

Oggetto dell'imposta comunale sulla pubblicità permanente

L'applicazione dell'imposta sulla pubblicità permanente si realizza individuando una fattispecie impositiva, consistente in un mezzo o supporto, di qualsiasi materiale costituito, che veicoli un messaggio visivo diffuso nell'esercizio di un'attività economica, o che comunque contribuisca a migliorare l'immagine del soggetto reclamizzato.

Per avere rilevanza il messaggio deve essere visibile da un luogo pubblico o aperto al pubblico. Rientrano pertanto nella sfera applicativa di questo tributo locale anche i messaggi diffusi in aree private, quali le pertinenze interne delle aziende come cortili e simili, o le vetrine dei negozi, quando ovviamente i messaggi siano visibili da un luogo pubblico (esempio, i marciapiedi antistanti i negozi o le pubbliche vie).

Altrettanto tassabili sono le forme pubblicitarie eseguite all'interno dei locali pubblici quali locali da ballo e negozi, o nei luoghi aperti al pubblico quali le gallerie dei centri commerciali, gli impianti sportivi, le stazioni ferroviarie, marittime, gli ospedali, ecc., nelle modalità e con alcune forme di esenzione prevista per Legge che più avanti saranno delineate.



Il mezzo pubblicitario così individuato va imputato ad un soggetto passivo di imposta, che la Legge individua in via principale in chi dispone del mezzo stesso, con responsabilità solidale da parte dell'impresa che beneficia della pubblicità. La giurisprudenza ha peraltro affermato il principio secondo il quale la prestazione impositiva può essere addossata indifferentemente a chi dispone del mezzo così come al soggetto reclamizzato.

Per esemplificare, nella foto, il materiale pubblicitario che reclamizza le marche di prodotti per fotografia (pedistalli e scritta su tenda), può essere indifferentemente attribuito

al titolare del negozio o alle ditte reclamizzate.

Determinazione della superficie imponibile

La fase successiva consiste nella misurazione del mezzo o supporto, che avviene delimitando il medesimo nella minima figura piana geometrica sufficiente a circoscriverlo. La Legge prevede arrotondamenti da applicare alla superficie fisica del mezzo: se questa è inferiore al metro quadrato, l'arrotondamento è al metro quadrato; oltre tale dimensione, l'arrotondamento è al mezzo metro quadrato successivo.

Ovvero, se la superficie fisica di un cartello è cm 70 x cm 100 = mq. 0,70, la sua superficie imponibile è di un metro quadrato.

Quella fisica di un cassonetto luminoso di cm. 300 x cm 90 è pari a mq. 2,70, mentre quella imponibile è di mq. 3.

Non si procede ad imposizione per i mezzi aventi superficie inferiore a trecento centimetri quadrati.

Le tipologie nella realtà sono molteplici e rendono a volte complicata l'operazione di determinazione della superficie da rendere oggetto di misurazione; è però di massima possibile individuare due casistiche per fornire una modalità operativa in merito.

Queste due casistiche si differenziano a seconda del fatto che il mezzo pubblicitario coincida o meno con il supporto che lo contiene.

Il mezzo coincide con il supporto che lo contiene

E' la tipologia più semplice. Si tratta infatti dei mezzi pubblicitari "puri", quelli cioè appositamente creati per la funzione propagandistica, e che non sfruttano altre superfici aventi un diverso scopo primario.

Parliamo pertanto di mezzi quali targhe, cartelli, cassonetti ed insegne luminose, transenne parapetonali, striscioni e bandiere, frecce direzionali pubblicitarie, pannelli pubblicitari su orologi e paline di fermata mezzi pubblici, impianti per affissione diretta, posters autostradali ecc. (foto successive).



In questo caso la superficie si determina misurando quella del mezzo pubblicitario, indipendentemente dal fatto che l'intera superficie sia o meno sfruttata

Il mezzo non coincide con il supporto che lo contiene

Per intenderci, stiamo parlando di scritte sulle vetrate e sulle tende dei negozi, di iscrizioni sui muri perimetrali dei capannoni o degli edifici, e di situazioni analoghe. Salvo casi particolari da analizzare qualora si presentino, la regola è che in queste situazioni si circoscriva il messaggio o il fregio pubblicitario avente senso compiuto, eventualmente anche composto da più moduli che insieme formino un solo slogan, ed amplificato all'occorrenza da effetti grafici ottenuti con una cornice di colori. Per chiarire si presentano di seguito alcuni esempi pratici.

Per le scritte su vetro, ad esempio, è opportuno fare riferimento alle dimensioni della pellicola adesiva utilizzata.

Una situazione quale quella della foto accanto darà luogo alla tassazione della sola superficie sfruttata nella vetrina, evitando di calcolare le parti non interessate dalle scritte (riquadrate la parte della vetrina interessata dalle iscrizioni).



In questa situazione la superficie da considerare soggetta ad imposizione è quella della pellicola adesiva recante la reclame dei concorsi a pronostici.



Le quattro foto sottostanti considerano invece fattispecie nelle quali l'imposta deve essere applicata alle vetrine considerate per intero, in quanto occupate del tutto dai mezzi adesivi che recano le comunicazioni visive, amplificate da particolari effetti grafici.



Un caso particolare è considerato nella foto a destra: in queste situazioni, nelle quali il messaggio è formato da singoli moduli che hanno un senso compiuto solo se considerati nel loro insieme, la superficie va calcolata con il metodo "vuoto per pieno", includendo cioè gli spazi vuoti che intercorrono tra le finestre.



Analoga metodologia deve essere seguita per le scritte apposte sulle tende; anche in questo caso è opportuno procedere a qualche esemplificazione.

In questa situazione vanno considerate in via autonoma la scritta sulla frangia e quella sulla tenda



In situazioni quali quelle descritte nelle due foto che seguono l'imposta deve essere calcolata sulla intera superficie delle frange, escludendo le cappotte.



Nella foto a destra la frangia viene calcolata per intero, mentre è opportuno delimitare la scritta sulla cappotta e procedere alla misurazione.



I criteri sopra esposti vanno estesi anche alla valutazione delle iscrizioni apposte sulle facciate dei palazzi e sulle mura dei capannoni, ovviamente quando esse non facciano parte di un mezzo pubblicitario "puro" (cartello, cassetto luminoso ecc.). Si propone di seguito una piccola casistica esemplificativa.

Per le situazioni analoghe si circoscrive la superficie occupata dalla scritta e dal fregio con il metodo “vuoto per pieno”, procedendo al calcolo.



Iscrizioni come questa vanno computate tenendo conto dello sfondo colorato che è parte integrante del messaggio.



Così come per la stessa motivazione nella foto a sinistra la superficie da considerare è quella dell'intera facciata del capannone.

Distinzione insegne di esercizio / pubblicità

La normativa vigente prevede l'esenzione dall'imposta sulla pubblicità per le insegne di esercizio riferite ad un medesimo contribuente, che complessivamente non superino il totale di cinque metri quadrati.

Insegna di esercizio

Si definisce “insegna di esercizio” la scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da simboli o da marchi, realizzata e supportata con materiali di qualsiasi natura, installata nella sede dell'attività a cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie alla stessa. Può essere luminosa sia per luce propria che per luce indiretta”. Detta scritta deve avere “la funzione di indicare al pubblico il luogo di svolgimento dell'attività commerciale.

Possono definirsi “insegne di esercizio” le scritte o le insegne poste sulla sede dell'attività commerciale contenenti l'indicazione del nome del soggetto o della denominazione dell'impresa che svolge l'attività, della tipologia dell'attività recante il nome del soggetto

Le insegne di esercizio sono esenti quando non superino complessivamente la superficie di cinque metri quadrati. Esempi:

- 5 insegne di esercizio da 1 mq fiscale ciascuna = il contribuente non paga;
- un'insegna di esercizio di 4 mq. fiscali ed una di 2,5 mq. fiscali= il contribuente deve versare l'imposta per i 6,5 mq. complessivi.

La superficie complessiva di cinque metri quadrati non costituisce perciò una franchigia: una volta superato tale limite si paga l'imposta sull'intera superficie fiscale della quale complessivamente si dispone.

Mezzi pubblicitari

All'interno di questa categoria identifichiamo, per esclusione, tutti quelli che, rientrando nel campo di applicazione dell'imposta sulla pubblicità permanente, non rientrano tra le insegne di esercizio. Possiamo operare una ulteriore distinzione.

Mezzi pubblicitari esposti presso la sede dell'attività

Quei mezzi che sono esposti presso la sede dell'attività economica, ma che non soddisfano i requisiti prima descritti a proposito delle insegne di esercizio. Schematicamente, possiamo proporre le seguenti tipologie:

- Mezzi pubblicitari che riportino messaggi riferiti esclusivamente a marche di prodotti venduti o commercializzati (es. un cassonetto "Caffè XXX" esposto presso un bar);
- Mezzi pubblicitari che riportino messaggi riferiti esclusivamente a peculiari servizi prestati (es. un tecnico che espone un cartello "Pronto intervento reperibilità 24 ore su 24" o un negozio di alimentari che espone un cartello "Prodotti tipici della zona" ecc.);

Questi mezzi sono sempre assoggettati ad imposta sulla pubblicità.

Ci sono poi alcuni mezzi, come i cavalletti e gli espositori di merci che riportino targhe o iscrizioni pubblicitarie dei prodotti venduti, o i cartelli-lavagna che riportano le specialità del locale, che quando vengono esposti esternamente ai locali sono tassabili.

Mezzi pubblicitari esposti a distanza dall'attività

Questi mezzi sono sempre tassabili. Per esemplificare, si tratta delle frecce segnaletiche pubblicitarie (o pre-insegne), dei cartelli stradali, e di tutti gli altri mezzi che diffondono messaggi riferiti a soggetti che hanno sede altrove (pubblicità negli impianti sportivi, nelle stazioni ferroviarie, su elementi di arredo urbano, lungo le autostrade, all'interno di ospedali ecc.).

Rientrano in questa casistica anche i mezzi quali striscioni e cartelli esposti nei cantieri edili.

Distinzione insegna di esercizio/pubblicità – casi esplicativi

Vediamo di seguito alcuni esempi che possono contribuire a delineare alcune fattispecie tipiche.



Il cassonetto “Autofficina...” è insegna di esercizio, quello “Blu Selenia” è pubblicità (marchio di prodotto venduto), così come è pubblicità il cassonetto “Qui assetto ruote...” (servizio particolare).



Il cartello illuminato “Pratiche auto Portici” e la scritta su vetro “Studio di consulenza automobilistica” sono insegne di esercizio; la vetrina riportante i fregi delle auto e le iscrizioni di servizi vari prestati è pubblicità, e va calcolata integralmente; il cavalletto è pubblicità in quanto non esposto su una pertinenza della sede ma sul pubblico marciapiede.



La scritta “Elettrauto” è insegna di esercizio, le due scritte apposte sui sagomati laterali reclamizzano servizi pertanto rappresentano pubblicità.



Il cartello “Non solo pane” è insegna di esercizio, le due lavagne laterali riportanti le specialità del giorno sono pubblicità.



Il cartello illuminato è insegna di esercizio, il cartello bifacciale illuminato è pubblicità (marchio di birra).



Il cartello "Colorificio Levantese" è insegna di esercizio, la targa "Fax fotocopie" pubblicità (servizio particolare prestato) così come il cartello "Il muffa stop" (prodotto venduto all'interno).



Le scritte sulle frange sono insegne di esercizio, il cavalletto è pubblicità.

Le tre foto seguenti sono documentazioni relative a cavalletti e simili, che assolvono funzione di richiamo al pubblico e sono chiaramente pubblicità e non insegne di esercizio.





Le tre scritte su vetro “Electronic service” sono insegne di esercizio, la scritta su vetro “Qui GBC più servizi vari” è pubblicità, così come pubblicità sono i due cassonetti “GBC store” ed il cartello “Climatizzatori portatili e fissi”.



I mezzi esposti presso i cantieri sono pubblicità, poiché le aziende reclamizzate hanno sede altrove.



Publicità e avvisi al pubblico nelle vetrine

Per la pubblicità esposta nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei locali adibiti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi, quando si riferisca all’attività in essi esercitata, la Legge dispone che la tassazione avvenga quando viene superata la superficie di mezzo metro quadrato per ciascuna vetrina o ingresso. La pubblicità va ovviamente distinta dalle scritte su vetro che fungono da insegna, quelle cioè che riportino la ragione sociale o la denominazione dell’esercizio; essa è infatti riferita a prodotti venduti o commercializzati dall’esercente.

La stessa regola vale per l’esposizione, sempre su vetrine o porte di ingresso, o in mancanza di esse nelle immediate adiacenze del punto di vendita, di avvisi al pubblico relativi all’attività svolta. Tali avvisi sono i messaggi generici quali “Aperto”, “Orario”, “Ingresso”, “Svendita”, “Saldi” ecc., ossia tutte quelle comunicazioni strumentali allo svolgimento dell’attività rivolte al pubblico senza che compaiano riferimenti alla ragione sociale o alla tipologia dell’esercizio.

A seguire vengono proposti alcuni esempi.



Il piedistallo portamanifesti esposto in vetrina è un mezzo pubblicitario superiore al mezzo metro quadrato, ed il calcolo avviene sull’intera superficie del mezzo.



I manifesti in questione sono mezzi pubblicitari, poiché tale è la finalità del mezzo, al di là del fatto che su di essi compaia la denominazione sociale del soggetto passivo d'imposta. La dimensione complessiva di mezzo metro quadrato è superata, di conseguenza i due mezzi sono da assoggettare ad imposta.



Il cartello in vetrina reca pubblicità di prodotto venduto, la superficie da valutare è quella dell'intero mezzo.



Vetrine pubblicitarie di una farmacia: si tratta di una forma pubblicitaria che sovente le farmacie utilizzano esponendo mezzi con pubblicità di prodotti venduti. Essi vanno tassati quando viene superata la dimensione di mezzo metro quadrato per ciascuna vetrina.



La scritta "Panetteria" è insegna di esercizio; le tre fasce adesive raffiguranti prodotti che attengono all'attività esercitata sono pubblicità, la misurazione va effettuata calcolando le bande adesive (foto dei prodotti + sfondo grafico).



La scritta su vetro "Ok Sigma" è insegna di esercizio. Per quanto attiene la pubblicità esposta, la dimensione di mezzo metro quadrato per vetrina è superata. La scritta su vetro con la foto dei prodotti va iscritta autonomamente rispetto ai singoli manifesti dei prodotti in offerta, anche essi da valutare singolarmente.



Viene superato il mezzo metro quadrato; ai fini della tassazione nel caso in esame va considerato il pannello di supporto alle singole inserzioni. Da notare che nel caso degli avvisi di intermediazione immobiliare, così come quelli analoghi esposti dalle agenzie turistiche con le offerte varie, e simili, non è rilevante il fatto che sui singoli cartellini appaia o meno la ragione sociale o il marchio dell'agenzia. In presenza di tali forme si farà unicamente riferimento alla superficie complessivamente impegnata per ciascuna vetrina: se superiore al mezzo metro quadrato, si procederà a tassazione, altrimenti no.

Per gli avvisi al pubblico aventi contenuto prettamente commerciale quali “Saldi”, “Svendite” ecc., va invece fatto riferimento in modo tassativo al limite di mezzo metro quadrato.

Mezzi pubblicitari riguardanti locazioni e vendite immobiliari

La Legge prevede l'esenzione per i mezzi pubblicitari che riguardano la locazione e la compravendita degli immobili sui quali sono affissi, di superficie non superiore ad un quarto di metro quadrato. Pertanto, gli stessi mezzi risultano assoggettabili ad imposta quando:

- sono esposti presso l'immobile oggetto della locazione o compravendita, e la loro dimensione supera il quarto di metro quadrato;



- sono esposti al di fuori dell'immobile oggetto di locazione o compravendita, e la loro superficie supera i trecento centimetri quadrati.



Mezzi pubblicitari presso cantieri edili

Presso i cantieri edili vi è l'obbligo di esposizione di un cartello con gli estremi dell'autorizzazione ai lavori, del titolare dell'autorizzazione, impresa costruttrice, ecc., che è esente nella misura di mezzo metro quadrato e a patto che non vi siano riportati messaggi pubblicitari di qualsiasi genere. Tutti gli altri mezzi sono pienamente tassabili, in quanto riferiti a soggetti che hanno la propria sede altrove (non si tratta pertanto di insegne di esercizio). E' particolarmente utile vedere una panoramica dei mezzi frequentemente esposti in queste situazioni:

- messaggi inerenti la compravendita immobiliare diffusi dal costruttore o da suo delegato (agente immobiliare o simile);



- messaggi reclamizzanti l'impresa che esegue la costruzione. A volte queste ditte espongono cartelli anche sulle gru;



- messaggi reclamizzanti gli artigiani che svolgono lavori idraulici, elettrici, di pavimentazione ecc.;



- messaggi pubblicitari che compaiono sui cartelli che riportano gli estremi della concessione edilizia. Spesso le ditte che si fanno pubblicità in tale forma (in genere sono quelle che forniscono materiali edili ed attrezzature per edilizia) sostengono che il cartello è esente perché obbligatorio per Legge; in realtà ciò che lo rende tassabile è l'iscrizione pubblicitaria riferita al soggetto che la aggiunge agli altri elementi, quelli sì obbligatori (estremi della concessione, impresa costruttrice, ecc.);



- messaggi sui silos che pubblicizzano aziende produttrici di malte e prodotti per edilizia (foto sottostanti); su ogni silos è riportato un numero identificativo che è consigliabile rilevare in sede di accertamento. Per quanto attiene la misurazione, il criterio da adottare è quello di circoscrivere l'area occupata da scritte e fregi (valutando come un messaggio unico “vuoto per pieno”) e calcolare la superficie.



Publicità di testate giornalistiche presso le edicole

La pubblicità relativa a giornali e pubblicazioni periodiche gode di esenzione se esposta sulle sole facciate esterne delle edicole o nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei negozi ove si effettua la vendita. E' opportuno, ai fini della valutazione fare riferimento al filo di gronda del chiosco o dell'edificio: i mezzi pubblicitari delle testate giornalistiche collocati all'interno della proiezione del filo di gronda sono esenti, quelli collocati esternamente sono tassabili.



E' opportuno evidenziare una particolare casistica: gli espositori portariviste gratuite di pubblicazioni attinenti a compravendita immobiliare o di auto, o di affari in generale. Tali espositori riportano di solito una targhetta identificativa della pubblicazione, e sono esposti al di fuori, ma a volte anche all'interno di esercizi commerciali e locali aperti al pubblico.

Questi mezzi sono tassabili quando:

- se esposti presso edicole, non sono collocati entro il filo di gronda del chiosco o negozio;
- se esposti presso qualsiasi altro locale, sono esenti quando esposti all'interno ove ci sia attinenza con l'attività all'interno esercitata (ad esempio, un espositore portariviste di intermediazione immobiliare della ditta X esposto internamente all'agenzia immobiliare Y). Lo stesso mezzo, se posto esternamente al locale, è tassabile.
- se esposti presso qualsiasi altro locale diverso da edicole, sempre tassabili quando non vi sia attinenza con l'attività esercitata (es. un espositore di riviste di compravendita immobiliare presso un bar), e questo tanto all'esterno quanto all'interno del locale;
- E' ovviamente necessario che la targa reclamizzante apposta sull'espositore abbia dimensioni superiori a trecento centimetri quadrati.



Distributori automatici

I distributori automatici collocati esternamente ai locali di vendita, oppure in aree aperte al pubblico, quando riportano marchi o slogans pubblicitari dei prodotti distribuiti di superficie superiore a trecento centimetri quadrati sono assoggettabili ad imposta. Le casistiche più frequenti riguardano i distributori automatici di bevande e snacks, quelli di preservativi e di articoli per tabaccheria, ma anche ricariche telefoniche e prodotti per la pulizia dell'auto



Sagomati, espositori di merci e cartelli reclamizzanti prodotti venduti posti esternamente ai locali

Abbiamo visto precedentemente come la Legge preveda un'esenzione per la pubblicità relativa a marchi di prodotti venduti all'interno dei locali nella misura di mezzo metro quadrato per ciascuna vetrina o porta di ingresso. Da tali condizioni deriva che l'esenzione venga meno quando questi mezzi pubblicitari vengano apposti esternamente ai locali. Unica condizione di esenzione in tali casi è che i mezzi siano inferiori a trecento centimetri quadrati.

Quando il mezzo è un cartello o un sagomato si misura il medesimo, quando il mezzo è un espositore si misura la targa o l'iscrizione pubblicitaria, precisando che in mancanza di esse non è possibile tassare un espositore anonimo.

- sagomati e piedistalli pubblicitari;



- espositori di merci pubblicizzati;



- cartelli di prodotti venduti esposti esternamente all'esercizio.



Publicità su serbatoi del gas e silos

Sui serbatoi del gas situati presso aziende e case di privati spesso compare l'iscrizione pubblicitaria relativa alla ditta fornitrice. Quando tali scritte sono visibili da luogo pubblico o aperto al pubblico sono soggette all'imposta sulla pubblicità (foto sotto).



La stessa indicazione vale per le iscrizioni pubblicitarie apposte sui silos delle aziende agricole



Pubblicità su veicoli

La pubblicità visiva effettuata su veicoli in genere è soggetta ad imposta sulla pubblicità.

E' tassabile sia la pubblicità realizzata all'esterno dei veicoli che quella realizzata all'interno (mezzi pubblici di locomozione quali autobus...). Le tariffe sono stabilite dall'art. 12, comma 1 (tariffe per la pubblicità ordinaria) e per quella realizzata all'esterno si applicano le maggiorazioni per eventuale grande formato;

La superficie rilevante è quella complessiva dei mezzi installati su ciascun veicolo.

Per i veicoli adibiti ad uso pubblico (vetture autofilotraviarie, taxi, battelli ecc.), l'imposta è dovuta al comune che ha rilasciato la licenza di esercizio. Nel caso che i veicoli svolgano servizi di linea interurbana l'imposta va divisa a metà tra il comune in cui ha inizio e quello in cui ha fine la corsa; per i veicoli adibiti ad uso privato l'imposta spetta al comune nel quale il proprietario del veicolo ha la propria residenza o sede sociale. Per proprietario del veicolo si intende anche il soggetto che ha lo stesso in dotazione con forme quali leasing o affitto a lunga durata.

Per la pubblicità effettuata da una impresa per conto proprio, reclamizzando sé stessa o il proprio prodotto, su automezzi che siano:

- di sua proprietà (es. il tecnico Mario S. che appone iscrizioni che reclamizzano la sua ditta su un autoveicolo a sé intestato);
- oppure, adibiti ai trasporti per suo conto (es., la torrefazione Caffè X che reclamizza la propria ragione sociale o prodotto sul veicolo di un "padroncino", il Sig. Bianchi).

la Legge deroga al trattamento tariffario in base a superficie e prevede forme un pagamento di natura "forfetaria", distinguendo cioè le tariffe sulla base della portata dell'autoveicolo e sulla tipologia dei veicoli e ciò indipendentemente dalla superficie interessata dai messaggi presenti sul mezzo. La tariffa è doppia in presenza di rimorchi.

L'imposta non è dovuta quando:

- riporta esclusivamente il marchio, la ragione sociale e l'indirizzo dell'impresa;
- è apposta non più di due volte;
- ciascuna iscrizione non supera la superficie di mezzo metro quadrato.

Per indirizzo può intendersi anche l'indicazione del numero telefonico e della casella di posta elettronica o del sito internet. L'esenzione per si accorda quando si verificano contemporaneamente queste tre condizioni, il venir meno di una sola di esse fa scattare l'imponibilità.

A seguire si riassume una piccola casistica fotografica, schematizzando nelle due principali categorie della pubblicità per conto terzi (con tariffa commisurata alla superficie complessiva dei messaggi) e della pubblicità effettuata per conto proprio (con la tariffa forfetaria). Cominciamo dalla pubblicità per conto terzi.



Il veicolo è di proprietà di un'associazione sportiva e riporta messaggi reclamizzanti singoli sponsors, quindi ditte terze: la tassazione avviene con tariffa ordinaria rapportata alla superficie complessiva e maggiorazione per eventuale grande formato.



Publicità conto terzi su veicoli adibiti ad uso pubblico, calcolo della superficie pubblicitaria complessiva e applicazione della tariffa ordinaria, con maggiorazione per eventuale grande formato.

Vale anche per gli altri mezzi pubblici quali i taxi.

Se la linea è interurbana l'imposta va divisa tra i comuni di inizio e fine corsa.



Publicità per conto terzi sulle c.d. "vele". In questi casi la linea da seguire è questa: la pubblicità effettuata per conto proprio (cioè quella dell'agenzia titolare dei mezzi) va scontata, se dovuta nel comune ove ha sede la ditta.



Quella effettuata per conto terzi va corrisposta di volta in volta nei comuni ove la pubblicità viene effettuata in forma statica.

Questa forma pubblicitaria è difatti vietata in forma dinamica dalle norme del Codice della strada e del relativo Regolamento di attuazione.

Dunque, tariffazione ordinaria rapportata alla superficie complessivamente esibita, con maggiorazione per eventuale grande formato.

Adesso di seguito vengono evidenziati casi di pubblicità effettuata per conto proprio su veicoli di proprietà dell'azienda, o adibiti ai trasporti per suo conto.



Veicolo con portata inferiore a 30 q.li con scritte ulteriori a marchio, ragione sociale e indirizzo, e comunque superiori al mezzo metro quadrato. Tassabile



Iscrizioni ulteriori rispetto a marchio, ragione sociale e indirizzo. Dimensione della scritta superiore al mezzo metro quadrato.