RISOLUZIONE N.2/DPF

MINISTERO

DELL'ECONOMIA E DELLE FINANZE

DIPARTIMENTO PER LE POLITICHE FISCALI ROMA, 6 MARZO 2003

UFFICIO FEDERALISMO FISCALE

AREA I REPARTO V

Prot. 8466/2002/DPF/UFF

Alla Banca XXX

OGGETTO: Imposta comunale sulla pubblicità e diritto sulle pubbliche affissioni. Modalità di applicazione dell'imposta ai sensi dell'art. 7, del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507.

Quesito.

Nella nota in riferimento, si chiedono chiarimenti in ordine alle modalità di applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità, nel caso in cui l'insegna sia costituita da un marchio e da una iscrizione, e sia esposta più volte sulle varie facciate del medesimo esercizio commerciale.

Al riguardo si precisa che l'art. 7, del D.Lgs. 15 novembre 1997, n. 507, al comma 1,

dispone che *“l'imposta sulla pubblicità si determina in base alla superficie della minima figura piana geometrica in cui*

è circoscritto il mezzo pubblicitario indipendentemente dal numero dei messaggi in esso contenuti”; tale norma,

pertanto, prende come unica base di determinazione del tributo la superficie del mezzo pubblicitario utilizzato, essendo del tutto irrilevante il numero dei messaggi che attraverso esso vengono diffusi.

Nel caso in esame, poiché il messaggio pubblicitario è composto dal marchio “XXX” e dall'iscrizione “YYY”, e dovendosi senz'altro individuare una continuità logica fra le due componenti, l'imposta è determinata tenendo conto della superficie della minima figura piana geometrica che contiene entrambi gli elementi, vale a dire sia il marchio, sia la denominazione dell'esercizio commerciale; pertanto la misurazione va fatta sulla superficie occupata dall'ellisse che racchiude il marchio, unitamente a quella del rettangolo in cui è compresa l'iscrizione.

Per quanto concerne, invece, la problematica relativa al fatto che vi sono più mezzi pubblicitari ripetuti diverse volte sulle facciate del medesimo esercizio commerciale, occorre precisare che qualora il mezzo pubblicitario fosse applicato direttamente sulla muratura, o su un pannello che abbia funzione di mero supporto strumentale, e che siano privi, pertanto, di qualsiasi effetto

2

pubblicitario, la superficie da sottoporre a tassazione è quella in cui è compreso il solo mezzo pubblicitario, che ha, in pratica, una continuità logica e letterale; vale a dire, nel caso in esame, sia il marchio che la denominazione dell'esercizio commerciale.

Pertanto, poiché la muratura o il pannello su cui i messaggi sono applicati non hanno alcun fine pubblicitario, ma fungono da mero supporto strumentale, non possono essere calcolati come superficie imponibile, da determinarsi ai sensi del citato art. 7, come anche ribadito dalla risoluzione del 18 dicembre 1997, n. 231/E.

Alla stessa conclusione è giunta anche la Corte di Cassazione, sezione tributaria, nella recente sentenza del 15 maggio 2002, n. 7031, in cui viene statuito che la superficie imponibile da prendere a base per il calcolo dell'imposta deve essere quella relativa all'intera installazione pubblicitaria, comprensiva, quindi, anche della parte non coperta dal marchio, solo se quest'ultima abbia, per dimensioni, forma, colore, ovvero per mancanza di separazione grafica rispetto all'altra, le caratteristiche proprie o della componente pubblicitaria aggiuntiva vera e propria, ovvero quelle di una superficie estensiva del messaggio pubblicitario.

Bisogna inoltre aggiungere che le varie insegne esposte sulle facciate dello stesso

esercizio commerciale non possono considerarsi come mezzi pubblicitari comunque connessi fra loro, con la conseguente applicazione del comma 5, dell'art. 7 del D.Lgs. n. 507 del 1993, che considera le varie insegne come un unico mezzo pubblicitario. Ogni mezzo, invece, deve essere considerato separatamente, per cui il calcolo dell'imposta va effettuato sulla superficie occupata dall'ellisse e dal rettangolo in cui sono compresi il marchio e l'iscrizione; tale superficie va poi sommata a quella degli altri mezzi pubblicitari esposti.

Considerando, invece, le varie insegne legate dal vincolo della connessione si sottoporrebbe a tassazione anche quella parte di superficie, posta fra la fine di un mezzo pubblicitario e l'inizio del successivo, che non ha finalità pubblicitarie, e su cui non compare alcun marchio, simbolo o iscrizione; tale modalità di calcolo sarebbe, pertanto, in contrasto con lo spirito della legge.

IL CAPO DEL DIPARTIMENTO

Andrea MANZITTI