

## RISOLUZIONE N. 2/DF



**MINISTERO  
DELL'ECONOMIA E DELLE FINANZE**  
DIPARTIMENTO DELLE FINANZE  

---

DIREZIONE FEDERALISMO FISCALE

Roma, 24 aprile 2009

prot. 4678/2009

**OGGETTO:** Imposta comunale sulla pubblicità e diritto sulle pubbliche affissioni. Chiarimenti relativi all'applicazione di alcune esenzioni dal tributo.

Sono pervenuti alla scrivente diversi quesiti con i quali sono stati richiesti alcuni chiarimenti in merito alla corretta applicazione delle disposizioni contenute nell'art. 17, comma 1, lettere *a)* e *b)* e comma 1-*bis*) del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507, in materia di esenzioni dall'imposta comunale sulla pubblicità per l'esposizione delle insegne di esercizio e di altri mezzi pubblicitari presso la sede di numerose banche.

In proposito, si precisa quanto segue.

### **1. ESENZIONE PER LE INSEGNE DI ESERCIZIO.**

Nell'ipotesi in cui sul territorio di un comune siano presenti più filiali facenti capo alla stessa banca, la superficie imponibile delle insegne di esercizio che, ai fini del riconoscimento dell'esenzione dal pagamento del tributo non deve essere superiore al limite dimensionale di cinque metri quadrati, va calcolata con riferimento alle insegne di ogni singola filiale e non in modo cumulativo. Va ribadito, infatti, che il citato art. 17, comma 1-*bis*) del D.Lgs. n. 507 del 1993, dispone l'esenzione dal pagamento dell'imposta sulla pubblicità per le insegne di esercizio di superficie fino a cinque metri quadrati che contraddistinguono la sede ove si svolge l'attività cui si riferiscono. L'esenzione in discorso, pertanto, va applicata all'insegna, od a una pluralità di esse, apposte su ognuno dei locali ove si svolge l'attività economica, a nulla rilevando che una stessa azienda operi attraverso una pluralità di sedi o filiali sul territorio dello stesso ente locale.

L'interpretazione della norma volta a legittimare il calcolo cumulativo della superficie delle insegne di esercizio riferibili a tutte le filiali presenti sul territorio comunale appare, pertanto, apertamente in contrasto sia con la *ratio* che con la lettera della legge.

Va evidenziato, poi, che in ordine alle modalità di calcolo della superficie esente sono stati offerti alcuni chiarimenti con la circolare n. 3/DPF del 3 maggio 2002, nella quale è stato precisato che, poiché la superficie cui fare riferimento è quella valida ai fini tributari, per la sua misurazione devono trovare applicazione le disposizioni dell'art. 7 del D.Lgs. n. 507 del 1993, che stabilisce che l'imposta si determina in base alla superficie della minima figura piana geometrica in cui è circoscritto il mezzo pubblicitario.

Occorre ulteriormente chiarire che nel caso di pluralità di insegne l'arrotondamento previsto dal comma 2, del citato art. 7 del D.Lgs. n. 507 del 1993 - in base al quale le superfici inferiori ad un metro quadrato si arrotondano per eccesso al metro quadrato e le frazioni di esso, oltre il primo, si arrotondano a mezzo metro quadrato - deve essere applicato solo alla somma complessiva delle superfici imponibili e non alla superficie di ogni singola insegna. Infatti, il comma 5 dell'art. 2-*bis* del d.l. 22 febbraio 2002, n. 13, convertito, con modificazioni, dalla legge 24 aprile 2002, n. 75, richiede espressamente per questa fattispecie che il calcolo dei cinque metri quadrati deve essere effettuato sulla "superficie complessiva" delle insegne di esercizio, con la conseguenza che deve essere calcolata la somma totale della superficie dei vari mezzi pubblicitari apposti presso la sede di ogni singola filiale ed al risultato ottenuto va applicato l'arrotondamento in questione.

## **2. ESENZIONE PER L'ESPOSIZIONE DEL LOGO E/O DEL MARCHIO DELLA BANCA.**

Si deve innanzitutto rammentare che l'insegna di esercizio, secondo la definizione formulata dallo stesso legislatore con il comma 6, dell'art. 2-*bis* del d.l. n. 13 del 2002, è la scritta di cui all'art. 47, comma 1, del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495, che abbia la funzione di indicare al pubblico il luogo di svolgimento dell'attività economica, vale a dire "*la scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da simboli o da marchi, realizzata e supportata con materiali di qualsiasi natura, installata nella sede dell'attività a cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie alla stessa. Può essere luminosa sia per luce propria che per luce indiretta*".

Va sottolineato, quindi, che l'insegna, oltre all'indicazione del nome del soggetto o della denominazione dell'impresa che svolge l'attività, può contenere anche il logo ed il marchio dell'azienda stessa, nonché può evidenziare anche la tipologia e la descrizione dell'attività esercitata, unitamente ai marchi dei prodotti commercializzati o dei servizi offerti.

Occorre ribadire che il logo della banca ove sia installato separatamente dall'insegna di esercizio, purché sempre sulla sede dei locali o nelle sue immediate vicinanze,

come ad esempio sulle vetrine o sulle porte di ingresso, svolge, comunque, la funzione propria dell'insegna di esercizio. Ne consegue che la sua superficie va sommata a quella delle altre eventuali insegne di esercizio e potrà essere riconosciuta l'esenzione dal pagamento del tributo se la superficie complessiva di detti mezzi pubblicitari, a norma dell'art. 17, comma 1-*bis* del D.Lgs. n. 507 del 1993, non supera il limite dimensionale di cinque metri quadrati.

### **3. ESENZIONE PER LE SCRITTE “BANCOMAT”, “CAMBIO”, “CASSA CONTINUA”, “PAGAMENTO UTENZE”, ETC.**

Le scritte in questione, esposte sulle vetrine o sulle porte di accesso dei locali, non possono essere considerate mezzi pubblicitari ai quali l'art. 17, comma 1, lettera *a*) del D.Lgs. n. 507 del 1993, riconosce l'esenzione.

Né, tantomeno, le fattispecie in esame possono essere inquadrare come pubblicità ordinaria, poiché la loro genericità le fa rientrare nella categoria degli avvisi al pubblico menzionati nella successiva lettera *b*), come costantemente affermato dalla prassi ministeriale (si veda, in proposito, la circolare del 31 dicembre 1974, n. 31, la risoluzione del 25 ottobre 1976, prot. 623 e la risoluzione del 23 maggio 1978, prot. 253), che sebbene emanata sotto la vigenza del D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 639, che disciplinava fino al 31 dicembre 1992 il tributo in parola, va ritenuta tuttora valida in considerazione del fatto che il D.Lgs. n. 507 del 1993, ha mantenuto gli stessi principi impositivi in materia di avvisi al pubblico.

Il fine delle iscrizioni in questione, infatti, è quello di comunicare alla clientela le diverse tipologie di attività esercitata ovvero i servizi prestati nei locali delle filiali bancarie e, dunque, di indirizzare gli interessati verso il locale o la sezione di esso - come nel caso delle apparecchiature adibite a “Bancomat” - in cui è possibile usufruire del servizio prescelto.

In altre parole, a differenza dei mezzi pubblicitari da assoggettare ad imposizione, la caratteristica essenziale degli avvisi al pubblico - e, quindi, il presupposto per la loro non assoggettabilità al tributo, sempre che non superino il limite dimensionale di mezzo metro quadrato di superficie, a norma dell'art. 17, comma 1, lettera *b*) del D.Lgs. n. 507 del 1993 - è quello di non contenere un messaggio pubblicitario, vale a dire di non rivestire carattere di invito o stimolo verso il pubblico alla consumazione del bene in vendita ovvero alla fruizione del servizio offerto, bensì quello di fornire agli interessati le idonee comunicazioni e notizie tese a facilitare l'utilizzazione dei beni e dei servizi in questione.

Le medesime considerazioni valgono anche nel caso di postazioni “Bancomat” che non facciano parte dei locali che costituiscono la sede delle filiali della banca, ma che siano situate, ad esempio, in ospedali, centri commerciali, aeroporti, etc.

Occorre evidenziare che in tale fattispecie il logo o il marchio ovvero la denominazione per esteso della banca, in aggiunta alla scritta “Bancomat”, costituiscono un elemento essenziale per completare l’informazione diretta al cliente e non rivestono il carattere di invito o stimolo verso il pubblico alla fruizione del servizio offerto, considerato che l’erogazione dei servizi in questione e le conseguenti operazioni effettuabili non sono altro che l’esecuzione di rapporti contrattuali che sono stati già conclusi tra la banca e il cliente. Si deve del resto evidenziare che l’obbligo di apporre il simbolo della banca sulle postazioni Bancomat rientra nella generale disciplina per lo svolgimento dell’attività bancaria. Infatti, solo la presenza del logo o del marchio ovvero della denominazione della banca sulle postazioni “Bancomat” consente all’Autorità di vigilanza di controllare che le aperture di detti sportelli siano in linea con la procedura autorizzativa cui le stesse sono subordinate, e, nel contempo, di monitorare possibili forme di esercizio abusivo di attività bancaria.

Nel caso in questione, quindi, il logo, il marchio o la denominazione della banca, svolgono la funzione di offrire al titolare della “carta Bancomat” la certezza delle condizioni contrattuali che verranno applicate alle operazioni che si accinge ad effettuare, dal momento che le tipologie di servizi e le relative commissioni possono variare in ragione del fatto che l’utente si serva di una postazione “Bancomat” appartenente alla banca che ha emesso la relativa “carta Bancomat” ovvero di postazioni di altre banche.

Si ribadisce, infine, che anche in quest’ultimo caso l’indicazione del servizio “Bancomat” ed il logo o il marchio ovvero la denominazione della banca, ai fini del riconoscimento dell’esenzione, non devono comunque superare complessivamente il limite dimensionale di mezzo metro quadrato prescritto dall’art. 17, comma 1, lettera *b*), del D.Lgs. n. 507 del 1993.

Ovviamente, quando la postazione “Bancomat” richiede, per le caratteristiche strutturali, la presenza di più avvisi, ognuno di essi, come verrà di seguito meglio precisato, non deve superare, ai fini del riconoscimento dell’esenzione dal tributo, la superficie di mezzo metro quadrato.

#### **4. ESENZIONE PER GLI AVVISI AL PUBBLICO E PER I MEZZI PUBBLICITARI.**

È opportuno chiarire che nell’ipotesi di esposizione contemporanea, sulla stessa vetrina o ingresso, dei mezzi pubblicitari disciplinati dal comma 1, lettera *a*), dell’art. 17 del D.Lgs. n. 507 del 1993 e degli avvisi al pubblico di cui alla successiva lettera *b*), ai fini del calcolo della superficie imponibile rilevante per le esenzioni in commento, la fattispecie dei mezzi pubblicitari esposti sulle vetrine e sulle pareti di ingresso dei locali di cui alla lettera *a*), va considerata distintamente da quella degli avvisi al pubblico di cui alla successiva lettera *b*).

In pratica, ai fini del godimento delle esenzioni previste dall'art. 17, ciascun avviso al pubblico di cui alla lettera b) non deve superare la superficie di mezzo metro quadrato, a nulla rilevando il numero degli avvisi esposti su ciascuna vetrina o porta di ingresso dei locali, mentre i mezzi pubblicitari attinenti all'attività esercitata nel locale disciplinati dalla lettera a) non devono superare nel loro insieme, per ciascuna vetrina o ingresso, il limite dimensionale di mezzo metro quadrato.

Per entrambe le fattispecie in questione, ai fini del calcolo della superficie imponibile, nel caso di pluralità di esposizione sulla stessa vetrina ovvero sulla medesima porta di ingresso, l'arrotondamento deve essere applicato solo alla somma complessiva delle superfici imponibili, e non ad ogni singola superficie, a norma del comma 2, dell'art. 7 del D.Lgs. n. 507 del 1993. Ciò vuol dire che per i mezzi pubblicitari di cui alla lettera a) occorre prima sommare le singole superfici e, poi, effettuare l'arrotondamento solo se il risultato così ottenuto supera la soglia di esenzione e cioè il mezzo metro quadrato.

Per gli avvisi al pubblico di cui alla lettera b), invece, ai fini dell'arrotondamento, vanno presi in considerazione solo quelli che superano singolarmente la dimensione di mezzo metro quadrato, per poi applicare il predetto criterio di arrotondamento alla loro superficie complessiva.

#### **5. ISCRIZIONI SENZA FINALITÀ PUBBLICITARIE.**

Per quanto riguarda le vetrofanie che contengono scritte concernenti informazioni rivolte al pubblico relative ai sistemi di sicurezza operanti all'interno ed all'esterno delle filiali delle banche, è necessario precisare che tali iscrizioni non posseggono alcun intento pubblicitario e conseguentemente si collocano al di fuori del campo di applicazione del tributo.

Un altro aspetto da valutare è l'ipotesi in cui nelle vetrofanie in discorso sia inserito il logo e/o la denominazione della banca; al riguardo si ritiene che, qualora l'iscrizione in discorso abbia una superficie inferiore a trecento centimetri quadrati, a norma del comma 2, dell'art. 7 del D.Lgs. n. 507 del 1993, non si debba procedere all'applicazione dell'imposta e che, quindi, non possa essere considerata come un mezzo pubblicitario l'intera superficie occupata dalle vetrofanie. In tal caso, infatti, sarebbe assoggettata a tassazione anche quella parte di superficie che è utilizzata per rendere note al pubblico informazioni relative alla sicurezza dei locali, che non hanno alcun effetto pubblicitario.

Ne consegue che, come chiarito anche dalla risoluzione n. 257/E del 27 novembre 1996, deve essere assoggettata al tributo comunale esclusivamente la superficie della minima figura piana geometrica che racchiude il messaggio pubblicitario, consistente nella

denominazione e/o nel logo della banca, sempre che tale superficie risulti pari o superiore a trecento centimetri quadrati.

#### **6. SCHERMATURA VISIVA DELLE VETRINE.**

Riguardo alla schermatura delle vetrine dei locali delle banche, realizzata con strisce adesive colorate, occorre affermare che esse non svolgono, di regola, alcuna funzione pubblicitaria.

Nell'ipotesi in cui, invece, contengano anche marchi, loghi o scritte finalizzate a pubblicizzare le banche, occorre precisare che, come affermato dalla Corte di Cassazione nelle sentenze n. 7031 del 15 maggio 2002 e n. 15201 del 6 agosto 2004 - e ribadito dalle risoluzioni n. 231/E del 18 dicembre 1997 e n. 2/DPF del 6 marzo 2003 e nella nota prot. 11159/2006/DPF/UFF del 19 marzo 2007 - 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 o dalle scritte, solo nel caso in cui quest'ultima, per dimensioni, forma, colore, ovvero per mancanza di separazione grafica rispetto all'altra, abbia le caratteristiche proprie della componente pubblicitaria aggiuntiva vera e propria, ovvero quelle di una superficie estensiva del messaggio pubblicitario.

Il Direttore Generale delle Finanze  
Fabrizia Lapecorella