

## **Circolare Finanze 17/3/1994 n. 10 prot.7/810**

### **ICPDPA - D.Lgs. n. 507/93 - Istruzioni per l'applicazione dell'imposta**

Con circolare n. 1 del 15.01.94 sono stati forniti chiarimenti in ordine ai primi adempimenti relativi alle disposizioni contenute nel Capo I del decreto legislativo in oggetto, concernente l'imposta comunale sulla pubblicità e il diritto sulle pubbliche affissioni; con la presente circolare si intendono approfondire le problematiche poste dalla nuova normativa.

L'articolo 1 del decreto ribadisce il criterio della territorialità dei tributi in questione, stabilendo che l'imposta o il diritto, comprensivo della stessa, sono dovuti a favore del Comune nel cui territorio la pubblicità esterna e le pubbliche affissioni vengono effettuate.

Ai fini dell'applicazione dei due tributi l'articolo 2 attua la ripartizione dei Comuni in cinque classi che si sostituiscono alle sette della previgente normativa; inoltre viene espressamente previsto un automatico avanzamento nella terza classe per i Comuni che siano capoluogo di provincia e abbiano un numero di abitanti inferiore a 30.000.

L'articolo 3 delinea i contenuti essenziali del regolamento comunale che, per la sua natura di fonte normativa secondaria, è finalizzato a completare la disciplina dei tributi e del servizio delle pubbliche affissioni, per quanto non previsto dal decreto legislativo in oggetto.

In particolare detto regolamento, oltre a divieti e limitazioni per alcune forme pubblicitarie determinati da esigenze di pubblico interesse, deve contenere disposizioni in ordine alla tipologia e alla quantità degli impianti pubblicitari di cui il Comune intende consentire l'installazione, alle procedure amministrative per ottenere quest'ultima, nonché i criteri di massima per la realizzazione del piano generale degli impianti, considerato come uno strumento indispensabile per un corretto controllo sull'assetto urbanistico e per un tempestivo e penetrante intervento da parte del Comune nella materia in esame.

Ulteriore elemento di novità è individuabile nell'espressa previsione dell'obbligo riconosciuto al Comune di stabilire nel regolamento la ripartizione della superficie degli impianti da destinare all'effettuazione di affissioni dirette, che devono essere attribuiti a soggetti privati, comunque diversi dal concessionario del pubblico servizio.

Detta previsione, fondata sulla necessità di garantire la trasparenza degli atti delle pubbliche amministrazioni, è altresì estesa agli impianti pubblici da destinare alle affissioni di natura istituzionale, sociale o comunque prive di rilevanza economica - che a norma del successivo articolo 18, costituiscono l'oggetto specifico del servizio delle pubbliche affissioni - e a quelli da destinare alle affissioni di natura commerciale, che il Comune, secondo il citato articolo 18, potrebbe invece non includere nel pubblico servizio.

È da segnalare che, sempre nel regolamento, il Comune può prevedere disposizioni generali di deroga alle norme relative alle distanze minime per il posizionamento dei mezzi pubblicitari, ai sensi della lettera c) dell'articolo 13 del D.Lgs. 10 settembre 1993, n. 360.

Riguardo alle tariffe dell'imposta e del diritto, il comma 5 stabilisce i termini del 31 ottobre di ogni anno per la loro deliberazione e dell'1 gennaio dell'anno successivo a quello in cui quest'ultima è divenuta esecutiva per la loro entrata in vigore. Le tariffe, qualora non modificate entro il suddetto termine con apposita deliberazione della Giunta comunale, si intendono prorogate di anno in anno; nel caso invece di mancata adozione della deliberazione in questione, troveranno applicazione le tariffe base previste dal Capo I del decreto n. 507.

Viene, infine, attribuito ai Comuni caratterizzati da un rilevante flusso turistico, desumibile da oggettivi indici di ricettività - che ciascun ente territoriale dovrà, in base alle concrete situazioni di fatto, provvedere ad evidenziare nella motivazione della relativa delibera - la possibilità di applicare per un periodo complessivo nel corso dell'anno non superiore a 4 mesi, una maggiorazione fino al cinquanta per cento delle tariffe cui assoggettare le sole fattispecie pubblicitarie richiamate nel comma 6, nonché della tariffa per le pubbliche affissioni, limitatamente però a quelle di carattere commerciale.

L'articolo 4 riconosce ai Comuni appartenenti alle prime tre classi la facoltà di suddividere le località del proprio territorio in relazione all'importanza che rivestono sotto il profilo pubblicitario in due categorie. Conseguentemente, per le sole pubbliche affissioni contenenti messaggi di carattere commerciale, nonché per la pubblicità effettuata attraverso mezzi collocati sul territorio comunale compreso nella località speciale, i suddetti Comuni possono applicare una maggiorazione fino al centocinquanta per cento della tariffa normale.

Nell'individuazione delle località comprese nella categoria speciale, debitamente effettuata dal regolamento comunale, si dovrà tener conto della circostanza che la superficie complessiva di tali località non può superare il trentacinque per cento di quella del centro abitato come delimitato dal codice della strada. È inoltre espressamente stabilito che la superficie degli impianti per pubbliche affissioni - adibiti all'esposizione di messaggi di carattere commerciale - installati nella categoria speciale non potrà in ogni caso essere superiore alla metà di quella complessiva che il Comune ha determinato per tale specie di impianti.

Nell'articolo 5 è prevista una nuova definizione del presupposto dell'imposta, individuato nella diffusione dei soli messaggi divulgati nell'esercizio di un'attività economica realizzati quindi al fine di promuovere la domanda di beni o servizi, ovvero finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato. In altri termini, il presupposto dell'imposta va ravvisato nella diffusione di messaggi pubblicitari intesi nel normale significato del termine, con l'esclusione di tutte le forme di comunicazione prive di contenuto pubblicitario - quali, ad esempio le forme di comunicazione ideologica - o comunque non ricollegabili ad alcun interesse economico.

È rimasto invece invariato il principio, strettamente connesso alla concreta realizzazione del presupposto impositivo, in base al quale tale diffusione viene assoggettata ad imposizione, solo se effettuata attraverso forme di comunicazioni visive o acustiche (diverse da quelle per le quali è dovuto il diritto sulle pubbliche affissioni) in luoghi pubblici o aperti al pubblico o che sia da tali luoghi percepibile.

La soggettività passiva è attribuita, a norma dell'articolo 6, a colui che, a qualsiasi titolo, dispone del mezzo attraverso il quale il messaggio pubblicitario viene diffuso. Questi è pertanto tenuto al pagamento dell'imposta in via principale, mentre solidalmente obbligato al pagamento è colui che produce o vende la merce o fornisce i servizi oggetto della pubblicità, cioè il soggetto pubblicizzato.

Conseguenza di tale impostazione è che in ogni caso tenuto all'obbligo della dichiarazione iniziale della pubblicità e quindi al connesso pagamento del tributo, risulta essere il titolare del mezzo pubblicitario; solo a questi andrà pertanto notificato l'eventuale avviso di accertamento o di rettifica e, soltanto nell'ipotesi in cui non paghi, ovvero non ne sia possibile l'individuazione come nel caso di pubblicità abusiva, si procederà a richiedere il pagamento al soggetto pubblicizzato, sempre a mezzo di rituale avviso.

Nell'articolo 7 sono raggruppate tutte le disposizioni necessarie alla determinazione del debito d'imposta. Il principio fondamentale, racchiuso nel comma 1 è quello che assume come parametro di commisurazione dell'imposta il mezzo pubblicitario utilizzato la cui superficie si pone come unica base di determinazione del tributo, mentre risulta del tutto irrilevante il numero dei messaggi che il mezzo stesso diffonde.

Un'importante innovazione, introdotta dal comma 2 consiste nell'inapplicabilità dell'imposta per superfici inferiori a trecento centimetri quadrati. Viene altresì modificato il sistema di arrotondamento delle superfici imponibili: mentre infatti quelle inferiori a un metro quadrato si arrotondano, come in precedenza, per eccesso al metro quadrato, le frazioni di esso, oltre al primo, devono invece essere arrotondate, sempre per eccesso, al mezzo metro quadrato.

Tra le novità si annovera quella del comma 7 relativa alla pubblicità luminosa o illuminata, che diventa una maggiorazione fissa della tariffa base applicabile alle fattispecie di pubblicità che presentano siffatta caratteristica, individuate dal comma stesso.

Altra rilevante novità è quella prevista dal comma 5, che considera, agli effetti del calcolo della superficie imponibile, i festoni di bandierine, i mezzi di identico contenuto pubblicitario e quelli

riferibili al medesimo soggetto passivo, purché collocati in connessione tra loro e quindi funzionalmente finalizzati a diffondere nel loro insieme lo stesso messaggio pubblicitario o ad accrescerne l'efficacia, come un unico mezzo pubblicitario.

Ulteriore novità è quella che riguarda i mezzi pubblicitari polifacciali per i quali, ai sensi del comma 3 dello stesso articolo 7, l'imposta è calcolata in base alla superficie complessiva adibita alla pubblicità. In proposito si ritiene che tale criterio non sia applicabile ai mezzi bifacciali le cui due superfici vanno considerate separatamente, con arrotondamento quindi per ciascuna di esse, posto che detti mezzi non sono funzionalmente destinati a diffondere nel loro insieme lo stesso messaggio, così da accrescerne l'efficacia.

Resta invariato, secondo il comma 6, il principio della cumulabilità delle maggiorazioni di imposta che devono essere applicate alla tariffa base. A titolo esemplificativo, si può pertanto determinare l'ammontare dell'imposta dovuta per metro quadrato di pubblicità ordinaria effettuata in forma luminosa in categoria speciale in un Comune di prima classe che abbia fissato per quest'ultima una maggiorazione del centocinquanta per cento, attraverso il seguente procedimento di calcolo:

- tariffa base L. 32.000
- maggiorazione del 100% per pubblicità luminosa L. 32.000
- maggiorazione del 150% per categoria speciale L. 48.000

---

Totale imposta L. 112.000

L'articolo 8 disciplina il regime della dichiarazione che il soggetto passivo del tributo deve presentare al Comune prima di iniziare la pubblicità e nella quale devono essere indicate le caratteristiche e la durata della stessa nonché l'ubicazione dei mezzi pubblicitari utilizzati. A tal riguardo, sia per assicurare la necessaria uniformità procedurale e sia per semplificare gli adempimenti a carico del contribuente, l'articolo in questione pone a carico del Comune l'obbligo di predisporre un apposito modello di dichiarazione da porre a disposizione degli interessati.

La dichiarazione deve essere presentata anche nei casi di variazione della pubblicità che comportino la modificazione della superficie esposta o del tipo di pubblicità effettuata dando così luogo a una nuova imposizione, con conseguente obbligo di procedere al conguaglio fra l'importo dovuto in seguito alla nuova dichiarazione e quello pagato per lo stesso periodo.

La dichiarazione della pubblicità annuale, ove non intervengano le variazioni innanzi esposte, ha effetto anche per gli anni successivi per cui la stessa si intende prorogata con il semplice pagamento dell'imposta effettuato entro il 31 gennaio dell'anno di riferimento, a meno che non venga presentata, entro il medesimo termine, denuncia di cessazione della pubblicità.

Siffatta denuncia di cessazione acquista pertanto il sorgere della relativa obbligazione tributaria anche per l'anno di riferimento mentre, d'altro canto, nell'ipotesi in cui non venga prodotta e si verifichi ritardato od omesso pagamento, la sanzione applicabile sarà esclusivamente quella in cui al successivo articolo 23, comma 2, posto che in ogni caso l'ente impositore è perfettamente a conoscenza degli elementi costitutivi della fattispecie imponibile.

Il comma 4 disciplina le presunzioni in ordine alla decorrenza della pubblicità nei casi in cui venga omessa la presentazione della dichiarazione; tale decorrenza risulta pertanto individuabile nel primo gennaio dell'anno in cui è stato effettuato l'accertamento per la pubblicità il cui pagamento deve avvenire per anno solare, e nel primo giorno del mese in cui essa è stata accertata per le altre fattispecie.

L'articolo 9 contiene le disposizioni relative al pagamento dell'imposta che, per l'esigenza di semplificare al massimo i vari adempimenti, è dovuta, per molte fattispecie, per anno solare di riferimento.

L'innovazione più significativa consiste nella modalità di pagamento che deve essere effettuato mediante versamento a mezzo di conto corrente postale intestato al Comune ovvero, in caso di affidamento in concessione, al suo concessionario. La relativa attestazione di pagamento dovrà essere allegata alla prescritta dichiarazione, se dovuta, ovvero presentata al Comune.

L'unica eccezione è prevista nel comma 3 dove si attribuisce al Comune, ove lo richiedano particolari esigenze organizzative, la facoltà di consentire il pagamento diretto presso gli appositi uffici del solo diritto relativo ad affissioni non aventi carattere commerciale.

Sempre al fine di garantire uniformità nelle procedure è altresì stabilito che con decreto interministeriale (in corso di perfezionamento) saranno determinate le caratteristiche del modello di versamento.

Nella compilazione di quest'ultimo l'importo dell'imposta dovrà essere arrotondato a mille lire per difetto se la frazione è inferiore a lire cinquecento o per eccesso se è invece superiore.

Invariata è rimasta la possibilità di pagamento rateizzato dell'imposta limitatamente alla sola pubblicità annuale e solo ove l'importo sia superiore a tre milioni di lire. Appare superfluo specificare che tali limiti sono riferibili agli importi da corrispondere a ciascun Comune, non potendo in alcun modo riguardare l'ammontare complessivo del tributo che un unico soggetto passivo deve versare in favore di più Comuni.

Relativamente alla riscossione coattiva del tributo si applicano le disposizioni del D.P.R. 28 gennaio 1988, n. 43; nel comma 5 vengono al riguardo precisati i tempi per la formazione e l'esecutività dei ruoli.

Un'ulteriore importante innovazione, contenuta nel successivo comma 6, consiste nell'obbligo imposto al Comune o al concessionario, di provvedere, nel termine di novanta giorni dalla presentazione della relativa istanza, al rimborso al contribuente delle somme versate e non dovute. La facoltà di chiedere il rimborso deve comunque essere esercitata entro il termine di due anni dal giorno in cui è stato effettuato il pagamento, ovvero da quello in cui è stato accertato il diritto al rimborso.

Il comma 7, relativo alla pubblicità effettuata su spazi ed aree comunali, ripropone, invece, analoga disposizione contenuta nell'articolo 18 del D.P.R. n. 639/72.

L'articolo 10 disciplina i requisiti e le modalità con cui il Comune o il concessionario procedono alla rettifica della dichiarazione presentata dal soggetto passivo, ovvero, in mancanza di questa, ad accertamento d'ufficio.

Le innovazioni introdotte consistono nella possibilità di notificare l'apposito avviso motivato al contribuente anche a mezzo posta, mediante raccomandata con avviso di ricevimento, nonché nella necessità che nell'avviso sia specificato il termine di sessanta giorni entro cui effettuare il pagamento, beneficiando a norma del successivo articolo 23, comma 3, della riduzione alla metà delle soprattasse dovute; resta fermo l'obbligo di precisare il termine e l'organo cui presentare l'eventuale ricorso.

Il comma 3 prevede la sottoscrizione degli avvisi di accertamento da parte del funzionario che deve essere designato dal Comune ovvero, nel caso di gestione in concessione, da parte del concessionario o suo rappresentante ai quali, a norma dell'articolo 11, sono attribuiti la funzione e i poteri per l'esercizio di ogni attività organizzativa e gestionale dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni.

Al riguardo, è anche previsto l'obbligo di comunicazione del nominativo del funzionario responsabile alla Direzione centrale per la fiscalità locale di questo Ministero entro sessanta giorni dalla sua nomina.

Gli articoli 12, 13, 14 e 15 riguardano la regolamentazione di varie forme pubblicitarie.

In particolare l'articolo 12 disciplina nel comma 1 la pubblicità ordinaria effettuata mediante insegne, cartelli eccetera, nonché le fattispecie residuali, quelle cioè non espressamente disciplinate dagli articoli successivi.

Nel comma 3 trova collocazione la fattispecie delle affissioni dirette per le quali viene esplicitamente confermata la natura di forma pubblicitaria da riconoscere alle affissioni dirette di manifesti e simili eseguite, anche per conto altrui, su apposite strutture adibite all'esposizione di tali mezzi.

Per tali forme pubblicitarie l'imposta, da calcolare in base alla superficie complessiva del mezzo pubblicitario utilizzato, è previsto, in via generale, il pagamento per anno solare indipendentemente

dal periodo di effettiva esposizione ovvero, per quelle che abbiano durata non superiore a 3 mesi, il pagamento per ogni mese o frazione in base a una tariffa pari a un decimo di quella annuale.

Viene inoltre estesa anche alla pubblicità ordinaria la maggiorazione dovuta per il grande formato, in precedenza prevista solo per le affissioni, cosicché per la pubblicità avente una superficie superiore a mq 5,5 e fino a mq 8,5 la tariffa dell'imposta è maggiorata del 50%, mentre, per quella di superficie superiore a mq 8,5, la maggiorazione è del 100 per cento.

Al riguardo è necessario sottolineare che tale disposizione trova fondamento nell'intento di commisurare l'imposta alla maggiore efficacia pubblicitaria derivante dalla diffusione di messaggi attraverso l'uso di mezzi dalle dimensioni particolarmente estese. Diretta conseguenza di detta finalità è che, nell'ipotesi di pubblicità realizzata con mezzi bifacciali, la maggiorazione dovrà essere eventualmente applicata procedendo al calcolo separato delle due facce del mezzo utilizzato, indipendentemente cioè dalla modalità di calcolo prevista dal comma 3 dell'articolo 7, che è invece esclusivamente riferibile ai mezzi pubblicitari con più di due facce.

A ciò si perviene, oltre che per quanto già detto relativamente al comma 3 dell'articolo 7, sulla base della considerazione che le superfici bifacciali, per loro natura, non possono essere percepite contemporaneamente dallo stesso osservatore - ciò che fa venire meno il maggiore effetto pubblicitario, fondamento della maggiorazione - al contrario di quello che avviene per i mezzi con più di due facce. In proposito, occorre tener inoltre presente il principio contenuto nell'articolo 7, comma 1, che individua nella superficie circoscritta dal perimetro del mezzo pubblicitario il criterio generale per determinare la superficie imponibile.

Nell'articolo 13, che riguarda la pubblicità effettuata con veicoli, viene realizzata l'unificazione della disciplina delle varie fattispecie che nel D.P.R. n. 639/72 erano invece articolate in diverse disposizioni. Per tali forme pubblicitarie viene disposto un generalizzato rinvio alla tariffa di cui all'articolo 12, comma 1, anche per le ipotesi per le quali in precedenza era prevista una tariffa giornaliera.

Riguardo alla maggiorazione relativa alla pubblicità effettuata all'esterno dei veicoli, il comma 1 ne prevede l'applicazione nella sola ipotesi in cui la superficie di detta pubblicità rientri nei limiti del grande formato come previsto dall'articolo 12, comma 4.

È stata inoltre introdotta, nel comma 3, per la pubblicità realizzata con veicoli di proprietà dell'impresa o adibiti al trasporto per suo conto, una nuova tariffa, pari al doppio di quella ivi prevista, che si renderà applicabile nel solo caso in cui detti veicoli circolino con rimorchio che effettua pubblicità, per cui i rimorchi non sono più autonomamente assoggettati al tributo.

Sostanzialmente innovative sono le disposizioni contenute nell'articolo 14 che, a parte la pubblicità realizzata con proiezioni cinematografiche o diapositive, sono finalizzate a disciplinare forme di pubblicità che non erano regolamentate dalla precedente disciplina, quelle cioè effettuate con pannelli o lavagne luminose.

Per dette fattispecie, la tariffa, analogamente a quanto previsto per la pubblicità ordinaria, si articola nelle due ipotesi della pubblicità annuale e della pubblicità temporanea di durata inferiore a tre mesi. Una particolare tariffa, pari alla metà di quelle innanzi enunciate, è riservata all'ipotesi di pubblicità effettuata dall'impresa per conto proprio.

Sembra superfluo precisare che a tali forme pubblicitarie non si applica la maggiorazione per pubblicità luminosa o illuminata ai sensi dell'articolo 7, comma 7.

Qualora invece la pubblicità realizzata a mezzo diapositive, proiezioni luminose o cinematografiche - per la quale al comma 4 è prevista, analogamente a quanto disposto dal D.P.R. n. 639/72, una tariffa giornaliera - abbia durata superiore a trenta giorni, è solo dopo tale periodo che troverà applicazione una tariffa giornaliera pari alla metà di quella prevista dallo stesso comma 4.

Nell'articolo 15 sono regolate varie fattispecie pubblicitarie in precedenza disciplinate separatamente e in particolare la pubblicità effettuata con striscioni (per la quale è prevista una tariffa - non più giornaliera ma per periodi di esposizione di 15 giorni o frazione - pari a quella di cui all'articolo 12, comma 1) senza peraltro l'applicazione della maggiorazione per grande formato

cui sono assoggettabili solo le fattispecie previste dall'articolo 12, quella realizzata da aeromobili e quella a mezzo di apparecchi amplificatori la cui disciplina è rimasta sostanzialmente immutata tranne che per l'assoggettamento ad imposizione della pubblicità indipendentemente dai soggetti pubblicizzati; infine quella effettuata in forma ambulante.

L'articolo 16 è relativo alle riduzioni d'imposta per particolari fattispecie.

Innanzitutto, secondo la lettera a) la riduzione è accordata alla pubblicità - naturalmente avente le caratteristiche necessarie per essere assoggettata a imposizione, secondo quanto specificato dall'articolo 5 -effettuata da comitati, associazioni, fondazioni e ogni altro ente che non abbia scopo di lucro.

La riduzione spetta altresì, secondo la lettera b), alla pubblicità che sia imponibile come sopra precisato relativa a manifestazioni politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose da chiunque realizzate (anche quindi da soggetti che perseguano fini di lucro) con il patrocinio o la partecipazione di enti pubblici territoriali.

Le problematiche connesse alla pubblicità realizzata attraverso mezzi che contengano, oltre ai messaggi relativi alle manifestazioni da pubblicizzare, anche l'indicazione di persone, ditte o società che hanno contribuito all'organizzazione delle stesse, vanno, pertanto risolte indagando anzitutto sull'elemento soggettivo.

Infatti, ove il soggetto passivo in via principale si identifichi in uno degli enti elencati nell'articolo 16, lettera a) potrà godere dell'agevolazione ivi prevista. Lo stesso dicasi se gli altri soggetti pubblicizzati siano enti pubblici territoriali che patrocinino o partecipino alla realizzazione della manifestazione (lettera b) dell'articolo 16).

Nell'ipotesi invece in cui ciò non accada e la manifestazione non rientri neanche tra quelle di cui alla lettera c), l'imposta sarà dovuta dal soggetto passivo del tributo senza alcuna riduzione, risultando irrilevante la presenza sul mezzo pubblicitario di eventuali messaggi riferiti a soggetti diversi in quanto, in base al ribadito principio dominante nella materia, il tributo si applica avendo come parametro il mezzo pubblicitario indipendentemente dal numero dei messaggi in esso contenuti.

Le esenzioni dall'imposta sulla pubblicità sono elencate nell'articolo 17, la cui impostazione ricalca sostanzialmente quella della precedente normativa, pur presentando alcune precisazioni che sono conseguenza della innovazione recata dal principio che rientrano nella sfera di applicazione del tributo i soli messaggi diffusi nell'esercizio di un'attività economica.

Le novità più rilevanti consistono anzitutto in una migliore definizione della localizzazione della pubblicità esente e in particolare: quella realizzata all'interno dei locali adibiti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi (lettera a)); gli avvisi al pubblico esposti non solo sulle vetrine, o sulle porte di ingresso dei locali, ma anche, ove queste manchino, nelle immediate adiacenze del punto vendita (lettera b)); quella relativa a giornali o pubblicazioni periodiche se esposta, oltre che, ovviamente, all'interno dei locali - rientrando la fattispecie sub lettera a) - sulle sole facciate esterne delle edicole, ad esclusione perciò di qualsiasi altra limitrofa allocazione, o nelle vetrine o sulle porte d'ingresso dei negozi ove se ne effettui la vendita (lettera d)); le tabelle esposte all'esterno delle stazioni dei servizi di trasporto pubblico o anche lungo l'itinerario di viaggio, per la sola parte in cui contengono informazioni relative alle modalità d'effettuazione del servizio (lettera e)).

Tra gli avvisi al pubblico l'esenzione è stata estesa (lettera b)) a quelli riguardanti la localizzazione e l'utilizzazione dei servizi di pubblica utilità per i quali è stata considerata prevalente la finalità che attraverso essi s'intende perseguire, piuttosto che l'effetto pubblicitario che potesse eventualmente derivarne direttamente o indirettamente.

Sempre in relazione alla lettera b) è necessario sottolineare che il limite dimensionale del quarto di metro quadrato è rimasto immutato per i soli avvisi riguardanti la locazione o compravendita d'immobili, mentre per gli altri avvisi è stato elevato a mezzo metro quadrato.

La lettera g) presenta infine una precisazione relativa alla pubblicità effettuata dallo Stato e dagli enti pubblici territoriali "in via esclusiva" resa necessaria dall'esigenza di coordinare detta

fattispecie esonerativa con la lettera b) dell'articolo 16 riguardante forme pubblicitarie sponsorizzate da tali enti.

Con l'articolo 18 si passa alla disciplina del servizio delle pubbliche affissioni, definendolo come servizio inteso a garantire in maniera specifica l'affissione, a cura del Comune (e in quanto tale "pubblica") in appositi impianti a cio` destinati, di manifesti di qualunque materiale costituiti, contenenti comunicazioni aventi finalità istituzionali, sociali o comunque prive di rilevanza economica.

Il Comune puo` inoltre garantire siffatto servizio, ove tale determinazione sia espressamente stabilita nel regolamento comunale, anche per l'affissione di messaggi diffusi nell'esercizio di attività economiche, aventi quindi le caratteristiche della pubblicità commerciale propriamente detta.

Nell'esplicazione di tale servizio il Comune e` ovviamente tenuto a rispettare i limiti di superficie debitamente ripartiti dal regolamento, cosi` come specificato dall'articolo 3, comma 3.

Il comma 2 dell'articolo 18 ribadisce la natura pubblicistica del servizio stabilendo l'obbligatorietà dell'istituzione per i Comuni con popolazione superiore a tremila abitanti e rendendola invece facoltativa per gli altri.

Alla medesima finalità risponde la disposizione, contenuta nel comma 3, per effetto della quale, nella determinazione della superficie degli impianti da adibire alle pubbliche affissioni, si deve tener conto del numero degli abitanti, stabilendo la misura di detta superficie in misura proporzionale a detto numero e comunque non inferiore a diciotto metri quadrati per ogni mille abitanti nei Comuni delle prime tre classi e a dodici metri quadrati negli altri Comuni. E cio` affinche` possa essere garantito a ciascun cittadino il diritto fondamentale della libera manifestazione del pensiero anche attraverso tali mezzi.

Alla luce di tali considerazioni appare pertanto opportuno suggerire, al fine della tutela del decoro cittadino, che i Comuni i quali non istituiscono il servizio delle pubbliche affissioni, provvedano in ogni caso ad individuare appositi spazi ove gli interessati possano effettuare direttamente le affissioni relative alle comunicazioni sociali.

Nell'articolo 19 e` confermata anzitutto la natura composita del diritto sulle pubbliche affissioni, tributo comprensivo dell'imposta sulla pubblicità e del costo medio del servizio reso dal Comune nell'esecuzione delle affissioni.

Viene inoltre specificata la figura del soggetto passivo tenuto in solido al pagamento del diritto, individuabile sia in chi richiede il servizio che in colui nell'interesse del quale il servizio e` richiesto, senza cosi` alterare la configurazione contenuta nella previgente normativa.

Il pagamento del diritto dev'essere effettuato contestualmente alla richiesta del servizio secondo le modalità di cui all'articolo 9, relativo all'imposta sulla pubblicità, alle cui disposizioni il comma 6 effettua esplicito rinvio, pur col limite della loro compatibilità in ogni fase applicativa.

Il comma 2 prevede l'articolazione temporale delle tariffe per l'effettuazione delle pubbliche affissioni.

Riguardo alle maggiorazioni applicabili, si osserva anzitutto che quella del 50%, relativa a ogni commissione inferiore a 50 fogli, e` divenuta obbligatoria e generalizzata, non prevedendosi al riguardo alcuna agevolazione per determinate forme d'affissione come nel precedente sistema.

Non sono state riproposte le ipotesi di riduzione di tariffa per le affissioni di durata non inferiore a 30 e a 90 giorni.

Nel comma 4 e` stata invece effettuata una graduazione della superficie dei manifesti nei confronti dei quali si rendono applicabili maggiorazioni d'imposta che, in particolare, sono pari al 50% per i manifesti costituiti da otto fino a dodici fogli e al 100% per quelli costituiti da piu` di dodici fogli. E` stata altresì confermata l'applicazione della maggiorazione del 100% del diritto nel caso in cui il committente, nei Comuni con popolazione superiore a trentamila abitanti, richieda espressamente che l'affissione venga eseguita in determinati spazi da lui stesso specificati.

L'articolo 20, relativo alle riduzioni del diritto sulle pubbliche affissioni, ripropone alle lettere b), c) e d) le medesime fattispecie per le quali sono accordate le riduzioni dell'imposta sulla pubblicità: si

rinvia pertanto alle considerazioni svolte in precedenza.

Le lettere a), d) ed e) sono identiche, nel contenuto, alla disciplina previgente.

Il successivo articolo 21 disciplina le esenzioni dal diritto sulle pubbliche affissioni senza sostanziali innovazioni rispetto al D.P.R. n. 639/72.

Particolare rilievo assume l'articolo 22 dedicato all'enunciazione delle modalità per l'esecuzione delle pubbliche affissioni. L'articolo contiene infatti alcune norme fondamentali e rinvia per quanto non espressamente disciplinato, al regolamento comunale ove dovranno essere definiti non solo i criteri ma anche le modalità - delineate queste ultime in maniera ancor più particolareggiata - per l'espletamento del servizio.

Le disposizioni contenute nell'articolo 22 sono improntate al principio della trasparenza che dovrà caratterizzare l'esecuzione del pubblico servizio in ogni sua singola fase. Devono essere infatti esposti, nella sede dell'apposito ufficio di ciascun Comune, per la pubblica consultazione, oltre alle tariffe del servizio, l'elenco degli spazi destinati alle pubbliche affissioni - con l'indicazione delle categorie alle quali questi appartengono - nonché il registro cronologico delle affissioni. In quest'ultimo devono essere annotate le singole richieste di effettuazione delle affissioni e il Comune, nell'esecuzione del servizio, dovrà necessariamente tener conto dell'ordine di precedenza risultante dal ricevimento delle commissioni.

Nel comma 3 si impone al Comune, nel giorno in cui l'affissione è stata eseguita al completo, di mettere a disposizione del committente, ove questi lo richieda, l'elenco delle posizioni utilizzate e l'indicazione dei quantitativi dei manifesti affissi, al fine di consentire di verificare che il servizio di affissione, per l'esecuzione del quale è stato corrisposto il relativo tributo, sia stato eseguito in perfetta conformità alle modalità previste e/o richieste.

Il combinato disposto dei commi 4, 5 e 6 regola le ipotesi che attribuiscono al committente, la facoltà di annullare la commissione senza alcun onere a suo carico, imponendo altresì al Comune o al concessionario l'obbligo di provvedere al rimborso delle somme versate entro 90 giorni dal pagamento delle stesse.

In particolare il comma 4 individua come caso di forza maggiore il solo ritardo nell'effettuazione delle affissioni causato dalle avverse condizioni atmosferiche. Precisa inoltre che il Comune in ogni caso in cui il ritardo si protragga per oltre dieci giorni dalla data richiesta, deve darne tempestiva comunicazione per iscritto al committente. A questi deve inoltre essere parimenti comunicata per iscritto, entro dieci giorni successivi dalla richiesta di affissione, l'eventuale indisponibilità di spazi. In tali casi, come già ricordato, il committente può annullare la commissione o, al contrario manifestare l'interesse che essa venga eseguita in tempi e con modalità diverse da quelle indicate in precedenza.

La nuova disciplina riconosce altresì al committente la facoltà di annullare la richiesta di affissione prima che venga eseguita con l'obbligo però di corrispondere in ogni caso la metà del diritto dovuto a titolo di penale per aver sottratto alle disponibilità degli utenti gli spazi prenotati e non utilizzati.

Sostanzialmente identiche alla formulazione del precedente testo sono le disposizioni del comma 8, relativamente alla sostituzione gratuita da parte del Comune di manifesti strappati o deteriorati, e del comma 9 riguardante le affissioni di urgenza, notturne e festive, per le quali è dovuta una maggiorazione del 10 per cento del diritto con un minimo di 50.000 lire per ciascuna commissione. Detta maggiorazione può essere attribuita in tutto o in parte al concessionario del servizio purché tale destinazione sia espressamente sancita dal capitolato d'onere di cui al successivo articolo 28.

La nuova articolazione delle sanzioni tributarie è prevista nell'articolo 23 che stabilisce al comma 1 l'applicazione di una soprattassa pari all'ammontare dell'imposta o del diritto evasi nel caso di omessa, tardiva o infedele presentazione della dichiarazione di inizio della pubblicità o di richiesta di affissione pubblica; il comma 2 riguarda invece l'ipotesi dell'omesso e tardivo pagamento dell'imposta, delle singole rate di essa o del diritto per le quali è dovuta, indipendentemente da quella di cui al primo comma, una soprattassa pari al 20 per cento dell'imposta o del diritto il cui pagamento è stato omesso o ritardato.



La novità più rilevante è contenuta nel comma 3 ove è sancito il principio della riduzione ad un quarto della misura delle soprattasse dovute se la dichiarazione è prodotta o il pagamento viene eseguito non oltre il trentesimo giorno dalla data in cui i suddetti adempimenti avrebbero dovuto essere effettuati.

Qualora invece sia stato notificato l'apposito avviso di accertamento, le suddette soprattasse sono ridotte alla metà se il pagamento viene eseguito entro sessanta giorni dalla data della notifica. A norma del successivo comma 4 sulle somme dovute per l'imposta sulla pubblicità, per il diritto sulle pubbliche affissioni e per le relative soprattasse sono applicabili interessi di mora nella misura del 7 per cento per ogni semestre compiuto a decorrere dal giorno in cui detti importi sono divenuti esigibili.

È stato infine espressamente riconosciuto al contribuente il diritto alla corresponsione degli interessi, nella medesima misura, per le somme ad esso dovute a qualsiasi titolo, a decorrere dalla data dell'eseguito pagamento.

L'articolo 24 elenca invece le sanzioni di carattere amministrativo applicabili alle violazioni delle disposizioni legislative e regolamentari riguardanti l'effettuazione della pubblicità.

Il Comune, a norma del comma 1, è tenuto a vigilare sulla corretta osservanza delle suddette disposizioni e ad applicare le sanzioni di seguito elencate con il rinvio per quanto non espressamente disciplinato, alle norme contenute nelle sezioni I e II della legge 24 novembre 1981, n. 689, relative rispettivamente ai principi generali e alle modalità di applicazione delle sanzioni stesse.

Il comma 2 stabilisce il principio in base al quale per le violazioni delle norme regolamentari stabilite dal Comune in esecuzione delle disposizioni in materia di imposta comunale sulla pubblicità e diritto sulle pubbliche affissioni, nonché di quelle contenute nei provvedimenti relativi all'installazione degli impianti, la sanzione amministrativa applicabile è graduabile da L. 200.000 a L. 2.000.000. Gli estremi delle violazioni devono essere riportati in apposito verbale e notificati agli interessati entro 150 giorni dall'accertamento delle stesse.

Parallelamente a detta procedura il Comune può altresì disporre la rimozione degli impianti pubblicitari abusivi o provvedere direttamente all'esecuzione della stessa qualora l'interessato non ottemperi all'ordine di rimozione entro il termine stabilito, addebitando ovviamente al responsabile le spese sostenute.

Il comma 3 attribuisce inoltre al Comune o al concessionario del servizio la facoltà di effettuare, indipendentemente dalla procedura di rimozione degli impianti e dall'applicazione delle sanzioni, l'immediata copertura della pubblicità ovvero la rimozione delle affissioni realizzate abusivamente contestando al responsabile le relative infrazioni attraverso la notifica di apposito avviso secondo le modalità dell'articolo 10.

Tale procedura si realizza quindi in maniera rapida ed efficiente poiché consente di privare di efficacia pubblicitaria i mezzi utilizzati senza il rispetto delle prescrizioni stabilite nella materia, prima ancora che si possa procedere alla loro rimozione.

Il comma 4 non presenta alcuna innovazione rispetto alla formulazione della norma contenuta nel D.P.R. n. 639/72 e ribadisce pertanto la possibilità di procedere, con apposita ordinanza del sindaco, al sequestro dei mezzi pubblicitari esposti a garanzia del pagamento delle spese di rimozione, custodia, dell'ammontare del tributo, soprattasse e interessi.

Sostanzialmente innovativa è invece la disposizione del comma 5 che stabilisce la devoluzione dei proventi delle sanzioni amministrative al Comune che dovrà destinarli esclusivamente al potenziamento e al miglioramento del servizio e dell'impiantistica comunale, nonché alla redazione e all'aggiornamento del piano generale degli impianti pubblicitari.

Riguardo alla gestione del servizio di accertamento e riscossione dell'imposta sulla pubblicità e delle pubbliche affissioni le cui norme, per effetto del rinvio operato dall'articolo 52 del D.Lgs. n. 507/93, si applicano anche in materia di tassa per l'occupazione di spazi ad aree pubbliche, gli articoli da 25 a 28 presentano rispetto alla previgente normativa alcune importanti novità di seguito sintetizzate.

Il Comune, a norma dell'articolo 25, comma 2, ha la facoltà di affidare il servizio in questione, qualora ritenga cio' piu' conveniente sotto il profilo economico e funzionale, oltre ai soggetti iscritti nell'apposito albo di cui al successivo articolo 32, anche ad azienda speciale che l'articolo 22, comma 3, lettera b) della legge n. 142/90 sull'ordinamento delle autonomie locali individua come strumento per la gestione dei servizi pubblici che abbiano tra l'altro per oggetto attività rivolta a realizzare fini sociali.

Il corrispettivo del servizio ai sensi dell'articolo 26, e' costituito da un aggio percentuale determinato sulle riscossioni a qualsiasi titolo conseguite - con un eventuale minimo garantito - dovuto dal Comune al concessionario; ovvero, per i soli Comuni appartenenti all'ultima classe, da un canone fisso che e' invece il concessionario a dover corrispondere all'ente territoriale.

Al fine di garantire la necessaria uniformità gestionale e' stato espressamente previsto che l'aggio o il canone convenuto deve essere versato alla tesoreria comunale a scadenze trimestrali anticipate. Nel comma 5 del citato articolo 26 e' racchiuso il principio in base al quale nell'ipotesi in cui si verifichi una variazione della misura delle tariffe superiore al 10 per cento di quelle vigenti, sia essa determinata da una deliberazione del Comune che da una disposizione di legge, i corrispettivi del servizio dovranno essere raggugliati in misura proporzionale al maggiore o minore ammontare delle riscossioni effettuate.

Relativamente ai corrispettivi per la gestione del servizio e' necessario infine sottolineare nell'articolo 26, comma 1, un'espressa esclusione di qualsiasi altro corrispettivo oltre a quelli innanzi evidenziati. Riguardo alla durata della concessione, l'articolo 27 fissa il termine massimo in via generale, salvo quanto di seguito specificato, a sei anni. E' altresì ammissibile procedere al rinnovo della concessione ma solo ove si verifichino le seguenti condizioni: che la concessione iniziale abbia una durata inferiore a sei anni (rimanendo comunque inderogabile il limite temporale generale innanzi evidenziato) e che le condizioni contrattuali, che il concessionario deve proporre nell'apposita istanza di rinnovo, siano per il Comune oggettivamente piu' favorevoli di quelle regolate dal contratto in vigore.

L'articolo 28 regola le modalità di conferimento della concessione. A parte il necessario riferimento alle norme vigenti in materia di licitazione privata, il comma 4 impone ai partecipanti di fornire apposita dichiarazione, resa ai sensi della legge 4 gennaio 1968, n. 15 attestante che gli stessi e i soci delle società che rappresentano non detengano in alcun modo interessi in altre società partecipanti alla stessa licitazione.

Per coloro che rendono false attestazioni in ordine alle suddette dichiarazioni sono previste, oltre quelle di cui alla citata legge n. 15/68 due specie di sanzioni: la nullità della concessione, ove, ovviamente, la gestione del servizio non sia ancora iniziata; ovvero la decadenza dalla stessa, a norma del successivo articolo 30, comma 1, lettera d).

Alla stessa esigenza risponde la disposizione di cui al comma 5 che, pur prevedendo, come già avveniva in precedenza, il ricorso alla trattativa privata solo dopo che almeno due licitazioni siano risultate infruttuose, limita in questa ipotesi la durata della concessione a tre anni, escludendo altresì la possibilità di procedere al rinnovo della stessa.

L'ultimo comma dell'articolo 28 e' relativo al rapporto concessorio che si instaura tra il comune e l'azienda speciale, caratterizzato dalla determinazione dell'aggio, del minimo garantito o del canone fisso in un'apposita convenzione che dovrà regolare i rapporti reciproci.

Con l'articolo 29 si e' provveduto ad operare una razionalizzazione dei casi di incompatibilità prevedendo da un lato le ipotesi che ostano all'iscrizione nell'albo e dall'altro quelle che sono di impedimento all'affidamento del servizio in concessione a causa delle incompatibilità ambientali che caratterizzano taluni soggetti.

Molto piu' rigorose rispetto alla previgente disciplina sono le ipotesi contenute nell'articolo 30, che possono determinare la decadenza dei concessionari dalla concessione, necessaria conseguenza delle varie disposizioni che impongono a questi ultimi determinati adempimenti al fine di garantire un efficiente esercizio della funzione amministrativa ad essi affidata.

L'articolo 31 contiene disposizioni inerenti la disciplina del servizio affidato in concessione.

In proposito viene confermato il divieto di subappalto del servizio, nonché introdotto l'esplicito divieto della cessione del contratto di concessione.

A garanzia dei suoi obblighi patrimoniali il concessionario è tenuto a prestare, prima della stipulazione del contratto, un'apposita cauzione, il cui ammontare è stabilito dalla norma stessa. Tale disposizione, ovviamente è immediatamente applicabile per cui i concessionari in atto sono tenuti all'immediato adeguamento di dette cauzioni.

L'art. 32 prevede l'istituzione dell'albo nazionale dei concessionari del servizio di accertamento e riscossione dei tributi comunali, dettando altresì disposizioni in ordine alle competenze e alla composizione della relativa commissione.

Diverse sono le innovazioni presenti nell'articolo 33. Viene anzitutto limitata l'iscrizione alle persone fisiche e alle società di capitali, con capitale interamente versato, costituito unicamente da quote o azioni di cui siano titolari persone fisiche.

L'esigenza di poter disporre di un quadro preciso della composizione della compagine azionaria della società è strettamente correlata alle necessarie operazioni di controllo dell'osservanza della disposizione contenuta nel comma 4 che sancisce il divieto di contemporaneo svolgimento dell'attività di concessionario del servizio in questione e di commercializzazione di pubblicità.

La finalità della norma è, evidentemente quella di ovviare alle incongruenze scaturenti dalla circostanza che lo stesso soggetto potesse essere al contempo concessionario del Comune e accertatore di se stesso come utente di pubblicità. Infatti, il verificarsi di tali ipotesi, è sanzionabile, a norma dell'articolo 30, lettera e), con la decadenza del concessionario dalla concessione.

Ulteriore elemento di novità contenuto nel comma 3, parimenti finalizzato a rendere più efficaci la gestione e i risultati del servizio, è quello che prevede la determinazione dei criteri di commisurazione della capacità finanziaria degli iscritti nell'albo. Ad esso si aggiunge la previsione della suddivisione degli iscritti in due categorie a seconda dell'entità delle garanzie fornite o del capitale sociale. In proposito è prevista l'emanazione di un apposito decreto del Ministro delle Finanze, che è in corso di perfezionamento e di pubblicazione nella Gazzetta Ufficiale.

Per il passaggio alla categoria superiore è inoltre indispensabile, a norma del citato comma 3, che il concessionario abbia acquisito la necessaria capacità tecnica attraverso almeno dieci gestioni dei tributi comunali in Comuni delle ultime due classi.

Relativamente all'articolo 34 si osserva che l'unico elemento di novità è costituito dalla fissazione al 31 marzo (anziché al 30 giugno come in precedenza) della data entro la quale far pervenire alla Direzione centrale per la fiscalità locale l'attestazione dell'eseguito pagamento della tassa di concessione governativa oltre alla documentazione di rito per la conferma dell'iscrizione nell'albo.

L'articolo 35 detta le regole fondamentali in materia di vigilanza, attività che, demandata alla Direzione centrale per la fiscalità locale del ministero delle Finanze, investe in particolare la gestione, diretta o in concessione, dell'imposta sulla pubblicità e del servizio sulle pubbliche affissioni e si estrinseca anzitutto nell'esame delle deliberazioni di approvazione del regolamento e delle tariffe - che il Comune deve inviare entro trenta giorni dalla loro adozione - nonché del capitolato d'oneri e del relativo contratto, ove la gestione sia affidata in concessione, che il concessionario deve provvedere a inviare nello stesso termine alla suddetta Direzione centrale.

L'eventuale intervento dell'organo centrale, ove si rilevassero negli atti e provvedimenti innanzi indicati disposizioni contrarie alle norme di legge, si traduce in sostanza nella richiesta del loro riesame da parte dell'ente territoriale. Ovviamente detto intervento non può che essere meramente sollecitatorio non potendo in alcun modo inficiare l'efficacia degli atti e dei provvedimenti che continuano dunque a produrre effetti sin tanto che non vengano adeguatamente modificati.

La vigilanza è altresì assicurata non solo nella fase iniziale ma anche durante l'intero arco temporale di gestione del servizio in questione; il comma 5 attribuisce infatti alla Direzione centrale innanzi specificata la facoltà di richiedere sia al Comune che al suo concessionario ogni atto o documento che possa aver rilievo ai fini della verifica della regolarità nella gestione del servizio.

Particolare attenzione è stata dedicata dal comma 6 all'attività del concessionario il quale, in quanto soggetto privato chiamato a svolgere un'attività di diritto pubblico, deve garantire l'esatta

osservanza delle disposizioni dettate dal decreto n. 507/93 al fine di assicurare una gestione perfettamente conforme alle norme che la regolano.

Sull'importanza di tale funzione è fondata la norma sanzionatoria che prevede la sospensione d'ufficio dall'iscrizione nell'albo di cui all'articolo 32 per il concessionario che si sia reso inadempiente nell'osservanza delle disposizioni in questione. La sospensione - comminata solo previa contestazione degli addebiti - può essere disposta per tutto il periodo in cui la suddetta situazione perduri.

L'ultimo strumento a disposizione è quello dell'ispezione che può essere disposta, a norma del comma 7, su ogni tipo di gestione, diretta o in concessione; a tal fine lo stesso comma 7 prevede l'emanazione di apposito decreto del Ministro delle finanze per stabilire le modalità di programmazione e coordinamento fra i vari uffici preposti.

Con l'articolo 36 si è inteso regolare il passaggio dal vecchio al nuovo sistema impositivo al fine di evitare vuoti normativi e incertezze applicative.

Sono anzitutto specificati gli adempimenti temporali a carico del Comune per le deliberazioni di regolamenti e tariffe. Al riguardo, pur rinviando a quanto specificato con la citata circolare n. 1 del 15.01.94, si sottolinea la fondamentale importanza che riveste l'adozione del regolamento comunale anche ai fini dell'individuazione delle tariffe applicabili. Eventuali incertezze derivanti dalla successione temporale degli adempimenti potranno ovviamente essere superate attraverso la liquidazione provvisoria del tributo da parte del Comune, salvo il diritto di operare, con apposito avviso e senza applicazione di sanzioni, eventuali conguagli d'imposta una volta che sia definitivamente adottato il regolamento in questione.

Il comma 3 esplicita l'obbligo degli iscritti nell'Albo di cui all'articolo 40 del D.P.R. n. 639/72 di presentare entro il 30 giugno 1994 apposita domanda di iscrizione nell'Albo di cui all'articolo 32. L'iscrizione stessa conseguirà solo se il soggetto istante risulterà in possesso dei requisiti prescritti dalle disposizioni del presente decreto legislativo.

Il comma 4 riguarda, invece, le gestioni in corso ed è inteso a specificare che i soggetti che alla data dell'1 gennaio 1994 gestiscono, ai sensi dell'articolo 38 del D.P.R. n. 639/72, il servizio d'accertamento e riscossione dell'imposta comunale sulla pubblicità e dei diritti sulle pubbliche affissioni possono continuare la gestione fino alla scadenza del contratto in corso purché, entro un anno dalla suddetta data, ottengano l'iscrizione nell'Albo di cui all'articolo 32. Tale norma è intesa a salvaguardare i diritti acquisiti derivanti da concessioni contratto aventi anche una durata diversa da quella stabilita dal D.Lgs. n. 507/93, ma non può oggettivamente essere considerata anche come disposizione di tutela per le clausole contrattuali che prevedono l'eventuale conferma del concessionario.

La norma, infatti, si riferisce chiaramente alla naturale scadenza del contratto, né un'interpretazione diversa potrebbe coordinarsi con le attuali disposizioni legislative che prevedono come unica eccezione quella del successivo comma 7 che attribuisce al Comune, ove non voglia gestire direttamente il servizio, la facoltà di prorogare fino al 31.12.94 le concessioni attribuite ai sensi dell'articolo 38 del D.P.R. n. 639/72, aventi scadenza nel corso del 1994.

In ogni caso, a norma del comma 11, le modalità della gestione, l'aggio o il canone fisso, il minimo garantito e le prescrizioni del capitolato d'onere in atto dovranno essere adeguati in rapporto alle modifiche introdotte dal D.Lgs. n. 507/93.

Parimenti finalizzata alla salvaguardia degli interessi di soggetti affidatari del servizio d'accertamento e riscossione che non abbiano la possibilità d'essere iscritti nell'albo di cui all'articolo 32, è la norma di cui al comma 5, che attribuisce loro la possibilità di cedere i contratti in corso alla data dell'1 gennaio 1994 a soggetti che abbiano ottenuto l'iscrizione nel suddetto Albo, previo esplicito consenso del Comune interessato e il nulla osta della Direzione centrale della fiscalità locale del Ministero delle finanze.

Entro lo stesso termine di un anno dalla data di entrata in vigore del D.Lgs. n. 507/93 è anche consentita, previa comunicazione al Comune interessato, la cessione a terzi degli impianti pubblicitari detenuti da soggetti iscritti nell'Albo i quali in base alle nuove disposizioni non possono

svolgere attività di commercializzazione della pubblicità.

Sempre riguardo agli impianti pubblicitari il comma 8 non consente al Comune di dar corso alle istanze per l'installazione di detti impianti a meno che i relativi provvedimenti non siano stati adottati entro l'1 gennaio 1994, in quanto si rende necessaria la preventiva adozione del regolamento e del relativo piano generale per legittimare ogni nuova installazione di impianti.

Il comma 9 precisa, infine, che gli accertamenti e le rettifiche da effettuare a norma dell'articolo 23 del D.P.R. n. 639/72 devono essere notificati, secondo le disposizioni del citato decreto, entro 2 anni dalla data in cui la dichiarazione d'inizio della pubblicità è stata o doveva essere presentata.

Il comma 10 riguarda, invece, la pubblicità annuale iniziata o effettuata nel corso del 1993 e per la quale sia stata pagata la relativa imposta: tale pubblicità si intende prorogata per l'anno 1994 con il semplice pagamento dell'ammontare dell'imposta, senza cioè la presentazione di una nuova dichiarazione, sempre che, ovviamente, non intervengano variazioni della pubblicità che diano luogo a nuova imposizione.

Infine, in relazione al differimento al 31 marzo 1994 del termine per il pagamento della pubblicità annuale per l'anno 1994 disposto dal comma 2 dell'articolo 36, anche il pagamento delle rate trimestrali anticipate di cui all'articolo 9, comma 4, relative alla pubblicità annuale deve ritenersi differito di tre mesi rispetto alle normali scadenze e, per lo stesso motivo, deve ritenersi differito sempre al 31 marzo 1994 il termine per la presentazione della denuncia di cessazione degli impianti per l'effettuazione di pubblicità annuale.

Cio' in quanto i suddetti adempimenti sono funzionalmente collegati al termine per effettuare il pagamento dell'imposta e quindi seguono automaticamente il differimento di questo.

Per completare questo primo esame della nuova disciplina dell'imposta sulla pubblicità appare opportuno richiamare l'attenzione sulla disciplina del relativo contenzioso il quale prevede che fino all'1 ottobre 1994 - data prevista a norma dell'articolo 69 del D.L. 30 agosto 1993, n. 331, convertito con modificazioni dalla legge 29 ottobre 1993, n. 427, per l'insediamento delle nuove commissioni tributarie provinciali e regionali alle quali a norma dell'articolo 2 del D.Lgs. 31 dicembre 1992, n. 546, è demandata la cognizione delle controversie in materia di tributi locali - contro gli atti d'accertamento e' ammesso ricorso al competente Direttore regionale delle entrate (subentrato ai sensi della legge 29 ottobre 1991, n. 358, di ristrutturazione del Ministero delle finanze e del relativo regolamento, all'Intendente di finanza) e in seconda istanza, solo ove l'ammontare del tributo in contestazione sia superiore a L. 300.000 (a norma dell'articolo 69, comma 7 del citato D.L. n. 331/93), al Ministro delle finanze nei termini e con le modalità previste dall'articolo 24 del D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 639.

In altri termini detto articolo 24 resta in vigore fino all'insediamento delle nuove commissioni tributarie. Parimenti, sino alla suddetta data, contro le risultanze dei ruoli in materia di imposta sulla pubblicità, le cui controversie sono pure demandate alle nuove commissioni tributarie, si potrà ricorrere nei modi e nei termini di cui all'articolo 63 del D.P.R. 23 gennaio 1988, n. 43.

Le direzioni regionali delle entrate in indirizzo vigileranno sulla tempestiva diffusione ai Comuni, delle rispettive circoscrizioni, per tramite delle Sezioni staccate, della presente circolare, con cui viene espressa l'interpretazione

dello scrivente in ordine al decreto legislativo in oggetto.

Si resta in attesa di assicurazione di adempimento.