

Civile Ord. Sez. 5 Num. 1170 Anno 2019

Presidente: DE MASI ORONZO

Relatore: STALLA GIACOMO MARIA

Data pubblicazione: 17/01/2019

ORDINANZA

sul ricorso 25546-2013 proposto da:

A. & G. CALABRESE SRL, elettivamente domiciliato in
ROMA VIA VOLTERRA 15, presso lo studio dell'avvocato
ROSARIO TARSIA, rappresentato e difeso dall'avvocato
GIUSEPPE DURANTE;

- **ricorrente** -

contro

CENSUM SPA;

- **intimato** -

2018

4670

avverso la sentenza n. 34/2013 della COMM.TRIB.REG. di
BARI, depositata il 26/03/2013;

udita la relazione della causa svolta nella camera di
consiglio del 03/12/2018 dal Consigliere Dott. GIACOMO
MARIA STALLA.



Rilevato che:

§ 1. La A. & G. Calabrese srl propone un motivo di ricorso per la cassazione della sentenza n. 34/1/13 del 26 marzo 2013, con la quale la commissione tributaria regionale della Puglia, in parziale riforma della prima decisione, ha ritenuto legittimi gli avvisi di accertamento notificatili dalla Censum spa (concessionario della riscossione per il Comune di Casamassima) in recupero dell'imposta comunale di pubblicità per gli anni 2009 e 2010; ciò in relazione a varie insegne ed iscrizioni pubblicitarie ubicate all'interno del centro commerciale all'ingrosso denominato 'Il Baricentro'.

La commissione tributaria regionale, per quanto qui ancora rileva, ha ritenuto che le insegne ed iscrizioni in oggetto fossero imponibili, ex art.5 d.lgs. 507/93, in quanto collocate all'interno di un centro commerciale la cui libera ed incontrollata accessibilità costituiva fatto notorio ex articolo 115, 2^a co. cod.proc.civ.; inoltre, trovava riscontro (sempre a sostegno della libera accessibilità) quanto affermato dalla società concessionaria in ordine al fatto che all'interno di tale centro commerciale fossero ubicati anche numerosi esercizi commerciali, uffici pubblici ed una sede universitaria.

Nessuna attività difensiva è stata posta in essere, in questa sede, dalla Censum spa.

§ 2.1 Con l'unico motivo di ricorso si lamenta - ex art.360, 1^a co. n. 3 cod.proc.civ. - violazione e falsa applicazione dell'art.115, 2^a co., cod.proc.civ. nonché del presupposto dell'imposta comunale di pubblicità. Per avere la commissione tributaria regionale dato per scontato - quale fatto notorio - che il centro commerciale 'Il Baricentro' fosse luogo aperto al pubblico, nonostante che tale circostanza, erroneamente affermata, non integrasse affatto la nozione del notorio; risultando al contrario (determine comunali e dichiarazione dei responsabili della vigilanza) che l'accesso al centro commerciale fosse riservato ai soli grossisti, e controllato da polizia privata.

§ 2.2 Il motivo non può trovare accoglimento, risultando finanche inammissibile là dove difetta di piena pertinenza alla *ratio decidendi* adottata dalla commissione tributaria regionale.



Quest'ultima ha in effetti richiamato l'istituto di cui al secondo comma dell'articolo 115 cod.proc.civ., assumendo che la libera accessibilità del centro commerciale in questione (*"chiunque può accedere al centro commerciale 'Baricentro' liberamente, senza essere soggetto ad alcuna forma di controllo"*) costituisse sostanzialmente un fatto notorio; e tuttavia, la decisione di effettivo assoggettamento delle insegne ed iscrizioni della A & G Calabrese all'imposta comunale sulla pubblicità è stata da essa supportata anche in ragione di altre ed autonome considerazioni, qui non censurate.

In particolare, la commissione tributaria regionale ha ritenuto: **a.** positivamente riscontrato quanto affermato dalla società concessionaria, secondo cui il carattere 'pubblico' ovvero 'aperto al pubblico' del centro commerciale doveva desumersi (indipendentemente dal ricorso alla suddetta nozione di notorietà, intesa come fatto conosciuto da uomo di media cultura, in un dato tempo e luogo) anche (*"aggiungasi"*) da altri elementi fatti oggetto specifico di prova, posto che *"all'interno di esso sono ubicati numerosi esercizi ed uffici pubblici, quali bar, ufficio postale, banche ed inoltre un albergo ed una università (LUM) (...)";* **b.** insussistenti, in fatto, le forme di controllo e di limitazione all'accesso evocate in giudizio dalla società contribuente, posto che esse *"non si giustificerebbero, né tantomeno sarebbero praticabili per servizi destinati ad una massa indeterminata di fruitori";* **c.** arbitraria ed irrilevante la distinzione, già recepita dal primo giudice, tra avventori muniti di partita Iva ed avventori sprovvisti, *"avendo il messaggio pubblicitario carattere generale ed astratto rispetto ai destinatari, non potendosi certo ritenerlo riservato soltanto ad alcuni"*.

Ebbene, si evince da tutto ciò come il convincimento del giudice di merito sia andato ben oltre il fatto notorio, giungendo ad affermare che il carattere pubblico o aperto al pubblico del centro commerciale in questione dovesse comunque affermarsi sia per l'esistenza, all'interno di esso, di tutta una serie di esercizi pubblici e di servizi naturalmente rivolti alla libera fruizione da parte della collettività degli utenti (come comprovato da *"circostanze non contestate"* in causa), sia dalla irrilevanza del fatto che

Corte di Cassazione - copia non ufficiale



all'interno del centro operassero essenzialmente commercianti all'ingrosso ed acquirenti muniti di partita Iva.

Nessuna di queste considerazioni è stata fatta oggetto di censura da parte della ricorrente, la quale ha invece limitato la propria doglianza al profilo strettamente normativo di cui all'articolo 115, secondo comma, cit., senza evidenziare alcun vizio di natura motivazionale eventualmente rilevante ex art.360, 1^a co. n. 5 cod.proc.civ..

In questa situazione, la decisione della commissione tributaria regionale risulta qui intangibile, in quanto conforme al disposto dell'art.5 d.lgs. 507/93, secondo cui *"1. La diffusione di messaggi pubblicitari effettuata attraverso forme di comunicazione visive o acustiche, diverse da quelle assoggettate al diritto sulle pubbliche affissioni, in luoghi pubblici o aperti al pubblico o che sia da tali luoghi percepibile e' soggetta all'imposta sulla pubblicita' prevista nel presente decreto. 2. Ai fini dell'imposizione si considerano rilevanti i messaggi diffusi nell'esercizio di una attivita' economica allo scopo di promuovere la domanda di beni o servizi, ovvero finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato"*.

Tale decisione si pone, inoltre, in linea con l'indirizzo interpretativo di legittimità, recentemente ribadito da Cass. ord. 6714/17, secondo cui il carattere 'pubblico' o 'aperto al pubblico' di un luogo – ex art.5 cit. - non è di per sé escluso né dalla previsione di modalità regolamentate di entrata, né dalla sua frequentazione da parte soltanto di talune categorie di utenza: *"In tema d'imposta sulla pubblicità, il presupposto dell'imponibilità va ricercato nell'astratta possibilità del messaggio pubblicitario, in rapporto all'ubicazione del mezzo, di avere un numero indeterminato di destinatari, divenuti tali per il solo fatto di trovarsi in quel luogo, sicché, ai fini dell'applicazione dell'imposta, costituisce luogo aperto al pubblico quello accessibile, sia pure nel rispetto di alcune condizioni, a chiunque si adegui al regolamento che disciplina l'ingresso. (In applicazione di tale principio, la S.C. ha ritenuto luogo aperto al pubblico un centro commerciale accessibile a tutti i soggetti abilitati alle transazioni svolte al suo interno)"*.

Nulla si provvede sulle spese, stante la mancata costituzione in giudizio della parte intimata.

Pqm



La Corte

- rigetta il ricorso;
- v.to l'art. 13, comma 1 quater, D.P.R. n. 115 del 2002, come modificato dalla L. n. 228 del 2012;
- dà atto della sussistenza dei presupposti per il versamento, a carico della parte ricorrente, dell'ulteriore importo a titolo di contributo unificato, pari a quello dovuto per il ricorso principale.

Così deciso nella camera di consiglio della quinta sezione civile in data 3 dicembre 2018.

Il Presidente

Orazio De Masi