

TARGHE DEI PROFESSIONISTI SOGGETTE ALL'IMPOSTA SULLA PUBBLICITA'

La targa esposta presso uno studio professionale che indica il luogo di svolgimento dell'attività è soggetta all'imposta comunale sulla pubblicità. Lo ha stabilito la Corte di cassazione, con la sentenza 22572 dell'8 settembre 2008.

Per i giudici di legittimità, il presupposto dell'imponibilità "*va ricercato nell'astratta possibilità di messaggio, in rapporto all'ubicazione del mezzo, di avere un numero indeterminato di destinatari*". Infatti, sono soggetti al prelievo tributario i messaggi esposti in luoghi pubblici o aperti al pubblico, la cui finalità è quella di promuovere la domanda di beni o servizi o di migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato.

In effetti, l'articolo 12 del decreto legislativo 507/1993 prevede la tassazione da parte del Comune della pubblicità effettuata sul proprio territorio mediante insegne, cartelli, locandine, targhe, stendardi o con qualsiasi altro mezzo. Sono esclusi dall'applicazione dell'imposta solo i messaggi privi di contenuto pubblicitario e di qualsiasi interesse economico: vale a dire le cosiddette comunicazioni di natura ideologica. L'articolo 17 di questo decreto, richiamato nella sentenza, dispone che l'esenzione è concessa per le targhe apposte per individuare le sedi di comitati, associazioni, fondazioni o qualsiasi altro ente che comunque non persegua scopo di lucro. E' previsto, inoltre, che l'esenzione si estenda anche alle targhe la cui esposizione è obbligatoria per disposizione di legge o di regolamento (per esempio, per gli studi notarili), purché le dimensioni del mezzo usato per effettuare la pubblicità non superino il mezzo metro quadrato di superficie.

Tuttavia, l'orientamento della giurisprudenza di merito sulla questione della tassabilità delle targhe apposte presso gli studi professionali non è stato mai univoco. In alcuni casi, è stato affermato che le targhe non sono soggette all'imposta poiché non hanno la struttura e lo scopo di messaggio pubblicitario. Per esempio, la Commissione tributaria provinciale di Taranto (sentenza n. 25 dell'11 maggio 2000) ha ritenuto che la targa identificativa di uno studio legale ha una funzione meramente indicativa ed è priva di qualsiasi messaggio promozionale o pubblicitario e come tale non è assoggettabile a imposta.

Già da tempo, invece, la Cassazione (sentenza 9580/1994) ha sostenuto che se l'esposizione della targa del professionista non è obbligatoria, va qualificata come mezzo di comunicazione idoneo a far conoscere a una massa indeterminata di potenziali clienti il nome e l'attività

esercitata, anche se il mezzo stesso *“non assolva ad una funzione propriamente propagandistica o reclamistica”*.

Sergio Trovato