



REPUBBLICA ITALIANA
IN NOME DEL POPOLO ITALIANO

LA COMMISSIONE TRIBUTARIA REGIONALE
DI FIRENZE

SEZIONE 29

riunita con l'intervento dei Signori:

☐	DAZZI	PAOLO	Presidente
☐	CALDINI	LUCIANO	Relatore
☐	CALVORI	ALBERTO	Giudice
☐			
☐			
☐			
☐			

ha emesso la seguente

SENTENZA

- sull'appello n° 480/09 depositato il 25/02/2009
- avverso la sentenza n° 202/04/2007 emessa dalla Commissione Tributaria Provinciale di PISA contro: COMUNE DI CALCI

proposto dal ricorrente:

[redacted]
VIA A [redacted]

difeso da:

[redacted]
VIA A [redacted]

contro: COMUNE DI CALCI
I.R.T.E.L. SRL GESTIONE SERVIZI COMUNALI

proposto dal ricorrente:

[redacted]
VIA A [redacted]

difeso da:

[redacted]
VIA A [redacted]

Atti impugnati:
AVVISO DI ACCERTAMENTO PUBBLICITA' 2005

SEZIONE

N° 29

REG.GENERALE

N° 480/09

UDIENZA DEL

19/01/2010

ore 09:00

SENTENZA

N°

37/29/10

PRONUNCIATA IL:

19 GEN 2010

DEPOSITATA IN
SEGRETARIA IL

- 1 MAR 2010

Il Segretario

Il Segretario di Sezione

[redacted] De Caro



Il legale rappresentante della [REDACTED] S.p.A. oppone i notificati avvisi di accertamento per il recupero dell'imposta di pubblicità per gli anni 2005 e 2006 eccependone l'illegittimità poiché soggetto a tassazione doveva essere considerato solo il logo [REDACTED] e non l'intero fascione. La [REDACTED] S.p.A., concessionaria del servizio, si costituiva in giudizio contestando le tesi del ricorrente, poiché doveva essere ritenuta, ai sensi dell'art. 7 del D.Lgs. N. 507/1993, soggetta a tassazione l'intera superficie del fascione dipinto con i colori sociali della [REDACTED].

La Commissione Tributaria Provinciale di Pisa, con la sentenza n. 202/04/07 del 14/12/2007, ha respinto il ricorso, compensando le spese di giudizio, ritenendo soggetta a tassazione anche la superficie in cui il messaggio è ricompreso ed inserito.

Avverso tale sentenza parte soccombente ha proposto appello ritenendola erronea e chiedendone la riforma poiché i primi giudici hanno male interpretato le disposizioni di cui agli artt. 5 e 7 del D.Lgs. N. 507/1993 essendo del tutto infondato assoggettare ad imposta la colorazione di un manufatto che ha una finalità puramente estetica e decorativa. Dopo essersi richiamato a giurisprudenza favorevole alla propria tesi ed alla risoluzione ministeriale n. 231/E del 18/12/1997 chiede in tesi la riforma della sentenza impugnata con annullamento degli avvisi di accertamento, in ipotesi subordinata la riduzione dell'imposta allo spazio occupato dal solo marchio "[REDACTED]" presente sul fascione, con vittoria di spese, diritti ed onerari.

Parte appellata si è costituita in giudizio con controdeduzioni contestando le tesi dell'appellante e rilevando come la Corte di Cassazione (da ultimo con sentenza n. 15201/2004) ha stabilito il principio che l'imposta sulla pubblicità va calcolata sull'intera superficie solo se quest'ultima ha per dimensione, forma, colore ovvero mancanza di separazione grafica le caratteristiche proprie o della componente pubblicitaria aggiuntiva vera e propria ovvero quelle di una superficie estensiva del messaggio pubblicitario. Conclude chiedendo il rigetto dell'appello, con vittoria di spese di giudizio.

MOTIVI DELLA DECISIONE

L'appello non è fondato e deve quindi essere respinto.

Così come rilevato dalla parte appellata nell'atto di costituzione in giudizio l'imposta sulla pubblicità deve essere calcolata sull'intera superficie del fascione, qualora la scritta pubblicitaria non abbia una separazione grafica rispetto all'altra. Tale principio è stato dettato dalla Corte di Cassazione che, con sentenza n. 15201 del 6/8/2004 ha stabilito che "la misura dell'imposta sulla pubblicità contenente la riproduzione del marchio commerciale, va calcolata, ai sensi dell'art. 7, primo comma, del D.Lgs. 15/11/1993, n. 507, sulla base delle dimensioni dell'intera superficie dell'installazione pubblicitaria, comprensiva anche della parte non coperta da marchio, solo se quest'ultima abbia, per dimensioni, forma, colore, ovvero per mancanza di separazione grafica rispetto all'altra, le caratteristiche proprie o della componente pubblicitaria aggiuntiva vera e propria ovvero quelle di una superficie estensiva del messaggio pubblicitario."

Dalla copia dei rilievi fotografici allegata al ricorso risulta come il marchio pubblicitario non abbia una separazione grafica rispetto a quella del fascione.

Sussistono giusti motivi per la compensazione delle spese di giudizio.

P.Q.M.

Respinge l'appello. Spese compensate.

Firenze, 19 gennaio 2010

IL RELATORE

IL PRESIDENTE

