

L'ESPOSIZIONE PUBBLICITARIA DA PARTE DELLE FARMACIE

Si riportano di seguito i principali casi di esposizione pubblicitaria da parte di esercenti di farmacia. L'intento del presente scritto è di costituire un vademecum utile ad orientare il titolare della farmacia che intenda gestire correttamente la pubblicità posta in essere nel proprio punto vendita nel rispetto delle norme poste dalla legge in materia di imposta comunale sulla pubblicità.

Per eventuali aspetti non già trattati o che dovessero risultare non chiaramente definiti l'interessato è pregato di rivolgersi al concessionario per la riscossione dell'imposta comunale sulla pubblicità I.C.A. srl – con sede in Via Guido Rossa 1 a Casalecchio di Reno (BO) – tel/fax 051/591009 – n. verde 800806428 - mail : ica.casalecchio@icatributi.it

Principii generali:

1. l'installazione di mezzi pubblicitari a carattere non provvisorio e che comunque comportino la modifica di fatto della sede o un'opera fissa sono soggetti all'autorizzazione preventiva del Comune (consultare la normativa regolamentare tempo per tempo vigente);
 2. qualunque esposizione di mezzi pubblicitari comporta l'obbligo di preventiva dichiarazione, ai fini del pagamento dell'imposta comunale sulla pubblicità, al competente ufficio del concessionario della riscossione della pubblicità e diritti sulle pubbliche affissioni. L'omissione espone al recupero dell'imposta con accertamento ed applicazione di sanzioni (150% dell'imposta non pagata)
-
1. CARTELLONISTICA: la denuncia dei mezzi pubblicitari sarà unica, onnicomprensiva, per cumulo dei diversi mezzi esposti, con prevalenza nelle vetrine, ed entro la superficie dichiarata l'interessato potrà periodicamente modificare i mezzi esposti, avendo cura di non superare la superficie dichiarata. Con la denuncia iniziale o di variazione si dovrà altresì indicare se i mezzi pubblicitari sono soggetti ad illuminazione diretta (circostanza che comporta l'applicazione di tariffa più alta).
 2. DECALCOMANIE: l'articolo 17 comma 1 del d.lgs. 507/93 stabilisce che sono gli avvisi al pubblico esposti nelle vetrine e sulle porte di ingresso dei locali ... purché siano attinenti all'attività esercitata e non superino nel loro insieme la superficie di mezzo metro quadrato per ciascuna vetrina o ingresso. Per la corretta applicazione di questa norma occorre previamente distinguere:
 - a. se la decalcomania o adesivo riporta il nominativo della Farmacia assume rilievo quale insegna di esercizio e quindi saranno esenti per dimensione se complessivamente inferiori a 300 cm (art. 7 comma 2 del d. lgs. 507/93), mentre, se superiori, seguiranno il regime delle insegne di esercizio (esenzione entro i 5 mq, ma nell'ambito del cumulo con altri mezzi che configurano insegna di esercizio);
 - b. se invece si tratta di decalcomania relativa ai prodotti in vendita (es., tipicamente, alcuni farmaci), in questo caso parliamo di avviso al pubblico e

in tal caso si ha l'esenzione entro la dimensione di $\frac{1}{2}$ metro quadrato per ciascuna vetrina o ingresso. Se superiore sarà interamente imponibile.

3. **ORARI:** fino a 300 cmq sono esenti anche se includono il nome della farmacia o un segnale pubblicitario; se superiori a 300 cmq restano esenti unicamente se privi del nome della farmacia o di altro logo o segnale pubblicitario;
4. **INSEGNA:** Sono esenti le insegne che contraddistinguono la sede ove si svolge l'attività cui si riferiscono, entro un massimo di superficie di 5 mq. Ove tale limite sia superato si dovrà conteggiare l'intera superficie senza alcuna franchigia.
5. **CROCE FARMACEUTICA:** si verificano, tipicamente, due situazioni: Croce che includa il nominativo della Farmacia ovvero che non la includa (croce anonima). Nel primo caso il mezzo è da assumere interamente a tassazione, quale che ne sia la dimensione o collocazione. Nel caso della croce anonima, invece, il criterio guida è la collocazione. Se tale croce è collocata sulla facciata della Farmacia oppure nelle immediate vicinanze di essa, volendo intendersi incluso in questo il caso della croce installata su palo nel parcheggio antistante alla Farmacia, essa costituisce parte integrante dell'insegna di esercizio ed è perciò assoggettata al regime di questa. Concorre al calcolo della superficie dell'insegna suscettibile di esenzione (fino a 5 mq). Se vi rientra sarà esente. Se sommando i diversi mezzi che costituiscono insegna di esercizio si supera la superficie di 5 mq., si perde l'esenzione. Il computo della dimensione della croce si effettua calcolando le diverse facce del mezzo.
6. **DISTRIBUTORE DI PROFILATTICI:** costituiscono, a tutti gli effetti, un mezzo idoneo ad effettuare pubblicità. Non esistono disposizioni cogenti che autorizzino a considerarli in modo differente. In tal senso vale lo stesso regime applicato nel caso dei distributori di tabacchi. La presenza di marchi o altre scritte che identifichino chiaramente la marca del produttore confermano la natura pubblicitaria del mezzo, che assume il rilievo come erogatore automatico di merce normalmente venduta all'interno del negozio. Valgono pertanto le norme generali in materia di limiti di esenzione (mezzo metro quadrato, avuto riguardo alla minima figura piana in cui è circoscritto il mezzo). La soggettività passiva è primariamente in capo alla Farmacia, presso la quale si effettua la vendita. Coesiste a norma di legge una coobbligazione in solido a carico del produttore, in caso di mancato pagamento o esposizione abusiva.
7. **PRODOTTI ESPOSTI IN VETRINA SENZA ESPOSITORE:** sono da considerarsi merce in vendita "esente comunque e dovunque locata".
8. **PUBBLICITA' mediante FORME ILLUMINATE:** l'illuminazione comporta raddoppio del costo (tariffa di base raddoppiata). Si deve distinguere fra MEZZO PUBBLICITARIO LUMINOSO e ILLUMINATO. Nel primo caso la fonte di luce promana dal mezzo stesso (come nel caso del mezzo che possa essere acceso con apposito dispositivo elettrico ovvero come nel caso del pannello retroilluminato). Assume rilievo come mezzo illuminato il cartello esposto in vetrina sul quale la luce sia proiettata da faretto o altro mezzo illuminante posto al di sopra, al di sotto, o comunque in modalità che conduca a ritenere in modo incontrovertibile che il mezzo venga opportunamente illuminato. Non rientra in questo caso l'illuminazione promanante dall'interno del negozio.

9. TENDE: se eccedenti i limiti ed abbiano un richiamo all'attività svolta sono imponibili.

Conclusivamente, prima di realizzare l'installazione di mezzi pubblicitari, si consiglia di prendere contatti con il competente concessionario per ottenere una opportuna quantificazione del costo di imposta e assistenza nella scelta della forma o modalità più conveniente, così da poter valutare preventivamente la scelta più opportuna.