



**Delirium
Tax**

Questo è un articolo su commissione: ci è stato infatti chiesto di occuparci della “*delirium tax*”, visto che tutti ne parlano. Solitamente non amiamo occuparci dei temi che “tirano”, ma di quelli che ci sembrano i veri problemi, piccoli e grandi, della farmacia; quindi in prima battuta eravamo dubbiosi sull’idea.

Ci siamo risolti a fare, per questa volta, un’eccezione; ma, come sempre, ne parleremo a modo nostro, visto che ce ne eravamo occupati già alcuni anni fa, con una ampia disamina delle fattispecie imponibili.

Da molti mesi, ormai, si grida allo scandalo per la “*delirium tax*”, ossia le richieste di pagamento che i negozianti di tutta Italia ricevono per l’imposta sulla pubblicità, con relative sanzioni, che in molti casi sono arrivate a cifre astronomiche: sui quotidiani si narrano storie strazianti, di poveri baristi multati per il cartello dei gelati, o di ristoratori pizzicati per l’avviso “*menù turistico a prezzo fisso*”. Ovviamente, in molte città d’Italia sono state colpite anche le farmacie, chi per una vetrofania, qualcuno per la sagoma di un fondoschiena femminile, altri per la foto di un ex calciatore neocapellone, e così via...

Nessuno se lo aspettava. Eppure lo sappiamo che, presto o tardi, arriva il giorno del *redde rationem*, come un ladro nella notte (Matteo, 24, 42-44; Paolo, 1Ts, 5,2), giacché gli dei camminano con silenziosi calzari di lana («*Dii lanatos pedes habnet*»: Petronio, *Satyricon*, 44).

PUBBLICANI ED ESATTORI

Cosa è accaduto? Perché quello che fino a ieri era esposto liberamente senza pagare nulla oggi deve essere tassato?

Spieghiamo anzitutto (è la risposta non giuridica) che, da qualche anno, molti Comuni hanno affidato a concessionari esterni l’accertamento e la riscossione dei tributi locali, tra cui l’imposta sulla pubblicità.

I concessionari sono soggetti privati

Ormai da mesi, tutti ne parlano gridando allo scandalo. Solitamente non amiamo occuparci dei temi che “tirano” ma, per una volta, abbiamo deciso di fare un’eccezione. Parlando alla nostra maniera dell’imposta sulla pubblicità

DI MARCELLO TARABUSI E GIOVANNI TROMBETTA
STUDIO GUANDALINI, BOLOGNA

che in forza dei contratti sottoscritti con i vari Comuni debbono massimizzare il gettito da riscossione, ottenendo il duplice risultato di produrre utili e vedere rinnovata la concessione a fine mandato.

In queste condizioni, è normale che questi operatori cerchino di estrarre il massimo dalla loro attività (un po’ come i pubblicani e gli esattori medievali, in fondo...).

Quando hanno preso in mano la legge e i regolamenti delle imposte comunali, si sono accorti che tantissime forme di pubblicità, che per legge sarebbero state da tassare, venivano allegramente esposte senza pagare nulla, perché da anni e anni i Comuni lo tolleravano.

Quando l’accertamento era in capo ai Comuni, che dispongono di uomini e risorse limitati, nessuno controllava strada per strada e vetrina per vetrina se le regole fossero rispettate. Ecco perciò che moltissimi cartelli e altre forme di pubblicità, che sarebbero state soggette a imposta, venivano allegramente esposte senza pagare nulla perché nessuno controllava.

Nel caso delle farmacie, poi, come probabilmente anche per altri esercizi, si erano formate e tramandate di Comune in Comune alcune prassi totalmente infondate ma talmente seguite da essere divenute una sorta

di legge “non scritta”. Un caso per tutti: la croce verde della farmacia.

In quasi tutta Italia la croce veniva considerata esente da imposta, e non si pagava mai, nemmeno quando si trattava di “totem” alti tre metri. Quando sono arrivati i concessionari privati, si sono accorti che l’esenzione della croce era sì prevista dalla legge, ma spettava solo a determinate condizioni ben precise (di cui parleremo tra poco); condizioni che 99 volte su cento non erano affatto rispettate. Insomma, era come invitare la proverbiale oca a bere: quale occasione più ghiotta della possibilità di raccogliere soldi in modo conforme alla legge?

A questo punto si sono sollevate le ire dei farmacisti, indignati perché veniva leso quello che loro consideravano un sacrosanto diritto di esenzione della croce. Ire giustificate?

LA TENTAZIONE È FORTE

Proviamo a esprimere la nostra opinione con una “parabola”. Un distinto signore tutti i giorni accompagna a scuola il figlio in vespa, e tutte le mattine transita sulla corsia preferenziale dell’autobus, davanti al vigile di quartiere che, tollerante, sorride e saluta il papà con figlio a carico. Un bel giorno il vigile di quartiere va in pensione, e arriva un nuovo agente di polizia municipale, giovane e

molto ligio ai regolamenti: appena vede passare il papà in vespa sulla preferenziale, lo multa, con grande arrabbiatura del contravventore.

A questo punto, il multato può avere due reazioni: o si indigna per aver subito un sopruso (“Lo faccio tutti i giorni e nessuno mi ha mai detto nulla!”; “Mica sono passato con il rosso!” e così via), oppure può riflettere e dire tra sé e sé: “Mi è andata bene fino a ieri, oggi mi pizzicano, da domani starò attento”.

Quale vi sembra la reazione più sensata? Certo, la tentazione è forte, davanti ai concessionari-pubblicani: facile fare come il Fariseo (Luca 18, 11) che «*Stando in piedi, pregava così tra sé: O Dio, ti ringrazio che non sono come gli altri uomini, ladri, ingiusti, adùlteri, e neppure come questo pubblicano*». E magari sperare che quel pubblicano si batta il petto (Luca 18, 13) e segua l'esempio del piccolo Zaccheo, pubblicano di Gerico, che promise: «*Se ho frodato qualcuno, restituisco quattro volte tanto*» (Luca 19, 5).

Non vi è dubbio che la croce, quando è posta accanto all'insegna della farmacia (con il nome “Farmacia”, oppure la dicitura estesa “Farmacia Tal de’ Tali” e simili) venga conteggiata come insegna e quindi contribuisca a determinare la superficie complessiva della stessa. Infatti, la Circolare n. 3/Dpf-14725 del 3 maggio 2002, riprendendo la definizione dell'articolo 47 del Regolamento di esecuzione del nuovo Codice della

strada, prevede che l'insegna di esercizio è una «*Scritta in caratteri alfanumerici*» che può essere «*completata eventualmente da simboli o marchi*», talché nel successivo elenco meramente esemplificativo ricomprende tra le fattispecie che godono del beneficio dell'esenzione (insegne inferiori a cinque metri quadrati): se rientranti nei limiti di superficie sono esenti anche «*le insegne, recanti il logo delle società petrolifere, che contraddistinguono le stazioni di servizio dei distributori di carburanti*»; situazione del tutto analoga a quella della croce della farmacia, quando accompagnata dalla dicitura “Farmacia”. Quando invece la croce è da sola, senza alcuna scritta, e non è posta accanto all'insegna vera e propria (per esempio, perché collocata su un palo antistante la farmacia), è più difficile considerarla insegna: non si può certo dire, infatti, che la croce da sola sia composta da “caratteri alfanumerici”, essendo - in questo caso - un mero simbolo grafico.

UNA QUESTIONE DI INTERPRETAZIONE

Da qui un problema interpretativo: quando la croce è separata dall'insegna vera e propria, va sommata all'insegna o considerata segno pubblicitario a sé stante?

Alcune volte converrebbe al farmacista considerarla parte dell'insegna: se infatti la somma di insegna e croce non supera i cinque metri quadrati, il tutto resterebbe esente da imposta, mentre se la croce fosse considerata a sé stante non potrebbe beneficiare dell'esenzione dei cinque metri (vedremo però che potrebbe averne un'altra in proprio).

Chi si trova in simili situazioni, ha tutto l'interesse a considerare la croce un “pezzo d'insegna”.

Ci sono, al contrario, farmacisti che hanno un'insegna (croce esclusa) appena sotto i cinque metri che danno diritto all'esenzione, che la perderebbero se alla superficie utile venisse sommata la croce: ecco trovato anche il partito

dell'esclusione della croce dall'insegna. Ovvio che, scegliendo l'una o l'altra interpretazione, i concessionari hanno potuto, di volta in volta, tassare farmacie che fino a ieri erano esenti, e che naturalmente si sono lamentate. E, va detto onestamente, non senza qualche ragione, vista anche l'incertezza interpretativa: non è bello vedersi sanzionare quando si è operato in perfetta buona fede.

CHIAREZZA CERCASI

Cerchiamo allora di fare chiarezza: se la croce fosse di per sé un'insegna, dovrebbe essere sommata all'insegna vera e propria “Farmacia Tal de’ Tali” e, se la somma supera cinque metri, andrebbe tassato tutto (la citata Circolare 3/2002 chiarisce che ove vi siano più insegne, le superfici si sommano ai fini del calcolo dell'esenzione).

Se, invece, la croce (come noi crediamo) non può da sola essere considerata un'insegna, non contenendo caratteri alfanumerici, bisognerà distinguere:

- ◆ se la croce è posta accanto all'insegna della farmacia, è considerata un simbolo che la completa, e quindi va sommata all'insegna nel calcolo della tassazione (e del superamento dei cinque metri quadrati di superficie);

- ◆ se la croce è da sola, ma reca qualche scritta (per esempio, “Farmacia”), costituisce «*scritta in caratteri alfanumerici completata da simboli*» e come tale, nuovamente, va considerata insegna;

- ◆ se la croce è da sola, senza scritte, si tratta di un richiamo pubblicitario diverso dall'insegna, soggetto a una disciplina sua propria e, se tassabile (vedremo come sul prossimo numero), va tassata a parte senza sommare la sua superficie all'insegna. In questo caso, anche se si paga sulla croce, almeno non la si conteggia ai fini del superamento dei cinque metri quadrati di insegna.

Tutto ciò sarebbe tutto sommato abbastanza semplice, se non intervenisse un'ulteriore complicazione.

(1- Continua)

