Corte di Giustizia Tributaria Regionale Regione Marche n. 10 del 4/1/2024

Massima:

In caso di pluralità di insegne è riconosciuta l'esenzione nei limiti di una superficie complessiva di cinque metri quadrati e sempre che i vari mezzi pubblicitari siano collocati in connessione tra di loro. Ove siano presenti più insegne esposte all'esterno di un unico locale l'art. 7, comma 5, del d.lgs. n. 507 del 1993 considerava come un unico mezzo pubblicitario, agli effetti del calcolo della superficie imponibile, una pluralità di messaggi che presentino un collegamento inscindibile fra loro ed abbiano identico contenuto, anche se non siano tutti collocati in un unico spazio o in un'unica sequenza (Corte Cass. ord. 18 aprile 2018, n. 9492). Nel caso esaminato, anche per l'insegna "Bancomat" o "Postamat" posta all'esterno dei locali che sia accompagnata dall'indicazione dell'istituto di credito di riferimento non integra messaggio di rilevanza pubblicitaria, trattandosi di "un elemento essenziale per completare l'informazione diretta al cliente" e garantire una corretta fruizione del servizio reso. Sulla scorta del principio enunciato la Corte di secondo grado ha rigettato l'appello proposto dall'ente impositore, in quanto l'utilizzo dell'insegna Postamat non integra un messaggio pubblicitario ma una informazione diretta al cliente essenzialmente "direzionale" e di segnalazione della fruibilità in loco del servizio secondo le modalità tecniche e le condizioni economiche e negoziali già concordate con l'operatore.

SVOLGIMENTO DEL PROCESSO

L'omissis s.r.l., concessionario della riscossione dell'imposta comunale sulla pubblicità per conto del comune di Porto San Giorgio, ha proposto appello avverso la sentenza indicata in epigrafe con la quale la Commissione tributaria provinciale di Ascoli Piceno ha accolto il ricorso proposto da P s.p.a. avverso un avviso di accertamento, emesso dal predetto Comune, per l'anno 2016 e per complessivi euro 373,00. P s.p.a. contestò le modalità di calcolo del tributo, invocando l'esenzione dal pagamento sia per le scritte "P" - in quanto insegne di esercizio con destinazione informativa per l'utenza (art. 17, comma 1, del d.lgs. n. 507/1993) - sia per le scritte "P", perché avviso al pubblico avente l'esclusiva finalità di indicazione all'utenza del posto in cui vengono erogati determinati servizi. La CTP ha accolto l'impugnativa, sulla base dei seguenti argomenti: «la ratio della disciplina normativa invocata mira a sottoporre a tassazione separata diversi messaggi e insegne pubblicitarie quando non siano caratterizzati da stretta connessione da unicità funzionale, come accade certamente nel caso di specie in cui su ogni vetrina della sede dell'agenzia postale si replica la dicitura "p". La unica destinazione funzionale impone la connessione di tutte le scritte in esame e pertanto deve essere applicato il criterio di favore. Diversamente, il criterio più favorevole, pur previsto dal legislatore, perderebbe di significato e di utilità. A maggior ragione il ricorso è accoglibile con riferimento all'insegna p che effettivamente risulta priva di contenuto pubblicitario e mira esclusivamente ad indirizzare l'utenza verso il luogo - di solito posto all'esterno dei locali dell'agenzia - dove effettuare operazioni tramite circuito elettronico. Per tali insegne vige la regola dell'esenzione, come previsto dalla risoluzione 2/DF del 24.4.2009 del ministero dell'economia e delle finanze. A conforto di tali interpretazioni si vedano plurimi riferimenti giurisprudenziali (ad es. Cass. n. 5537 del 16.1.2013).». L'appello si fonda sui seguenti motivi: I) errata interpretazione dell'art. 17, comma 1-bis, del d.lgs. n. 507/1993: l'esenzione prevista dal comma 1- bis, per le insegne, è ammessa fino a 5 mq. di superficie, mentre la superficie complessiva delle insegne sarebbe superiore al limite di 5 mq. (per complessivi 8,5 mq.); II) errata interpretazione dell'art. 17, comma 1, lett. b), del d.lgs. n. 507/1993: con riguardo al p, la disposizione esentativa - che va interpretata restrittivamente - si riferisce esclusivamente agli avvisi al pubblico esposti nelle vetrine o sulle porte d'ingresso dei locali o, in mancanza, nelle immediate vicinanze del punto di vendita. Si è costituita, per resistere all'impugnazione, P s.p.a. che ha analiticamente contro dedotto rispetto ai motivi di appello. L'appellante ha depositato una memoria in data 24 novembre 2023. La causa è stata trattenuta in decisione.

MOTIVI DELLA DECISIONE.

Il primo motivo di appello è infondato. Va, innanzi tutto, premesso che la vicenda riguarda l'imposizione relativa a più insegne di un medesimo ufficio postale e che la superficie complessiva fisica delle insegne recanti la scritta "P" sia di 4,07 mq. La controversia verte, dunque, attorno alla questione del metodo di arrotondamento. Riguardo all' applicazione del computo della superficie esente, ai sensi dell'art. 7, comma 5, del d.lgs. n. 507/1993 (l'articolo fu, invero, abrogato dalla l. 27 dicembre 2019, n. 160) la Cassazione (nn. 23250/2014 e 26727/2016) ha chiarito che, in tema di imposta comunale sulla pubblicità relativa alle insegne di esercizio, è riconosciuta l'esenzione, in caso di pluralità di insegne, nei limiti di una superficie complessiva di cinque metri quadrati e sempre che i vari mezzi pubblicitari siano collocati in connessione tra di loro. Non si può dubitare della «connessione» ravvisabile tra

le più insegne esposte all'esterno di un unico locale e, comunque, anche su questo aspetto il Supremo Collegio (ord. 18 aprile 2018, n. 9492) ha spiegato che, in tema di imposta sulla pubblicità, l'art. 7, comma 5, del d.lgs. n. 507 del 1993 considera(va) come un unico mezzo pubblicitario, agli effetti del calcolo della superficie imponibile, una pluralità di messaggi che presentino un collegamento inscindibile fra loro ed abbiano identico contenuto, anche se non siano tutti collocati in un unico spazio o in un'unica sequenza. Discende da ciò che l'unico arrotondamento possibile nella fattispecie era da mq. 4,07 a mq. 4,50 e, quindi, al di sotto del limite superficiale dell'esenzione.

Anche il secondo motivo è infondato.

Ed invero, va richiamata la Corte di cassazione (ord. 17 gennaio 2019, n. 1169) che ha così statuito : «per quanto concerne, in particolare, le iscrizioni che segnalano la presenza di postazioni "Bancomat" in luoghi e sedi diverse dalle banche di appartenenza (perché ad esempio situate in stazioni, centri commerciali, ospedali ecc…), nemmeno la presenza aggiuntiva - sull'iscrizione - del logo o marchio o denominazione della Banca di riferimento integra messaggio di rilevanza pubblicitaria, trattandosi pur sempre di "un elemento essenziale per completare l'informazione diretta al cliente"; sicché, neppure in tal caso tali iscrizioni "rivestono il carattere di invito o stimolo verso il pubblico alla fruizione del servizio offerto, considerato che l'erogazione dei servizi in questione e le conseguenti operazioni effettuabili non sono altro che l'esecuzione di rapporti contrattuali che sono stati già conclusi tra la banca e il cliente.

Quanto finora considerato vale sia per l'iscrizione "Bancomat", sia per l'iscrizione "P". Quest'ultima costituisce infatti una specie della prima che, per quanto suscettibile di individuare, tra i molti, un determinato operatore bancario e solo quello (P.I.), esplica purtuttavia - nei limiti legali di superficie - una funzione non già di promozione e di incentivazione della domanda, ma essenzialmente direzionale e di segnalazione della fruibilità in loco del servizio secondo le modalità tecniche e le condizioni economiche e negoziali già con tale operatore concordate». In conclusione, l'appello merita integrale rigetto. Il regolamento delle spese processuali del secondo grado del giudizio, liquidate come da dispositivo, segue la soccombenza.

P.Q.M.

La Corte di giustizia tributaria di secondo grado delle marche respinge l'appello. Condanna l'appellante alla rifusione, in favore della controparte costituita, delle spese processuali del secondo grado del giudizio, liquidate in complessivi euro 500,00, oltre alle maggiorazioni di legge, se dovute.