Ordinanza del 02/10/2020 n. 21043 - Corte di Cassazione - Sezione/Collegio 6

Testo

Intitolazione:

Imposta di pubblicità - Gigantografie - Scontano l'imposta.

Massima:

Sono soggette all'imposta sulla pubblicità le grandi fotografie che coprono l'intera superficie delle vetrine di un supermercato e rappresentano cibi vari (latte, verdure, pane, formaggi, eccetera), materie prime, scene agresti, persone che cucinano, che consumano pasti in compagnia della famiglia o di amici, poiché costituiscono immagini che inequivocabilmente promuovono l'attività dell'esercente e sono dirette a richiamare l'attenzione degli eventuali acquirenti. Infatti, costituisce fatto imponibile qualsiasi mezzo di comunicazione con il pubblico, idoneo a far conoscere alla massa di possibili acquirenti il nome, l'attività e il prodotto di una azienda non implicando la funzione pubblicitaria una vera e propria operazione reclamistica o propagandistica. L'oggetto dell'imposta sulla pubblicità, ex articolo 5, Decreto legislativo n. 507/1993, è costituito dai comportamenti pubblicitari, visivi o acustici, realizzati tramite affissione su appositi impianti o altri mezzi disponibili, e va riferito non all'attività di diffusione del messaggio ma al mezzo pubblicitario disponibile, avente lo scopo di promuovere la domanda di beni e/o servivi e di migliorare l'immagine aziendale a prescindere dal tempo durante il quale tali mezzi siano stati effettivamente utilizzati, non potendo l'amministrazione comunale accertare se ogni singolo mezzo autorizzato sia stato realmente impiegato per la diffusione dei messaggi pubblicitari e per quanto tempo. In relazione alla pubblicità in vetrina anche per le agenzie immobiliari che hanno scelto di esercitare l'attività d'impresa in un locale munito di vetrina, esponendo cartelli che descrivano gli immobili offerti in vendita o in locazione è frutto della strategia dell'agenzia immobiliare mirante a sfruttare la funzione di pubblicizzare (anche senza l'adozione di modalità di rappresentazione di carattere reclamistico) tali immobili, ossia di promuoverne la vendita o la locazione e, quindi e contestualmente, di promuovere l'accesso del pubblico ai servizi di mediazione offerti dall'agenzia, e ciò anche a prescindere dalla presenza, su detti cartelli, del logo e dei recapiti dell'agenzia, in quanto la promozione dell'attività di mediazione svolta costituisce effetto immediato e diretto della promozione dell'affare la cui mediazione sia stata affidata all'agenzia.

Massima redatta a cura del Ce.R.D.E.F.

Testo:

RILEVATO

che:

Con sentenza in data 13 novembre 2018 la Commissione tributaria regionale della Lombardia rigettava l'appello proposto dalla Societa' Unipersonale (------) s.r.l., societa' concessionaria per l'accertamento, la liquidazione e la riscossione dell'imposta comunale sulla pubblicita', avverso la decisione di primo grado che aveva accolto il ricorso proposto dalla (------) S.p.A. contro l'avviso di accertamento, relativo all'anno d'imposta 2015, avente ad oggetto imposta comunale sulla pubblicita' per l'esposizione di mezzi pubblicitari apposti sulle vetrine di un punto vendita (minimarket) sito nel Comune di (------). Rilevava, in particolare, la CTR che "le vetrofanie apposte sulle vetrine del mini market in questione sono carenti di funzione pubblicitaria, trattandosi di anonime riproduzioni di alcuni articoli in vendita che non richiamano in alcun modo la denominazione sociale del contribuente, limitandosi a raffigurare cibo in genere".

Avverso la suddetta sentenza la Societa' Unipersonale (------) s.r.l., con atto dell'8 febbraio 2019, ha proposto ricorso per cassazione, affidato ad un motivo.

La contribuente non ha svolto difese.

Sulla proposta del relatore ai sensi dell'articolo 380 bis c.p.c., risulta regolarmente costituito il contraddittorio camerale.

CONSIDERATO

che:

Con unico mezzo la ricorrente denuncia, in relazione all'articolo 360 c.p.c., comma 1, n. 3, la violazione del Decreto Legislativo n. 507 del 1993, articoli 5 e 6, e violazione del Decreto Legislativo n. 507 del 1993, articolo 17, comma 1, lettera a) e b), stante l'insussistenza dei presupposti di esenzione dal pagamento dell'imposta.

Il ricorso e' fondato.

Secondo il consolidato orientamento di questa Corte costituisce fatto imponibile qualsiasi mezzo di comunicazione con il pubblico, il quale risulti - indipendentemente dalla ragione e finalita' della sua adozione - obbiettivamente idoneo a far conoscere indiscriminatamente alla massa indeterminata di possibili acquirenti ed utenti cui si rivolge il nome, l'attivita' ed il prodotto di una azienda, non implicando la funzione pubblicitaria una vera e propria operazione reclamistica o propagandistica (Cass. n. 17852 del 2004, Cass. n. 15449 del 2010).

In fattispecie che appare assimilabile a quella in esame, si e' precisato (Cass. n. 1359 del 2019) che, in tema di imposta sulla pubblicita', occorre distinguere i mezzi di comunicazione con il pubblico, soggetti ad imposizione, in quanto obiettivamente idonei a veicolare un messaggio, diretto ad una pluralita' indeterminata di possibili acquirenti, che promuova l'immagine ovvero i

prodotti e/o servizi di un'azienda da quelli aventi finalita' meramente decorativa, per i quali detta imposta non trova invece applicazione. Nel caso di specie, la Corte ha osservato che le "grandi fotografie che coprono l'intera superficie delle vetrine di un supermercato e rappresentano cibi vari (latte, verdure, pane, formaggi, ecc.), materie prime, scene agresti, persone che cucinano, persone che consumano pasti in compagnia della famiglia o di amici" costituiscono immagini che inequivocabilmente promuovono l'attivita' dell'esercente e sono dirette a richiamare l'attenzione dell'eventuale acquirente, in quanto sono strettamente attinenti all'attivita' commerciale svolta all'interno del supermercato.

La CTR, nel negare la funzione pubblicitaria delle vetrofanie apposte sulle vetrine del minimarket in quanto anonime riproduzioni di alcuni articoli in vendita che non richiamano la denominazione sociale del contribuente e che raffigurano cibo in genere, non si e' conformata ai principi di diritto innanzi richiamati.

Il ricorso va dunque accolto e la sentenza impugnata cassata, con rinvio per un nuovo esame alla Commissione tributaria regionale della Lombardia, in diversa composizione, la quale provvedera' anche in ordine alle spese del presente giudizio.

P.Q.M.

Accoglie il ricorso, cassa la sentenza impugnata e rinvia alla Commissione tributaria regionale della Lombardia, in diversa composizione, cui demanda di provvedere anche sulle spese del giudizio di legittimita'.

Documenti citati

Documenti collegati

- Normativa
- Prassi
- Giurisprudenza