

Civile Ord. Sez. 5 Num. 20948 Anno 2019

Presidente: DI IASI CAMILLA

Relatore: CIRESE MARINA

Data pubblicazione: 06/08/2019

ORDINANZA

sul ricorso 2586-2015 proposto da:

ICA SOCIETA' UNIPERSONALE - IMPOSTE COMUNALI AFFINI
SRL, elettivamente domiciliato in ROMA VIALE TIZIANO
110, presso lo studio dell'avvocato SIMONE TABLO', che
lo rappresenta e difende unitamente all'avvocato
ALESSANDRO CARDOSI;

- ricorrente -

contro

2019

2249

NUOVA IMMAGINE 1 DI AMEDEO STEFANINI SAS,
elettivamente domiciliato in ROMA VIALE LIEGI 35B,
presso lo studio dell'avvocato ROBERTO COLAGRANDE, che
lo rappresenta e difende unitamente all'avvocato
FRANCESCO LARUFFA;

- controricorrente -

avverso la sentenza n. 1872/2014 della COMM.TRIB.REG.
di BOLOGNA, depositata il 27/10/2014;
udita la relazione della causa svolta nella camera di
consiglio del 11/04/2019 dal Consigliere Dott. MARINA
CIRESE.

Ritenuto che :

la Nuova Immagine 1 di Amedeo Stefanini s.a.s. impugnava dinanzi alla CTP di Bologna l'avviso di accertamento n. 87 del 18.2.2013 emesso dalla ICA s.r.l., quale concessionaria del servizio di accertamento, liquidazione e riscossione della imposta comunale sulla pubblicità per conto del Comune di Crespellano, avente ad oggetto l'imposta comunale sulla pubblicità relativamente all'anno 2012 per un'asserita differenza di imposta rispetto a quanto versato dal contribuente nei termini di legge, eccependone l'illegittimità sotto molteplici profili.

La CTP di Bologna con sentenza del 26 febbraio 2014 rigettava il ricorso.

Proposto appello da parte della contribuente, la CTR della Emilia Romagna con sentenza in data 27.10.2014, in riforma della sentenza impugnata, accoglieva l'appello e dichiarava illegittimo l'avviso di accertamento ritenendo che l'imposta sulla pubblicità debba essere determinata in base alla superficie della minima figura piana geometrica in cui è circoscritto il mezzo pubblicitario indipendentemente dal numero dei messaggi in esso contenuti.

Avverso detta pronuncia la concessionaria ICA proponeva ricorso per cassazione articolato in un motivo cui resisteva con controricorso il contribuente.

Parte ricorrente depositava memoria ex art. 380 bis c.p.c.

Considerato che:

Con l'unico motivo di ricorso rubricato "*Violazione e falsa applicazione degli artt. 5,7, comma 1, e 6 d.lgs. n. 507 del 1993*" parte ricorrente deduceva che la CTR aveva errato nel ritenere che rilevante ai fini impositivi fosse lo strumento per mezzo del quale il messaggio pubblicitario viene veicolato all'esterno e non invece il contenuto in sé della forma di comunicazione ovvero il messaggio pubblicitario in sé.

Il motivo è fondato.

La fattispecie oggetto del giudizio riguarda i cosiddetti impianti segnaletici detti "frece direzionali", ovvero le strutture su cui sono collocate una serie di tabelle di segnaletica direzionale di indirizzamento verso la sede delle imprese segnalate facenti capo nella specie ad un unico soggetto intestatario dell'autorizzazione amministrativa, ovvero la Nuova Immagine 1 s.a.s. (soggetto diverso dai soggetti reclamizzati che al più possono assumere la veste di responsabili in solido ex art. 6, comma 2, del d.lgs. n. 507 del 1993).

Oggetto di contestazione è il criterio adottato per il calcolo della superficie imponibile, considerato che la società concessionaria con l'emissione dell'avviso di accertamento impugnato ha adottato un criterio di calcolo della superficie parametrato al singolo messaggio pubblicitario.

A riguardo la CTR dell'Emilia, nell'accogliere l'appello del contribuente con la conseguente declaratoria di illegittimità dell'avviso de quo, ha viceversa ritenuto che *"..l'imposta non si calcola, e quindi non si versa, in riferimento alla complessiva area occupata dalla pubblicità (indipendentemente dal numero dei messaggi) ma con riferimento all'intera superficie espositiva del supporto, cioè con riferimento alla potenzialità del supporto di veicolare messaggi pubblicitari"*.

La pronuncia impugnata non ha fatto applicazione del principio affermato da Cass., Sez. 5, n. 252/2012 secondo il quale «In tema di imposta comunale sulla pubblicità, l'art. 7, comma 1, del d. lgs. 15 novembre 1993, n. 507, identifica il presupposto impositivo nel "mezzo pubblicitario", inteso come qualsiasi forma di comunicazione avente lo scopo di promuovere la domanda di beni e servizi e di migliorare l'immagine aziendale in collegamento inscindibile con la forma adoperata per la divulgazione, con la conseguenza che, nell'ipotesi di plurimi messaggi pubblicitari, concernenti aziende diverse, collocati su un unico pannello, il tributo deve essere determinato in base alla superficie espositiva utilizzata da ciascuna delle imprese pubblicizzate, indipendentemente dalle dimensioni del mezzo pubblicitario cumulativo».

Nella specie la S.C. aveva respinto il ricorso della società ricorrente, evidenziando preliminarmente che la disciplina sull'imposta della pubblicità non

detta una definizione di "mezzo pubblicitario", limitandosi soltanto ad individuare l'elemento funzionale-comunicativo assolto del "mezzo", con generico riferimento alle modalità attraverso le quali detta funzione trova attuazione realizzando il presupposto d'imposta normativamente identificato nella "diffusione di messaggi pubblicitari effettuata attraverso forme di comunicazione visive o acustiche" (art. 5, comma 1).

Con la locuzione "mezzo pubblicitario" può, dunque, descriversi qualsiasi forma di comunicazione avente lo scopo di promuovere la domanda di beni o servizi ovvero di migliorare la immagine aziendale.

Il fatto fiscalmente rilevante è da rinvenirsi, pertanto, nell'indissolubile legame tra il "messaggio pubblicitario" e la "forma utilizzata per la comunicazione" dello stesso, dovendo conseguentemente escludersi che il mero "impianto" (supporto materiale o strumento meccanico: ad esempio una superficie espositiva poligonale collocata su di un palo infisso nel terreno), ove inutilizzato, ovvero privo di messaggio pubblicitario, possa essere assoggettato alla imposta in questione (potrà, invece, essere eventualmente assoggettato, ricorrendone i presupposti, alla applicazione della tassa sulla occupazione di suolo pubblico).

Con riguardo al calcolo dell'imposta, la giurisprudenza di questa Corte, in linea con una interpretazione conforme al principio della capacità contributiva ex art. 53 Cost., ha opportunamente precisato che, nel caso di utilizzo di impianti, occorre distinguere la superficie potenzialmente utilizzabile per i messaggi (spazio utilizzabile per la pubblicità) e le altre superfici composte dalle cornici, pali e strutture di sostegno, protezioni, ecc, distinte dalla superficie sfruttabile ed oggettivamente inidonee ad essere utilizzate per la diffusione dei messaggi pubblicitari. Ne consegue che deve essere assoggettato ad imposta soltanto lo spazio destinabile alla pubblicità, mentre dovrà essere tassata la intera superficie relativa all'impianto se anche gli indicati elementi di supporto siano strutturati in modo tale da poter essere utilizzati per la pubblicità (vedi Cass. Sez. 5, n. 4908/2005; id. n. 4399/2008; n. 23023/2009).

Ed invero, come anche da ultimo affermato, "In tema di determinazione dell'imposta comunale sulla pubblicità, opera la regola generale della tassazione per ciascun messaggio pubblicitario, salva l'ipotesi, contemplata dall'art. 7, comma 5, del d.lgs. n. 507 del 1993, da ritenersi derogatoria della stessa e quindi rientrante nell'onere probatorio del contribuente che ne invoca l'applicazione, nella quale possono essere tassati unitariamente più messaggi pubblicitari, caratterizzati da un collegamento strumentale inscindibile, in quanto di identico contenuto, sebbene non collocati in un unico spazio o in un'unica sequenza. (Fattispecie in tema di cartelli pubblicitari bifronte) (Cass. Sez. 6-5, n. 32648/18).

In applicazione di tali principi, il ricorso va accolto con la conseguente cassazione della sentenza impugnata e, non essendo necessari ulteriori accertamenti di fatto ex art. 384, secondo comma, ultima parte, c.p.c., la causa può essere decisa nel merito con il rigetto del ricorso originario proposto dal contribuente.

La regolamentazione delle spese di lite, disciplinata come da dispositivo segue la soccombenza.

P.Q.M.

In accoglimento del ricorso, cassa la sentenza impugnata e decidendo nel merito rigetta il ricorso del contribuente;

condanna Nuova Immagine 1 di Amedeo Stefanini s.a.s. al pagamento delle spese di lite che liquida in Euro 1000,00 oltre accessori di legge.

Così deciso in Roma nella camera di consiglio dell'11.4.2019.