

IMPOSTA PUBBLICITA'
Cass. civ. Sez. V, 30-10-2009, n. 23024

REPUBBLICA ITALIANA
IN NOME DEL POPOLO ITALIANO
LA CORTE SUPREMA DI CASSAZIONE
SEZIONE TRIBUTARIA

Composta dagli Ill.mi Sigg.ri Magistrati:

Dott. ALTIERI Enrico - Presidente

Dott. BOGNANNI Salvatore - Consigliere

Dott. MAGNO Giuseppe Vito Antonio - Consigliere

Dott. BERNARDI Sergio - rel. Consigliere

Dott. CARLEO Giovanni - Consigliere

ha pronunciato la seguente:

sentenza

sul ricorso 19248-2006 proposto da:

AIPA SPA in persona del Presidente del Consiglio di Amministrazione pro tempore, elettivamente domiciliato in ROMA VIA CICERONE 28, presso lo studio dell'avvocato DI BENEDETTO PIETRO, che lo rappresenta e difende, giusta delega a margine;

- ricorrente -

contro

LOVE CARS SRL;

- intimato -

avverso la sentenza n. 43/2006 della COMM. TRIB. REG. di TRIESTE, depositata il 29/03/2006;

udita la relazione della causa svolta nella pubblica udienza del 24/09/2009

dal Consigliere Dott. SERGIO BERNARDI;

udito per il ricorrente l'Avvocato DI BENEDETTO, che ha chiesto l'accoglimento;

udito il P.M. in persona del Sostituto Procuratore Generale Dott. APICE Umberto che ha concluso per l'accoglimento del ricorso.

Fatto	Diritto	P.Q.M.
-------	---------	--------

Svolgimento del processo

La s.p.a. Aipa, concessionaria del servizio di accertamento e riscossione dell'imposta comunale sulla pubblicità del Comune di Trieste, notificava avviso di accertamento per infedele denuncia ed insufficiente pagamento dell'imposta di pubblicità relativa all'annualità 2000 alla s.r.l. Love Cars, per una insegna pubblicitaria di mq. 19,50. La società intimata, che aveva denunciato una superficie di mq. 4,50, sul presupposto che fosse rilevante per l'imposizione solo lo spazio occupato dal messaggio pubblicitario, e non anche quello dell'insegna che lo conteneva, impugnava l'accertamento. Il ricorso era respinto in primo grado ma accolto in appello. La società concessionaria ricorre per la cassazione della sentenza della CTR con due motivi. La società intimata non si è difesa.

MOTIVI

Motivi della decisione

La CTR ha inteso fondare la decisione sul *D.Lgs. n. 507 del 1993, art. 7, comma 1* ("L'imposta sulla pubblicità si determina in base alla superficie della minima figura piana geometrica in cui è circoscritto il mezzo pubblicitario") richiamandone la lettura affermata da questa corte nella sentenza 7031/2002. In tale linea, la pronuncia impugnata ha ribadito che "la superficie minima in cui deve circoscriversi il mezzo pubblicitario vada determinata con riferimento esclusivo alla figura che delimiti i simboli, le diciture o gli altri segni attraverso i quali siano formulati uno o più messaggi pubblicitari, restando sottratte ad imposizione le altre parti della medesima struttura che circondino tale figura". "Rilevato pertanto che la superficie dei mezzi pubblicitari oggetto di accertamento deve essere individuata con un arrotondamento ai mq. 4 (quattro)" il giudice d'appello ha rideterminato entro tali limiti il presupposto della tassazione, riliquidando l'imposta e disapplicando le sanzioni irrogate alla società contribuente.

Col primo motivo di ricorso si deduce violazione e falsa applicazione del *D.Lgs. n. 507 del 1993, artt. 6, 7 ed 8* rilevando che in pronunce successive a quella richiamata dalla sentenza impugnata questa corte ha precisato che

la misura dell'imposta va determinata con riferimento alla superficie disponibile per il messaggio pubblicitario, indipendentemente dalla sua concreta utilizzazione.

Il motivo è fondato. Con la sentenza 4908/2005 questa corte ha chiarito che la superficie del mezzo circostante il messaggio pubblicitario resta esente dall'imposizione in quanto sia costituita da una cornice oggettivamente distinta dallo spazio destinato alla pubblicità, che sia anche strutturalmente inidonea ad essere utilizzata per la diffusione del messaggio. Ciò in quanto dalla disciplina dettata dal *D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507, art. 1* e segg. si ricava che l'oggetto del tributo ivi previsto va individuato nella mera disponibilità del mezzo pubblicitario, e non nel messaggio pubblicitario in sé stesso o nella sua diffusione (Cass. 6446/2004). Sicchè, se l'impianto è costituito in modo tale che l'intera sua superficie è utilizzabile per la pubblicità, senza separazioni strutturali o grafiche che distinguano (per forma, materiale o colore) lo spazio coperto dal messaggio dalla residua superficie dell'insegna che lo contiene, rendendo quest'ultima parte inidonea all'utilizzo pubblicitario, è l'intera superficie dell'insegna che costituisce la minima figura piana geometrica in cui è circoscritto il mezzo pubblicitario.

La sentenza impugnata non descrive in alcun modo il manufatto oggetto di causa, e non consente di verificare la corretta applicazione del richiamato principio di diritto. E' anche fondato il secondo motivo di ricorso, col quale si lamenta che la superficie disponibile per la pubblicità, cui va commisurata l'imposta, è stata dalla CTR riconosciuta per quella affermata dalla società ricorrente senza alcun riferimento agli elementi di prova acquisiti al processo.

Va dunque accolto il ricorso, e cassata la sentenza impugnata con rimessione della causa, per nuovo esame, ad altra sezione della CTR del Friuli Venezia Giulia, che deciderà anche sulle spese di questo giudizio.

P.Q.M.

Accoglie il ricorso; cassa la sentenza impugnata e rinvia, anche per le spese, ad altra sezione della CTR del Friuli Venezia Giulia.

Così deciso in Roma, il 24 settembre 2009.

Depositato in Cancelleria il 30 ottobre 2009

IMPOSTA PUBBLICITA'
Cass. civ. Sez. V, 30-10-2009, n. 23022

REPUBBLICA ITALIANA
IN NOME DEL POPOLO ITALIANO
LA CORTE SUPREMA DI CASSAZIONE
SEZIONE TRIBUTARIA

Composta dagli Ill.mi Sigg.ri Magistrati:

Dott. ALTIERI Enrico - Presidente

Dott. BOGNANNI Salvatore - Consigliere

Dott. MAGNO Giuseppe Vito Antonio - Consigliere

Dott. BERNARDI Sergio - rel. Consigliere

Dott. CARLEO Giovanni - Consigliere

ha pronunciato la seguente:

sentenza

sul ricorso 9669-2006 proposto da:

AIPA SPA in persona del Presidente del Consiglio di Amministrazione pro tempore, elettivamente domiciliato in ROMA VIA CICERONE 28, presso lo studio dell'avvocato DI BENEDETTO PIETRO, che lo rappresenta e difende, giusta delega a margine;

- ricorrente -

contro

TORREFAZIONE CAFFE' KRIFI SPA in persona del legale rappresentante pro tempore, elettivamente domiciliato in ROMA VIALE MAZZINI 11, presso lo studio dell'avvocato CIPOLLA GIUSEPPE MARIA, che lo rappresenta e difende unitamente all'avvocato MARZOLA ANDREA con procura speciale notarile del Not. Dr. ZECCHI in FERRARA, rep. n. 21629 del 31/08/2009, delega a margine;

- controricorrente -

avverso il provvedimento n. 46/2005 della COMM. TRIB. REG. di VENEZIA, depositata il 22/12/2005;

udita la relazione della causa svolta nella pubblica udienza del 24/09/2009 dal Consigliere Dott. SERGIO BERNARDI;

udito per il ricorrente l'Avvocato DI BENEDETTO, che ha chiesto l'accoglimento;

uditi per il resistente gli Avvocati MARZOLA e CIPOLLA che hanno chiesto l'inammissibilità o il rigetto;

udito il P.M. in persona del Sostituto Procuratore Generale Dott. APICE Umberto che ha concluso per il rigetto del ricorso.

Fatto	Diritto	P.Q.M.
-------	---------	--------

Svolgimento del processo

L'AIPA s.p.a., concessionaria del servizio di accertamento e riscossione dell'imposta comunale sulla pubblicità del Comune di Castelviguglielmo, notificava alla Torrefazione Caffè Krifi s.p.a. un avviso di accertamento dell'imposta sulla pubblicità dovuta per l'anno 2003, in relazione alla esposizione di due cassonetti luminosi contenenti le scritte "Trattoria La Vacca" e "Krifi Caffè". La società ricorreva alla CTP di Rovigo sostenendo che trattavasi di insegne esenti dalla pretesa tributaria a norma del *D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507, art. 17, comma 1 bis*. Il giudice accoglieva il ricorso, e la CTR di Venezia respingeva l'appello della concessionaria. Questa ha proposto ricorso per la cassazione della sentenza della CTR con un motivo. La Torrefazione Caffè Krifi resiste con controricorso e memoria.

MOTIVI

Motivi della decisione

Il ricorso deduce che le insegne esposte dalla società resistente non avevano la sola funzione di individuare e contraddistinguere la sede dell'impresa, agevolandone il reperimento da parte delle persone interessate ad entrare con essa in contatto, ma erano altresì intese ed idonee a pubblicizzare un prodotto commercializzato. Integravano pertanto il presupposto dell'imposta sulla pubblicità previsto dal *D.Lgs. n. 507 del 1993, art. 5* (che lo individua in qualsiasi forma di comunicazione visiva o acustica che sia diffusa in luogo pubblico o aperto al pubblico nell'esercizio di una attività economica allo scopo di promuovere la domanda di beni o servizi, ovvero di migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato). Ciò stante, la decisione della CTR, che ha ritenuto esente il manufatto descritto dall'imposta ai sensi del *D.Lgs.*

n. 507 del 1993, art. 17, comma 1 bis costituirebbe falsa applicazione della disposizione normativa, contrastante con la giurisprudenza consolidata in materia, che limita la esenzione dalla imposta sulla pubblicità alle insegne che non contengono anche un messaggio pubblicitario.

La società resistente ha in questa sede prodotto copia delle sentenze 10/30/2007, 1 1/30/07, 1 8/7/07 della CTR di Venezia, e 72/03/05, 5/01/08 della CTP di Rovigo, ed ha invocato il giudicato a sè favorevole su di esse formatosi, allegando che i presupposti di fatto di quelle pronuncia sono gli stessi di questa causa, riferiti a diversi anni di imposta. Ma questa corte non ha alcun modo di verificare che il manufatto considerato in questo processo è lo stesso che nelle sentenze prodotte è stato giudicato esente dall'imposta sulla pubblicità.

Il motivo di ricorso non è fondato.

La giurisprudenza invocata è precedente alla innovazione normativa introdotta con la L. 28 febbraio 2001, n. 448, art. 10. Il comma 1 bis, aggiunto con la novella al *D.Lgs. n. 507 del 1993, art. 17* recita che "l'imposta non è dovuta per le insegne di attività commerciali e di produzione di beni o servizi che contraddistinguono la sede ove si svolge l'attività cui si riferiscono, di superficie complessiva fino al 5 metri quadrati". Il chiaro tenore della disposizione, riferito senza eccezioni a tutte le insegne, non consente di introdurre distinzioni in relazione al concorso dello scopo pubblicitario con la funzione propria della insegna, finchè la "scritta ... installata nella sede dell'attività a cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie" (del *D.P.R. n. 495 del 1992, art. 47*) "che abbia la funzione di indicare al pubblico il luogo di svolgimento dell'attività economica" (del *D.L. n. 13 del 2002, art. 2 bis* convertito nella *L. n. 75 del 2002*) si mantenga nel limite dimensionale di cinque metri quadrati. In tale linea, del resto, il *D.M. 4 aprile 2003, art. 2* (che, ai sensi della *L. n. 448 del 2001, art. 10, comma 3* ha dettato le modalità operative per la determinazione dei trasferimenti compensativi ai comuni a copertura delle minori entrate relative all'imposta sulla pubblicità derivanti dalla esenzione stabilita dal *D.Lgs. n. 507 del 1993, art. 17, comma 1 bis*) prevede (con disposizione operante nel rapporto Stato-Comuni che ridonda nell'interpretazione della norma di esenzione) che "rientrano nelle fattispecie esenti anche le insegne di esercizio che contengono indicazioni relative ai simboli e ai marchi dei prodotti venduti, ad eccezione del caso in cui questi ultimi siano contenuti in un distinto mezzo pubblicitario esposto, cioè, in aggiunta ad un'insegna di esercizio".

Va quindi respinto il ricorso, ma per la relativa novità della questione è giustificata la compensazione delle spese del giudizio.

P.Q.M.

Rigetta il ricorso e compensa le spese.

Così deciso in Roma, nella Camera di consiglio, il 24 settembre 2009.

Depositato in Cancelleria il 30 ottobre 2009

Copyright 2008 Wolters Kluwer Italia Srl. All rights reserved.