L'ICP ed i cartelli pubblicitari

Corte di Cassazione, sez. tributaria, sentenza n. 17852 del 3 settembre 2004

I segnali pubblicitari posti ai bordi delle strade, recanti la menzione della ditta, ancorche' non contengano frasi reclamizzanti, hanno in ogni caso funzione diversa dalla segnaletica stradale, pertanto sono soggetti all'imposta sulla pubblicità.

La sentenza in epigrafe contiene un interessante chiarimento sul significato di "pubblicità" rilevante ai fini dell'applicazione della ICP. Nella fattispecie esaminata dalla Corte, era sorta contestazione riguardo alla determinazione della base imponibile ICP riguardo a certi cartelloni che, pur non contenendo un diretto contenuto reclamistico di prodotti, indicavano la direzione del luogo ove gli stessi venivano commercializzati. Di qui la disputa: il contribuente impugnava l'avviso di rettifica ritenendo che si trattava di cartelli che agevolavano la circolazione stradale, di conseguenza esenti dall'imposta al pari di tutta la cartellonistica stradale.

Di parere differente è stata la Corte Suprema. Infatti, il concetto di pubblicità rilevante ai fini dell'applicazione del tributo non è soltanto una diretta manifestazione di volontà propagandistica, quella cioè finalizzata ad evidenziare le qualità di determinati prodotti, bensì anche tutto ciò che è funzionalmente collegato con l'attività commerciale. Difatti, la funzione di quei cartelli era certamente di facilitare i consumatori nel raggiungere la sede di vendita dei prodotti, diversamente non avrebbe avuto senso la loro presenza ai bordi della sede stradale.

Esiste, quindi, un concetto di pubblicità che, ai fini dell'applicazione dell' ICP, va inteso nel senso funzionale e non solo di diretto contenuto reclamistico [n.d.r.]

Svolgimento del processo

La s.r.l. G., impresa esercente attività di pubblicitica e cartellonistica stradale, impugnò l'avviso di accertamento con il quale il Comune di C. e la I. s.r.l., ente esattore, le avevano chiesto il pagamento della somma di lire 38.000, oltre interessi e soprattassa, per imposta sulla pubblicità in relazione ad alcuni segnali verticali di indicazione recanti la dicitura "Stile B. s.p.a," installati lungo la rete viaria comunale.

Eccepi' la non imponibilità dei predetti segnali, rientrando tra quelli turistici e di territorio disciplinati dall'art.134, comma 1, lett-b) del regolamento di attuazione del codice della strada. L'adita Commissione provinciale respinse il ricorso e stessa sorte riservò all'appello della s.r.l. G. la Commissione tributaria regionale del Piemonte, la quale confermò che i segnali in questione avevano funzione pubblicitaria e che a nulla rilevava la loro conformità alla segnaletica di indicazione prevista dal codice della strada e correlata a finalità del tutto diversa.

La s.r.l. G. ricorre in base a tre motivi per la cassazione di tale sentenza.

La I. s.r.l. resiste con controricorso.

Non spiega attività difensiva il Comune di C..

Vi è memoria della società ricorrente.

Motivi della decisione

Con il primo motivo si denuncia letteralmente "violazione di legge in relazione ai principi generali in materia di ermeneutica" e insufficienza della motivazione su punto decisivo della controversia. Si addebita alla Commissione di avere interpretato la normativa in tema di imposta sulla pubblicità senza coordinarla con la disciplina della "segnaletica pubblicitaria" di cui al codice della strada.

Il motivo è inammissibile stante la sua estrema genericità. Al di là della affermazione iniziale e autoreferenziale della necessità di coordinare le norme di cui al D.lgs. n.507/1993 con quelle del codice della strada e del regolamento di attuazione, non si riesce infatti a comprendere né è specificato dalla ricorrente quale norma di legge è stata violata in concreto e quale punto decisivo della controversia non avrebbe trovato nella sentenza impugnata acconcia risposta sul piano motivazionale.

Con il secondo motivo, denunciando violazione dell'art.39 del D.lgs.30 aprile 1992 n.285 e dell'art.134 D.P.R. 16 dicembre 1992 n.495, recante il regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo codice della strada, in relazione all'art.5 D.lgs. 15 novembre 1993 n.507, si torna a sostenere che i segnali sottoposti a tributo sono formalmente conformi ai segnali verticali di indicazione disciplinati dalle richiamate norme del codice della strada e aventi la funzione di fornire agli utenti della strada informazioni necessarie o utili per la guida e

per l'individuazione di localita', itinerari, servizi e impianti. Ne conseguirebbe, come chiarito da alcune risoluzioni ministeriali, l'esclusione dalla previsione impositiva collegata alla diffusione di un messaggio pubblicitario non rinvenibile nei manufatti in questione.

Con il terzo motivo la ricorrente denuncia violazione e falsa applicazione dell'art.5 D.lgs. 15 novembre 1993 n.507, nonché vizi motivatori e censura l'argomentazione della Commissione tributaria regionale secondo la quale anche nel segnale di indicazione sarebbe insita una funzione pubblicitaria, deducendo in contrario che un segnale verticale conforme al codice della strada non ha alcun riferimento a tutti quei requisiti oggetto dell'attività, prodotto o servizio commercializzato) richiesti perché si possa parlare di pubblicità'.

I motivi in quanto strettamente connessi vanno esaminati insieme.

Essi risultano privi di giuridico fondamento.

Va premesso, in punto di fatto, che - come risulta dalla sentenza impugnata - sono stati ritenuti soggetti a imposta sulla pubblicità' cartelli stradali installati dalla odierna ricorrente lungo la rete viaria del Comune di C. e recanti la scritta "Stile B. s.p.a." seguita dall'illustrazione del percorso per raggiungere lo stabilimento della ditta in questione. Per la ricorrente detti cartelli si sottraggono all'obbligo tributario costituendo, in pratica, "segnali di industria", riconducibili alla categoria dei segnali di indicazione di cui all'art. 39 del codice stradale e più specificatamente all'art. 134 del relativo regolamento, avendo in sostanza lo scopo di facilitare il traffico. Esulerebbe quindi, secondo la società' ricorrente, il fine pubblicitario, che riflette un interesse prettamente privato, mentre lo scopo di agevolare il traffico ha natura esclusivamente pubblica.

In tali tipi di cartelli la Commissione ha invece ritenuto insita una funzione pubblicitaria, nel senso che essi sono idonei a realizzare l'effetto tipico del messaggio pubblicitario, che è la diffusione nel pubblico del prodotto e/o dell'attività svolta dall'impresa. Per i giudici tributari i discussi segnali rientrano quindi nella previsione impositiva dell'art.5 D.lgs. 15 novembre 1993 n.507, avendo lo "scopo di promuovere la domanda dei beni e servizi" del soggetto pubblicizzato. Questi, spiega la sentenza, non ha alcun obbligo normativo di predisporre segnalazioni di sorta per un più facile reperimento della propria sede o dei propri punti vendita. Se le fa, sostenendo per questo un onere economico, è perché così viene facilitato e quindi incentivato, l'incontro con i potenziali clienti e quindi in definitiva per promuovere la domanda dei propri beni e/o servizi. Sottolinea, poi, il giudice a qua che l'unico ambito normativo da cui devono essere tralasciati manufatti come quelli in discorso è il D.lgs. n.507/1993, essendo la normativa legislativa e regolamentare del codice della strada in funzione di esigenze e finalità affatto diverse.

È anzitutto evidente, con specifico riferimento al denunciato vizio della motivazione, che la Commissione ha fornito ampia e esauriente spiegazione del perché i segnali in questione non assolvono, come preteso dalla ricorrente, la esclusiva finalità di fornire agli utenti della strada indicazioni utili per la guida e la circolazione, e sono invece caratterizzati da una vocazione eminentemente pubblicitaria in quanto diretti a promuovere la domanda del bene o del servizio offerto dalla ditta indicate ovvero a accreditarne la immagine presso la generalità dei potenziali clienti.

Peraltro, del tutto errata è la tesi in diritto espressa dalla ricorrente secondo cui i cartelli in discorso, rientrando tra " segnali di indicazione elencati all'art.39, lettera e), D.lgs. 30 aprile 1992, n.285, recante il nuovo codice della strada - includenti, a loro volta, " segnali turistici e di territorio aventi, ex art. 134 D.P.R. 16 dicembre 1992 n.495, "la funzione di fornire agli utenti della strada informazioni necessarie o utili per la guida e la individuazione di localita', itinerari, servizi e impianti"-, non hanno rilevanza ai fini tributari, così come rilevato da risoluzioni ministeriali, difettando il presupposto impositivo di cui all'articolo 5 del D.lgs. 15 novembre 1993, n.507.

Nel caso di specie, racchiudendo i cartelli il riferimento nominativo alla impresa, s.p.a. Stile B., l'eventuale loro inclusione nell'ambito dei c.d. segnali di industria, contenenti indicazioni in ordine alla localizzazione di singole industrie, non ne fa venire meno la parallela natura di segnale di indicazione, contenente messaggio riferito a soggetto o ente che svolge attività economica. Essi, pertanto, vanno considerati ad ogni effetto come forme pubblicitarie finalizzate ad incentivare la domanda di beni o servizi o a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato e, come tali, devono scontare l'imposta sulla pubblicità'.

È esatta, invero, la considerazione giuridica esposta dalla Commissione regionale, secondo cui i segnali di industria contemplati dal codice della strada assolvono l'esclusiva funzione di fornire agli utenti della strada informazioni necessaria o utili per la guida e per la individuazione di localita', itinerari, servizi e impianti, laddove l'esistenza di una utilità per la circolazione stradale - derivante dai cartelli stradali installati dalla società' ricorrente - non può, di per sé, escludere la idoneità pubblicitaria degli stessi cartelli.

In diversi termini, i cartelli indicatori di industrie, laboratori artigianali e negozi di vendita al minuto costituiscono insegne, perché sono segni distintivi del luogo ove dette attività vengono svolte. Tali cartelli, comunque, rivolgendosi a una massa indeterminata di possibili acquirenti e utenti svolgono, per la loro natura, una funzione pubblicitaria, la quale non deve necessariamente accompagnarsi a una vera e propria operazione propagandistico-reclamistica.

Trattasi di cartelli che l'autorità comunale autorizza, ma che non è obbligatorio apporre. La funzione pubblicitaria che essi svolgono è, inoltre, compatibile con la finalità di agevolare la circolazione stradale di chi è diretto verso lo stabilimento, il laboratorio o il negozio indicati del cartello.

In definitiva, è soggetto a imposta sulla pubblicità' qualsiasi mezzo di comunicazione con il pubblico, il quale

- indipendentemente dalla ragione e finalita' della sua adozione - risulti obiettivamente idoneo a fare conoscere indiscriminatamente alla massa indeterminata di possibili acquirenti ed utenti il nome, l'attivita' ed il prodotto di un'azienda, restando irrilevante che detto mezzo di comunicazione non assolvere pure una funzione reclamistica o propagandistica.

E' cioe' sufficiente la idoneita' pubblicitaria dell'iscrizione, onde non puo' condividersi la tesi della societa' ricorrente che, in pratica, ritiene assoggettabile all'imposta la sola "cartellonistica pubblicitaria".

Questa ultima tesi trova smentita nella disciplina complessiva del D.lgs, n.507/1993 che prevede come esenzioni dall'imposta (art. 17) particolari e delimitate ipotesi di avvisi al pubblico (lett.b), mentre ogni forma di comunicazione al pubblico non potrebbe essere considerata oggetto dell'imposta, se dovesse accogliersi l'interpretazione restrittiva sostenuta nel ricorso.

Analogamente, la lettera h) dello stesso art. 17 dichiara esenti dall'imposta solo "le insegne, le targhe e simili" apposti per l'individuazione di alcune specifiche sedi (di soggetti con attivita' non avente fine di lucro); ancora la successiva lettera i) non ritiene sufficiente, per la esenzione dall'imposta, che la esposizione di insegne, larghe e simili "sia obbligatoria per disposizione di legge o di regolamenti" (ed e' ovvio che la "cartellonistica pubblicitaria" non e' mai imposta da norme giuridiche), ma richiede l'ulteriore requisito che tali strumenti non superino certe ridotte dimensioni (il che rende assoggettabili ad imposta le insegne, targhe e simili che, pur obbligatorie per legge, superino dette dimensioni).

Il collegamento tra gli articoli 5 e 17 dimostra, cioe', che alla individuazione dell'oggetto dell'imposta nelle "forme di comunicazione visive" (esposte o effettuate in determinati luoghi) non puo' darsi l'interpretazione ristretta per effetto della quale tale oggetto va identificato nella sola "cartellonistica pubblicitaria".

Deve ritenersi, conseguentemente, che la esistenza di una utilita' per la circolazione stradale - derivante dai cartelli stradali installati dalla societa' ricorrente - non faccia, di per se', escludere la "idoneita' pubblicitaria" degli stessi, affermata dalla Commissione tributaria regionale del Piemonte. Conseguenziale e' il loro assoggettamento all'imposta, per il quale, come detto, non e' necessario che ricorra la finalita' esclusiva di pubblicita' o una volonta' propagandistica.

Discende dalle dette considerazioni il rigetto del ricorso.

La novita' della questione costituisce di per se' giusto motivo di compensazione delle spese.

P.Q.M.

La Corte, rigetta il ricorso e compensa le spese.