



ANIA

Associazione
Nazionale fra le
Imprese Assicuratrici

Sede
20122 Milano
Piazza S. Babila, 1
Telefono: 02 7764.1
Telefax: 02 780870

www.ania.it
Email: info@ania.it

Rappresentanza
00186 Roma
Via della Frezza, 70
Telefono: 06 32688.1
Telefax: 06 3227135
Email: info@ania.it

Prot. 0412 Circolare 195
Distribuzione 19
Tributi 39

Roma, 7 novembre 2003

Alle IMPRESE ASSOCIATE

Imposta comunale sulla pubblicità - Nota del Ministero dell'economia e delle finanze, Ufficio Federalismo Fiscale Prot. 12717 del 14 ottobre 2003

Come si ricorderà (cfr. nostro Prot. 201 Circolare 104 del 17 maggio 2002), la legge 28 dicembre 2001, n. 448 (legge finanziaria per il 2002), ha apportato significative novità in materia di imposta sulla pubblicità.

In particolare, l'art. 10, comma 1, lett. c), della citata legge, con l'inserimento del comma 1-bis nell'art. 17 del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507, avente ad oggetto le esenzioni dall'imposta sulla pubblicità, ha stabilito che: "L'imposta non è dovuta 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...".

Tale norma ha generato una serie di incertezze interpretative specie con riguardo all'ambito applicativo dell'esenzione stessa; a tale proposito il Ministero dell'economia e delle finanze, con la circolare n. 3/DPF del 3 maggio 2002, ha chiarito che tra le fattispecie che godono del beneficio in questione 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; del resto, lo stesso art. 6, comma 1, del citato D.Lgs. n. 507 individua il soggetto passivo dell'imposta sulla pubblicità in colui che dispone a qualsiasi titolo del mezzo attraverso il quale il messaggio pubblicitario viene diffuso, non operando alcun tipo di distinzione in ordine alla titolarità del marchio raffigurato nell'insegna.

Sulla base di tali chiarimenti si era, quindi, ritenuto che l'esenzione in parola trovasse applicazione anche con riferimento alle insegne di esercizio poste presso le agenzie di assicurazione dislocate sul territorio nazionale, non ravvisandosi alcun motivo per escludere dall'esenzione le insegne indicanti il logo della compagnia di assicurazione che contraddistingue le agenzie stesse. Peraltro, lo stesso Ministero, nella circolare

sopra richiamata, ha esplicitamente ricompreso tra le fattispecie che godono del beneficio in questione anche le insegne, recanti il logo delle società petrolifere, che contraddistinguono le stazioni di servizio dei distributori di carburante.

Tuttavia, ci è stato segnalato che alcuni Concessionari della riscossione continuano a pretendere l'applicazione del tributo 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 una azienda giuridicamente indipendente, qual è l'agenzia, non può godere dell'esenzione.

Abbiamo, quindi, presentato uno specifico quesito al competente ufficio del Ministero dell'economia e delle finanze, evidenziando l'illogicità della pretesa impositiva e la contraddittorietà della stessa con l'interpretazione fornita con la citata circolare n. 3/DPF.

Il Ministero, con la nota Prot. 12717 del 14 ottobre 2003, allegata in copia, ha condiviso la nostra interpretazione affermando 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".

Pertanto, l'esposizione del marchio nelle agenzie di assicurazione vale esclusivamente ad individuare il luogo ove è svolta la particolare attività economica; è, invece, assoggettabile al tributo ogni distinto mezzo atto a pubblicizzare i prodotti o i servizi in vendita.

Restiamo a disposizione per ogni ulteriore chiarimento e porgiamo distinti saluti.

Rif.: Tributario
Dott.ssa Francesca Cernilli
tel. 06 32688657 fax: 06 3210793
e-mail: francesca.cernilli@ania.it

IL DIRETTORE GENERALE
Giampaolo Galli

Allegato

Nota del Ministero dell'economia e delle finanze - Prot. 12717 del 14 ottobre 2003