
Commissione Tributaria provinciale di MILANO Sezione 40: Sentenza 20.02.2002, n. 26

Massima: IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' - MODALITA' DI APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA - MEZZI PUBBLICITARI BIFACCIALI - MAGGIORE EFFETTO PUBBLICITARIO - NON SUSSISTE - ART.7, D.P.R. 507/1993 - APPLICABILITA' - NON SUSSISTE

L'art. 7, D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507, riferendosi esclusivamente ai mezzi pubblicitari polifacciali per i quali l'imposta è calcolata in base alla superficie complessiva adibita alla pubblicità, non può trovare applicazione anche ai mezzi pubblicitari bifacciali, che in quanto costituiti da due sole superfici, non possono essere percepite contemporaneamente dallo stesso osservatore, venendo di conseguenza a mancare quel maggiore effetto pubblicitario fondamento della maggiorazione per i mezzi polifacciali.

Commissione Tributaria provinciale di MILANO Sezione 1: Sentenza 14.11.2001, n. 492

Massima: IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' - DICHIARAZIONE - PRESUNZIONE DI DECORRENZA DELLA PUBBLICITA' - MANCATA AUTORIZZAZIONE COMUNALE - APPLICABILITA' - NON SUSSISTE

La presunzione di decorrenza della pubblicità dal 1° gennaio di cui all'ultimo comma dell'art. 8, D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507, opera solo nel caso in cui il soggetto ometta di presentare la dichiarazione di cui al primo comma dello stesso articolo e non nel caso in cui il soggetto, pur avendo presentato la dichiarazione, non abbia ottenuto la prescritta autorizzazione comunale.

Commissione Tributaria provinciale di MILANO Sezione 36: Sentenza 19.04.2001, n. 68

Massima: IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' - RETTIFICA ED ACCERTAMENTO D'UFFICIO - MOTIVAZIONE - NECESSITA' - SUSSISTE - CARENZA - NULLITA' - CONSEGUE

E' illegittimo per carenza di motivazione l'avviso di accertamento privo dell'indicazione di alcuna metodologia di calcolo, nonché degli opportuni riferimenti normativi.

Commissione Tributaria provinciale di MILANO Sezione 33: Sentenza 17.04.2001, n. 191

Massima: IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' - PRESUPPOSTO DELL'IMPOSTA - LUOGO APERTO AL PUBBLICO - CORTILE PRIVATO - LEGITTIMITA' - SUSSISTE

In tema di imposta di pubblicità, il presupposto per l'imponibilità di cui all'art. 5, D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507, deve ritenersi sussistere allorché l'esposizione della targa professionale, superiore ai trecento centimetri quadrati ex art. 7, comma 2, decreto legislativo citato, avvenga in un cortile che per sua natura risulta aperto al pubblico in quanto accessibile durante il giorno ad un numero indeterminato di persone (in senso analogo si è espressa la Suprema Corte, Sez. I civ., sent. n. 1930, del 9 marzo 1990).

Massima: IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' - CONTENZIOSO - PROVA CONTRARIA - ONERE DEL CONTRIBUENTE - SUSSISTE

In tema di imposta di pubblicità, grava sul contribuente l'onere di dimostrare di avere esposto una targa professionale di dimensione inferiore a quanto previsto dall'art. 7, comma 2, e, quindi, la non assoggettabilità al tributo.

Commissione Tributaria provinciale di MILANO Sezione 5: Sentenza 07.03.2001, n. 64

Massima: IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' - MODALITA' DI APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA - DETERMINAZIONE DELL'IMPOSTA - PANNELLI PUBBLICITARI

L'imposta sulla pubblicità, qualora questa sia effettuata attraverso dei pannelli, è dovuta soltanto per la parte degli stessi in cui vi è la scritta o il disegno (c.d. mezzo pubblicitario) e non per l'intero pannello, in armonia con la ratio della norma che mira a tassare la comunicazione al pubblico e non anche il supporto strumentale di essa.

Commissione Tributaria regionale di LOMBARDIA Sezione 10: Sentenza 05.03.2001, n. 8

Massima: IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' - PUBBLICITA' EFFETTUATA CON VEICOLI - VEICOLI DI SERVIZI INTERURBANI - COMUNE COMPETENTE A RISCOUTERE L'IMPOSTA - IN PARTI UGUALI IL COMUNE DI INIZIO E FINE CORSA - LEGITTIMITA' - SUSSISTE

A norma dell'art. 13, D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507, per i veicoli adibiti a servizi di linea interurbana, l'imposta sulla pubblicità è dovuta nella misura di metà a ciascuno dei Comuni in cui ha inizio e fine la corsa.

Commissione Tributaria provinciale di MILANO Sezione 36: Sentenza 19.10.2000, n. 240

Massima: IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ - RETTIFICA ED ACCERTAMENTO D'UFFICIO - MOTIVAZIONE SCARNA - SUFFICIENZA - SUSSISTE

? sufficiente motivato l'avviso di accertamento che contenga, seppur in modo stringato, tutti gli elementi necessari per poter instaurare un contraddittorio.

Commissione Tributaria provinciale di MILANO Sezione 17: Sentenza 30.06.2000, n. 185

Massima: IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' - PRESUPPOSTO DELL'IMPOSTA - ESPOSIZIONE DI CARTELLI CHE NON RECANO MARCHI O SIMBOLI - APPLICABILITA' DELL'IMPOSTA - NON SUSSISTE

Ai sensi dell'art. 5, D. Lgs. 15 novembre 1993, n. 507, presupposto dell'imposta è la diffusione di messaggi pubblicitari attraverso forme di comunicazione visive o acustiche, diverse da quelle assoggettate al diritto sulle pubbliche affissioni, in luoghi pubblici o aperti al pubblico. (Nel caso di specie, l'imposta non è stata ritenuta applicabile in quanto i cartelli non recavano alcun messaggio promozionale ed erano stati installati al solo scopo di migliorare la viabilità e creare maggiore sicurezza stradale).

Commissione Tributaria provinciale di Taranto Sezione 2: Sentenza 11.05.2000, n. 25

Integrale: TRIBUTI LOCALI - PUBBLICITA' - TARGHE ADIACENTI AL PORTONE D'INGRESSO DEGLI STUDI PROFESSIONALI - INTASSABILITA' SVOLGIMENTO DEL PROCESSO

Russo avv. (...) ricorre avverso l'avviso di accertamento ed invito di pagamento relativo all'imposta comunale sulla pubblicità per l'anno 1999 emesso dall'Ufficio Affissioni e Pubblicità del Comune di Taranto tramite la Concessionaria del servizio la DO.GRE. Pubblicità Srl ed inerente l'apposizione di una targa indicante la sede dello studio e l'attività esercitata di avvocato.

Sostiene il ricorrente che l'imposta non è dovuta in quanto la targa si limita ad indicare l'ubicazione dello studio professionale e, quindi, non può essere intesa come diffusione di messaggio pubblicitario.

Chiede, pertanto, l'annullamento dell'avviso di accertamento, con vittoria di spese.

Risulta costituito l'ufficio affissione e pubblicità del Comune di Taranto - Concessionaria Do.Gre Pubblicità Srl - il quale eccepisce l'infondatezza della domanda in quanto la tassabilità delle targhe professionali si desume dalla loro finalità perseguita dal soggetto di promuovere la domanda di beni e servizi e di migliorare la propria immagine.

All'udienza di pubblica discussione del 22/02/2000 il ricorrente si riportava al ricorso, mentre il rappresentante dell'ufficio si riportava alle proprie controdeduzioni.

MOTIVI DELLA DECISIONE

Il D.P.R. 26 ottobre 1972 n. 639 - art. 6 - assoggettava a imposta le insegne, le iscrizioni e tutte le altre forme pubblicitarie visive e acustiche esposte od effettuate nell'ambito del territorio comunale in luoghi pubblici o aperti al pubblico o comunque da tali luoghi percepiti.

Con l'art. 5 del D.Lgs. n. 507/93 è prevista una nuova definizione del presupposto dell'imposta, individuato nella diffusione di "messaggi pubblicitari" allo scopo di promuovere la domanda di beni e servizi per migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato, restringendo in tal modo il campo di applicazione dell'imposta.

La predetta disposizione assoggetta ad imposizione ogni "messaggio pubblicitario", il quale, avendo finalità commerciale o rilevanza economica, sia espressivo di un reddito o di una spesa. La stessa interpretazione fornita dal Ministero delle finanze

con la circ. 17 marzo 1994, n. 10/E, esclude dall'imposizione tutte le forme di comunicazione prive di contenuto pubblicitario. Infatti la detta circolare così recita: "Nell'art. 5 è prevista una nuova definizione del presupposto dell'imposta, individuate nella diffusione dei soli messaggi divulgati nell'esercizio di una attività economica realizzati quindi al fine di promuovere la domanda di beni e servizi, ovvero finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato".

La targa adiacente al portone di ingresso recante il nome del ricorrente e la sede legale dell'attività esercitata (studio legale) non promuove alcuna domanda, né migliora l'immagine del soggetto, non costituisce alcun "messaggio pubblicitario" e come tale non è assoggettabile ad imposta.

La Commissione ritiene, nel caso di specie, che la targa in questione ha contenuto meramente indicativo, priva di qualsiasi messaggio promozionale e/o pubblicitario, non potrebbe essere invece il mezzo attraverso cui si rendono note talune particolarità o caratteristiche inerenti all'attività svolta (per es. studio legale tributario, civile, penale, commerciale, etc.).

Ciò posto le insegne e le targhe perché possano essere oggetto di imposizione e devono avere la struttura e lo scopo di "messaggio pubblicitario" in modo da far conoscere talune peculiarità e caratteristiche inerenti l'attività.

È l'indicazione di qualsiasi altra caratteristica che conferisce allo studio legale la natura di un vero e proprio "messaggio pubblicitario", rilevante ai fini dell'imposta sulla pubblicità, non la semplice indicazione del nome e della sede.

Nel caso di specie, si ripete, la targa recante il nome e la sede ha contenuto puramente e semplicemente indicativo, come indicativo è il nome apposto al citofono, alla porta d'ingresso, etc.

Commissione Tributaria provinciale di Milano Sezione 46: Sentenza 09.04.1999, n. 76

Massima: IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ - PRESUPPOSTO DELL'IMPOSTA - ESPOSIZIONE DI CARTELLI CHE NON RECANO MARCHI O SIMBOLI - APPLICABILITÀ DELL'IMPOSTA - NON SUSSISTE

Ai sensi dell'art. 5, D. Lgs. 15 novembre 1993, n. 507, presupposto dell'imposta è la diffusione di messaggi pubblicitari attraverso forme di comunicazione visive o acustiche, diverse da quelle assoggettate al diritto sulle pubbliche affissioni, in luoghi pubblici o aperti al pubblico. Si considerano, inoltre, rilevanti i messaggi diffusi nell'esercizio di una attività economica allo scopo di promuovere la domanda di beni o servizi.

(Nel caso di specie, l'imposta non è stata ritenuta applicabile in quanto i cartelli non recavano alcun messaggio promozionale ed erano stati installati al solo scopo di migliorare la viabilità e creare maggiore sicurezza stradale).

Commissione Tributaria provinciale di Milano Sezione 38: Sentenza 05.10.1998, n. 166

Massima: IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ - PUBBLICITÀ EFFETTUATA CON PANNELLI LUMINOSI E PROIEZIONI - USO DI TELEVISORI - APPLICABILITÀ - NON SUSSISTE

L'art. 14, c. 4, D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507, presupponendo l'uso di diapositive luminose o cinematografiche su schermi o pareti riflettenti, non trova applicazione nelle ipotesi in cui si sia fatto uso di televisori proiettanti immagini pubblicitarie, dovendosi in tal caso applicare l'art. 12 del citato decreto, indipendentemente dal numero dei messaggi diffusi (Nella specie trattavasi di televisori installati in diverse postazioni, collegati in rete e proiettanti immagini pubblicitarie e messaggi di utilità, come meteo ed altro).

Massima: IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ - PRESUPPOSTO DELL'IMPOSTA - MESSAGGI PUBBLICITARI DI RILEVANZA PUBBLICA - INDICAZIONE DI SPONSOR PRIVATI - IMPONIBILITÀ - SUSSISTE

Gli striscioni che contengono non solo messaggi pubblicitari di rilevanza pubblica, ma anche indicazioni di enti di natura economica ad essi estranei (sponsor privati), realizzano il presupposto impositivo di cui all'art. 5, D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507, anche se nel complesso gli spazi riservati a tali sponsor risultano di entità secondaria rispetto al messaggio principale (Nel caso di specie, il contribuente aveva fornito gratuitamente al Comune striscioni contenenti messaggi di rilevanza pubblica, i quali però, nel contesto del messaggio, prevedevano nominativi di sponsor privati che tuttavia non ne alteravano in concreto la natura collettiva).

Massima: IMPOSTA SULLA PUBBLICITÀ - MODALITÀ DI APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA - MESSAGGI PUBBLICITARI DI RILEVANZA PUBBLICA - INDICAZIONE DI SPONSOR PRIVATI - NON RILEVA

È illegittima l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità quando sia calcolata sull'intera superficie degli striscioni, contenenti messaggi pubblicitari di natura collettiva accompagnati da indicazioni di sponsor privati, in quanto la stessa deve essere determinata solo avendo riguardo alla parte in cui è racchiuso il messaggio pubblicitario contenente la denominazione della società sponsor o comunque riferita alla medesima. (Nel caso di specie, il contribuente aveva fornito gratuitamente al

Comune striscioni contenenti messaggi di rilevanza pubblica, i quali però, nel contesto del messaggio, prevedevano nominativi di sponsor privati che tuttavia non ne alteravano in concreto la natura collettiva).

Commissione Tributaria provinciale di Milano Sezione 17: Sentenza 13.07.1998, n. 221

Massima: IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' - MODALITÀ DI APPLICAZIONE DELL'IMPOSTA - MESSAGGI PUBBLICITARI DI NATURA COMMERCIALE E NON - MODALITÀ DI CALCOLO DELL'IMPOSTA - CRITERI

E' illegittima l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità quando sia calcolata sull'intera superficie degli striscioni, contenenti messaggi pubblicitari di natura collettiva accompagnati da indicazioni di sponsor privati, in quanto la stessa deve essere determinata solo avendo riguardo alla parte in cui è racchiuso il messaggio pubblicitario contenente la denominazione della società sponsor o comunque riferita alla medesima.

(Nel caso di specie, il contribuente aveva fornito gratuitamente al Comune striscioni contenenti messaggi di rilevanza pubblica, i quali però, nel contesto del messaggio, prevedevano nominativi di sponsor privati che tuttavia non ne alteravano in concreto la natura collettiva).

Massima: IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' - PRESUPPOSTO DELL'IMPOSTA - MESSAGGI PUBBLICITARI DI RILEVANZA PUBBLICA - INDICAZIONE DI SPONSOR PRIVATI - IMPONIBILITÀ - SUSSISTE

Gli striscioni che contengono non solo messaggi pubblicitari di natura sociale non commerciale, ma anche indicazioni di enti di natura commerciale (sponsors privati), realizzano il presupposto impositivo di cui all'art. 5, D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507, anche se, nel complesso, gli spazi riservati a tali sponsors risultano di entità secondaria rispetto al messaggio principale.

(Nel caso di specie, il contribuente aveva fornito gratuitamente al Comune striscioni contenenti messaggi di rilevanza pubblica, i quali però, nel contesto del messaggio, prevedevano nominativi di sponsors privati che tuttavia non ne alteravano in concreto la natura collettiva).

Commissione Tributaria provinciale di Milano Sezione 40: Sentenza 30.06.1998, n. 266

Massima: IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' - PUBBLICITÀ EFFETTUATA CON PANNELLI LUMINOSI E PROIEZIONI - INSEGNA LUMINOSA DISTRUTTA DA IGNOTI - RILEVANZA AI FINI TRIBUTARI - NON SUSSISTE

La denuncia di avvenuta distruzione ad opera di ignoti dell'insegna luminosa non può assumere rilevanza dal punto di vista amministrativo e tributario; l'imposta resta pertanto dovuta.

Commissione Tributaria provinciale di Milano Sezione 16: Sentenza 13.03.1998, n. 51

Massima: IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' - DICHIARAZIONE - OMISSIONE - PRESUNZIONE DI POSSESSO INTERMEDIO - ILLEGITTIMITÀ - SUSSISTE

Qualora il Comune accerti, in più anni non consecutivi, la omissione della preventiva obbligatoria dichiarazione di esposizione di mezzi pubblicitari, non appare legittima l'applicazione della presunzione di possesso ex art. 1142 c.c. agli anni intermedi rispetto ai quali non risultino accertamenti, in considerazione del fatto che l'art. 8, c.4, D.Lgs 15 novembre 1993, n. 507, è una norma speciale rispetto alla presunzione generale di cui al citato articolo.

Commissione Tributaria provinciale di Milano Sezione 16: Sentenza 13.03.1998, n. 49

Massima: IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' - DICHIARAZIONE - OMISSIONE - PRESUNZIONE DI POSSESSO INTERMEDIO - ILLEGITTIMITÀ - SUSSISTE

Allorquando il contribuente si sottragga all'obbligo di presentare al Comune la dichiarazione preventiva di esposizione di mezzi pubblicitari per più anni non consecutivi, è illegittima l'applicazione della imposta per i periodi intermedi rispetto ai quali non sussistono accertamenti. In tali ipotesi non pare richiamabile la presunzione di possesso intermedio sancita dall'art. 1142 c.c., dovendosi invece applicare la disposizione dell'art. 8, c.4, D.Lgs 15 novembre 1993, n. 507, quale norma speciale.
