

## ICP sulle frecce stradali: come si calcola l'imposta in presenza di plurimi messaggi pubblicitari?

**Autore:** Cusumano Celine

**In:** Diritto tributario, Giurisprudenza commentata

La Commissione Tributaria Provinciale di Modena, con la sentenza n. 35 del 20 gennaio 2017, è tornata ad occuparsi dell'annosa questione dell'assoggettamento all'imposta sulla pubblicità delle frecce stradali pubblicitarie collocate su un unico pannello.

Un tema, questo, sul quale le diverse posizioni assunte nel tempo dalla giurisprudenza di legittimità e dal MEF, con la nota interpretativa del 7 luglio 2012, hanno generato perplessità e dubbi non ancora sopiti quanto alla modalità di calcolo della imposta in questione in presenza di un unico impianto contenente più frecce pubblicitarie.

Nocciolo della questione è se il calcolo dell'imposta debba essere effettuato assoggettando l'unico impianto o le singole frecce, atteso che, a mente dell'articolo 7, comma 1, del Dlgs n. 507 del 1993, l'imposta di pubblicità si determina in base alla superficie delle minima figura piana geometrica in cui è circoscritto il mezzo pubblicitario, indipendentemente dal numero di messaggi in esso contenuti.

Ebbene, deve ricordarsi come sul tema la Suprema Corte di Cassazione (sent. n. 252/2012) abbia già da

tempo stabilito il principio secondo cui “in tema di imposta comunale sulla pubblicità, l'articolo 7, comma 1, del Dlgs n. 507 del 1993, identifica il presupposto impositivo nel mezzo pubblicitario, inteso come qualsiasi forma di comunicazione avente lo scopo di promuovere la domanda di beni o 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 diverse aziende, 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”.

Sul punto, tuttavia, era intervenuto il MEF con nota interpretativa del 7 luglio 2014 prot. n. 19899, dichiarando che “la citata sentenza della Corte di Cassazione per nulla attiene alla determinazione e liquidazione dell'imposta, ma al caso diverso in cui si manifesti un inadempimento, con conseguente necessità di procedere con distinte quantificazioni a seconda dei soggetti solidalmente responsabili”.

A parere del Ministero, la corretta applicazione della norma in commento, in linea con le altre disposizioni recanti la disciplina dell'imposta sulla pubblicità conduce, invece, a considerare, come già affermato nella Risoluzione n. 262/E del 1995, unitariamente il gruppo segnaletico nel caso in cui unico sia il soggetto che abbia la disponibilità dell'impianto e che, quindi, la superficie imponibile sia quella occupata dall'intero impianto.

Ebbene, la pronuncia della Commissione Tributaria Provinciale di Modena qui in commento si inserisce proprio nel solco di tale contrasto interpretativo, dando nuova linfa all'orientamento espresso dalla

Suprema Corte.

Ed invero, i giudici tributari - nel dare continuità all'indirizzo predetto - hanno anzitutto precisato che "nel caso in cui la dimensione del messaggio pubblicitario non coincida con quella della superficie espositiva del supporto materiale che lo contiene, l'imposta si calcola egualmente sulla intera superficie espositiva, anche se non integralmente utilizzata. Con la conseguenza che se la superficie espositiva reca plurimi messaggi pubblicitari, l'imposta non si calcola in riferimento alla complessiva area effettivamente occupata dalla pubblicità, ma con riferimento alla intera superficie espositiva del supporto".

Sull'argomento, peraltro, è stato rilevato come l'unica deroga espressa all'art. 7 cit. sia prevista per la pubblicità varia dall' art. 15, commi 2 e 3 del medesimo D.Lgs, in cui l'imposta è liquidata a misura fissa «indipendentemente dai soggetti pubblicizzati».

Una norma, questa, che costituisce ipotesi eccezionale alla regola stabilita dall'art. 7, come confermato dalla previsione di cui all'art. 6, comma 2, che estende al soggetto nel cui interesse è diffuso il messaggio pubblicitario la solidarietà per l'obbligazione tributaria posta a carico del titolare o comunque di colui che ha la disponibilità del mezzo pubblicitario.

Sottolineano, al riguardo, i giudici tributari che la previsione di responsabilità in solido trova, infatti,

esclusiva giustificazione nell'indissolubile legame tra "mezzo" e "messaggio" pubblicitario individuato come fondamento del presupposto dell'imposta. Conseguentemente, è stato affermato che "se detta solidarietà si giustifica in quanto il presupposto impositivo viene a realizzarsi nei confronti tanto del soggetto passivo quanto del coobbligato solidale, allora la pretesa fiscale che sorge da quel presupposto di fatto non può che riguardare la sola ditta a beneficio della quale è stata svolta la pubblicità".

<https://www.diritto.it/icp-sulle-frecce-stradali-come-si-calcola-l-imposta-in-presenza-di-plurimi-messaggi-pubblicitari/>