

# Sentenza del 31/08/2015 n. 1718 - Comm. Trib. Reg. Emilia Romagna - Sezione/Collegio 9

## Testo

### Intitolazione:

Non disponibile

### Massima:

Non disponibile

## Testo:

### FATTO E DIRITTO

Con ricorso presentato alla Commissione Tributaria Provinciale di Forlì, la contribuente società *XXXXXX srl*, in persona del legale rappresentante pro tempore, impugnava gli avvisi di accertamento n. XXX e n. XXX, notificatili in data 06.05-24.06.2001, emessi dal Comune di Cesenatico per la mancata presentazione della dichiarazione relativa all'imposta Comunale sulla Pubblicità per gli anni 2010 e 2011, con contestuale irrogazione di sanzioni amministrative Riferiva la ricorrente che svolgeva a Cesenatico, presso i locali siti in Viale Roma n. 61, l'attività di agenzia di viaggio e che nell'esercizio della propria attività aveva esposto all'interno delle vetrine ubicate negli anzidetti locali le proposte o le offerte di viaggio - c.d. "annunci" - destinate a chi era interessato ai prodotti da essa trattati. A parere della contribuente l'affissione di detti annunci costituiva una vera e propria esposizione di beni o prodotti proposti in vendita al pubblico e pertanto non poteva essere assoggettata all'imposta comunale sulla pubblicità. Invero, a dire della contribuente, detta affissione non favoriva l'attività d'impresa del *tour operator* né accresceva l'immagine imprenditoriale dello stesso *tour operator* o dell'agenzia. Concludeva la ricorrente affermando che *"gli annunci recanti offerte di viaggio esposte nelle vetrine dell'esercizio commerciale, vadano escluse dal pagamento del tributo se il loro contenuto riguardi, genericamente, elementi e notizie relativi al programma di viaggio, o a località di interesse turistico"*. Si costituiva il Comune di Cesenatico e chiedeva il rigetto del ricorso stante la tassatività delle esenzioni dal pagamento delle imposta pubblicitaria previste ed elencate all'art. 17 comma 1 lett. a) e b) del D. Lgs. 507/1993 ed essendo la superficie della singola vetrina occupata negli anni 2010 e 2011 dalle inserzioni pubblicitarie superiore a ½ mq. Con sentenza 41/03/12 del 30/01/2012 depositata il 05/03/2012 la Commissione Tributaria Provinciale di Forlì accoglieva il ricorso della contribuente, ritenendo che *la "Agenzia di viaggio vende bene e servizi che altri realizzano. E, pertanto: se l'agenzia di viaggio espone in vetrina offerte promozionali o viaggi o vacanze proposte da altri, i tour operators, essa effettua semplici comunicazioni"*. Il pubblico sa bene quale siano i servizi offerti da una Agenzia di viaggi e, nell'esaminare le offerte esposte esercita una potenziale analisi e scelta oggettiva del "prodotto" offerto. Avverso la suddetta decisione ha presentato tempestivo appello il Comune di Cesenatico ribadendo, sostanzialmente, le ragioni già svolte in primo grado. Ha concluso chiedendo la riforma dell'impugnata sentenza con conferma degli impugnati avvisi di accertamento e la condanna della controparte al pagamento delle spese di giudizio. Si è costituita la società *XXXXXX* in persona del legale rappresentante chiedendo il rigetto del gravame, con conseguente conferma della sentenza appellata e condanna dell'appellante al pagamento

delle spese di lite. Ritiene il Collegio che il proposto appello sia fondato. Il Comune di Cesenatico ha accertato e documentato mediante fotografie che la società XXXXXX srl, che svolge in Cesenatico l'attività di agenzia di viaggio nei locali siti in XXXXXX, ha affisso negli anni 2010 e 2011 nelle vetrine e in bacheche illuminate inserzioni relative a offerte riferibili a diversi *tour operator* che occupavano superfici superiori al ½ mq di ognuno degli spazi espositivi. La società menzionata non ha presentato in relazione a tali affissioni alcuna dichiarazione ai fini dell'imposta comunale sulla pubblicità. Diversamente da quanto sostenuto dalla contribuente, l'affissione di tali inserzioni reclamizzanti servizi offerti da terzi, ossia da *tour operators* per conto dei quali l'agenzia di viaggi svolge attività di intermediazione, è soggetta all'imposta comunale sulla pubblicità, stanti le loro dimensioni. La Suprema Corte, analizzando l'analoga fattispecie relativa alle affissioni delle proposte di vendita o di locazione operate da un'agenzia immobiliare in merito a immobili di pertinenza di terzi in relazione ai quali l'agenzia prestava la propria opera di intermediazione, ha chiarito che: *"l'esposizione nella vetrina dei locali di un'agenzia immobiliare di cartelli contenenti fotografie e descrizioni degli immobili offerti in vendita o in locazione integra il presupposto impositivo dell'imposta di pubblicità, perché assolve alla funzione di pubblicizzare (anche senza la modalità di rappresentazione di carattere reclamistico) tali immobili, ossia di promuovere la vendita o la locazione e, quindi e contestualmente, di promuovere l'accesso al pubblico dei servizi di mediazione offerti dall'agenzia; e ciò anche a prescindere dalla presenza, su detti cartelli, del logo o dei recapiti dell'agenzia, in quanto la promozione dell'attività di mediazione svolta dall'agenzia costituisce effetto immediato e diretto della promozione dell'affare la cui mediazione sia stata affidata all'agenzia [...]* Nella nozione di avvisi al pubblico devono comprendersi messaggi esclusivamente informativi in ordine all'attività esercitata nei locali (per esempio, avvisi sugli orari di apertura e chiusura, sulla presenza di un parcheggio riservato, sulle modalità di pagamento accettate, o anche, nel caso di esposizione di merce in vetrina, i cartelli che ne indicano il prezzo e le caratteristiche); deve cioè trattarsi di avvisi aventi non una funzione pubblicitaria, vale a dire di promozione del bene o del servizio offerto, ma la funzione di fornire agli interessati le informazioni necessarie per fruire agevolmente dell'attività esercitata nei locali. Alla stregua di tale principio, i cartelli contenenti la descrizione degli immobili intermediati dall'agenzia immobiliare non possono ricondursi alla nozione di "avvisi al pubblico" perché essi hanno, come sopra illustrato una funzione promozionale, ossia la funzione di attirare verso un immobile determinato l'attenzione di chi abbia interesse ad acquistare o prendere in locazione un immobile. I cartelli esposti nelle vetrine delle agenzie immobiliari, contenenti l'immagine fotografica o la scheda descrittiva di immobili, vanno quindi considerati mezzi pubblicitari, perché promuovono la vendita o la locazione (vale a dire pubblicizzano) gli immobili raffigurati e quindi promuovono (vale a dire pubblicizzano) l'offerta di servizi dell'agenzia che di tali immobili gestisce la mediazione; agenzia che, quindi, gode dell'effetto promozionale generato dai cartelli in esame anche indipendentemente dalla riproduzione sugli stessi del proprio logo e dei propri recapiti". (Cass.Civ. Sez. V - Ord. n. 21966 del 16.10.2014). In modo del tutto sovrapponibile a quelli di un'agenzia immobiliare, anche i servizi prestati da un'agenzia di viaggi consistono nell'attività di intermediazione tra le offerte dei *tour operator* e le richieste dei consumatori che intendono effettuare un viaggio o una vacanza. Anche in tal caso i cartelli esposti nelle vetrine delle agenzie di viaggi, contenenti la descrizione dei viaggi organizzati, la loro durata nonché le località in cui sono situate le strutture alberghiere ove essere ospitati durante la vacanza vanno considerati mezzi pubblicitari in quanto promuovono - pubblicizzano la vendita dei c.d. pacchetti offerti dai *tour operator* e quindi promuovono - pubblicizzano l'offerta dei servizi dell'agenzia che di tali offerte gestisce la mediazione. Anche l'agenzia di viaggi, quindi, gode dell'effetto promozionale generato dai cartelli in oggetto. Pertanto, l'esenzione dal pagamento dell'imposta comunale di pubblicità è prevista soltanto, ai sensi dell'art. 17 lett. b) del D. Lgs 507/1993, se la superficie occupata da tali inserzioni non sia superiore a ½ mq. Nella specie, essendo la superficie occupata dai cartelli pubblicitari superiore a ½ mq, la predetta esenzione non ricorre. Da quanto esposto consegue che in riforma dell'impugnata sentenza il ricorso proposto dalla contribuente avverso gli avvisi di accertamento emessi dal Comune di Cesenatico deve essere respinto. Trattandosi di una questione giuridica nuova si reputa equo compensare le spese relative a entrambi i gradi di giudizio.

## **P.Q.M.**

In riforma dell'impugnata sentenza respinge il ricorso proposto dalla società *XXXXXXXXX srl*, in persona del legale rappresentante pro tempore, avverso gli avvisi di accertamento emessi dal Comune di Cesenatico. Compensa le spese di entrambi i gradi di giudizio.

Bologna 13 luglio 2015.

## **Documenti citati**

## **Documenti collegati**

- Normativa
- Prassi
- Giurisprudenza

-