

Civile Ord. Sez. 5 Num. 9492 Anno 2018

Presidente: CHINDEMI DOMENICO

Relatore: DE MASI ORONZO

Data pubblicazione: 18/04/2018

ORDINANZA

sul ricorso 7214-2012 proposto da:

SAN MARCO SPA, elettivamente domiciliato in ROMA VIA
CICERONE 28, presso lo studio dell'avvocato PIETRO DI
BENEDETTO, che lo rappresenta e difende unitamente
all'avvocato LORENZO IONATA;

- ricorrente -

contro

UNILEVER ITALY HOLDINGS SRL, elettivamente domiciliato
in ROMA V.LE TUPINI 133, presso lo studio
dell'avvocato ROBERTO BRAGAGLIA, che lo rappresenta e
difende;

- controricorrente -

avverso la sentenza n. 19/2011 della COMM.TRIB.REG. di
MILANO, depositata il 21/01/2011;

2018

938

udita la relazione della causa svolta nella camera di
consiglio del 22/03/2018 dal Consigliere Dott. ORONZO
DE MASI.

RITENUTO

che la Unilever Italy Holdings s.r.l., con ricorso notificato alla San Marco s.p.a., Concessionaria del servizio di accertamento e riscossione dell'imposta comunale sulla pubblicità per il Comune di Lecco, impugnava l'avviso di accertamento, con contestuale irrogazione di sanzioni ed applicazione di interessi, per omesso pagamento dell'imposta dovuta, in relazione a numerosi mezzi pubblicitari collocati nel territorio comunale, pubblicizzanti i prodotti "Algida", per i quali veniva contestata anche la omessa denuncia di inizio attività, ricorso parzialmente accolto dall'adita Commissione Tributaria Provinciale di Lecco, la cui decisione era confermata, con la sentenza indicata in epigrafe, dalla Commissione Tributaria Regionale della Lombardia, la quale respingeva l'appello del Concessionario sul rilievo che i "cartelli segnaprezzo", per il loro contenuto, assolvono anche ad una funzione pubblicitaria, e che la superficie imponibile è stata giustamente rideterminata dal giudice di prime cure, "con una diversa valutazione << logico-spaziale >> del complesso di sedie ed ombrelloni e dei messaggi pubblicitari in essi contenuti", in forza di quanto previsto dall'art. 7, comma 5, d.lgs. n. 507 del 1993, considerando i mezzi pubblicitari non singolarmente ma come se si trattasse di una comunicazione pubblicitaria veicolata unitariamente;

che il Concessionario ricorre per la cassazione della sentenza con un motivo, cui la intimata resiste con controricorso e memoria;

CONSIDERATO

che la ricorrente San Marco s.p.a. deduce, ai sensi dell'art. 360 c.p.c., primo comma, n. 3, la violazione dell'art. 7, d.lgs. n. 507 del 1993, giacché il giudice di appello, ai fini della determinazione della superficie imponibile, non ha correttamente applicato la norma, la quale, nel prevedere, al primo comma, che "L'imposta sulla pubblicità si determina in base alla superficie della minima figura piana geometrica in cui è circoscritto il mezzo pubblicitario indipendentemente dal numero dei messaggi in esso contenuti.", ed al secondo comma, che "Le superfici inferiori ad un metro quadrato si arrotondano per eccesso al metro quadrato e le frazioni di esso, oltre il primo, a mezzo metro quadrato; non si fa luogo ad applicazione di imposta per superfici inferiori a trecento centimetri quadrati.", individua uno specifico criterio di arrotondamento che deve essere applicato su tutti i mezzi pubblicitari;

che, ad avviso del Concessionario, il giudice di appello neppure ha considerato che sedie, ombrelloni, tavolini, cestini, e comunque tutti quelli indicati negli atti di accertamento, sono dotati di una autonoma funzionalità, stante anche la loro amovibilità, essendo ciascuno idoneo a divulgare quel messaggio pubblicitario che è oggetto dell'imposizione, non ricorrendo la diversa ipotesi di cui all'art. 5, comma 7, d.lgs. n. 507 del 1993, nella quale "I festoni di bandierine e simili nonché i mezzi di identico contenuto, ovvero riferibili al medesimo soggetto passivo, collocati in connessione tra loro si considerano, agli effetti del calcolo della superficie imponibile, come un unico mezzo pubblicitario.";

che la suesa posta censura investe il giudizio espresso dalla Commissione Tributaria Regionale secondo cui ciascun "gruppo di quattro sedie ed un ombrellone" può essere considerato "un'entità autonoma", ai fini impositivi, "in quanto tutti gli ombrelloni del posto di ristoro recavano la stessa indicazione pubblicitaria", e perciò legittimamente la CTP ha "ritenuto equo determinare in mq. 1 l'imposta applicabile per ciascun ombrellone a fronte di una superficie imponibile diversa (in ragione della << grandezza >> dell'ombrellone accertato) così come considerata dalla concessionaria della riscossione del tributo";

che la decisione appare in linea con il principio, affermato da questa Corte, per cui, "In tema di imposta sulla pubblicità, l'art. 7, comma 5, del d.lgs. n. 507 del 1993, che riproduce sostanzialmente il contenuto dell'ultimo comma dell'art. 17 del d.P.R. n. 639 del 1972, 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. 23567/2009, n. 16315/2013, n. 22322/2014);

che proprio in applicazione di detto principio la CTR ha rilevato, con valutazione riservata al giudice di merito ed incensurabile in sede di legittimità se non attraverso l'art. 360 c.p.c., primo comma, n. 5, che i mezzi pubblicitari riportano tutti il medesimo logo "Algida", in quanto esposti in connessione tra loro, cioè in ragione di ciascun gruppo di quattro sedie ed un ombrellone, elementi d'arredo del posto di ristoro accomunati dal medesimo uso, e che agli effetti del calcolo della superficie pubblicitaria non può farsi riferimento a quella complessiva, ottenuta per sommatoria delle superfici dei singoli mezzi pubblicitari identici, ma in applicazione di quanto previsto dall'art. 7, comma 5, d.lgs. n. 507 del 1993, considerando i mezzi

pubblicitari "che presentano un collegamento strumentale inscindibile fra loro e hanno identico contenuto" come se si trattasse appunto di un unico mezzo pubblicitario; che, in conclusione, il ricorso va respinto e le spese del giudizio di legittimità vanno poste, secondo soccombenza, a carico della ricorrente e sono liquidate in dispositivo;

P.Q.M.

La Corte, rigetta il ricorso e condanna la ricorrente al pagamento delle spese del presente giudizio, che liquida in Euro 2.900,00 per compensi, oltre rimborso spese forfettarie nella misura del 15 per cento, ed accessori di legge.

Così deciso in Roma, nella camera di consiglio, il 22 aprile 2018.

Il Presidente

(Domenico Ghindemi)

