Pubblicità: il segnale turistico sconta l'imposta se contiene anche indicazioni per l'albergo

Corte di Cassazione - Sezione tributaria - Sentenza 23 settembre-4 novembre 2009 n. 23383

Presidente Altieri - Relatore Didomenico

LA MASSIMA

Tributi locali - Imposta comunale sulla pubblicità e affissioni - Cartelli indicatori - Non rileva la funzione pubblica svolta - Prevale il fine privato del messaggio pubblicitario - Conseguenze - Soggettività passiva.

Svolgimento del processo

Con sentenza del 22/01/2002 la Commissione Tributaria Regionale del Piemonte, respingendo l'appello della Ga. s.r.l., confermava la sentenza della Commissione Tributaria Provinciale di Torino che aveva rigettato il ricorso della medesima società avverso gli avvisi di accertamento e invito a pagamento n. (OMESSO) per l'anno 1998 del Comune di Orbassano e dell'AI. s.r.l, l'Ente Esattore, in ordine ad imposta sulla pubblicità relativa a cartelli indicatori.

Ha proposto ricorso per Cassazione la Ga. s.r.l. fondandolo su violazione di legge e vizio motivazionale.

Solo l'AI. s.r.l. ha resistito con controricorso.

La causa è stata rimessa alla decisione in pubblica udienza.

Motivi della decisione

Il primo motivo del ricorso, in cui la contribuente osserva che il Comune di Orbassano non avendo adottato il regolamento per l'applicazione della imposta di pubblicità deve attenersi necessariamente delle disposizioni contenute nelle leggi e nei principi generali dell'ordinamento, non si traduce poi in alcuna doglianza specifica, per cui deve ritenersi inammissibile. Non 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, denunziando violazione del Decreto Legislativo 30 aprile 1992, n. 285, articolo 39 e del Decreto del Presidente della Repubblica 16 dicembre 1992, n. 495, articolo 134 recante il regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo C.d.S., in relazione al Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507, articolo 5 si assume 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 necessari o utili per la guida e per l'individuazione di località, 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 denunzia violazione e falsa applicazione del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507, articolo 5 nonché vizi motivatoli 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 devono essere esaminati congiuntamente, ma sono privi di giuridico fondamento.

Un caso analogo, con la medesima ricorrente, è stato esaminato e deciso da questa Corte con sentenza 17852/2004 e dal relativo insegnamento in diritto questa Corte non ritiene di doversi discostare, non essendo state dedotte valide ragioni contrarie.

Va premesso, in punto di fatto, che i segnali in questione del tipo "frecce" apposti all'interno del centro abitato recavano scritte del tipo (OMESSO), (OMESSO), (OMESSO), (OMESSO), (OMESSO), (OMESSO), seguita dalla indicazione per raggiungere le relative ubicazioni. Per la ricorrente detti cartelli si sottraggono all'obbligo tributario e sono riconducibili alla categoria dei segnali di indicazione di cui all'articolo 39 C.d.S. e più specificatamente all'articolo 134 reg. C.d.S., 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 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507, articolo 5 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 lo fa sostenendo per questo un onere economico, è perché così viene facilitato, e quindi incentivato, riscontro con i potenziali clienti e quindi in definitiva per promuovere la domanda dei propri beni e/o servizi. Sottolinea, poi, il giudice *a quo* che l'unico ambito normativo da cui devono essere traguardati manufatti come quelli in discorso è il Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507, 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 denunziato 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 indicata ovvero ad accreditarne la immagine presso la generalità dei potenziali clienti.

Peraltro, come già rilevato da questa Corte nella sentenza n. 17852/2004 sopra citata, del tutta errata è la tesi in diritto espressa dalla ricorrente secondo cui i cartelli in discorso, rientrando tra i segnali di indicazione elencati al Decreto Legislativo 30 aprile 1992, n. 285, articolo 39, lettera *c)*, recante il nuovo codice della strada - includenti, a loro volta, i segnali turistici e di territorio aventi, Decreto del Presidente della Repubblica 16 dicembre 1992, n. 495, ex articolo 134 «la funzione di fornire agli utenti della strada informazioni necessarie o utili per la guida e la individuazione di località, itinerari, servizi e impianti» -, non hanno rilevanza ai fini tributari, così come rilevato da risoluzioni ministeriali, difettando il presupposto impositivo di cui al Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507, articolo 5. Nel caso di specie, racchiudendo i cartelli il riferimento nominativo alle varie imprese 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».

I segnali di industria contemplati dal codice della strada assolvono l'esclusiva funzione di fornire agli utenti della strada informazioni necessarie o utili per la guida e per la individuazione di località, 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 finalità della sua adozione - risulti obiettivamente idoneo a fare conoscere indiscriminatamente alla massa indeterminata di possibili acquirenti ed utenti il nome, l'attività ed il prodotto di un'azienda, restando irrilevante che detto mezzo di comunicazione non assolva pure una funzione reclamistica o propagandistica. È cioè sufficiente la idoneità pubblicitaria dell'iscrizione, onde non può condividersi la tesi della società ricorrente che, in pratica, ritiene assoggettabile alla sola "cartellonistica pubblicitaria". Questa ultima tesi trova smentita nella disciplina complessiva del Decreto Legislativo n. 507 del 1993 che prevede come esenzioni dall'imposta (articolo 17) particolari e delimitate ipotesi di avvisi al pubblico (lettera *b)*, mentre ogni forma di comunicazione al pubblico non potrebbe essere esente da registrazione considerata oggetto dell'imposta, se dovesse accogliersi l'interpretazione restrittiva sostenuta nel ricorso. Analogamente, la lettera *h)* dello stesso articolo 17 dichiara esenti dall'imposta solo «le insegne, le targhe e simili» apposti per l'individuazione di alcune specifiche sedi (di soggetti con attività non avente fine di lucro); ancora la successiva lettera *i)* non ritiene sufficiente, per la esenzione dall'imposta, che la esposizione di insegne, targhe e simili « sia obbligatoria per disposizione di legge o di regolamenti» (ed è ovvio che la "cartellonistica pubblicitaria" non è 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, cioè, che alla individuazione dell'oggetto dell'imposta nelle "forme di comunicazione visive" (esposte o effettuate in determinati luoghi) non può darsi l'interpretazione ristretta per effetto della quale tale oggetto va identificato nella sola "cartellonistica pubblicitaria".

Deve ritenersi, conseguentemente, che la esistenza di una utilità per la circolazione stradale - derivante dai cartelli stradali installati dalla società ricorrente - non faccia, di per sé, escludere la "idoneità pubblicitaria" degli stessi, affermata dalla Commissione tributaria regionale del Piemonte. Consequenziale e il loro assoggettamento all'imposta, per il quale, come detto, non è necessario che ricorra la finalità esclusiva di pubblicità o una volontà propagandistica.

Discende dalle fatte considerazioni il rigetto del ricorso.

Le spese seguono la soccombenza.

P.Q.M.

La corte suprema di cassazione

Rigetta il ricorso e condanna la ricorrente alle spese sostenute dall'AI. S.p.a. che liquida in euro 500,00 di cui euro 200,00 per spese, oltre accessori.

Indicazione che valorizza aziende e prodotti

di Claudio Carbone

Per la Cassazione l'esistenza di una utilità legata alla circolazione stradale dei cartelli segnaletici non ne esclude l'idoneità pubblicitaria che deriva dalla contestuale reclame di esercizi commerciali. Da qui la conferma dell'obbligo di imposta

I cartelli indicatori con la funzione di fornire informazioni necessarie o utili per la guida e per l'individuazione di località, itinerari, servizi e impianti, sono soggetti all'imposta di pubblicità. A tali conclusioni è giunta la Corte di Cassazione, Sezione tributaria, con la sentenza 23383/2009.
Il principio che impone la soggettività passiva, a parere del Giudice Supremo, si rinviene da un esame congiunto degli articoli 5 e 17, del Dlgs 507/1993 che dimostra come all'individuazione dell'oggetto dell'imposta nelle forme di comunicazione, esposte o effettuate in determinati luoghi, non può darsi l'interpretazione ristretta per effetto della quale tale oggetto si identifica nella sola cartellonistica pubblicitaria.

VOCAZIONE PARTICOLARE

Per la Corte Suprema di Cassazione i segnali in questione, infatti, non assolvono alla esclusiva finalità di fornire agli utenti della strada indicazioni utili per la guida e la circolazione, ma al contrario sono caratterizzati da una vocazione eminentemente pubblicitaria, in quanto diretti a promuovere la domanda del bene o del servizio offerto dalla ditta indicata ovvero ad accreditarne l'immagine. A conferma, questo, del principio generale secondo cui è soggetto a imposta sulla pubblicità qualsiasi mezzo di comunicazione con il pubblico che, indipendentemente dalla ragione e dalle finalità della sua adozione, risulti obiettivamente idoneo a far conoscere indiscriminatamente l'attività e il prodotto di un'azienda.
Oggetto del contendere sono i segnali del tipo frecce apposti sui cigli della strada, che recano scritte come Fonderia, Hotel, Self service, Ristorante, seguite dall'indicazione per raggiungere le ubicazioni. Il Comune ha richiesto il pagamento dell'imposta, ritenendoli idonei ai fini pubblicitari. Per la ricorrente, invece, detti cartelli si sottraggono all'obbligo tributario perché sono riconducibili alla categoria dei segnali di indicazione di cui all'articolo 39, del Codice della strada e, più specificatamente, all'articolo 134, del relativo regolamento, diretti a facilitare il traffico e, quindi, ad assolvere a una funzione esclusivamente pubblica. Proprio tale funzione, esclude il fine pubblicitario che, al contrario, riflette un interesse prettamente privato.
Le Commissioni tributarie di primo e secondo grado, hanno ritenuto legittimo l'operato del Comune condividendo la tesi che tali tipi di cartelli svolgono una funzione pubblicitaria, nel senso che essi sono idonei a realizzare l'effetto tipico del messaggio pubblicitario: la diffusione nel pubblico del prodotto e/o dell'attività.
Per i giudici tributari, in altri termini, tali cartelli rientrano nella previsione dell'articolo 5, del Dlgs 507/1997, avendo lo scopo di promuovere la domanda dei beni e servizi del soggetto pubblicizzato che non ha alcun obbligo normativo di predisporli per un più facile reperimento della propria sede o dei propri punti vendita.

LA DECISIONE

Con la sentenza n. 23383 i Giudici di piazza Cavour confermano le ampie ed esaurienti motivazioni della Ctr, poiché, nel caso esaminato, dal momento che i cartelli contengono il riferimento nominativo delle varie imprese, l'eventuale loro inclusione nell'ambito dei cosiddetti 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 un messaggio riferito a soggetto o ente che svolge attività economica. Essi, pertanto, vanno considerati a ogni effetto come forme pubblicitarie finalizzate a incentivare la domanda di beni o servizi o a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato e, come tali, debbono scontare l'imposta sulla pubblicità.
Molti Comuni non hanno mai applicato il tributo in argomento. Si ritiene, pertanto, che per effetto della sentenza, i Comuni potranno contare su un maggior gettito rispetto all'ordinario, superiore al 5% annuo, nei Comuni con particolare vocazione turistica, previo censimento e catalogazione della segnaletica esistente sul territorio.