

Prot. 0324 Circolare  
Distribuzione  
Tributi

Roma, 10 ottobre 2005

ALLE IMPRESE ASSOCIATE

**Imposta comunale sulla pubblicità - Note del  
Ministero dell'Economia e delle Finanze -  
Dipartimento per le Politiche Fiscali - Ufficio  
Federalismo Fiscale**

Come si ricorderà, il comma 1-bis, inserito nell'art. 17 del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507, dall'art. 10, comma 1, lett. c), della legge 28 dicembre 2001, n. 448 (finanziaria 2002), ha disposto l'esenzione dall'imposta sulla pubblicità, *“per le insegne di esercizio di attività commerciali e di produzione di beni o servizi che contraddistinguono la sede ove si svolge l'attività cui si riferiscono, di superficie complessiva fino a 5 metri quadrati...”*.

Riguardo all'ambito applicativo della citata norma, il Dipartimento per le Politiche Fiscali (Ufficio Federalismo Fiscale), con la circolare n. 3/DPF del 3 maggio 2002, ha chiarito, tra l'altro, che tra le fattispecie che godono del beneficio in commento devono essere ricomprese le insegne di esercizi commerciali in franchising, in quanto l'insegna assolve alla sua funzione a prescindere dal rapporto contrattuale che lega il titolare del marchio ed il suo concessionario d'uso (cfr. nostro Prot. 201 del 17 maggio 2002).

Lo stesso Dipartimento, con la nota Prot. 12717 del 14 ottobre 2003, ha altresì sostenuto che *“Per quanto concerne le insegne delle agenzie di assicurazione, occorre puntare l'attenzione non già sulla titolarità del marchio raffigurato nell'insegna, che indubbiamente spetta alla compagnia assicurativa principale, quanto alla funzione del mezzo pubblicitario stesso; va considerato, infatti, che la rappresentazione del marchio assolve il fine di indicare il luogo di svolgimento dell'attività economica, indipendentemente dal rapporto contrattuale che lega il titolare del marchio ed il suo concessionario d'uso”* (cfr. nostro Prot. 412 del 7 novembre 2003).

Tuttavia, anche a seguito di tali chiarimenti, taluni Concessionari della riscossione hanno continuato a pretendere l'applicazione del tributo con riguardo alle insegne esposte dalle agenzie di assicurazione, sostenendo che l'indicazione del nominativo di una compagnia assicurativa che concede l'utilizzo del proprio nome e del proprio logo ad un'azienda giuridicamente indipendente, quale è l'agenzia, non può godere dell'esenzione in parola.

Il citato Dipartimento per le Politiche Fiscali, al fine di chiarire definitivamente la portata del menzionato comma 1-bis dell'art. 17 del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507, ha confermato nuovamente, con le note Prot. 12032 e 6006 del 19 settembre 2005, inviate per conoscenza alla nostra Associazione, che la suddetta esenzione trova applicazione anche nei confronti delle agenzie assicurative che espongono il marchio di una compagnia assicurativa avente soggettività distinta da quella dell'agenzia concessionaria d'uso del marchio.

In particolare è stato ribadito che *“i mezzi pubblicitari esposti da un'agenzia assicurativa recanti l'indicazione del marchio relativo al rapporto di collaborazione commerciale – franchising – la cui titolarità, evidentemente, non è riconducibile al gestore dell'agenzia stessa, realizzano comunque la finalità di contraddistinguere il luogo di svolgimento dell'attività economica, e possono, pertanto, godere dell'esenzione dal pagamento del tributo qualora la loro superficie sia inferiore a cinque metri quadrati”*.

A disposizione per ogni ulteriore chiarimento, porgiamo distinti saluti.

---

Rif.: Direzione Economia e Finanza – Fisco  
Dott.ssa Francesca Cernilli  
tel. 06 32688657 fax 06 3210793  
francesca.cernilli@ania.it

---

Rif.: Direzione Economia e Finanza - Fisco  
Dott.ssa Gabriella D'alesio  
tel. 06 32688613 fax: 06 3210793  
gabriella.dalessio@ania.it

IL DIRETTORE GENERALE  
Giampaolo Galli

### **Allegati**

Nota del Ministero dell'economia e delle finanze - Prot. 6006 del 19 settembre 2005  
Nota del Ministero dell'economia e delle finanze - Prot. 12032 del 19 settembre 2005