

Sentenza del 07/03/2005 n. 4909 - Corte di Cassazione - Sezione/Collegio 5

Intitolazione:

IMPOSTA SULLA PUBBLICITA' - IN GENERE - Pubblicita' ordinaria - Maggiorazioni tariffarie correlate alle dimensioni delle superfici espositive - Modalita' di calcolo - Art. 12, comma quarto, D.Lgs n. 507 del 1993 - Interpretazione - Applicabilita' alla totalita' della superficie.

Massima:

In tema di imposta comunale sulla pubblicita', con l'art.12, comma quarto, del D. Lgs 15 novembre 1993, n. 507, che prevede l'applicabilita' di una superiore tariffa nel caso di superfici espositive di dimensioni eccedenti i metri quadrati 5,5, il Legislatore ha voluto adeguare l'imposizione all'efficacia pubblicitaria del messaggio, nella convinzione che piu' esso e' grande, piu' e' capace di suggestionare o convincere; le maggiorazioni devono, pertanto, necessariamente riferirsi al messaggio stesso nella sua interezza e, quindi, alla totalita' della superficie e non alle sue singole parti eccedentarie. *Massima tratta dal CED della Cassazione.

Testo:

Fatto

Con atto notificato il 25 giugno 2004, la S.r.l. O.S. proponeva ricorso contro la sentenza in epigrafe indicata, esponendo che il 7 marzo 2000 si era rivolta alla Commissione tributaria provinciale di Milano per ottenere l'annullamento di tre avvisi di accertamento con i quali il Comune di Milano aveva determinato l'ammontare dovuto a titolo d'imposta sulla pubblicita' per l'anno 1998. La controparte si era costituita insistendo sulla legittimita' del proprio operato, ma il giudice adito aveva annullato gli avvisi perche' privi d'indicazioni sulle norme e le deliberazioni in base alle quali erano state calcolate le imposte.

Il Comune di Milano aveva pero' interposto appello e la Commissione tributaria regionale l'aveva accolto con una sentenza che andava cassata perche' viziata da violazione e falsa applicazione di norme di diritto, nonche' da difetto di motivazione su punti decisivi della controversia.

L'intimato resisteva con controricorso e la causa veniva decisa all'esito della pubblica udienza del 4 febbraio 2005.

Motivi della decisione

La O.S. proprietaria di alcuni impianti pubblicitari per i quali il Comune di Milano ha notificato tre avvisi di accertamento dell'imposta dovuta per l'anno 1998.

La O.S. li ha impugnati davanti alla Commissione tributaria provinciale, che le ha dato ragione, ed il Comune si e' rivolto alla Commissione tributaria regionale, la quale ha innanzitutto ricordato che nei ricorsi introduttivi, la contribuente aveva lamentato il difetto di motivazione degli avvisi, l'errato conteggio dell'imposta e l'indebita applicazione, per l'anno 1998, dell'aumento del 20 per cento deliberato dal Comune nel febbraio dello stesso anno.

Contrariamente a quanto sostenuto dalla contribuente, pero', gli avvisi di cui si discuteva risultavano adeguatamente motivati perche' contenevano l'indicazione della normativa di riferimento, l'elenco analitico dei mezzi pubblicitari (con la loro ubicazione, superficie e periodo di esposizione), la tariffa applicata e l'imposta complessivamente dovuta.

Quest'ultima era poi stata regolarmente calcolata perche' a differenza di quanto sostenuto dalla O.S. (secondo la quale il computo sarebbe dovuto avvenire a tariffa intera per la parte fino a 5,5 metri quadri, con la maggiorazione del 50 per cento per la parte da 5,5 a 8,5 metri quadri e con la maggiorazione del 100 per cento per la parte eccedente gli 8,5 metri quadri, l'art. 12 del D.Lgs. n. 507/1993 imponeva di applicare un'unica tariffa, determinata sulla base della superficie complessiva dell'impianto.

Sull'imposta cosi' ottenuta, andava infine conteggiato anche l'aumento del 20 per cento, in quanto il Comune aveva adottato la relativa delibera nel rispetto del termine all'uopo fissato dall'art. 49 della L. n. 449/1997, che aveva differito al 29 febbraio 1998 la data ultima per deliberare le tariffe per la determinazione dei tributi locali nell'anno 1998.

Tenuto conto di quanto sopra, la Commissione tributaria regionale ha quindi riformato la decisione di primo grado, rigettando le richieste della contribuente con una sentenza che la O.S. ha censurato, deducendo con il primo motivo la violazione e falsa applicazione dell'art. 3 della L. 7 agosto 1990, n. 241, nonche' il difetto di motivazione su punto decisivo della controversia in quanto i giudici a quo avevano disatteso l'eccezione di carenza di motivazione degli avvisi, obliterando totalmente il fatto che gli stessi non contenevano alcun accenno alle modalita' di calcolo dell'imposta ed alle delibere comunali di aumento della tariffa. Con il

secondo motivo, la O.S. ha invece lamentato la violazione e falsa applicazione dell'art. 12 del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507, nonché il difetto di motivazione su punto decisivo della controversia in quanto la Commissione tributaria regionale aveva fornito un'interpretazione contraria allo spirito ed alla lettera della legge, che stabiliva chiaramente di calcolare l'imposta a scaglioni e non sulla base di una tariffa unitaria.

Con il terzo motivo, la O.S. ha, invece denunciato la violazione e falsa applicazione degli artt. 11 e 49 della L. 27 dicembre 1997, n. 449, in quanto i giudici a quo non si erano avveduti del fatto che alla data del 28 febbraio 1998, la delibera di aumento della tariffa non era divenuta ancora esecutiva e risultava per ciò solo inapplicabile ai fini della determinazione dell'imposta dovuta per l'anno 1998.

Con il quarto motivo, la O.S. ha, infine, dedotto la violazione e falsa applicazione degli artt. 11 e 49 della L. n. 449/1997, nonché dell'art. 3 del D.Lgs. n. 507/1993, in quanto la disposizione di quest'ultimo (secondo il quale le tariffe dell'imposta sulla pubblicità entravano in vigore il primo gennaio dell'anno successivo a quello in cui le relative deliberazioni erano divenute esecutive), non era stata abrogata o derogata dai primi, con la conseguenza che anche sotto tale profilo l'aumento del 20 per cento avrebbe potuto essere applicato soltanto a decorrere dal 1999.

Così riassunte le doglianze della ricorrente, devesi rilevare che in base all'art. 12 del D.Lgs. n. 507/1993, gli avvisi di accertamento dell'imposta sulla pubblicità debbono contenere l'indicazione del soggetto passivo, delle caratteristiche e dell'ubicazione del mezzo pubblicitario, dell'importo dell'imposta, delle soprattasse e dei relativi interessi.

Bene ha fatto, perciò, la Commissione tributaria regionale a ritenere sufficiente la motivazione degli avvisi impugnati che, come da essa acclarato con accertamento in fatto non sindacabile in questa sede, contenevano tutti gli elementi richiesti dalla legge e consentivano, quindi, alla contribuente di rendersi conto della loro esatta portata indipendentemente dalla mancata enunciazione delle modalità di calcolo dell'imposta e delle delibere di approvazione degli aumenti che, in ogni caso, non ha impedito alla O.S. di ricostruire compiutamente il percorso logico del Comune e di contestarlo specificamente nel ricorso davanti alla Commissione tributaria provinciale.

Rigettato, di conseguenza, il primo motivo del ricorso, giova rammentare che l'art. 12 del D.Lgs. n. 507/1993 stabilisce testualmente che "per la pubblicità che abbia superficie compresa tra metri quadrati 5,5 e 8,5, la tariffa dell'imposta è maggiorata del 50 per cento; per quella di superficie superiore a metri quadrati 8,5, la maggiorazione è del 100 per cento".

La O.S. ha sostenuto che l'anzidetta disposizione imporrebbe di calcolare l'imposta a scaglioni e, cioè, applicando la tariffa base per i primi 5,5 metri quadrati della pubblicità, la maggiorazione del 50 per cento per gli ulteriori metri fino a 8,5 e la maggiorazione del 100 per cento per gli eventuali altri metri quadrati.

Un'interpretazione del genere non può essere però condivisa perché con l'art. 12 sopra richiamato, il Legislatore ha voluto adeguare l'imposizione all'efficacia pubblicitaria del messaggio, nella convinzione che più esso è grande, più è capace di suggestionare o convincere.

Partendo da tale presupposto, il Legislatore ha perciò previsto l'applicabilità di una superiore tariffa, che dipendendo da una maggiore attitudine propagandistica del messaggio, deve necessariamente riferirsi a quest'ultimo nella sua interezza.

È, quindi, la totalità della superficie che va maggiorata e non le sue singole parti eccedentarie che, di per sé considerate, non avrebbero del resto alcun autonomo valore.

Anche il secondo motivo va, pertanto, rigettato, mentre il terzo va dichiarato inammissibile, perché fondandosi sull'assunto che le delibere relative all'aumento del 20 per cento sarebbero divenute esecutive in epoca successiva al 28 febbraio 1998, poggia su di un presupposto di fatto che non può essere utilmente allegato e verificato in questa sede, in quanto non dedotto ed accertato nelle precedenti fasi di merito.

Aggiungasi che la L. n. 449/1997 risulta formulata in maniera inequivoca perché dopo aver concesso agli enti locali la facoltà di aumentare le tariffe per la pubblicità fino ad un massimo del 20 per cento "a decorrere dal 1 gennaio 1998" (art. 11, comma 10), ha differito il termine per "deliberare" fino al 28 febbraio 1998 (art. 49, comma 2).

Così esprimendosi, il Legislatore ha chiaramente mostrato di accontentarsi della semplice adozione delle delibere (disinteressandosi dalla loro esecutività) e di volere nel contempo derogare al disposto dell'art. 3 del D.Lgs. n. 507/1993, secondo il quale le tariffe possono trovare applicazione soltanto a partire dal gennaio dell'anno successivo a quello di esecutività delle relative delibere di approvazione.

Anche il quarto motivo del ricorso, con il quale la O.S. ha sostenuto esattamente il contrario, va pertanto rigettato con condanna della contribuente al pagamento delle spese del presente giudizio, che si

liquidano in complessivi 5.100,00 euro, 100,00 dei quali per esborsi, oltre le spese generali e gli accessori come per legge.

P.Q.M.

la Corte rigetta il ricorso e condanna la S.r.l. O.S. al pagamento delle spese del presente giudizio, che si liquidano in complessivi 5.100,00 euro, 100.00 dei quali per esborsi, oltre le spese generali e gli accessori come per legge.
