

| | | | |
|---|--|---|---------------------|
|  ABACO S.p.A. Servizi per gli Enti Locali | GUIDA ALL'APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITA' E DIRITTO PUBBLICHE AFFISSIONI | Code: | GuiPub |
| | | Revisione: | 00 - 02/2007 |
| | | Pagina: | 1 di 19 |
| | | Rif. Doc.: | IO7.5#02 |
| | |   | |

| | |
|----------------------|--|
| ENTE | COMUNE DI MONTECCHIO MAGGIORE (VI) |
| DESCRIZIONE SERVIZIO | GUIDA ALL'APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITA' E DIRITTO PUBBLICHE AFFISSIONI |
| DATA | 11/02/2019 |

INDICE

| | | |
|----|---|----|
| 1. | PREMESSA | 2 |
| 2. | IL RAPPORTO CON IL CONTRIBUENTE | 2 |
| 3. | COME SI CALCOLA L'IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITA' | 3 |
| 4. | QUANDO SI APPLICA L'IMPOSTA DI PUBBLICITA' – L'AUTORIZZAZIONE COMUNALE .. | 14 |
| 5. | CHI DEVE PAGARE L'IMPOSTA DI PUBBLICITA' | 14 |
| 6. | LA DICHIARAZIONE E IL PAGAMENTO DELL'IMPOSTA DI PUBBLICITA' | 15 |
| 7. | IL DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI | 16 |
| 8. | IL TARIFFARIO DEL DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI | 18 |
| 9. | RIDUZIONI E ESENZIONI DEL DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI | 19 |

| | | | |
|---|---|---|---------------------|
|  ABACO S.p.A. Servizi per gli Enti Locali | GUIDA ALL'APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITA' E DIRITTO PUBBLICHE AFFISSIONI | Code: | GuiPub |
| | | Revisione: | 00 – 02/2007 |
| | | Pagina: | 2 di 19 |
| | | Rif. Doc.: | IO7.5#02 |
| | |   | |

1. PREMESSA

Di seguito sono riportati alcuni **SUGGERIMENTI OPERATIVI CONCRETI** che possono aiutare nel rapporto con i contribuenti, nel calcolo dell'imposta di pubblicità, nella gestione delle affissioni e del diritto sulle pubbliche affissioni e, infine, nella compilazione corretta dei moduli.

La gestione dei rapporti con i contribuenti costituisce un'attività connessa con un servizio pubblico che non può e non deve essere interrotto.

2. IL RAPPORTO CON IL CONTRIBUENTE

Nei rapporti con i contribuenti si devono seguire i seguenti comportamenti:

- **TUTTI I CONTRIBUENTI SONO UGUALI**, hanno i medesimi diritti e obblighi (non sono possibili trattamenti differenziati per amicizie, interessi particolari o altro);
- **GENTILEZZA E CORTESIA** favoriscono un miglior dialogo e la comprensione delle richieste dei contribuenti;
- In caso di **ASSENZA MOMENTANEA**, limitata nel tempo e motivata da ragioni d'urgenza imprevista, deve essere esposto un avviso fuori dal locale o sulla porta d'ingresso dello stesso per avvertire i contribuenti;
- Le assenze di cui al punto precedente devono essere segnalate ad **ABACO S.p.A.**;
- All'esterno del locale, ben visibile, deve essere apposto un avviso al pubblico indicante la seguente dicitura: " **ABACO S.p.A.** - Concessionaria della riscossione dell'imposta comunale sulla pubblicità e diritto sulle pubbliche affissioni – orario di apertura al pubblico dalle ore XX alle ore XX (precisando le ore);
- All'interno del locale devono essere resi disponibili e visibili i seguenti documenti:
 - copia della delibera di approvazione delle tariffe, del regolamento comunale per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità;
 - l'elenco degli spazi destinati alle affissioni e il registro cronologico delle commissioni (accuratamente compilato) -solo in caso di gestione delle affissioni-;
- Il contribuente ha diritto, su espressa richiesta, di ottenere la nota posizioni (l'elenco delle posizioni utilizzate per affiggere i manifesti del richiedente con l'indicazione dei quantitativi affissi);
- **NON POSSONO ESSERE RISCOSSE SOMME IN CONTANTI**, salvo previa approvazione scritta da parte di **ABACO S.p.A.**;
- **I VERSAMENTI DEVONO ESSERE ESEGUITI DIRETTAMENTE DAL CONTRIBUENTE** tramite conto corrente postale.

| | | | |
|--|--|---|---------------------|
|  Servizi per gli Enti Locali | GUIDA ALL'APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITA' E DIRITTO PUBBLICHE AFFISSIONI | Code: | GuiPub |
| | | Revisione: | 00 – 02/2007 |
| | | Pagina: | 3 di 19 |
| | | Rif. Doc.: | IO7.5#02 |
| | |   | |

3. COME SI CALCOLA L'IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITA'

In allegato alla presente guida sono forniti DUE TARIFFARI:

- imposta comunale sulla pubblicità;
- diritto sulle pubbliche affissioni (solo per chi gestisce le affissioni).

Per calcolare l'imposta da far pagare al contribuente è necessario individuare correttamente la tariffa da applicare, ponendo particolare attenzione:

Punto A: alla TIPOLOGIA DEL MEZZO PUBBLICITARIO (insegna di esercizio, avviso al pubblico,...) ed alle sue caratteristiche (luminoso, o illuminato da faretti-opaco, mono-bifacciale);

Punto B: al TEMPO DI ESPOSIZIONE infatti se la pubblicità dura fino a 3 mesi (comprese le frazioni di mese) è definita temporanea, altrimenti annuale. Pertanto è necessario individuare correttamente il tempo di durata della pubblicità e scegliere la tariffa corrispondente alla pubblicità temporanea o annuale a seconda dei casi;

Punto C: alla SUPERFICIE DEL MEZZO PUBBLICITARIO (ad esempio: fino ad 1 mq o oltre il metro quadrato), in quanto maggiore è la superficie, maggiore è la tariffa dell'imposta. Ciò perché più è ampia la superficie della pubblicità, più importante sarà l'effetto pubblicitario realizzato. Per calcolare la dimensione di un mezzo pubblicitario bisogna applicare gli ARROTONDAMENTI come di seguito specificato;

Punto D: all'UBICAZIONE DEL MEZZO PUBBLICITARIO (per verificare se debba essere applicata la CATEGORIA SPECIALE) ed alla TARIFFA;

Punto E: alle RIDUZIONI;

Punto F: alle ESENZIONI.

Punto A. TIPOLOGIA DEL MEZZO PUBBLICITARIO

| | | | |
|--|---|---|---------------------|
|  Servizi per gli Enti Locali | GUIDA ALL'APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITA' E DIRITTO PUBBLICHE AFFISSIONI | Code: | GuiPub |
| | | Revisione: | 00 – 02/2007 |
| | | Pagina: | 4 di 19 |
| | | Rif. Doc.: | IO7.5#02 |
| | |   | |

Nella figure qui sotto sono rappresentati a titolo meramente esemplificativo i principali mezzi pubblicitari.

Fig. 1 Cavalletto pubblicitario bifacciale



Fig. 2 Locandina

(deve essere apposta SOLO ALL'INTERNO DEGLI ESERCIZI PUBBLICI).

ATTENZIONE!!!

**LE LOCANDINE DEVONO SEMPRE ESSERE
 TIMBRATE CON L'INDICAZIONE DEL GIORNO
 DI SCADENZA DELLA PUBBLICITA'.**

Prima di consegnare le locandine timbrate al contribuente occorre far firmare la dichiarazione e verificare che sia già intervenuto il pagamento.



| | | | |
|--|---|---|---------------------|
|  Servizi per gli Enti Locali | GUIDA ALL'APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITA' E DIRITTO PUBBLICHE AFFISSIONI | Code: | GuiPub |
| | | Revisione: | 00 - 02/2007 |
| | | Pagina: | 5 di 19 |
| | | Rif. Doc.: | IO7.5#02 |
| | |   | |

Fig. 3 Pubblicità di vario tipo:



La **freccia n. 1** indica dei mezzi pubblicitari luminosi posti su un palo (l'illuminazione è costituita da fonti di luce interne ai mezzi pubblicitari (neon o lampade di varia natura). Scontano la tariffa luminosa -annuale;

La **freccia n. 2** indica un cavalletto pubblicitario (può anche essere dichiarato e liquidato dal contribuente con la tariffa temporanea, ma solo se rimane esposto per un periodo inferiore ai 3 mesi (ad esempio solo in occasione degli sconti);

La **freccia n. 3** indica insegne pubblicitarie esposte sulla sede del negozio (**);

La **freccia n. 4** indica una scritta pubblicitaria su una finestra (vetrofanie) (**).

(**) ATT.NE se i mezzi esposti sulla sede dell'attività riportano la ragione sociale della ditta/società devono essere considerati **INSEGNA DI ESERCIZIO**.

| | | | |
|--|---|---|---------------------|
|  Servizi per gli Enti Locali | GUIDA ALL'APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITA' E DIRITTO PUBBLICHE AFFISSIONI | Code: | GuiPub |
| | | Revisione: | 00 – 02/2007 |
| | | Pagina: | 6 di 19 |
| | | Rif. Doc.: | IO7.5#02 |
| | |   | |

Fig. 4. Insegne d'esercizio: sono insegne di esercizio delle attività commerciali, di produzione di beni e di servizi quelle che contraddistinguono la sede ove si svolge l'attività cui si riferiscono.



INSEGNE DI ESERCIZIO

La legge prevede che per **le insegne di esercizio di superficie complessiva FINO a 5 metri quadrati sono ESENTI dal pagamento dell'imposta o del canone.**

Se per individuare la sede di svolgimento di attività economica vengono esposte, ad esempio, due insegne di esercizio, una di superficie di 3 mq, e l'altra di 1 mq, essendo la LORO SUPERFICIE COMPLESSIVA pari a 4 mq, per entrambe le insegne non è dovuta l'imposta di pubblicità, in quanto non viene superato il limite dimensionale dei 5 mq.

Diverso è invece il caso in cui una delle due insegne abbia la superficie di 3 mq, e l'altra di 4 mq; in tale ipotesi, infatti, essendo la superficie complessiva delle due insegne pari a 7 mq – quindi superiore ai 5 mq stabiliti per legge – NON SARA' ACCORDABILE NESSUNA ESENZIONE.

Non possono essere definite insegne di esercizio le scritte relative al marchio del prodotto venduto nel caso in cui siano contenute in un distinto mezzo pubblicitario, che viene, cioè, esposto in aggiunta ad un'insegna di esercizio, poiché questa circostanza manifesta chiaramente l'esclusivo intento di pubblicizzare i prodotti in vendita.

| | | | |
|---|---|---|---------------------|
|  ABACO S.p.A. Servizi per gli Enti Locali | GUIDA ALL'APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITA' E DIRITTO PUBBLICHE AFFISSIONI | Code: | GuiPub |
| | | Revisione: | 00 – 02/2007 |
| | | Pagina: | 7 di 19 |
| | | Rif. Doc.: | IO7.5#02 |
| | |   | |

Fig. 5 Pubblicità su automezzi

ATT.NE i veicoli pagano l'imposta in base alla portata (superiore o inferiore ai 30 quintali).

I veicoli sono esenti dal pagamento dell'imposta se riportano SOLO LA RAGIONE SOCIALE e L'INDIRIZZO. Sono invece tassabili se riportano anche l'indicazione dell'attività svolta (nella foto: latte panna e derivati), oppure il marchio del prodotto commercializzato (nella foto: delta lat), oppure il marchio di società di terzi.



Fig. 6 Pubblicità su tenda

Le scritte su tenda sono tassate in base alla misura della "balza" su cui è riportata la scritta.

Se riportano la ragione sociale dell'esercizio commerciale devono essere intese come insegne di esercizio e pertanto fanno cumulo con le altre insegne; se, invece, come in questo caso (vedi foto), le scritte indicano l'attività svolta e non la ragione sociale della ditta sono sempre tassabili, in quanto non insegna di esercizio.



Fig. 7 Vetrofanie o decorazioni delle vetrine

Il fregio sulla vetrina svolge sia la funzione di promuovere l'attività (sono presenti il nome della ditta e l'attività svolta) che quella di migliorare l'immagine del negozio, si prenderà in considerazione tutta la superficie occupata dalle scritte e dai disegni al fine del calcolo della superficie tassabile.



Fig. 8 Pubblicità su teli

La pubblicità su teli è tassabile in base alla dimensione del telo stesso (base per altezza del supporto), indipendentemente dalla superficie occupata dalle scritte.



ATTENZIONE: Se il telo è posto **TRASVERSALMENTE ALLA STRADA O PIAZZA**, paga l'imposta di pubblicità secondo la tariffa "striscioni trasversali".



| | | | |
|--|--|---|---------------------|
|  Servizi per gli Enti Locali | GUIDA ALL'APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITA' E DIRITTO PUBBLICHE AFFISSIONI | Code: | GuiPub |
| | | Revisione: | 00 - 02/2007 |
| | | Pagina: | 9 di 19 |
| | | Rif. Doc.: | IO7.5#02 |
| | |   | |

Punto B. TEMPO DI ESPOSIZIONE: la durata della pubblicita'

La pubblicità, in riferimento alla durata, può essere ANNUALE (PERMANENTE e per anno solare) o TEMPORANEA.

- TEMPORANEA è la pubblicità che ha una durata non superiore a tre mesi, comprese le frazioni di mese.

Alcuni esempi potranno chiarire meglio.

Es. 1) il contribuente intende esporre delle locandine per il periodo 15 gennaio – 15 febbraio 2007. In questo esempio la durata è di due mesi. Ciò perché le frazioni di mese si contano come un mese intero. Quindi l'imposta da pagare da tariffario sarà quella indicata come ordinaria opaca temporanea pari a 2 mesi (nella parte sinistra del tariffario per le superfici inferiori ad 1 mq);

Es. 2) il contribuente ci chiede di poter esporre un cartello dal 15 marzo 2007 per tutto il tempo utilizzabile perché la pubblicità sia considerata temporanea. Il cartello sarà considerato pubblicità temporanea se resterà esposto solo fino al 31 maggio 2007.

Infatti:

dal 15 marzo al 31 marzo - 1 mese;

dal 1 aprile a 30 aprile – 1 mese;

e infine dal primo al 31 maggio un altro mese per un totale di tre mesi.

Se il cartello restasse esposto fino al 15 giugno 2007 la pubblicità sarebbe da considerare ANNUALE (Permanente).

- PERMANENTE se la pubblicità ha una durata superiore a tre mesi (comprese le frazioni di mese come sopra spiegato) è ANNUALE o permanente. La tariffa da applicare sarà, pertanto, quella della pubblicità annuale. La pubblicità annuale si paga per anno solare. I mezzi dichiarati con la modalità ANNUALE o permanente restano in carico al contribuente FINO A DISDETTA SCRITTA. Le disdette per avere effetto devono intervenire entro il 31/01 dell'anno di riferimento (es. entro il 31/01/2007 per non pagare l'imposta riferito all'anno 2007).

Ciò significa che:

- 4 mesi di pubblicità pagano la medesima imposta di 12 mesi;
- se 4 mesi sono a cavallo di due anni solari (es. 1 novembre 2007 – 28 febbraio 2008) l'imposta da pagare sarà pari a due annualità.

| | | | |
|--|--|---|---------------------|
|  Servizi per gli Enti Locali | GUIDA ALL'APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITA' E DIRITTO PUBBLICHE AFFISSIONI | Code: | GuiPub |
| | | Revisione: | 00 – 02/2007 |
| | | Pagina: | 10 di 19 |
| | | Rif. Doc.: | IO7.5#02 |
| | |   | |

Punto C. SUPERFICIE DEL MEZZO PUBBLICITARIO E ARROTONDAMENTI

Per applicare correttamente la tariffa dell'imposta di pubblicità deve essere considerata, oltre alla tipologia del mezzo e la durata, anche la SUPERFICIE espressa in metri quadrati.

Per calcolare la superficie si deve far riferimento alla SUPERFICIE DEL MEZZO PUBBLICITARIO a prescindere dal numero di messaggi.

NON SI FA LUOGO ALL'APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA PER LE SUPERFICI INFERIORI A TRECENTO CENTIMETRI QUADRATI.

Importante tener presente, inoltre, che le superfici vanno arrotondate nel seguente modo:

- le superfici inferiori ad un metro quadrato si arrotondano per eccesso al metro quadrato;
- le superfici oltre il primo metro quadrato si arrotondano al mezzo metro quadrato superiore.

Esempi di arrotondamento:

- a) Misure 40X50 cm = 2.000 cmq = superficie 0,20 mq. = 1 metro quadrato tassabile (tariffa FINO ad 1 metro).
- b) Misure 6,70X0,65 mt = superficie 4,35 mq = 4,50 metri quadrati tassabili (tariffa da 1 a 5,50 mq). La tariffa è espressa al metro quadrato, quindi si moltiplicherà la tariffa indicata nel tariffario per 4,5;
- c) Misure 900X0,65 mt = superficie 5,85 mq = 6,00 metri quadrati tassabili (tariffa da 5,51 a 8,50). La tariffa espressa al metro quadrato si moltiplicherà per 6.

Per il cavalletto di cui alla figura 1 più sopra riportata, la superficie tassabile sarà data dalla misura dalla base moltiplicata per l'altezza del cavalletto.

Se il mezzo è bifacciale gli arrotondamenti devono essere effettuati per ogni singola faccia (ad esempio un cavalletto bif.le: base 110 cm X altezza 150 cm = 2 mq per faccia; totale tassabile= 4 mq). Anche la tariffa da applicare deve essere riferita alla singola faccia e poi moltiplicata per i mq.

Quando il messaggio pubblicitario è inserito in una struttura avente altre funzioni come ad esempio la tenda di fig. 5, la superficie sarà data dalla parte di tenda interessata dal messaggio, avendo cura di immaginare una figura geometrica che contiene il messaggio. Quindi la superficie non è costituita da tutta la tenda, bensì solo dalla "balza" nella quale è contenuto il messaggio.

| | | | |
|--|---|---|---------------------|
|  Servizi per gli Enti Locali | GUIDA ALL'APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITA' E DIRITTO PUBBLICHE AFFISSIONI | Code: | GuiPub |
| | | Revisione: | 00 - 02/2007 |
| | | Pagina: | 11 di 19 |
| | | Rif. Doc.: | IO7.5#02 |
| | |   | |

Punto D. L'UBICAZIONE e LA TARIFFA

Il tariffario, allegato alla presente guida, riporta le TARIFFE VIGENTI ad oggi e deliberate dal Comune da applicare ai messaggi pubblicitari diffusi nell'ambito del territorio comunale.

Il Comune può stabilire tariffe diverse per i mezzi pubblicitari con superficie ENTRO il metro quadrato e per i mezzi pubblicitari con superficie SUPERIORE al metro quadrato.

Il Comune può anche istituire la CATEGORIA SPECIALE, e cioè individuare una porzione di territorio comunale (un elenco di vie) all'interno della quale la diffusione di messaggi pubblicitari è tassata con una maggiorazione fino al 150 per cento della tariffa base (art. 4 D.Lgs. 507/93).

Le tariffe della categoria speciale sono quelle indicate nel tariffario al di sotto della sigla C.S..
Se nel tariffario non è indicata la tariffa per la categoria speciale significa che non è stata istituita dal Comune.

Nel tariffario, le tariffe da applicare sono già state sviluppate, tenendo conto di eventuali aumenti deliberati dal Comune, così come della eventuale categoria speciale.

Per la pubblicità ordinaria (art.12 D.Lgs.507/93) effettuata mediante insegne, cartelli, locandine, targhe, stendardi o qualsiasi altro mezzo per il quale non è prevista una diversa disciplina, la tariffa riportata sul tariffario è riferita al metro quadrato di superficie e per anno solare quando dura oltre i tre mesi.

Per altre forme di pubblicità, ad esempio la distribuzione di volantini, la tariffa è riferita ad una persona e ad un giorno. Ciò significa che se i volantini sono distribuiti da 3 persone e per 2 giorni la tariffa andrà moltiplicata per il numero di persone e per i giorni.

Per gli striscioni trasversali alla strada la tariffa è riferita a 1 metro quadrato per 15 giorni o frazione. Quindi se viene esposto uno striscione di 10 metri quadrati per 20 giorni la tariffa indicata nel tariffario andrà moltiplicata per 10 e poi il risultato per 2 (due sono i periodi di 15 giorni, uno intero, l'altro frazione equiparato dalla legge ad un periodo intero di 15 giorni).

| | | | |
|--|--|---|---------------------|
|  Servizi per gli Enti Locali | GUIDA ALL'APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITA' E DIRITTO PUBBLICHE AFFISSIONI | Code: | GuiPub |
| | | Revisione: | 00 - 02/2007 |
| | | Pagina: | 12 di 19 |
| | | Rif. Doc.: | IO7.5#02 |
| | |   | |

Punto E. LE RIDUZIONI

La riduzione è pari al 50% della tariffa dell'imposta di pubblicità solo nei seguenti casi:

- per la pubblicità effettuata da comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non abbia scopo di lucro;
- per la pubblicità relativa a manifestazioni politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate, con il patrocinio o la partecipazione degli enti pubblici territoriali;
- per la pubblicità relativa a festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti (ad esempio giostre e circhi) e di beneficenza.

Si faccia attenzione al fatto che in presenza di messaggi pubblicitari di sponsorizzazione la riduzione, salvo nel caso in cui sia stato rilasciato il patrocinio del Comune, non può essere concessa.

Esempio:

la pro loco pubblicizza con locandine una manifestazione con stand gastronomico. In questo caso ha diritto alla riduzione. Se però nelle locandine viene indicato il nome di una Banca o più Banche, ovvero altri soggetti che sponsorizzano l'iniziativa, la riduzione non può essere concessa. La pro loco dovrà pagare per intero.

La riduzione si applica anche in presenza del patrocinio del Comune, a prescindere dagli sponsor. Il patrocinio deve essere indicato nella locandina ovvero nel mezzo pubblicitario. Il patrocinio del Comune ha valenza solo per la pubblicità effettuata nel territorio comunale (ad esempio il Patrocinio del Comune di Padova farà ottenere la riduzione per le locandine esposte nel territorio del Comune di Padova, non invece per quelle esposte nei comuni limitrofi).

Non si possono applicare riduzioni fuori dei casi sopra indicati.

| | | | |
|---|---|---|---------------------|
|  ABACO S.p.A. Servizi per gli Enti Locali | GUIDA ALL'APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITA' E DIRITTO PUBBLICHE AFFISSIONI | Code: | GuiPub |
| | | Revisione: | 00 – 02/2007 |
| | | Pagina: | 13 di 19 |
| | | Rif. Doc.: | IO7.5#02 |
| | |   | |

Punto F. LE ESENZIONI

Ogni esenzione deve essere valutata attentamente.

Non si possono concedere esenzioni se non nei casi espressamente indicati dal legislatore. Non è possibile interpretare in modo estensivo le disposizioni che prevedono esenzioni, le norme si applicano alla lettera.

Di seguito si riporta il testo integrale dell'art. 17 del D.Lgs. 507/1993.

“Sono esenti dall'imposta:

a) la pubblicità realizzata all'interno dei locali adibiti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi quando si riferisca all'attività negli stessi esercitata, nonché i mezzi pubblicitari, ad eccezione delle insegne, esposti nelle vetrine e sulle porte di ingresso dei locali medesimi purché siano attinenti all'attività in essi esercitata e non superino, nel loro insieme, la superficie complessiva di mezzo metro quadrato per ciascuna vetrina o ingresso;

b) gli avvisi al pubblico esposti nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei locali, o in mancanza nelle immediate adiacenze del punto di vendita, relativi all'attività svolta, nonché quelli riguardanti la localizzazione e l'utilizzazione dei servizi di pubblica utilità, che non superino la superficie di mezzo metro quadrato e quelli riguardanti la locazione o la compravendita degli immobili sui quali sono affissi, di superficie non superiore ad un quarto di metro quadrato;

c) la pubblicità comunque effettuata all'interno, sulle facciate esterne o sulle recinzioni dei locali di pubblico spettacolo qualora si riferisca alle rappresentazioni in programmazione;

d) la pubblicità, escluse le insegne, relativa ai giornali ed alle pubblicazioni periodiche, se esposta sulle sole facciate esterne delle edicole o nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei negozi ove si effettua la vendita;

e) la pubblicità esposta all'interno delle stazioni dei servizi di trasporto pubblico di ogni genere inerente l'attività esercitata dall'impresa di trasporto, nonché le tabelle esposte all'esterno delle stazioni stesse o lungo l'itinerario di viaggio, per la parte in cui contengano informazioni relative alle modalità di effettuazione del servizio;

f) la pubblicità esposta all'interno delle vetture ferroviarie, degli aerei e delle navi, ad eccezione dei battelli di cui all'art. 13;

g) la pubblicità comunque effettuata in via esclusiva dallo Stato e dagli enti pubblici territoriali;

h) le insegne, le targhe e simili apposte per l'individuazione delle sedi di comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non persegua scopo di lucro;

i) le insegne, le targhe e simili la cui esposizione sia obbligatoria per disposizione di legge o di regolamento sempre che le dimensioni del mezzo usato, qualora non espressamente stabilite, non superino il mezzo metro quadrato di superficie.

1-bis. 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. Con regolamento del Ministro dell'economia e delle finanze, di concerto con il Ministro dello sviluppo economico, da emanare, d'intesa con la Conferenza Stato-città e autonomie locali, entro il 31 marzo 2007, possono essere individuate le attività per le quali l'imposta è dovuta per la sola superficie eccedente i 5 metri quadrati. I comuni, con regolamento adottato ai sensi dell'articolo 52 del decreto legislativo 15 dicembre 1997, n. 446, possono prevedere l'esenzione dal pagamento dell'imposta per le insegne di esercizio anche di superficie complessiva superiore al limite di cui al primo periodo del presente comma”.

RELATIVAMENTE ALL'APPLICAZIONE DELLE ESENZIONI, EVENTUALI DUBBI DOVRANNO ESSERE CHIARITI RIVOLGENDOSI DIRETTAMENTE ALLA SEDE ABACO SPA.

| | | | |
|--|--|---|---------------------|
|  Servizi per gli Enti Locali | GUIDA ALL'APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITA' E DIRITTO PUBBLICHE AFFISSIONI | Code: | GuiPub |
| | | Revisione: | 00 – 02/2007 |
| | | Pagina: | 14 di 19 |
| | | Rif. Doc.: | IO7.5#02 |
| | |   | |

4. QUANDO SI APPLICA L'IMPOSTA DI PUBBLICITA' – L'AUTORIZZAZIONE COMUNALE

L'imposta sulla pubblicità si applica quando, nell'ambito dell'esercizio di un'attività economica allo scopo di promuovere la domanda di beni o servizi, o per migliorare l'immagine del soggetto pubblicitario, sono diffusi messaggi pubblicitari attraverso forme visive o acustiche (diverse dalle pubbliche affissioni) in luoghi pubblici, aperti al pubblico o da tali luoghi percepibile.

Schematizzando i presupposti per applicare l'imposta sono:

- Diffusione di messaggi pubblicitari nell'ambito dell'esercizio di un'attività economica (es. negozio che vende mobili che si pubblicizza con un cartello stradale, o una insegna di esercizio posta sulla sede, o un cartello luminoso recante il nome del prodotto venduto...);
- Messaggi pubblicitari visivi (cartello pubblicitario) o acustici (amplificatore di suoni sopra un'auto che gira per le strade cittadine reclamizzando un prodotto o un servizio);
- I messaggi pubblicitari devono essere diffusi in luoghi pubblici (lungo le strade, le piazze i corsi pedonali), o aperti al pubblico (es. anche una piscina, una palestra, un teatro), o essere percepiti da tali luoghi (es. scritta pubblicitaria all'interno del negozio ben visibile dall'esterno).

PER EFFETTUARE LA PUBBLICITÀ IL CITTADINO DEVE PRIMA OTTENERE L'AUTORIZZAZIONE DA PARTE DEGLI UFFICI COMUNALI COMPETENTI (ufficio tecnico, vigili, ecc). Sono i regolamenti comunali a stabilire quali forme pubblicitarie debbano essere necessariamente autorizzate e con quali forme.

Il pagamento dell'imposta comunale sulla pubblicità non sana la mancata autorizzazione.

I mezzi pubblicitari installati senza la prescritta autorizzazione, ovvero in difformità dalla stessa, sono considerati abusivi e possono essere sanzionati dai competenti uffici comunali.

5. CHI DEVE PAGARE L'IMPOSTA DI PUBBLICITA'

Il soggetto obbligato a pagare l'imposta di pubblicità è colui che dispone a qualsiasi titolo del mezzo pubblicitario, cioè colui che ne ha la materiale o giuridica disponibilità.

Per esempio se un contribuente consegna per la timbratura delle locandine, egli è il soggetto passivo, cioè tenuto al pagamento dell'imposta.

La legge prevede che oltre al titolare del mezzo pubblicitario, è obbligato solidale al pagamento anche colui che produce o vende la merce o il servizio pubblicitario (il soggetto reclamizzato).

Esemplificando si supponga che qualcuno di notte installi un cartello pubblicitario abusivo lungo una strada, ovvero attacchi su alcune porzioni di un muro del centro storico delle locandine o dei manifesti veri e propri. Chi è il soggetto tenuto a pagare in via principale? Colui che dispone del mezzo pubblicitario (chi ha installato il cartello, ovvero chi ha attaccato le locandine o affisso il manifesto), che però nel nostro caso è sconosciuto. Tuttavia se nel cartello, nella locandina ovvero nel manifesto sono contenuti dei messaggi pubblicitari, obbligato al pagamento sarà la ditta che produce, vende o fornisce il prodotto la merce o il servizio pubblicitario abusivamente.

| | | | |
|--|--|---|--------------|
|  Servizi per gli Enti Locali | GUIDA ALL'APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITA' E DIRITTO PUBBLICHE AFFISSIONI | Code: | GuiPub |
| | | Revisione: | 00 – 02/2007 |
| | | Pagina: | 15 di 19 |
| | | Rif. Doc.: | IO7.5#02 |
| | |   | |

6. LA DICHIARAZIONE E IL PAGAMENTO DELL'IMPOSTA DI PUBBLICITA'

La dichiarazione deve essere presentata prima di iniziare la pubblicità.

Alla dichiarazione deve essere allegata l'attestazione dell'avvenuto pagamento, pertanto, prima di iniziare ogni forma di pubblicità il contribuente deve:

1. ottenere dagli uffici comunali competenti la prescritta autorizzazione, ove prevista dal regolamento comunale;
2. effettuare il pagamento;
3. presentare la dichiarazione della pubblicità

Per la pubblicità temporanea l'imposta deve essere corrisposta in un'unica soluzione, per la pubblicità permanente, invece, l'imposta può essere corrisposta in rate trimestrali anticipate solo qualora l'importo da pagare sia superiore ad € 1.550,00. Il pagamento deve essere effettuato esclusivamente attraverso conto corrente postale indicato dal concessionario ABACO S.p.A.

Il modello di dichiarazione, in allegato alla presente guida, deve essere disponibile ai contribuenti.

La dichiarazione relativa alla pubblicità permanente ha effetto anche per gli anni successivi, purché non si verifichino delle variazioni dei mezzi dichiarati tali da determinare una diversa imposta da pagare. Ciò significa che non è necessario che il contribuente presenti ogni anno la dichiarazione se continua ad avere il medesimo mezzo pubblicitario. La pubblicità dichiarata si intende prorogata con il pagamento della relativa imposta effettuato entro il 31 gennaio di ciascun anno, a meno che il contribuente presenti una denuncia di cessazione del mezzo pubblicitario sempre entro il 31 gennaio dell'anno di riferimento.

E' importante aiutare il contribuente nella compilazione del modello di dichiarazione, ed in particolare verificare che siano indicati chiaramente e in modo esatto:

1. i dati del SOGGETTO: nome, cognome, codice fiscale o partita IVA (se il contribuente è una ditta, il timbro ben leggibile, normalmente contiene tutti i dati identificativi della ditta). E' importante controllare che i dati siano scritti e leggibili. In caso contrario si devono chiedere al contribuente che presenta la dichiarazione;
2. i dati della PUBBLICITÀ: descrizione del tipo di mezzo, delle misure, della durata e dell'ubicazione;
3. i dati del PAGAMENTO: Gli estremi dell'attestazione di pagamento devono essere precisamente riportati nella dichiarazione, ed in particolare: l'importo pagato; la data di pagamento. il numero del versamento (VCY). Tutti i dati si leggono dal timbro postale impresso nella ricevuta di pagamento;
4. la FIRMA del dichiarante.

La dichiarazione dell'imposta di pubblicità (es. locandine) deve essere fatta sul modello di dichiarazione proprio dell'imposta, mentre la commissione per le pubbliche affissioni deve essere redatta sul modello specifico per le affissioni. Non si deve fare o accettare un'unica dichiarazione per l'imposta (locandine) e per le affissioni di manifesti (si vedano i modelli allegati).

| | | | |
|--|---|---|---------------------|
|  Servizi per gli Enti Locali | GUIDA ALL'APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITA' E DIRITTO PUBBLICHE AFFISSIONI | Code: | GuiPub |
| | | Revisione: | 00 - 02/2007 |
| | | Pagina: | 16 di 19 |
| | | Rif. Doc.: | IO7.5#02 |
| | |   | |

7. IL DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

A fronte dell'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni, viene richiesto al contribuente il pagamento di un diritto.

Materialmente l'affissione consiste nell'attaccare dei manifesti di vario formato in apposite strutture di supporto (plance, standardi...) ben definite dal piano delle pubbliche affissioni approvato dal Comune.

Poiché gli spazi fisici per le affissioni sono predefiniti, talvolta, può accadere che più contribuenti richiedano i medesimi spazi nello stesso arco temporale. Da ciò discende che la legge ha previsto una serie di norme che servono a dirimere eventuali sovrapposizioni di richieste.

Per chiedere l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni, il contribuente deve presentare una commissione, cioè una richiesta di affissioni corredata dal pagamento del relativo diritto.

La richiesta si perfeziona e diventa vincolante solo quando è corredata dal pagamento.

In assenza di pagamento non si devono effettuare pubbliche affissioni.

I manifesti restano esposti per un periodo di tempo determinato dal richiedente che in corrispondenza del tempo di durata dell'affissione pagherà il diritto. Maggiore è il tempo di affissione richiesto, maggiore sarà il diritto che dovrà essere anticipatamente pagato.

TUTTI I MANIFESTI, COMPRESI LE LOCANDINE (anche se non sono affissioni, bensì pubblicità) DEVONO ESSERE TIMBRATI E RIPORTARE LA DATA DI SCADENZA.

Decorso il termine di scadenza il manifesto può essere rimosso, ovvero, sopra di esso potranno essere affissi altri manifesti.

Le pubbliche affissioni consistono, quindi, in un servizio pubblico che materialmente viene svolto attraverso le seguenti fasi:

- richiesta di disponibilità degli spazi e prenotazione.

Deve essere predisposto un elenco con gli spazi destinati alle pubbliche affissioni, con l'indicazione della categoria istituzionale o commerciale.

Quando un contribuente chiede telefonicamente la disponibilità degli spazi richiesti, non significa che ha conseguito il diritto a richiedere il servizio delle pubbliche affissioni. Il diritto ad avere il servizio e quindi a vedere affissi i manifesti si consegue solo con la trasmissione della commissione con l'allegato pagamento. **IN MANCANZA DI PAGAMENTO NON SI PERFEZIONA LA COMMISSIONE E QUINDI IL RICHIEDENTE NON HA DIRITTO AL SERVIZIO.**

Attenzione a non prendere prenotazioni, cioè a non dichiarare che gli spazi sono disponibili quando in realtà non è così. Le informazioni in merito agli spazi disponibili devono essere date con precisione sull'elenco degli spazi destinati alle affissioni. Si devono annotare, in matita nell'elenco degli spazi disponibili, le prenotazioni, in attesa di conferma attraverso il pagamento del diritto e la presentazione della commissione.

La prenotazione come già detto non attribuisce il diritto ad ottenere il servizio.

Se un altro contribuente presenta la commissione con il pagamento dei diritti ottiene il servizio anche a discapito di eventuali prenotazioni telefoniche.

| | | | |
|--|---|---|---------------------|
|  Servizi per gli Enti Locali | GUIDA ALL'APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITA' E DIRITTO PUBBLICHE AFFISSIONI | Code: | GuiPub |
| | | Revisione: | 00 - 02/2007 |
| | | Pagina: | 17 di 19 |
| | | Rif. Doc.: | IO7.5#02 |
| | |   | |

➤ Ricevimento della commissione con la ricevuta di pagamento.

La commissione deve essere completa di tutti i dati del richiedente l'affissione che è tenuto al pagamento in via principale e di colui nell'interesse del quale il servizio è richiesto.

Devono essere esattamente riportati gli estremi del pagamento: la DATA DI PAGAMENTO; l'IMPORTO PAGATO; il NUMERO DEL VERSAMENTO (VCY). Tutti i dati sono riportati sul timbro postale stampato nella ricevuta di pagamento.

La mancanza di spazi disponibili deve essere comunicata al committente per iscritto entro 10 giorni dalla richiesta di affissione. Le eventuali somme versate vanno restituite (i rimborsi devono essere comunicati e vengono gestiti direttamente dalla sede di ABACO SPA).

Il committente potrebbe, volendo, annullare la commissione prima che i manifesti siano affissi, tuttavia perde il 50% del diritto già pagato che non gli verrà rimborsato.

➤ Registrazione della commissione nel registro delle affissioni.

Le commissioni devono essere registrate in ordine cronologico nell'apposito registro. Vale a dire che chi per primo consegna (ovvero invia a mezzo fax o recapita a mano o mezzo posta) la commissione con il relativo pagamento avrà diritto alle affissioni negli spazi disponibili.

Si deve tener conto che:

- le affissioni devono essere effettuate secondo l'ordine di precedenza che risulta dal ricevimento della commissione (ordine di precedenza che deve risultare dal registro delle affissioni tenuto per l'appunto in ordine cronologico, cioè chi per primo presenta la commissione con il pagamento allegato deve essere preferito al secondo e il secondo al terzo e così via...);
- l'affissatore di regola fa il giro ogni 10 giorni. Bisogna, quindi, prestare attenzione alle uscite dall'affissatore e dare la corretta informazione ai committenti in relazione al periodo di inizio delle affissioni. Il ritardo nell'inizio delle affissioni è giustificato solo per avverse condizioni atmosferiche. In ogni caso se il ritardo nell'effettuare le affissioni supera i 10 giorni dalla data richiesta deve esserne data comunicazione scritta al committente.

➤ La timbratura dei manifesti.

La durata delle affissioni deve risultare dal timbro apposto sul manifesto, che riporterà quindi la data di scadenza. In mancanza del timbro l'affissione è abusiva.

E' quindi necessario timbrare tutti i manifesti prima di consegnarli all'affissatore.

E' importante ricordare che l'affissione decorre dal giorno in cui è stata eseguita, cioè dal giorno in cui i manifesti sono stati affissi negli spazi a ciò destinati.

➤ La nota posizioni.

Gli affissatori devono consegnare al recapito la nota posizioni che consiste in una dichiarazione sottoscritta dall'affissatore stesso contenente le informazioni precise e dettagliate degli spazi affissionistici sui quali sono stati affissi i manifesti. Il committente cioè colui che richiede il servizio ha diritto di ottenere, se richiesta, la nota posizioni per verificare dove sono stati affissi i manifesti consegnati per l'affissione.

| | | | |
|--|--|---|--------------|
|  Servizi per gli Enti Locali | GUIDA ALL'APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITA' E DIRITTO PUBBLICHE AFFISSIONI | Code: | GuiPub |
| | | Revisione: | 00 – 02/2007 |
| | | Pagina: | 18 di 19 |
| | | Rif. Doc.: | IO7.5#02 |
| | |   | |

8. IL TARIFFARIO DEL DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

Il diritto sulle pubbliche affissioni, come già esposto più sopra, si calcola in base ai seguenti elementi:

- il formato dei manifesti da affiggere (come ad esempio i 70X100);
- il numero dei fogli da affiggere;
- la durata dell'affissione, ossia il tempo che il manifesto resta esposto al pubblico.

Per quanto riguarda il formato dei manifesti si deve prestare attenzione perché i manifesti possono essere di vari formati del tipo di quelli indicati nel tariffario (Manifesti fino a cm. 100x140, Manifesti fino a cm. 100x210, Manifesti fino a cm. 140x200, Manifesti fino a cm. 200x280 Manifesti fino a cm. 600x280).

Come si può vedere dal tariffario allegato alla presente il formato rileva, non solo perché ad esso devono corrispondere gli spazi affissionistici, ma anche per il calcolo del diritto. Un aspetto importante da valutare è che i supporti sui quali vanno affissi i manifesti possono essere grandi come i poster 600X280 (equivalenti a 24 fogli 70X100), oppure medi come, ad esempio, il formato 200X280 (equivalente a 8 fogli 70X100).

La trasformazione dei formati in fogli è necessaria perché il diritto è stabilito per ciascun foglio di dimensione 70X100 e per periodi di 10 giorni e successivi 5 giorni o frazioni.

Esempio: viene richiesta l'affissione dal 01/03/2007 al 16/03/2007 di 30 manifesti formato 100X140. Il diritto si calcola per 60 fogli (infatti il formato 100X140 è pari a 2 fogli 70X100).

Si deve ricordare che se la commissione è inferiore a 50 fogli (formato 70X100) il diritto è maggiorato del 50%.

La dimensione dell'esempio, cioè 100X140, supera il metro quadrato per cui si dovrà prendere da tariffario la tariffa per i soli manifesti di formato maggiore ad 1 metro quadrato (se presente nel tariffario).

Se il comune ha deliberato l'aumento per la CATEGORIA SPECIALE (per le affissioni commerciali) si deve tener conto del diritto previsto per i manifesti affissi in categoria speciale. Nel tariffario è previsto il diritto per l'affissione in categoria speciale. Si tenga conto che gli impianti per le pubbliche affissioni non possono essere in categoria speciale per una superficie maggiore del 50% degli spazi totali.

Se il formato del manifesto è 200X280 (8 fogli da 70X100) il diritto deve essere maggiorato del 50%. Se il formato del manifesto è 600X280 (24 fogli da 70X100) il diritto deve essere maggiorato del 100%.

Tornando al nostro esempio, vediamo ora il calcolo del periodo: dal 01/03/2007 al 16/03/2007.

Il diritto si paga in base alla tariffa riportata nel tariffario per il periodo specificato. Nel nostro esempio il periodo da prendere in base al tariffario è quello dal 16° al 20° compreso. Ciò perché il periodo è stabilito dalla legge per i primi 10 giorni e per ogni periodo successivo di 5 giorni o frazione. Pertanto anche un solo giorno, il sedicesimo, corrispondente al 16/03/2007 fa scattare un ulteriore periodo di 5 giorni.

| | | | |
|--|--|---|---------------------|
|  Servizi per gli Enti Locali | GUIDA ALL'APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITA' E DIRITTO PUBBLICHE AFFISSIONI | Code: | GuiPub |
| | | Revisione: | 00 - 02/2007 |
| | | Pagina: | 19 di 19 |
| | | Rif. Doc.: | IO7.5#02 |
| | |   | |

9. RIDUZIONI ED ESENZIONI DEL DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI

In merito ai principi relativi alle riduzioni e alle esenzioni dal diritto sulle pubbliche affissioni si veda quanto spiegato in riferimento alle riduzioni ed esenzioni dell'imposta comunale sulla pubblicità a pagina 13 e seguenti.

La tariffa per il servizio delle pubbliche affissioni è ridotta alla metà:

- a) per i manifesti riguardanti in via esclusiva lo Stato e gli enti pubblici territoriali e che non rientrano nei casi per i quali è prevista l'esenzione ai sensi dell'art. 21;
- b) per i manifesti di comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non abbia scopo di lucro;
- c) per i manifesti relativi ad attività politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate, con il patrocinio o la partecipazione degli enti pubblici territoriali;
- d) per i manifesti relativi a festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti e di beneficenza;
- e) per gli annunci mortuari.

Sono esenti dal diritto sulle pubbliche affissioni:

- a) i manifesti riguardanti le attività istituzionali del comune da esso svolte in via esclusiva, esposti nell'ambito del proprio territorio;
- b) i manifesti delle autorità militari relativi alle iscrizioni nelle liste di leva, alla chiamata ed ai richiami alle armi;
- c) i manifesti dello Stato, delle regioni e delle province in materia di tributi;
- d) i manifesti delle autorità di polizia in materia di pubblica sicurezza;
- e) i manifesti relativi ad adempimenti di legge in materia di referendum, elezioni politiche, per il parlamento europeo, regionali, amministrative;
- f) ogni altro manifesto la cui affissione sia obbligatoria per legge;
- g) i manifesti concernenti corsi scolastici e professionali gratuiti regolarmente autorizzati.

RELATIVAMENTE ALL'APPLICAZIONE DELLE ESENZIONI, EVENTUALI DUBBI DOVRANNO ESSERE CHIARITI RIVOLGENDOSI DIRETTAMENTE ALLA SEDE ABACO S.p.A.

Per le **Pubbliche Affissioni e la Pubblicità Temporanea** i referenti sono la Sig.ra Sonia Antiquario e la sig.ra Lorella Rizzato che potete contattare ai seguenti recapiti: tel. 049.625730-fax 049.8934545 - e-mail sonia.antiquario@abacospa.it

Per la **pubblicità permanente** i referenti sono la dott.ssa Laura Ridolfi e il dott. Nicola Ancilotto che potete contattare ai seguenti recapiti: tel. 049.625730 - fax 049.8934545 - e-mail info.pd@abacospa.it.