

Credito d'imposta sugli investimenti pubblicitari e per i canoni di locazione degli immobili ad uso non abitativo e affitto d'azienda

Le novità introdotte dalla legislazione emergenziale e dalla Legge di Bilancio 2021



Federico Ragazzini

Dottore Commercialista e Revisore Legale
Partner, Pirola Pennuto Zei & Associati, Milano



Ignazio La Candia

Dottore Commercialista e Revisore Legale
Associate Partner, Pirola Pennuto Zei & Associati, Milano
Università Bicocca Milano

La diffusione dell'epidemia da Covid-19 ha spinto i Paesi, nonché le principali istituzioni internazionali, all'adozione di misure in primo luogo di contenimento della propagazione del virus e, in secondo luogo, di sostegno all'economia. Tra queste ultime, rientrano le modifiche ed il rafforzamento di alcuni tax credit già presenti nei vari ordinamenti, nonché l'introduzione di nuove misure, quali, ad es., il credito d'imposta sui canoni di locazione degli immobili ad uso non abitativo e sull'affitto d'azienda.

Gli autori ringraziano per la fattiva collaborazione il Dott. Stefano Vito Pantaleo.

La norma, avente natura "strutturale"^[1], è entrata a pieno regime a partire dal 1° gennaio 2018. Per il secondo semestre 2017 e, più precisamente, per il periodo compreso tra il 24 giugno 2017 – data di entrata in vigore della normativa – e il 31 dicembre 2017, il beneficio era riconosciuto agli investimenti pubblicitari incrementali limitatamente al canale informativo della stampa (quotidiana e periodica).

Per quanto riguarda l'ambito soggettivo di applicazione, la misura è rivolta alle imprese, ai lavoratori autonomi (art. 2 del Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri [D.P.C.M.] del 16 maggio 2018) ed agli enti non commerciali, indipendentemente dalla loro natura giuridica, dalle loro dimensioni aziendali e dal regime contabile adottato.

Per quanto concerne le imprese, possono beneficiare della misura agevolativa tutti i soggetti titolari di reddito d'impresa^[2] di cui agli artt. 55 e 73 del Testo Unico delle Imposte sui Redditi (TUIR) e, pertanto, le società di capitali, società di persone, persone fisiche esercenti attività commerciale, le società di armamento, le società di fatto che hanno ad oggetto l'esercizio dell'attività commerciale, le società consortili a rilevanza interna od esterna, le società cooperative e di mutua assicurazione, gli enti pubblici e privati diversi dalle società, nonché i trust che hanno per oggetto esclusivo o principale l'esercizio di un'attività commerciale, gli enti pubblici e privati, diversi dalle società, nonché i trust che non hanno per oggetto esclusivo o principale l'esercizio di un'attività commerciale, con riferimento all'attività commerciale esercitata nonché le stabili organizzazioni nel territorio dello Stato di soggetti non residenti.

I. Il credito d'impresa sugli investimenti pubblicitari... 215

A. La normativa originaria 215

B. Le modifiche introdotte dalla normativa emergenziale Covid-19 e le novità del 2021 217

II. Il credito d'imposta per i canoni di locazione degli immobili ad uso non abitativo e affitto d'azienda 218

III. Conclusioni 220

I. Il credito d'impresa sugli investimenti pubblicitari

A. La normativa originaria

Nel 2017, il Decreto Legge (D.L.) n. 50/2017 (cd. "Manovra Correttiva") ha introdotto nell'ordinamento italiano, con l'art. 57-bis, un'importante agevolazione di natura fiscale sotto forma di credito d'imposta, riguardante gli investimenti pubblicitari incrementali effettuati sui seguenti due canali di informazione: (i) il canale della stampa (quotidiana e periodica), anche *online*, e (ii) il canale delle emittenti televisive e radiofoniche locali, analogiche o digitali.

La finalità della normativa è evidente ed è quella di agevolare un settore, quello editoriale, in forte crisi, principalmente con riferimento alla carta stampata ed alle piccole emittenti locali (radiofoniche e/o televisive).

[1] In realtà, la versione iniziale del *bonus "Pubblicità"*, come introdotta dal D.L. n. 50/2017, aveva sollevato parecchi dubbi circa il carattere strutturale della normativa. A fronte di una formulazione letterale della norma che deponesse a favore di una siffatta interpretazione, si contrapponeva la circostanza che il D.L. n. 50/2017 avesse stanziato le risorse necessarie soltanto per l'anno 2018. La *querelle* è stata definitivamente risolta con la conversione in legge del D.L. n. 59/2019.

[2] Comunicato della Presidenza del Consiglio dei Ministri del 24 luglio 2018.

Oltre alle imprese, possono essere destinatari del credito in parola anche i soggetti titolari di redditi di lavoro autonomo di cui all'art. 53, comma 1, TUIR, i redditi che "derivano dall'esercizio di arti e professioni" e, pertanto, anche gli esercenti professioni regolamentate.

Quanto agli enti non commerciali, possono beneficiare dell'agevolazione sia quelli che esercitano solo ed esclusivamente attività istituzionale, sia quelli che esercitano, anche solo marginalmente, un'attività commerciale e che, pertanto, sono anche titolari di reddito d'impresa.

In relazione, invece, all'ambito oggettivo di applicazione, come anticipato, il credito è riconosciuto sugli investimenti incrementali in campagne pubblicitarie effettuate in uno o in entrambi i canali di informazione sopra indicati.

Più precisamente, per investimenti incrementali s'intendono gli investimenti pubblicitari il cui valore superi di almeno l'1% gli investimenti effettuati sui medesimi mezzi d'informazione nell'anno fiscale precedente ("al complesso degli investimenti effettuati, rispetto all'anno precedente, sui mezzi di informazione di cui al periodo precedente") (art. 2, comma 1, D.P.C.M. del 16 maggio 2018). Tale verifica può costituire un elemento penalizzante per il contribuente in determinati casi mentre, in altri, può rappresentare un elemento di favore rispetto all'ipotesi alternativa di una verifica della soglia incrementale dell'1% degli investimenti effettuati per singolo canale di informazione^[3].

L'adozione del meccanismo incrementale comporta:

- l'impossibilità di applicare il *bonus* alle *start-up*. In questo caso, non esistendo la società nell'anno precedente, non è infatti possibile verificare il *test* incrementale dell'1%;
- l'impossibilità di applicare il *bonus* alle società già esistenti che non hanno sostenuto alcuna spesa pubblicitaria nell'anno precedente a quello di riferimento. Anche in questo caso, non avendo la società sostenuto investimenti pubblicitari nel 2019, non è possibile verificare l'eventuale superamento del *test* incrementale dell'1%.

^[3] Si ipotizzi un contribuente che nell'anno "n" abbia sostenuto spese pubblicitarie per un totale di 400 (suddivise in 200 sia per il canale radio-televisivo sia per il canale riviste-quotidiani). Nell'anno successivo "n+1" il contribuente sostiene spese pubblicitarie per complessivi 410 (suddivise in 209 per il canale radio-televisivo e 201 per il canale riviste-quotidiani). In questo caso la verifica dell'incremento dell'1% sul totale degli investimenti risulta a favore del contribuente perché l'intero incremento pubblicitario è superiore alla soglia minima prevista dell'1% (incremento totale 10 = 2,5%). Diversamente se fosse necessario effettuare un'analisi per singolo canale di informazione, ciò risulterebbe penalizzante perché permetterebbe di agevolare solo gli investimenti pubblicitari incrementali del canale radio-televisivo (pari a 9 = 4,5%) e non anche quello del canale riviste-quotidiani, in quanto questi ultimi presentano un incremento inferiore alla soglia minima dell'1% (incremento di 1 = 0,5%). Diversamente, l'analisi per singolo canale di informazione favorirebbe il contribuente, rispetto alla verifica sul totale degli investimenti per entrambi i canali, tutte le volte in cui l'investimento incrementale riguarda solo un canale di informazione. In questo caso infatti, il contribuente avrebbe la possibilità di calcolare il *bonus* pubblicitario sul totale dell'investimento incrementale effettuato sul singolo canale senza tenere conto di eventuali decrementi negli investimenti pubblicitari effettuati negli altri canali di informazione.

Analogamente ad altri istituti agevolativi, si ritiene che qualora la Società abbia partecipato ad operazioni straordinarie (i.e. operazioni di fusione, scissione, conferimento, ecc.), la verifica del *test* incrementale debba essere svolta tenendo in considerazione anche il livello degli investimenti pubblicitari effettuati dal soggetto dante causa (i.e. società conferente, società fusa, ecc.)^[4].

Per gli investimenti derivanti dall'acquisto di spazi pubblicitari ed inserzioni commerciali sui giornali, è necessario che questi siano iscritti presso il Tribunale competente (art. 5 della Legge [L.] n. 47/1948), ovvero presso il Registro degli operatori di comunicazione di cui all'art. 1, comma 6, lett. a, n. 5, L. n. 249/1997.

Per gli investimenti pubblicitari sul sito *web* di un'agenzia di stampa è necessario che la relativa testata giornalistica sia registrata presso il Tribunale civile competente, ovvero presso il registro degli operatori della comunicazione e, inoltre, che la testata sia dotata della figura del direttore responsabile.

L'art. 3, comma 1, D.P.C.M. del 16 maggio 2018, invece, prevede che siano escluse dall'ambito di applicazione del *bonus* 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 e per le spese 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, messaggeria vocale o *chat-line* con servizi a sovrapprezzo.

Sono escluse, altresì, le spese sostenute per forme di pubblicità diverse da quelle previste dalla norma agevolativa, quali, ad esempio, quelle sostenute per grafica pubblicitaria su cartelloni fisici, volantini cartacei periodici, pubblicità su cartellonistica, pubblicità su vetture o apparecchiature, pubblicità mediante affissioni e *display*, pubblicità su schermi di sale cinematografiche, pubblicità tramite *social* o piattaforme *online*, piuttosto che per *banner* pubblicitari su portali *online*.

Per quanto concerne la misura del credito, il beneficio è accordato nella misura del 75% degli investimenti pubblicitari incrementali ed è determinato, in relazione a ciascun mezzo di informazione, calcolando dapprima l'importo complessivo del credito, pari al 75% dell'ammontare totale dell'incremento e, successivamente, ripartendo l'importo così determinato, proporzionalmente all'ammontare dell'incremento dell'investimento sui singoli mezzi di informazione.

Va ricordato che la quantificazione delle spese pubblicitarie debba essere effettuata rispettando il principio di competenza di cui all'art. 109 TUIR, escludendo le spese accessorie, i costi di intermediazione ed ogni altra spesa diversa dall'acquisto dello

^[4] In tal senso si è espressa, con riferimento ad un'operazione di conferimento, l'Agenzia delle Entrate la quale, con la recente risposta ad un interpello (n. 144/20210), ha precisato che, ai fini del calcolo degli investimenti incrementali, si considerano gli investimenti precedentemente effettuati dalla società conferente.

spazio pubblicitario, anche se ad esso funzionale o connesso. Altresì, le spese ammissibili vanno considerate al netto dell'imposta sul valore aggiunto (IVA), detraibile. Diversamente, nell'ipotesi dell'IVA indetraibile, questa andrà ad incrementare l'ammontare dell'investimento pubblicitario rilevante ai fini del calcolo dell'agevolazione^[5].

Analogamente ad altri istituti agevolativi, anche per il *bonus* "Pubblicità", il legislatore ha previsto, ai sensi dell'art. 4, comma 2, D.P.C.M. n. 90/2018, che il sostenimento di tali spese sia certificato da un'apposita attestazione rilasciata dai soggetti di cui all'art. 35, comma 1, lett. a e 3 del Decreto Legislativo (D.Lgs.) n. 241/1997, legittimati a rilasciare il visto di conformità, ovvero dai soggetti che esercitano la revisione legale dei conti ai sensi dell'art. 2409-bis del codice civile (c.c.). Con tale attestazione il soggetto incaricato certifica l'effettività del sostenimento delle spese. Tale attestazione deve essere conservata dal beneficiario richiedente, per i controlli successivi, ed esibita su richiesta dell'Amministrazione finanziaria.

Il riconoscimento del credito d'imposta è subordinato ad una procedura di accesso all'agevolazione la quale si articola sostanzialmente in due fasi:

- una prima fase, con cui il contribuente, ai sensi dell'art. 5 D.P.C.M. n. 90/2018, tramite l'apposito modello "Comunicazione per la fruizione del credito d'imposta per gli investimenti pubblicitari incrementali" della "Comunicazione per l'accesso al credito d'imposta", contenente i dati degli investimenti da effettuare nell'anno, prenota l'accesso al credito d'imposta (cd. prenotazione del credito). Tale comunicazione, inviata attraverso i consueti canali telematici, va presentata nel periodo intercorrente tra il 1° ed il 31 marzo di ciascun anno;
- una seconda fase con cui il contribuente, tramite l'apposito modello "Dichiarazione sostitutiva relativa agli investimenti effettuati" della "Comunicazione per l'accesso al credito d'imposta", dichiara che gli investimenti indicati nella Comunicazione in precedenza citata sono stati effettivamente posti in essere nell'anno agevolato e che questi investimenti rispettano i requisiti di legge richiesti (cd. consuntivazione del credito). Tale comunicazione, inviata attraverso i consueti canali telematici, va presentata tra il 1° ed il 31 gennaio dell'anno successivo. Al pari di quanto accade in relazione ad altri modelli, la presentazione dei due summenzionati modelli può avvenire direttamente, ad opera del soggetto beneficiario, qualora questo sia abilitato ai servizi telematici dell'Agenzia delle Entrate, ovvero tramite una società del gruppo, se il beneficiario fa parte di un gruppo societario, ovvero, in ultimo, servendosi di un intermediario abilitato. Non è invece necessario allegare alcun documento di supporto.

[5] Laddove tali spese siano fatturate da società concessionarie della raccolta pubblicitaria, esse concorrono alla determinazione del credito per il loro intero ammontare, atteso che costituiscono, per l'operatore economico committente, l'effettiva spesa sostenuta per l'acquisto degli spazi. Restano, invece, escluse le spese sostenute dagli operatori economici che decidono di avvalersi di servizi di consulenza o intermediazione.

Inoltre, è bene ricordare che il comma 3 dell'art. 4 del Regolamento attuativo, adottato con il D.P.C.M. n. 90/2018^[6], chiarisce che il credito d'imposta *de quo* 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.

Infine, quanto alle modalità di fruizione del credito, ai sensi del comma 1 dell'art. 57-bis D.L. n. 50/2017, esso è utilizzabile esclusivamente in compensazione^[7] mediante il modello F24 da presentare tramite i servizi telematici dell'Agenzia delle Entrate ed a decorrere dal quinto giorno lavorativo successivo alla pubblicazione del provvedimento che comunica l'ammontare spettante^[8].

Il *bonus* "Pubblicità" è fiscalmente rilevante per il soggetto percettore (i.e. contributo tassato ai fini dell'Imposta sul Reddito delle Persone Fisiche [IRPEF], dell'Imposta sul Reddito delle Società [IRES] e dell'Imposta sul Reddito delle Attività Produttive [IRAP]).

B. Le modifiche introdotte dalla normativa emergenziale Covid-19 e le novità del 2021

Il perdurare dell'emergenza sanitaria connessa alla diffusione del Covid-19 ha determinato, in conseguenza del crollo attuale e prospettico degli investimenti pubblicitari delle imprese per l'anno in corso, un significativo aggravamento delle condizioni di sostenibilità economica per numerose realtà editoriali (giornali ed emittenti radiotelevisive). Per contrastare la crisi degli investimenti pubblicitari, il legislatore ha introdotto, con il Decreto Cura Italia (art. 96 D.L. n. 18/2020) e con il Decreto Rilancio (art. 186 D.L. n. 34/2020), per il 2020, un regime straordinario di accesso al *bonus* "Pubblicità". In particolare, il potenziamento dell'agevolazione per il 2020^[9] ha riguardato:

- 1) la tipologia di canali di informazione agevolabili. In aggiunta ai giornali ed emittenti locali radio-televisive, il credito d'imposta è riconosciuto anche agli investimenti pubblicitari effettuati sulle emittenti televisive e radiofoniche nazionali, purché non partecipate dallo Stato^[10];
- 2) il meccanismo di calcolo dell'agevolazione. Il credito d'imposta è concesso nella misura unica del 50%^[11]

[6] Pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale n. 170 del 24 luglio 2018.

[7] In assenza di una specifica deroga in tal senso, restano ferme le limitazioni annue alla compensazione, di cui all'art. 34 L. n. 388/2000 (i.e. limite annuale alla compensazione in F24: euro 700'000) e di cui all'art. 1, comma 53, L. n. 244/2007 (i.e. limite quadro RU: euro 250'000).

[8] Come chiarito dalla risoluzione dell'Agenzia delle Entrate n. 41/2019, il codice tributo da utilizzare è "6900".

[9] In via eccezionale, per il solo anno 2020, il termine per la presentazione della comunicazione per l'accesso al credito era stato fissato tra il 1° ed il 31 marzo 2020, mentre quello per la presentazione della dichiarazione sostitutiva degli investimenti effettuati era stato fissato tra il 1° ed il 31 gennaio 2021. La Legge di Bilancio 2021 ha poi disposto il "ritorno" agli ordinari termini previsti dall'art. 57-bis, comma 1-ter, D.L. n. 50/2017.

[10] Agenzia delle Entrate, Circolare n. 25/E del 20 agosto 2020.

[11] L'importo degli investimenti era stato inizialmente previsto nella misura del 30% dal Decreto Cura Italia; tale percentuale è stata successivamente elevata al 50% dal Decreto Rilancio.

del valore degli investimenti effettuati. Non è, pertanto, necessario, aver sostenuto nell'anno precedente analoghi investimenti sugli stessi mezzi di informazione, "requisito invece previsto per il riconoscimento del credito d'imposta «a regime», unitamente alla condizione del valore incrementale degli stessi investimenti (superiore almeno dell'1% rispetto al valore di quelli effettuati nell'anno precedente)"^[12];

- 3) l'ampliamento (indiretto) della platea dei potenziali soggetti beneficiari. Una conseguenza diretta della modifica introdotta per l'anno 2020 nel meccanismo di calcolo del credito d'imposta è rappresentata dall'ampliamento della platea dei soggetti potenziali beneficiari, essendovi ora inclusi anche i soggetti che, nel 2020, hanno effettuato investimenti inferiori a quelli effettuati nel 2019, i soggetti che non hanno effettuato, nel 2019, alcun investimento pubblicitario e, in ultimo, i soggetti che hanno iniziato la propria attività nel corso del 2020 (*start-up*).

La deroga introdotta dal legislatore per l'anno 2020 è stata di recente prorogata, con la Legge di Bilancio 2021, per il biennio 2021 e 2022. Tale proroga, tuttavia, opera, ai sensi dell'art. 1, comma 608, L. n. 178/2020, solo in relazione agli investimenti effettuati sulla stampa (giornali quotidiani e periodici, anche in formato digitale). A differenza della disciplina in vigore nel 2020, il *bonus* pubblicità per gli investimenti pubblicitari effettuati su emittenti televisive e/o radiofoniche (locali) – per gli anni 2021 e 2022 – sarà dunque riconosciuto secondo la normativa originaria^[13].

II. Il credito d'imposta per i canoni di locazione degli immobili ad uso non abitativo e affitto d'azienda

Con il Decreto Rilancio (art. 28 D.L. n. 34/2020), il legislatore ha previsto l'introduzione di un ulteriore incentivo, di natura temporanea, sotto forma di credito d'imposta in relazione ai canoni di locazione degli immobili ad uso non abitativo (art. 28, comma 1, D.L. n. 34/2020) e dell'affitto d'azienda. Anche in questo caso la finalità della norma, come sottolineato nella Circolare dell'Agenzia delle Entrate n. 14/E del 6 giugno 2020, "è quella di contenere gli effetti economici negativi derivanti dalle misure di prevenzione e contenimento connesse all'emergenza epidemiologica da Covid-19 che hanno determinato una riduzione dei ricavi o dei compensi delle attività economiche a fronte dell'incidenza dei costi fissi quali, ad esempio, il canone di locazione, di *leasing* o di concessione di immobili delle piccole attività economiche (individuate come quei soggetti con ricavi o compensi non superiori a 5 milioni di euro nel periodo d'imposta precedente quello dell'entrata in vigore del decreto stesso)".

L'agevolazione in parola, riconosciuta automaticamente al ricorrere dei requisiti individuati dalla norma, è applicabile agli esercenti attività d'impresa, arte o professione in via abituale, alle strutture alberghiere ed agrituristiche, alle agenzie di viaggio e di turismo, ai *tour operator* e, infine, agli enti non commerciali (ambito soggettivo di applicazione).

[12] Agenzia delle Entrate, Circolare n. 25/E del 20 agosto 2020, par. 4.1.1.

[13] Ne consegue che per tale tipologia di investimenti, il credito di imposta sarà riconosciuto nella misura unica del 75% del valore incrementale degli investimenti effettuati, purché pari o superiore almeno dell'1% degli analoghi investimenti effettuati sullo stesso mezzo di informazione nell'anno precedente.

Per quanto concerne, invece, l'ambito oggettivo di applicazione, il *bonus* "Locazioni" è, per l'appunto, spettante in relazione ai contratti di locazione e sublocazione di immobili^[14], ai contratti di *leasing* operativo di immobili^[15], ai contratti di concessione di immobili, ai contratti di servizi a prestazioni complesse comprensivi di immobili (almeno uno) nonché, infine, ai contratti di affitto di azienda comprensivi di immobili.

Inoltre, il *bonus* in questione non è applicabile (indistintamente) a tutti gli immobili oggetto di locazione (o simili), ma è limitato agli immobili destinati allo svolgimento di un'attività industriale, commerciale, artigianale, agricola o di interesse turistico, ovvero destinato all'esercizio abituale di un'attività professionale di lavoro autonomo, ovvero, ancora all'esercizio dell'attività istituzionale propria di un ente non commerciale. Ne restano esclusi gli immobili destinati all'uso abitativo. In altri termini, l'elemento dirimente è rappresentato dalla destinazione d'uso dell'immobile, a nulla rilevando la categoria catastale di appartenenza.

Un ulteriore requisito che deve essere verificato ai fini del riconoscimento del credito riguarda la (sensibile) diminuzione del fatturato nei mesi di riferimento rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Come anticipato, la finalità della norma è quella di sostenere le attività produttive che sono state profondamente colpite dall'emergenza Covid-19 e che hanno visto, nei mesi di riferimento, contrarsi il proprio fatturato di oltre il 50% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Il periodo "di osservazione" varia nel caso delle strutture turistico-ricettive per le quali la verifica va compiuta nei mesi da aprile a dicembre (o nei mesi da aprile a luglio per le strutture turistico ricettive con attività solo stagionale).

Accertata la sussistenza della riduzione del fatturato, il legislatore ha previsto che la misura del credito, la quale è commisurata all'ammontare del canone di locazione effettivamente pagato nel periodo di riferimento, vari in funzione della dimensione dell'attività economica esercitata, della tipologia contrattuale. Più precisamente, relativamente ai contratti di locazione, *leasing* o di concessione di immobili ad uso non abitativo, il credito spetta:

- nella misura ordinaria del 60% alle imprese, ai lavoratori autonomi ed agli enti non commerciali che abbiano registrato ricavi o compensi non eccedenti 5 mio. di euro nel periodo d'imposta 2019; e
- nella misura ridotta del 20% nel caso in cui, i medesimi soggetti abbiano registrato ricavi o compensi eccedenti 5 mio. di euro nel periodo d'imposta 2019.

Per quanto invece attiene ai contratti di servizi a prestazioni complesse o di affitto d'azienda, comprensivi di almeno un immobile ad uso non abitativo, esso spetta:

[14] Risposta ad interpello n. 356/2020.

[15] Data la finalità sostanzialmente analoga al contratto di locazione, cfr. Agenzia delle Entrate, Circolare n. 14/E del 6 giugno 2020.

- nella misura ordinaria del 30% alle imprese, ai lavoratori autonomi ed agli enti non commerciali che abbiano registrato ricavi o compensi non eccedenti 5 mio. di euro nel periodo d'imposta 2019; e
- nella misura ridotta del 10% alle imprese, ai lavoratori autonomi ed agli enti non commerciali che abbiano registrato ricavi o compensi eccedenti 5 mio. di euro.

In via eccezionale, tale credito, è accordato, per le sole strutture turistico-ricettive, nella misura del 50% a prescindere dal volume dei ricavi dell'anno 2019.

Come chiarito dalla Circolare dell'Agenzia delle Entrate n. 14/E del 6 giugno 2020, la verifica del calo di fatturato è condotta sulla base delle operazioni che hanno concorso alla liquidazione periodica IVA nei periodi oggetto di confronto, cui si sommano le operazioni effettuate in detti mesi e non rilevante ai fini IVA. In tal senso, la data da considerare è quella di effettuazione dell'operazione. La stessa Agenzia delle Entrate ha poi avuto cura di precisare che tale verifica è effettuata mese per mese, ben potendosi verificare la circostanza per la quale il credito spetti solo in relazione ad uno o più dei mesi agevolabili.

A titolo esemplificativo, si consideri il caso della Società "ALFA" che, nel periodo d'imposta 2019 ha registrato un fatturato pari ad euro 400'000 per il mese di marzo, di euro 460'000 per il mese di aprile e di euro 520'000 per il mese di maggio e che, invece, negli stessi mesi del 2020 ha registrato un fatturato rispettivamente pari ad euro 150'000, euro 130'000 ed euro 450'000. In una siffatta ipotesi, il credito è riconosciuto solo per i mesi di marzo e aprile, per i quali, evidentemente, risulta integrato il requisito del calo del fatturato pari o superiore al 50% del fatturato dello stesso periodo del precedente periodo d'imposta.

Per quanto riguarda le modalità di fruizione del credito ed i limiti di compensazione, esso risulta utilizzabile in compensazione in F24 (codice tributo "6920"); in alternativa può essere utilizzato a partire dalla dichiarazione dei redditi relativa al periodo d'imposta in cui il canone è stato effettivamente corrisposto, o può essere ceduto a terzi^[16]. L'utilizzo del credito *de quo* non soggiace alle ordinarie limitazioni annue di cui all'art. 34 L. n. 388/2000 (*i.e.* limite annuale alla compensazione in F24: euro 700'000^[17]) e di cui all'art. 1, comma 53, L. n. 244/2007 (*i.e.* limite quadro RU: euro 250'000).

^[16] La cessione può aver luogo anche nei confronti dello stesso locatore, nel qual caso, il conduttore deve corrispondergli solo la differenza tra il canone dovuto ed il credito d'imposta convertito (art. 122 Decreto Rilancio). In tale ipotesi è necessario presentare un'apposita comunicazione di intervenuta cessione del credito d'imposta, a seguito della quale il credito può essere utilizzato dal cessionario in compensazione tramite modello F24 ovvero nella propria dichiarazione dei redditi.

^[17] Limite innalzato ad 1 mio. di euro per il solo 2020 ad opera dell'art. 147 D.L. n. 34/2020.

Sotto il profilo reddituale, il credito d'imposta di cui si tratta non concorre alla formazione della base imponibile IRES/IRPEF, né al valore della produzione rilevante ai fini IRAP^[18].

Un ultimo aspetto riguarda l'eventuale cumulabilità del *bonus* "Locazioni" con il *bonus* "Negozio e Botteghe" previsto dall'art. 65 D.L. n. 18/2020 (cd. Decreto Cura Italia). Tale credito, introdotto nella prima fase emergenziale della pandemia, era riconosciuto a tutti gli esercenti attività d'impresa^[19] per le attività specificatamente sospese dal D.P.C.M. dell'11 marzo 2020 nella misura del 60% del canone di affitto pagato per il (solo) mese di marzo 2020, limitatamente all'ipotesi di locazione di immobili specificatamente rientranti nella categoria catastale C/1 (*i.e.* negozi e botteghe)^[20]. A differenza del *bonus* "Locazioni", il *bonus* "Negozio e Botteghe" non era subordinato ad alcuna soglia massima di ricavi/corrispettivi realizzati nell'anno precedente. L'art. 28 D.L. n. 34/2020 ha espressamente vietato la cumulabilità, in relazione alle medesime spese sostenute, del *bonus* "Locazioni" con il *bonus* "Negozio e Botteghe" (art. 28, comma 8, D.L. n. 34/2020). Pertanto, nel caso in cui il soggetto beneficiario abbia già fruito, relativamente al canone versato per il mese di marzo 2020 per l'immobile "X", del credito d'imposta di cui all'art. 65 D.L. n. 18/2020, lo stesso non può al contempo beneficiare, relativamente al medesimo canone, del credito d'imposta di cui all'art. 28 D.L. n. 34/2020. Tuttavia, è bene evidenziare che la fruizione del *bonus* "Negozio e Botteghe" per il canone di locazione del mese di marzo relativo ad un altro immobile "Y" non è invece ostativa per la fruizione del credito d'imposta *ex art.* 28 D.L. n. 34/2020, in relazione alla medesima mensilità versata per la locazione del differente immobile "X".

Infine, si segnala che, dalla sua introduzione, il *bonus* "Locazioni" ha visto la sua disciplina ulteriormente modificarsi. Più nel dettaglio, con il D.L. n. 137/2020 (cd. "Decreto Ristori") è stata prevista l'estensione dell'ambito temporale della misura anche per i mesi di ottobre, novembre e dicembre 2020.

Successivamente, con il D.L. n. 149/2020 (cd. "Decreto Ristori Bis") il credito, inizialmente accordato alle sole imprese operanti nei settori riportati nella tabella di cui all'Allegato 1 al D.L. n. 137/2020, è stato esteso a tutte le imprese operanti nei settori riportati nell'Allegato 2 allo stesso Decreto, nonché alle imprese che svolgono le attività di cui ai codici ATECO 79.1, 79.11 e 79.12 che hanno la sede operativa nelle aree del territorio nazionale, caratterizzate da uno scenario di massima gravità e da un livello di rischio alto.

^[18] In ipotesi di cessione del credito, se il valore nominale del credito ceduto dovesse eccedere il corrispettivo pattuito con il cedente, il cessionario deve rilevare una sopravvenienza attiva che concorre alla formazione del reddito e del valore della produzione netta secondo le ordinarie modalità.

^[19] Ne restavano pertanto esclusi i lavoratori autonomi e gli enti non commerciali che sono stati ricompresi nel *bonus* "Locazioni".

^[20] Anche in questo caso il *bonus* "Negozio e Botteghe" si differenzia dal *bonus* "Locazioni" in quanto per il primo era necessario una verifica sulla categoria catastale mentre per il secondo si deve fare riferimento alla destinazione d'uso degli immobili.

Infine, è intervenuta la Legge di bilancio 2021 (art. 1, comma 602), la quale ha modificato il comma 5 dell'art. 28 D.L. n. 34/2020, estendendo nuovamente l'ambito temporale di applicazione dell'agevolazione sino al 30 aprile 2021. Tale estensione, tuttavia, opera solo in relazione alle imprese turistico ricettive, alle agenzie di viaggio ed ai *tour operator*.

III. Conclusioni

Le due agevolazioni, analizzate nelle pagine che precedono, sono state introdotte o rafforzate, con i vari decreti emergenziali, con la dichiarata finalità di agevolare e sostenere le imprese nell'attuale periodo di crisi. Lo strumento utilizzato è quello del riconoscimento di un credito d'imposta alle imprese utilizzabile in compensazione secondo le ordinarie regole previste dal nostro ordinamento.

Sono due misure che vanno certamente nella giusta direzione – e di questo va dato atto al nostro legislatore – al quale, però, a parere di chi scrive, è mancato il coraggio di destinare risorse finanziarie adeguate a rendere tali misure di significativa utilità per le imprese. Basti pensare al *bonus* pubblicità il quale – a fronte di una spettanza "nominale" del credito nella misura del 50% – a giochi fatti, complice l'elevato numero di richieste da parte dei contribuenti e le scarse risorse disponibili, è stato riconosciuto per l'anno 2020 nella misura "ridotta" del 14,8% e del 6,5%, rispettivamente per investimenti su stampa e per investimenti su radio/televisione^[21]. L'augurio è che nei prossimi decreti sia posta una maggiore attenzione nella scelta degli incentivi, concentrando le risorse su quelli di maggiore impatto per le imprese, evitando così di disperdere preziose risorse finanziarie in *bonus* di scarsa utilità per l'economia reale.

[21] Elenco dei soggetti richiedenti per l'anno 2020 in: https://informazioneeditoria.gov.it/media/3334/soggetti-richiedenti_comunicazioni-bonus-pubblicita-2020.pdf (consultato il 15.04.2021).