

Civile Ord. Sez. 6 Num. 31227 Anno 2021

Presidente: CONTI ROBERTO GIOVANNI

Relatore: DELLI PRISCOLI LORENZO

Data pubblicazione: 03/11/2021

ORDINANZA

sul ricorso 4427-2019 proposto da:

TAMOIL ITALIA SPA , in persona del legale rappresentante pro tempore , elettivamente domiciliata in ROMA, VIA BARBERINI N. 47, presso lo studio dell'avvocato MARIALUCREZIA TURCO, che la rappresenta e difende unitamente agli avvocati GIUSEPPE FRANCESCO LOVETERE, GIUSEPPA MARIA TERESA LAMICELA;

- *ricorrente* -

contro

IRTEL SRL , in persona del suo amministratore unico e legale rappresentante pro tempore, elettivamente domiciliata in ROMA, VIA CICERONE 28, presso lo studio dell'avvocato PIETRO DI BENEDETTO, che la rappresenta e difende;

- *controricorrente* -

avverso la sentenza n. 1149/2/2018 della COMMISSIONE TRIBUTARIA REGIONALE DEL PIEMONTE, depositata il 28/06/2018;

udita la relazione della causa svolta nella camera di consiglio non partecipata del 14/09/2021 dal Consigliere Relatore Dott. LORENZO DELLI PRISCOLI.

FATTI DI CAUSA

Rilevato che:

Tamoil Italia s.p.a. impugnava avvisi di accertamento relativi all'anno d'imposta 2014 con i quali IRTEL s.r.l., in qualità di concessionario del servizio di accertamento e riscossione dell'imposta comunale sulla pubblicità del comune di Gabiano accertava, a carico della suddetta contribuente, esposizioni pubblicitarie installate presso un distributore di carburante solo parzialmente dichiarate e pagate;

la Commissione Tributaria Provinciale accoglieva parzialmente il ricorso della parte contribuente annullando la pretesa di considerare bifacciali le bandiere e le relative sanzioni mentre confermava nel resto gli accertamenti;

la Commissione Tributaria Regionale rigettava l'appello principale di IRTEL s.r.l. e quello incidentale di TAMOIL Italia s.p.a., affermando che, quanto all'appello principale, anche a considerare che il tessuto della bandiera sia trasparente per cui dal verso opposto si intravede una scritta, quest'ultima appare scritta al contrario e quindi non consente una immediata e agevole lettura del mezzo pubblicitario, mentre, quanto all'appello incidentale, la Commissione Tributaria Provinciale ha correttamente motivato che deve tassarsi l'intera superficie in quanto parte integrante del marchio perché il messaggio pubblicitario è dato dall'insieme di scritte e colori societari e l'art.

7 del d.lgs. n. 507 del 1993 si riferisce non solo alla scritta o al marchio, ma al messaggio pubblicitario unitariamente considerato e che può essere composto da più elementi (marchi e colori societari).

Avverso detta sentenza proponeva ricorso per Cassazione TAMOIL Italia s.p.a., affidato ad un motivo di impugnazione e in prossimità dell'udienza depositiva memoria insistendo, mentre la IRTEL Ss.r.l. si costituiva con controricorso.

RAGIONI DELLA DECISIONE

Considerato che:

con l'unico motivo d'impugnazione, in relazione all'art. 360, comma 3, c.p.c., la parte contribuente denuncia violazione e falsa applicazione dell'art. 7, comma 1, del d.lgs. n. 507 del 1993 con riferimento alle modalità di tassazione dei fascioni laterali delle pensiline dell'impianto di distribuzione di carburante ove è apposto il logo, il marchio o il nome del soggetto cui l'impianto è riferibile in quanto, mentre la sentenza impugnata ha considerato tassabile l'intera superficie dei fascioni laterali perché essi sono colorati con i colori sociali e danno luogo insieme alla scritta TAMOIL ad un messaggio pubblicitario unitariamente considerato, l'imposta si determina in base alla superficie della minima figura piana geometrica in cui è circoscritto il mezzo pubblicitario.

Il motivo di impugnazione è infondato.

Secondo l'orientamento di questa Corte infatti, al quale il Collegio ritiene di dover dare continuità:

la misura dell'imposta relativa alla pubblicità contenente la riproduzione del marchio commerciale va calcolata, ai sensi dell'art. 7, comma 1, del d.lgs. n. 507 del 1993, sulla base delle dimensioni dell'intera superficie dell'installazione pubblicitaria, comprensiva anche della parte non coperta dal marchio, solo se quest'ultima abbia, per dimensioni, forma,

colore, ovvero per mancanza di separazione grafica rispetto all'altra, le caratteristiche proprie o della componente pubblicitaria aggiuntiva vera e propria ovvero quelle di una superficie estensiva del messaggio pubblicitario (Cass. n. 17623 del 2021; Cass. n. 8427 del 2017; Cass. n. 15201 del 2014);

in tema d'imposta comunale sulla pubblicità effettuata mediante strutture piane, l'art. 7, comma 1, del d.lgs n. 507 del 1993 stabilisce che l'imposta va determinata in base alla superficie della minima figura geometrica in cui è circoscritto il mezzo pubblicitario, sicché deve farsi riferimento alla superficie utilizzabile per i messaggi e, conseguentemente, se la faccia dell'impianto si compone di uno spazio destinato alla pubblicità e di una cornice da esso distinta ed oggettivamente inidonea ad essere utilizzata per la diffusione dei messaggi, l'imposta dovrà essere commisurata soltanto in relazione al predetto spazio (Cass. n. 17623 del 2021; Cass. n. 26727 del 2016; Cass. n. 1161 del 2008);

in tema di imposta sulla pubblicità, l'art. 7, comma 5, del d.lgs. n. 507 del 1993 considera come un unico mezzo pubblicitario, agli effetti del calcolo della superficie imponibile, una pluralità di messaggi che presentino un collegamento strumentale inscindibile fra loro ed abbiano identico contenuto, anche se non siano tutti collocati in un unico spazio o in un'unica sequenza (Cass. n. 23240 del 2019; Cass. n. 9492 del 2018).

La sentenza della Commissione Tributaria Regionale - affermando che deve tassarsi l'intera superficie in quanto parte integrante del marchio perché il messaggio pubblicitario è dato dall'insieme di scritte e colori societari e l'art. 7 del d.lgs. n. 507 del 1993 si riferisce non solo alla scritta o al marchio, ma

al messaggio pubblicitario unitariamente considerato e che può essere composto da più elementi (marchi e colori societari) – si è conformata ai suddetti principi in quanto la tassazione relativa alla riproduzione del marchio commerciale va calcolata, ai sensi dell'art. 7, comma 1, del d.lgs. n. 507 del 1993, sulla base delle dimensioni dell'intera superficie dell'installazione pubblicitaria, comprensiva anche della parte non coperta dal marchio, tutte le volte in cui quest'ultima - come accertato nel caso di specie con valutazione di merito insindacabile in sede di legittimità (Cass. n. 29404 del 2017; Cass. n. 5811 del 2019; Cass. n. 27899 del 2020) - abbia, per dimensioni, forma, colore, ovvero per mancanza di separazione grafica rispetto all'altra, le caratteristiche proprie o della componente pubblicitaria vera e propria ovvero quelle di una superficie estensiva del messaggio: nella specie anche la superficie dei fascioni laterali delle pensiline dell'impianto di distribuzione di carburante ove è apposto il logo TAMOIL sono stati considerati tassabili perché essi riprendono gli stessi colori sociali del logo TAMOIL così dando luogo, insieme al suddetto logo, ad un unico messaggio pubblicitario, cosicché l'imposta non può essere determinata in base alla superficie della minima figura geometrica relativa al logo TAMOIL perché i fascioni laterali non possono essere considerati una cornice - distinta dal logo - oggettivamente inidonea ad essere utilizzata per la diffusione del messaggio pubblicitario.

Pertanto, ritenuto infondato l'unico motivo di impugnazione, il ricorso va conseguentemente rigettato; le spese seguono la soccombenza.

P.Q.M.

La Corte rigetta il ricorso.

Condanna il ricorrente al pagamento delle spese processuali, che liquida in euro 1.500, oltre a spese prenotate a debito.

Ai sensi dell'art. 13, comma 1-quater del d.P.R. 115 del 2002, dà atto della sussistenza dei presupposti processuali per il versamento, da parte del ricorrente principale, di un ulteriore importo a titolo di contributo unificato pari a quello previsto per il ricorso principale, a norma del comma 1- bis dello stesso articolo 13, se dovuto.

Roma, 14 settembre 2021

Il Presidente
Roberto Giovanni Conti

DEPOSITATA