



Milano, 11 novembre 2019

Ill. mo signor  
Presidente della 5 ^  
Commissione Bilancio  
del Senato  
Sen.Daniele Pesco

## **OSSERVAZIONI SU LOCAL TAX ex ART.97 DDL BILANCIO**

La nostra associazione rappresenta le principali aziende di pubblicità esterna che operano in Italia e che gestiscono circa il 70% del fatturato del settore e sono tra i principali contribuenti dei comuni per l'imposta comunale sulla pubblicità e i diritti sulle pubbliche affissioni e , condividendo quanto già esposto da FINCO e da CONFIMI e segnalato da Confesercenti, riteniamo opportuno evidenziare i gravissimi effetti che questa nuova disciplina potrebbe produrre sulle nostre imprese.

L'art.97 del DDL bilancio prevede l'istituzione a partire dal 2021 di una nuova imposizione denominata local tax che, come indica al primo comma, prevede l'unificazione della Cosap, dell'ICP, del Cimp e della Tosap.

La Local tax regola in sostanza fattispecie tributarie diverse che non sono in realtà unificabili poiché i loro presupposti sono solo in parte coincidenti. Infatti la Pubblicità Esterna non necessariamente occupa suolo pubblico ma può essere ubicata su suolo privato e quindi ha un presupposto differente ossia la diffusione di messaggi pubblicitari in luoghi pubblici o aperti al pubblico.

La Local tax prevede inoltre che i comuni debbano operare a parità di gettito ossia il gettito di tale tributo deve essere eguale alla somma dei tributi che accorpa. Operazione quantomeno ardua. La distribuzione del carico fiscale viene decisa dai comuni, dalle città metropolitane e dalla province in modo autonomo e a seconda del carico fiscale gravante su ogni fattispecie oggetto di imposizione.

Ora, la local tax a rigore non è più una tassa o una imposta, ma diviene un canone che non ha tariffe massime, ma solamente tariffe standard e questo fatto non può che generare incertezze per chi opera su una pluralità di settori, inoltre la tariffa standard è unica per tutte le fattispecie, ma essendo le stesse differenti non si comprende quale sia il criterio unificante.

La tariffa standard inoltre non esiste nel nostro ordinamento per i tributi, anche se essi sono locali, ma viene prevista solamente per i servizi o per i trasferimenti agli enti locali.

Dobbiamo inoltre rilevare che l'inserimento di questo nuovo canone nella legge di bilancio non appare conforme ai criteri definiti dall'art. 1 della legge 163 del 2016, modificatrice della Legge 196 del 31.12.2009 ed in particolare la previsione dell' art.21 comma 1 quinquies che stabilisce il contenuto della legge di bilancio in quanto tale previsione non



incide, sulla base di quanto affermato sia dal suo testo sia dalle tabelle allegate al bilancio , sui saldi delle entrate e delle spese ed ha di conseguenza una natura ordinamentale.

Tale previsione che di fatto determina, nel combinato disposto con gli articoli del DDL inerenti la riscossione e l'unificazione dell'IMU e della TASI, una complessiva **riforma del sistema della fiscalità locale e dei suoi tributi**, avrebbe una più coerente logica nella redazione di un disegno di legge ad hoc.

Il mercato della pubblicità esterna è ancora oggi in flessione e comunque non ha minimamente recuperato gli investimenti in pubblicità nel periodo antecedente la crisi del 2008. Infatti il mercato sulla base dei dati pubblicati dall'AGCOM per la rilevazione del Sic ( sistema integrato della comunicazione) ha perso dal 2008 ad oggi il 27% degli investimenti.

Questa nuova ipotesi di tassazione potrebbe definitivamente metterlo in crisi , determinando la chiusura delle imprese e una progressiva perdita di migliaia di posti di lavoro sia delle imprese che dell'indotto senza possibilità di reimpiego dei dipendenti che verrebbero licenziati.

**Bisogna inoltre considerare che ICP, TOSAP, CIMP e COSAP non sono le uniche entrate derivanti dal settore dell'outdoor a favore delle amministrazioni locali. Vi sono ulteriori canoni corrisposti agli enti pubblici o società partecipate dalle amministrazioni comunali (ad esempio Atm, SEA, ADR, altre aziende di trasporto locale, canoni risultanti da gare promosse dalle amministrazioni comunali o da loro partecipate nonché ad Anas o alle Ferrovie dello Stato e dalle Ferrovie regionali ecc.)**

Rileviamo che è molto difficile se non impossibile determinare l'incidenza di questo canone sull'intero comparto infatti non avendo un sistema tariffario unitario, come era invece quello previsto sia dall' imposta comunale sulla pubblicità sia dal canone sostitutivo della imposta sulla pubblicità.

**Osserviamo a tale riguardo che lo stesso canone sulla pubblicità era stato definito dalla Corte Costituzionale nella propria sentenza n. 141 del 2009 un tributo e non un canone, come invece sarebbe quello attualmente previsto dall'art.97.**

L'ipotesi di local tax unisce in sostanza situazioni normativamente differenti ossia il canone occupazione suolo pubblico **che ha natura patrimoniale** con fattispecie quali l'imposta comunale sulla pubblicità e il canone sostitutivo dell'imposta sulla pubblicità e la tassa occupazione suolo pubblico **che hanno invece natura tributaria** e sono imposte a tutti gli effetti.

La Local tax sopprime sia il d.l.vo 446 del 1997 artt.62 e 63 e il D.l.vo 507 del 1993 capo I e capo II, come viene espressamente indicato nel comma 32 del predetto art.97.



Nel dettaglio i principali punti critici:

- 1) La previsione di una tariffa standard, **che non esiste per i tributi nel nostro ordinamento**, di fatto determina una possibilità di **disparità di trattamento** nel caso di ambiti simili, senza che vi sia la certezza sui criteri di applicazione da parte delle amministrazioni locali e ciò causa gravi danni alle imprese che operano su tutto il territorio nazionale. E' necessario, quantomeno per la diffusione di comunicazioni pubblicitarie, stabilire una tariffa massima poiché solo in questo modo è possibile prevedere i costi derivanti da questa imposizione.
- 2) La tariffa non può essere la stessa se si occupa uno spazio privato o concesso da terzi ( ad esempio aeroporti, stadi, palazzetti dello sport, stazioni e metropolitane ) o se si tratta di veicoli del pubblico trasporto o veicoli privati è necessario per queste fattispecie prevedere almeno il dimezzamento della tariffa o comunque uno specifico trattamento di riduzione in quanto non ci sarebbe alcuna omogeneità nel trattamento delle varie fattispecie.
- 3) La norma in esame omette qualsiasi maggiorazione attualmente applicata per medi , grandi formati, per categorie di territorio o per luminosità, tuttavia non è esplicitato se questi criteri siano devoluti ai comuni, in quanto questi elementi non sono richiamati nelle norme che prevedono il regolamento e quali incidenze avranno in futuro sui canoni. La mancanza di criteri genera per gli enti locali e per gli utenti **notevole incertezza** e potrebbe avere ampie ripercussioni negative sui conti economici delle imprese.
- 4) Comprendere in un unico canone fattispecie diverse che hanno tariffe differenti e non omogenee genera dei seri problemi operativi e determina una eccessiva pressione fiscale sulle singole imprese.
- 5) La mancanza di un criterio vincolante rende impossibile una valutazione dell'impatto economico del canone unico e quindi impedisce una valutazione del sistema che la nuova normativa introduce.

La soluzione ideale sarebbe che **questa norma sia stralciata dalla legge di bilancio**, al fine di un esame più approfondito.

In alternativa si propongono le **allegate modifiche**.

  
AAAP.I.  
Associazione Aziende Pubblicitarie Italiane  
IL DIRETTORE  
Dr. Franco Meroni

AS 1586

Articolo 97

al comma 2 inserire le seguenti parole : dopo le parole “tariffe” aggiungere le seguenti parole ” ad eccezione della diffusione di messaggi pubblicitari ove si applicano le tariffe di cui al comma 11 come massime”.

Il presente emendamento ha lo scopo di indicare agli enti locali , per la fattispecie della diffusione di messaggi pubblicitari, una tariffa massima in modo da parametrare tale tariffa a quelle attualmente applicate dai comuni, comprensiva dell'uso del suolo pubblico per la collocazione degli impianti, evitando da un lato la sussistenza di possibili squilibri tra posizioni simili e in tal modo rendere impossibile lo svolgimento della pubblicità esterna sul territorio nazionale con conseguente perdita di posti di lavoro, di gettito per le amministrazioni locali in quanto la mancata definizione di una tariffa massima causa un progressivo allontanamento delle imprese da questo comparto produttivo e soprattutto ha lo scopo di non alterare in misura significativa gli attuali equilibri derivanti dalla corresponsione dei tributi che vengono accorpati.

AS 1586  
Articolo 97

Al comma 3 dopo le parole “decreto legislativo 30 aprile 1992 n.295 aggiungere le seguenti parole:  
"Il canone è sempre a favore dell'ente che per competenza ha l'onere del rilascio dell'autorizzazione".

Il presente emendamento ha lo scopo di evitare le possibili duplicazioni di canoni da parte di enti locali concorrenti come i comuni, le città metropolitane e le province attribuendo ad ogni ente locale la propria competenza. Si deve inoltre considerare che attualmente le imprese corrispondono sempre ai comuni l'imposta comunale sulla pubblicità mentre corrispondono alla città metropolitana e alle province del canoni per l'utilizzo del suolo di pertinenza è quindi necessario ripartire correttamente gli oneri autorizzatori se si vogliono evitare duplicazioni nelle corresponsioni violando così il presupposto di semplificazione della local tax.

AS 1586

Articolo 97

Al comma 4 lett.b) dopo le parole “ a uso privato” aggiungere le seguenti parole : “ per gli impianti ubicati su suolo privato o in ambiti affidati in concessione da società pubbliche o partecipate dal pubblico e sui veicoli pubblici e privati il canone viene ridotto della metà in quanto non occupano suolo pubblico.”

Il presente emendamento ha lo scopo di non gravare di un tributo eccessivo rispetto a quello attualmente corrisposto per imposta comunale sulla pubblicità gli spazi privati o di altri soggetti quali ad esempio le stazioni ferroviarie, le stazione delle metropolitane, gli aeroporti, i porti, il trasporto pubblico locale e nazionale per cui le imprese che svolgono attività pubblicitaria e le singole unità produttive del commercio e dell'industria corrispondono canoni ai propri concedenti e che si troverebbero gravemente penalizzate da questa previsione tariffaria.

AS 1586

Articolo 97

Al comma 6 lett.d) dopo le parole “pubbliche affissioni” aggiungere le parole :”qualora i comuni non si avvalgano della facoltà prevista dal successivo comma 21 di non prevedere un servizio pubbliche affissioni”

Il presente emendamento ha lo scopo di raccordare la previsione di regolamentazione del servizio pubbliche affissioni con la facoltà prevista al successivo comma 21 di rinunciare a questo servizio da parte dei comuni. Infatti se non venisse indicata questa precisazione si avrebbe una incoerenza con la previsione successiva e potrebbe creare una difficoltà alle amministrazioni locali nella stesura del loro regolamento.

AS 1586

Articolo 97

Sostituire il comma 11 con il seguente: “11. La tariffa annua, modificabile ai sensi del comma 2, in base alla quale si applica il canone relativo alle fattispecie di cui al comma 4 lett. a) nel caso in cui l’occupazione si protrae per l’intero anno solare è la seguente:

Classificazione dei Comuni

Tariffa standard

Comuni con oltre 500.000 abitanti euro 70,00

Comuni da oltre 100.000 fino a 500.000 abitanti euro 60,00

Comuni da oltre 30.000 fino a 100.000 abitanti euro 50,00

Comuni da oltre 10.000 fino a 30.000 abitanti euro 40,00

Comuni fino a 10.000 abitanti euro 30,00

La tariffa massima in base alla quale si applica il canone relativo alle fattispecie di cui al comma 4 lett. b) nel caso in cui la diffusione dei messaggi pubblicitari per l'intero anno solare è la seguente :

Classificazione dei Comuni

Tariffa massima

Comuni con oltre 500.000 abitanti euro 70,00

Comuni da oltre 100.000 fino a 500.000 abitanti euro 60,00

Comuni da oltre 30.000 fino a 100.000 abitanti euro 50,00

Comuni da oltre 10.000 fino a 30.000 abitanti euro 40,00

Comuni fino a 10.000 abitanti euro 30,00

Si precisa che in caso di nuove installazioni o di rimozioni degli impianti pubblicitari avvenute nel corso dell'anno si applicherà una tariffa mensile pari a un dodicesimo della tariffa massima sopraindicata.

Si precisa inoltre che la predetta tariffa si applica anche in caso di impianti di grande formato e di impianti luminosi o digitali.

Il presente emendamento ha lo scopo di indicare agli enti locali , per la fattispecie della diffusione di messaggi pubblicitari, la tariffa massima che è stata parametrata alle tariffe attualmente applicate dai comuni per l'imposta comunale sulla pubblicità e comprensiva dell'uso del suolo pubblico per la collocazione degli impianti, evitando così la sussistenza di possibili squilibri tra posizioni simili. Tale previsione ha lo scopo di consentire lo svolgimento della pubblicità esterna sul territorio nazionale evitando gli effetti di una situazione che, ove rimanesse nella forma ipotizzata dal comma determinerebbe una significativa perdita di posti di lavoro dell'ordine di alcune migliaia di addetti una riduzione del gettito economico per le amministrazioni locali e soprattutto un progressivo allontanamento delle imprese da questo comparto produttivo e soprattutto ha lo scopo di non alterare gli attuali equilibri derivanti dalla corresponsione dei tributi che vengono accorpati e versati dalle imprese di pubblicità esterna che in ogni caso non sarebbero in questo modo alterati.



AS 1586

Articolo 97

Sostituire il comma 12 come segue : “12. La tariffa standard giornaliera, modificabile ai sensi del comma 2, in base alla quale si applica il canone relativo alle fattispecie di cui al comma 4 lett.a) nel caso in cui l’occupazione si protrae per un periodo inferiore all’anno solare è la seguente:

Classificazione dei Comuni

Tariffa standard

Comuni con oltre 500.000 abitanti

euro 2

Comuni da oltre 100.000 fino a 500.000 abitanti

euro 1,30

Comuni da oltre 30.000 fino a 100.000 abitanti

euro 1,20

Comuni da oltre 10.000 fino a 30.000 abitanti

euro 0,70

Comuni fino a 10.000 abitanti

euro 0,60

La tariffa massima in base alla quale si applica il canone relativo alle fattispecie di cui al comma 4 lett. b) nel caso in cui la diffusione dei messaggi pubblicitari si svolge per un periodo compreso tra un giorno e un mese è la seguente :

Classificazione dei Comuni

Tariffa standard

Comuni con oltre 500.000 abitanti

euro 2

Comuni da oltre 100.000 fino a 500.000 abitanti

euro 1,30

Comuni da oltre 30.000 fino a 100.000 abitanti

euro 1,20

Comuni da oltre 10.000 fino a 30.000 abitanti

euro 0,70

Comuni fino a 10.000 abitanti

euro 0,60

Il presente emendamento ha lo scopo di indicare agli enti locali , per la fattispecie della diffusione di messaggi pubblicitari, la tariffa massima giornaliera che è stata parametrata alle tariffe attualmente applicate dai comuni per l'imposta comunale sulla pubblicità e ai diritti sulle pubbliche affissioni comprensiva dell'uso del suolo pubblico per la collocazione degli impianti, evitando così la sussistenza di possibili squilibri tra posizioni simili. Tale previsione ha lo scopo di consentire lo svolgimento della pubblicità esterna sul territorio nazionale anche nelle forme più occasionali evitando gli effetti di una situazione che, ove rimanesse nella forma ipotizzata dal comma, determinerebbe una significativa perdita di posti di lavoro dell'ordine di alcune migliaia di addetti una riduzione del gettito economico per le amministrazioni locali e soprattutto un progressivo allontanamento delle imprese da questo comparto produttivo e soprattutto ha lo scopo di non alterare gli attuali equilibri derivanti dalla corresponsione dei tributi che vengono accorpati e versati dalle imprese di pubblicità esterna che in ogni caso non sarebbero in questo modo alterati.