costo e della modalità determinazione del margine di contribuzione determinato con la società ZETA.

SOLUZIONE INTERPRETATIVA PROSPETTATA DAL CONTRIBUENTE

L'articolo 57-*bis* del decreto legge n. 50 del 2017, al fine di introdurre misure a sostegno dell'editoria ha introdotto per gli anni 2017 e 2018 un credito di imposta a favore delle imprese che abbiano effettuato investimenti in campagne pubblicitarie sulla stampa quotidiana e periodica anche on line.

Sotto il profilo della legittimazione attiva, la disposizione summenzionata pone come unica condizione ai fini dell'agevolazione che il soggetto che intende beneficiare del credito abbia "effettuato" investimenti qualificati nel periodo temporale rilevante, ma non chiede anche che lo stesso rimanga inciso del relativo onere economico.

In base al tenore letterale della disposizione sembrerebbe irrilevante che il richiedente oltre ad essere il soggetto che materialmente effettua gli investimenti qualificati sia anche il soggetto che ne sopporta a tutti gli effetti il relativo costo.

PARERE DELL'AGENZIA DELLE ENTRATE

L'articolo 57-*bis* del decreto legge n. 50 del 2017 riconosce, a decorrere dall'anno 2018, un contributo sotto forma di credito d'imposta sugli investimenti pubblicitari incrementali effettuati, utilizzabile esclusivamente in compensazione ai sensi dell'articolo 17 del decreto legislativo 9 luglio 1997 n. 241, previa istanza diretta al Dipartimento, a fronte di investimenti in "*campagne pubblicitarie sulla stampa quotidiana e periodica anche on line e sulle emittenti televisive e radiofoniche locali, analogiche o digitali*".

In particolare, le spese ammissibili sono quelle previste dall'articolo 3 del Decreto Presidente del Consiglio dei Ministri 16 maggio 2018, n. 90 e, cioè, quelle riferite all'acquisto di spazi pubblicitari e inserzioni commerciali, effettuati esclusivamente su giornali quotidiani e periodici, pubblicati in edizione cartacea, ovvero nell'ambito della programmazione di emittenti televisive e radiofoniche locali, analogiche o digitali. Sono escluse le spese sostenute per l'acquisto di spazi nell'ambito della programmazione o dei palinsesti editoriali per pubblicizzare o promuovere televendite di beni e servizi di qualunque tipologia nonché quelle per la trasmissione o per l'acquisto di spot radio e televisivi di inserzioni o spazi promozionali relativi a servizi di pronostici, giochi o scommesse con vincite di denaro, di messaggeria vocale o chat-line con servizi a sovrapprezzo. Non sono, inoltre, ammissibili le spese accessorie, dei costi di intermediazione e di ogni altra spesa diversa dall'acquisto dello spazio pubblicitario, anche se ad esso funzionale o connessa. Al riguardo, si evidenzia che la norma agevolativa, pur utilizzando il termine "investimenti", in concreto fa riferimento, come emerge dal dettaglio delle spese ammissibili indicate nell'articolo 3 decreto attuativo, a spese che hanno natura di costi di esercizio ai fini civilistici e ai fini fiscali rientrano nell'ambito dall'articolo 108 del TUIR.

Dal punto di vista soggettivo possono beneficiare del credito d'imposta, attraverso l'utilizzo esclusivamente in compensazione, le imprese e i lavoratori autonomi e gli enti non commerciali. Da ciò consegue che il credito in esame è autonomo rispetto alla modalità di determinazione del reddito e dal trattamento di tale

spesa in capo al soggetto beneficiario e, pertanto, può essere fruito da tutti i soggetti che dichiarano un reddito imponibile in Italia. In tal senso possono beneficiare dell'agevolazione anche i soggetti che non svolgono attività commerciale e, quindi, non deducono i costi nella determinazione del loro reddito imponibile.

Con riferimento al caso specifico si evidenzia che la società istante è un soggetto residente che:

- dichiara un reddito imponibile in Italia compensabile con il credito emergente dalla fruizione dell'agevolazione in esame;
- ha sostenuto le spese che, sulla base dell'esame svolto dal Dipartimento rientrano, dal punto di vista oggettivo, nell'ambito della disciplina agevolativa in esame.

Peraltro, è appena il caso di evidenziare che le spese in questione rilevano ai fini della determinazione del reddito d'impresa in quanto inerenti all'attività della società che ne beneficia in termini di incremento dei propri ricavi, assumendosene, per converso, contrattualmente l'onere nei confronti del fornitore del servizio, in quanto nella sottoscrizione del contratto agisce in nome proprio sia pur su incarico della capogruppo. In definitiva, se è vero che l'onere dal punto di vista economico di tali spese è sostanzialmente sostenuto dalla capogruppo, è anche vero che la società ne assume formalmente i rischi e ne ritrae direttamente benefici in termini di maggiori vendite. Si fa presente, peraltro, che il rimborso del costo da parte della capogruppo concorre alla determinazione del reddito della stessa società.

Alla luce di tali considerazioni, il ribaltamento delle spese ad altri soggetti del gruppo, nello specifico non residenti, non inficia il loro riconoscimento ai fini della disciplina agevolativa in commento.

Pertanto, per quanto di competenza della scrivente, non ricorrono motivi ostativi per la conferma del credito d'imposta riconosciuto dal Dipartimento in data (.....), mediante pubblicazione dell'elenco dei soggetti ammessi alla fruizione del beneficio in esame.

Il presente parere non attiene alla corretta determinazione degli investimenti incrementali del credito d'imposta e l'esistenza o meno di duplicazioni del beneficio né, tanto meno, alla valutazione della sua congruità ai fini della disciplina del *transfer pricing*.

IL DIRETTORE CENTRALE

(firmato digitalmente)