

orologeria che hanno tutto l'interesse a segnalare le principali marche trattate a beneficio del potenziale consumatore.

Si deve pertanto concludere che l'indicazione, all'interno dell'insegna, del marchio del prodotto commercializzato nell'esercizio, cui l'insegna si riferisce, non rappresenta un mezzo pubblicitario a sé stante, bensì un elemento di qualificazione e di definizione della tipologia di attività svolta all'interno dei locali. Pertanto il marchio del prodotto venduto è parte integrante dell'insegna d'esercizio e deve quindi certamente poter godere dell'agevolazione prevista dalle norme di legge citate. Sulla base di queste logiche considerazioni, molte aziende nel 2002 non hanno pagato la imposta sulle insegne anche se recanti marchi o loghi di prodotti.

Ma la vicenda ha avuto un seguito. Resisi conto che la normativa restava poco chiara e che i comportamenti erano difformi e che la confusione regnava sovrana, il Ministero ha pensato fornire un chiarimento ulteriore che dovrebbe essere definitivo. Il Ministero dell'Economia e delle Finanze, con il decreto 7 gennaio 2003 (pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale del 4 aprile 2003), ha fornito la propria interpretazione in merito all'assoggettamento o meno all'imposta sulla pubblicità delle insegne recanti marchi o emblemi dei prodotti commercializzati all'interno dell'esercizio. In particolare, il citato decreto ministeriale statuisce che:

- le insegne di superficie complessiva fino a cinque metri quadrati sono esentate dal pagamento dell'imposta sulla pubblicità, mentre per quelle di superficie superiore l'imposta è dovuta sull'intera superficie senza alcuna franchigia;
- rientrano nel beneficio dell'esenzione, purché entro i cennati limiti dimensionali, le insegne di esercizio che contengano anche simboli e marchi dei prodotti venduti;
- sono viceversa soggetti a tassazione i mezzi pubblicitari che contengano esclusivamente simboli e marchi dei prodotti venduti qualora siano esposti in aggiunta all'insegna di esercizio (mentre è esentata l'insegna recante marchi di prodotto qualora sia l'unica dell'esercizio).

Questa interpretazione da un lato conferma che la presenza di simboli e marchi dei prodotti non toglie all'insegna d'esercizio la sua natura e consente pertanto di beneficiare dell'esenzione, dall'altro sottolinea la distinzione tra marchi inseriti su un'insegna d'esercizio (esentati dall'imposta) e marchi apposti su insegne separate dall'insegna d'esercizio vera e propria (assoggettati all'imposta). Alla fine quindi gli effetti non sono forse stati all'altezza delle aspettative.

In definitiva sono esenti dall'imposta:

- 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 d'ingresso dei locali medesimi purché siano attinenti