

Sentenza n. 2349 del 30 maggio 2019 della Commissione Tributaria Regionale, Milano - Sez. IV

riunita con l'intervento dei Signori:
D'ADDEA ROSARIA -Presidente
BUSSANI ALBERTO -Relatore
CRESPI MONICA GIOVANNA MICA -Giudice
ha emesso la seguente
SENTENZA

-sull'appello n. 805/2018

depositato il 19/02/2018

-avverso la pronuncia sentenza n. 335/2017 Sez:1 emessa dalla Commissione Tributaria Provinciale di VARESE

contro:

I. SRL proposto dagli appellanti:

F.F. SVIA M. 37 21050 B. V. difeso da:

Atti impugnati: AVVISO DI ACCERTAMENTO n. (...) PUBBLICITA' 2016

Fatti di causa

Con ricorso del 30.09.2016, la società F.F. srl, avente ad oggetto sociale la produzione e la vendita al pubblico di gelato artigianale da asporto, impugnava l'avviso di accertamento nr. (...), notificato il 01.06.2016, emesso da I. srl di V.(concessionaria alla riscossione) e relativo ad imposta comunale sulla pubblicità, anno 2016, assumendo che, nella fattispecie, non ne ricorrevano i presupposti in quanto il provvedimento si riferiva a una vetrofania, (pellicola applicata sui vetri del negozio /gelateria), raffigurante la generica immagine di un gelato senza alcun riferimento alla denominazione dell' esercizio e, quindi, di natura decorativa e senza alcun riferimento pubblicitario. La C.T.P. di Varese, con sentenza nr. 335/2017, depositata in data 26.06.2017, respingeva il ricorso con condanna alle spese di lite.

Ha impugnato la precitata decisione la F.F. srl lamentando:

1)violazione e/o falsa applicazione dell' art. 23 Cost. e degli artt. 5,7,17 del D.Lgs. n. 507 del 1993 atteso che l'interpretazione data dai giudici di primo grado sarebbe errata; la vetrofania è da qualificarsi come oggetto di mera informazione e non come messaggio pubblicitario;

2)nullità della sentenza per violazione dell' art. 111,co. 6, Cost., dell' art. 36 D.Lgs. n. 546 del 1992 e dell' art. 132 c.p.c. e dell' art. 118 Disp. Att. c.p.c.

Ha concluso chiedendo l'accoglimento dell' appello con annullamento dell' atto gravato. Spese e compensi da distrarsi a favore dei difensori antistatari.

Si è costituita in giudizio la I. srl (Concessionaria del servizio) controdeducendo in merito punto su punto e chiedendo il rigetto dell' appello. Vinte le spese. La precitata, in data 26.03.2019, depositava memoria illustrativa a sostegno delle tesi esposte allegando giurisprudenza a favore relativa a identica fattispecie per il precedente anno 2014.

La causa veniva, quindi, decisa, nella Camera di consiglio del 15.04.2019.

Ragioni della decisione

In via preliminare si osserva come le supposte violazioni dell' art. 23 e 111, comma 6, Costituzione, eccepite da parte appellante, siano manifestamente infondate, poiché non è possibile valutare, attesa la genericità dell'istanza medesima, i profili di lesione degli articoli della Costituzione citati.

Nel merito, l'appello non ha pregio e la sentenza impugnata va confermata in quanto resiste a tutti i motivi di impugnazione contenendo una motivazione esaustiva e logicamente argomentata in tutti i suoi passaggi dando, altresì, conto delle ragioni per le quali le ragioni del contribuente siano state disattese.

Al riguardo non si riscontra alcuna violazione degli artt. 5,7 e 17 del D.Lgs. n. 507 del 1993 così come rappresentato con il primo motivo di appello.

- 1. L'art. 5 del Dlgs. sopra citato, riguardante il presupposto dell' imposta, prevede che" la diffusione di messaggi pubblicitari effettuati attraverso forme di comunicazioni 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 è soggetta all' imposta sulla pubblicità prevista nel presente decreto. Nel caso in esame, la fattispecie non si innesta nella tipologia normalmente e quotidianamente accertata con utilizzazione di impianto pubblicitario, nel quale il messaggio è associato, contestualmente, al nome del produttore, bensì nell' ipotesi residuale prevista, mediante la quale, la pubblicità si concretizza attraverso forme di comunicazione visiva in luogo pubblico, con percezione diretta ed immediata da parte dei potenziali consumatori. Il messaggio pubblicitario viene realizzato per mezzo della vetrofania che espone il prodotto (gelato) commercializzato nell' esercizio. Detto mezzo,è, del tutto, idoneo a far conoscere ad una massa di potenziali acquirenti l' attività ed i prodotti della società. Trattasi di un mezzo non, meramente, informativo, ma, oggettivamente, dotato di carica pubblicitaria, direttamente, percepita dal pubblico in connessione con il passaggio avanti il negozio ove viene esercitata l'attività di vendita del prodotto messo in mostra (vedasi Cass. nr. 8220 del 22.07.1993,nr. 4095 del 07.03 2005 e nr. 8616 dell' 11.04.2014). Si deve intendere per pubblicità, qualsiasi forma di messaggio, nell' esercizio di una attività commerciale, industriale, artigianale o professionale, che è in grado di raggiungere la massa dei consumatori in qualsiasi modo e con la finalità di incentivare la cessione di beni o prestazioni di servizi. Sono, pertanto, oggetto di tassazione, i messaggi, ancorchè, non acustici, come nel caso in esame, tendenti a migliorare l'immagine e, conseguentemente, le vendite, del soggetto pubblicizzato mediante una vetrofania ove campeggia, su una notevole superficie e sulla vetrina del negozio in argomento, con in alto la dicitura " gelateria", una porzione di cono di accattivante gelato, per metà immerso nel latte, con sopra un sottofondo di cielo azzurro. Va condivisa, la motivazione della pronuncia della C.T.R di Milano nr. 3881/28/16 del 24.06.2016, che si è espressa su identica questione per l'annualità precedente, sottolineando come, nella fattispecie, il mezzo di comunicazione con il pubblico (vetrofania), indipendentemente dalle sue finalità o ragioni della sua adozione, risulti, oggettivamente, idoneo a far conoscere alla platea dei possibili consumatori il negozio, l'attività ed il prodotto commercializzato.(sul punto anche sentenza CTR Milano dep. Il 18.05.2016). A seguito delle le conclusioni di cui sopra, deve ritenere, come i giudici di prime cure, abbiano, correttamente, valutato il caso prospettato***

pervenendo alla conclusione che la vetrofania incollata sulla vetrina del negozio ove si svolge l'attività commerciale fosse, in realtà, un messaggio finalizzato alla implementazione della clientela e non una mera segnaletica informativa. Le dimensioni, poi, della vetrofania rientrano nei requisiti impositivi così come agli atti.

Infine, le doglianze della parte appellata circa supposte violazioni dell'art. 36 del D.Lgs. n. 546 del 1992, art. 132, nr. 4, c.p.c. nonché art. 118 Disp. Att.ne Cod. ce proc. Civ.le (motivazione sentenza) non si ritiene abbiano pregio poiché, come detto in narrativa, la pronuncia gravata non presenta i vizi lamentati avendo esposto, sostanzialmente, i fatti rilevanti di causa e le ragioni della decisione.

Per quanto sopra, l'appello non può trovare accoglimento, con conseguente conferma della sentenza gravata.

Le spese seguono la soccombenza e vengono liquidate come in dispositivo.

P.Q.M.

La Commissione rigetta l'appello della società F.F. srl e la condanna al pagamento delle spese processuali che si liquidano in Euro 200,00 (duecento euro).

Così deciso in Milano nella Camera di consiglio del 15 aprile 2019.