



TAX CREDIT

E BENEFICI PER LE AZIENDE ESTERNE ALLA FILIERA CINEMATOGRAFICA

Dal 1° gennaio 2017, con la Legge 14 novembre 2016, n. 220, è entrata in vigore la nuova disciplina del cinema e dell'audiovisivo che ridisegna complessivamente il quadro normativo applicabile al settore.

La riforma ridefinisce gli incentivi e le agevolazioni (fiscali e non) a sostegno del settore, rafforzando la disciplina del **tax credit** e istituendo un piano straordinario per il potenziamento del circuito delle sale cinematografiche e per la digitalizzazione del patrimonio cinematografico.

SONO PREVISTE **DIVERSE TIPOLOGIE DI TAX CREDIT** UNO DEI QUALI DESTINATO AGLI INVESTITORI ESTERNI AL SETTORE CINEMATOGRAFICO E AUDIOVISIVO

- **Per investitori esterni**

- **Per investitori interni:**

- le società di produzione;
- le società di distribuzione;
- le imprese d'esercizio cinematografico e per le industrie tecniche e di post-produzione;
- il potenziamento dell'offerta cinematografica;
- l'attrazione in Italia di investimenti cinematografici.

TESTO ART. 20 LEGGE 14 NOVEMBRE 2016

CREDITO D'IMPOSTA PER LE IMPRESE NON APPARTENENTI AL SETTORE CINEMATOGRAFICO E AUDIOVISIVO

Ai soggetti di cui all'articolo 73 del testo unico delle imposte sui redditi, di cui al decreto del Presidente della Repubblica 22 dicembre 1986, n. 917, e successive modificazioni, e ai titolari di reddito di impresa ai fini dell'imposta sul reddito delle persone fisiche, non appartenenti al settore cinematografico e audiovisivo, associati in partecipazione ai sensi dell'articolo 2549 del codice civile, **è riconosciuto un credito d'imposta nella misura massima del 30 per cento dell'apporto in denaro effettuato per la produzione e distribuzione in Italia e all'estero di opere cinematografiche e audiovisive.**

L'aliquota massima è elevata al 40 per cento, nel caso di apporto in denaro effettuato per lo sviluppo e la produzione di opere che abbiano ricevuto i **contributi selettivi**¹ di cui all'articolo 26 della presente legge.

Tali contributi sono destinati prioritariamente alle opere cinematografiche e in particolare alle opere prime e seconde ovvero alle opere realizzate da giovani autori, ovvero ai film difficili realizzati con modeste risorse finanziarie, ovvero alle opere di particolare qualità artistica, realizzate anche da imprese non titolari di una posizione contabile ai sensi dell'articolo 24 della presente legge, nonché alle opere che siano sostenute e su cui convergono contributi di più aziende, siano esse più piccole o micro aziende inserite in una rete d'impresa o più aziende medie convergenti temporaneamente, anche una tantum, per la realizzazione dell'opera.

I contributi sono attribuiti in relazione alla qualità artistica o al valore culturale dell'opera o del progetto da realizzare, in base alla valutazione di cinque esperti individuati secondo le modalità stabilite con il decreto di cui al comma 4 tra personalità di chiara fama, anche internazionale, e di comprovata qualificazione professionale nel settore.

Fino alla emanazione delle disposizioni di attuazione, i “nuovi” crediti d'imposta continueranno ad essere disciplinati dai decreti attuativi adottati sulla base della vecchia normativa.

L'impatto effettivo del tax credit cinema/audiovisivo, così come riformato dalla Legge di riforma (n. 220/16), dipenderà in larga misura dalle disposizioni attuative (vedi: http://www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/sito-MiBAC/Contenuti/visualizza_asset.html_942038029.html)

Gli investitori esterni che apportano denaro sulla base di **contratti di associazione in partecipazione** (vedi <http://www.anica.it/web/tax-credit-e-finanziamenti/tax-credit-cinema>) ex art. 2549 c.c., (non più da contratti cointeressenza, ex art. 2554 c.c.), finalizzati a finanziare la produzione di opere cinematografiche riconosciute di nazionalità italiana, **possono beneficiare di un credito d'imposta nella misura normale del 30% e massima del 40% dell'apporto, fino all'ammontare massimo di un milione di euro per ciascun periodo d'imposta.** L'apporto quindi massimo in denaro è di **2,5 milioni di euro.**

¹ Contributi selettivi <http://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2016/11/26/16G00233/sg>

Come chiarito dal MiBAC, il limite di investimento va inteso con riferimento a ciascun singolo investitore, a nulla rilevando la circostanza che due o più potenziali investitori facciano parte del medesimo gruppo societario (cfr. nota 27 gennaio 2012, prot. n. 14722).

Per la verifica del rispetto del plafond annuo ammesso a godere del credito d'imposta, occorre aver riguardo al momento di effettivo versamento dell'apporto (al quale deve essere attribuita data certa).

Ai fini del riconoscimento del credito d'imposta **è necessario**, tra l'altro:

- che l'investimento esterno e gli apporti ricevuti in denaro e riconosciuti quali "aiuti di Stato" non devono risultare superiori, complessivamente, al **49% del costo di produzione del film**, al fine di lasciare sempre al produttore cinematografico il ruolo di titolare e gestore del progetto.
- che la partecipazione complessiva agli utili degli associati **non superi il 70% degli utili complessivi** dell'associante generati dallo sfruttamento economico del film;
- che la durata del contratto di associazione in partecipazione **sia almeno pari a 18 mesi**;
- che le spese di produzione del film siano realizzate nel **territorio nazionale** per un ammontare almeno pari **all'80% degli apporti**;
- che tali apporti siano eseguiti e i relativi contratti stipulati e registrati, **entro la data di presentazione della richiesta di rilascio del nulla osta di proiezione in pubblico del film**, di cui alla Legge 21 aprile 1962, n. 161.

Ai fini dell'imposta di registro, i contratti di associazione in partecipazione, sono soggetti ad imposta di registro in misura fissa.

Il comma 3 dell'art. 1 del D.M. 21 gennaio 2010 vieta la possibilità di fruire del credito d'imposta in esame a quelle imprese che hanno rapporti di natura commerciale ovvero partecipativa nei confronti della società beneficiaria dell'apporto.

Il riconoscimento del credito d'imposta agli investitori esterni è subordinato all'espletamento, da parte del produttore, di un apposito **iter autorizzativo presso il MiBAC** (da avviare entro 30 giorni dalla sottoscrizione dell'accordo con l'investitore esterno e non dalla data di registrazione dell'accordo medesimo - silenzio assenso (vedi: http://www.anica.it/allegati/tax_credit/ANICA_fondi_statali.pdf).

Per utilizzare il credito d'imposta così riconosciuto, l'investitore esterno, a sua volta, è tenuto a trasmettere telematicamente all'Agenzia delle entrate una dichiarazione sostitutiva dell'atto notorio (c.d. Deggendorf), con cui attesta di non aver fruito di specifiche agevolazioni fiscali e contributive, dichiarate aiuti di Stato illegittimi da parte della Commissione Europea

L'apporto esterno da parte di un investitore privato si configura come **una opportunità** perché:

- permette di fruire di un credito d'imposta di entità rilevante (30/40%), che opera come una sorta di "ammortizzatore", riducendo in modo considerevole i rischi di subire perdite dall'operazione, se il film avesse un bilancio complessivo in passivo;
- la fruizione, una volta maturato il credito d'imposta, è immediata e facilmente monetizzabile con la compensazione sul modello F24 di contributi, Iva, imposte ecc.;
- il credito di imposta è un ricavo non tassabile, in quanto aiuto di stato per attività culturali;
- gli eventuali utili successivi al recupero del 100% dell'apporto sono soggetti a tassazione agevolata del 5% come gli utili da partecipazione;
- l'investitore esterno non assume nessuna obbligazione nei confronti di terzi (art. 2551 c.c.), essendo il produttore l'unico responsabile della produzione del film;
- pur non gestendo la produzione, l'investitore esterno ha diritto a controllarne la realizzazione e, in ogni caso, ha diritto al rendiconto finale;
- l'estrema flessibilità del contratto di associazione in partecipazione consente di pattuire clausole che possano tutelare adeguatamente l'investitore (ad esempio partecipazione limitata od esclusa alle perdite, possibili way-out, percorsi privilegiati di recupero, etc.).
- l'investimento nella produzione può essere cumulato con le attività di product placement, purché l'investimento nel film sia superiore al 10% del costo del film stesso.

Fare **Product Placement** significa inserire un prodotto in un film, in modo che questo venga usato o menzionato dagli attori nel modo più spontaneo e naturale possibile; l'efficacia di questa operazione è tanto più efficace quando diventa 'invisibile' alla coscienza degli spettatori. Esistono diversi tipi di Product Placement; i più comuni sono:

- **Visual**, il prodotto entra in scena ma non è portato all'attenzione degli spettatori;

- **Verbal**, quando gli attori nominano il prodotto.

- la formula obbligatoria della Associazione in partecipazione consente all'impresa di ricevere forme di recupero di quote dell'apporto, nonché tutti i vantaggi connessi alle operazioni di comunicazione del Film (dal product placement ad eventi dedicati), oltre ad una quota degli utili netti del film per un certo periodo di tempo. Tali eventualità, tutte da negoziare caso per caso, unitamente alla riduzione del capitale di rischio al 70/60% dell'investimento, consentono di effettuare operazioni "Win Win" in cui entrambi le parti ottengono un risultato positivo.

- ogni singolo film, in qualità di mezzo di comunicazione, può apportare ulteriori vantaggi all'imprenditore privato, in termini di benefit legati al marketing, alla promozione e alla visibilità dell'azienda, sino alla costruzione di percorsi di comunicazione finalizzati alla implementazione degli effetti derivanti dalla presenza nel film.

La partecipazione alla produzione offre infatti diversi tipi di visibilità all'impresa che, tramite azione mirate, può attuare un gran numero di diverse forme di promozione, marketing e pubblicità. Ognuna di queste azioni ha un valore intrinseco che in alcuni casi è facilmente quantificabile (numero dei contatti, importanza del budget pubblicitario investito) in altri meno (partecipazione a Festival, azioni di promozione per la clientela).

In ogni caso tale valore, che è compreso nel valore dell'investimento, rappresenta il valore aggiunto della operazione finanziaria.

In termini qualitativi le sorgenti di valore aggiunto si possono identificare in:

- attività di co-marketing o co-branding per il lancio e la promozione congiunta del film;
- partecipazione a Festival nazionali ed internazionali;
- attività di Product Placement, con inserimento del brand e del prodotto aziendale all'interno della pellicola cinematografica, se l'investimento supera il 10% del budget del film;
- visibilità del logo o del brand, nella pubblicità stampa, nei trailer, durante le anteprime cinematografiche e le manifestazioni collegate;
- aumento del brand equity (valore intrinseco del marchio).

