

Corte di Cassazione
Civile Ord. Sez. 5 Num. 24619 Anno 2020

Presidente: CHINDEMI DOMENICO

Relatore: MARTORELLI RAFFAELE

Data pubblicazione: 04/11/2020

ORDINANZA

sul ricorso 12473-2015 proposto da:

XXXXXXXXXXXXXXXXXX, elettivamente domiciliata in ROMA
XXXXXXXXXX, presso lo studio dell'avvocato XXXXXXXXXXXXX, rappresentata
e difesa dall'avvocato XXXXXXXXXXXXX; - ricorrente

- contro

XXXXXXXX, elettivamente domiciliata in ROMA XXXXXXXXXXXXX, presso lo
studio dell'avvocato XXXXXXXXXXXXX, che la rappresenta e tende
unitamente all'avvocato XXXXXXXXX; controricorrente

- avverso la sentenza n. 525/2015 della • COMM.TRIB.REG.SEZ.DIST.
di BRESCIA, depositata il 17/02/2015;

udita la relazione della causa svolta nella camera di consiglio del
04/12/2019 dal Consigliere Dott. RAFFAELE MARTORELLI.

Ritenuto che -con ricorso alla CTP la XXXXXX impugnava l'Avviso di
Accertamento emesso dalla concessionaria di riscossione per conto del
comune di XXXX, società XXXXX, con il quale veniva richiesto il
pagamento della imposta comunale sulla pubblicità per l'anno 2011 per
pubblicità realizzata sui carrelli della spesa presso il centro
commerciale "Le piazze" di XXXXX. Con il predetto avviso, veniva
contestato il mancato pagamento dell'imposta sulla pubblicità, per i
cartelli apposti sui carrelli della spesa che reclamizzavano prodotti in
vendita.

Trattandosi di pubblicità rivolta indiscriminatamente alla massa indeterminata dei possibili clienti, era da assoggettare all'imposta richiesta.

Con sentenza n 28 del 30 gennaio 2012 la CTP di Brescia respingeva il ricorso e compensava le spese di lite. La Casa del caffè proponeva appello ritenendo travisati alcuni aspetti della controversia anche in riferimento alla prassi ministeriale e alla giurisprudenza, in quanto si sarebbe trattato di occasionale ricettività del messaggio pubblicitario all'esterno; faceva, anche, presente che il parcheggio, di pertinenza del centro commerciale era recintato, veniva chiuso di notte e che la parte appellante sostanzialmente si era uniformata a una risoluzione ministeriale per cui l'atto impugnato non poteva essere assoggettato ad alcuna sanzione amministrativa anche in virtù dell'art. 10 dello statuto del contribuente. Chiedeva l'annullamento dell'avviso per inesistenza della pretesa tributaria. La CTR di Milano accoglieva l'appello ritenendo, in base alla descrizione dei luoghi ricavabile dagli scritti delle parti e dall'esame della documentazione fotografica, che il tragitto del carrello, recante il messaggio pubblicitario nell'interesse della società appellante, veniva effettuato sia all'interno che all'esterno, ma nel luogo circoscritto del centro commerciale e in luogo recintato, per cui non assolveva alla funzione di fare conoscere il prodotto della azienda a una massa indeterminata di persone.

In tal senso, secondo la CTR, l'articolo 17 comma 1 lett a) del D.I.gs 507/1933 esonerava dal tributo "la pubblicità realizzata all'interno dei locali adibiti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi quando si riferisce all'attività negli stessi esercitata, nonché i mezzi pubblicitari, ad eccezione delle insegne, esposti nelle vetrine e sulle porte di ingresso dei locali medesimi purché siano attinenti all'attività in essi esercitata e non superino nel loro insieme la superficie complessiva di mezzo metro quadrato per ciascuna vetrina o ingresso". Pertanto non potevano e non dovevano essere rilevanti, ai fini della assoggettabilità al tributo, l'occasionale visibilità esterna del messaggio pubblicitario, diffuso

mediante la circolazione all'interno del centro commerciale o del parcheggio, proprio in virtù del mezzo utilizzato, la cui dimensione e le cui caratteristiche non avevano rilevanza agli effetti dell'assoggettamento al tributo stesso. Aggiungeva che il ministero dell'Economia e Finanze in merito al quesito, su interpello dello stesso contribuente, aveva chiarito, con propria risoluzione, che, nei casi come quello in oggetto, non era applicabile la norma richiamata dal XXXX in quanto non erano rilevanti ai fini della assoggettabilità al tributo né le dimensioni, né le caratteristiche del mezzo, né tanto meno la visibilità all'esterno del messaggio pubblicitario, diffuso mediante circolazione del carrello all'interno del centro commerciale o del parcheggio, con conseguente esenzione dall'imposta. Proponeva ricorso XXXX affidato a 2 motivi.

Il resistente si costituiva con controricorso.

XXX depositava memoria.

Ragioni della decisione. Con il ricorso si deduceva:

1. Violazione dell'articolo 17, comma 1., lettera a) e dell'articolo 5, comma 1, d.lgs. 15.11.1993, n.507, nonché dell'articolo 1, disposizioni preliminari al codice civile, in relazione a quanto previsto dall'articolo 360, comma 1, n.3) c.p.c., non sussistendo i presupposti per la ritenuta esenzione.

2. Omesso esame circa un fatto decisivo per il giudizio che è stato oggetto di discussione tra le parti. ai sensi dell'articolo 360., comma 1, n.5, c.p.c., per non aver valutato l'idoneità pubblicitaria dei mezzi esposti. Il primo motivo è fondato.

E' stato più volte affermato da questa Corte il principio, a cui deve darsi conferma anche in questa sede, secondo il quale, in tema di imposta sulla pubblicità, luogo aperto al pubblico deve essere considerato quello comunque accessibile, sia pure nel rispetto di determinate condizioni, a chiunque si adegui al regolamento che disciplina l'ingresso.

Ciò in quanto il presupposto impositivo deve essere individuato nell'astratta possibilità del messaggio, in rapporto all'ubicazione del mezzo, di avere un numero indeterminato di destinatari, che diventano tali solo perché vengono a trovarsi in quel luogo determinato. (Cass.n.6714117, n. 31707/18)). In tal senso, tale requisito è stato individuato, tra l'altro, con riguardo allo spazio interno di stazione ferroviaria, il cui accesso era consentito ai soggetti muniti di biglietto di viaggio (Cass. n. 27497/2014); con riguardo alla targa indicativa di uno studio di un avvocato esposta in un cortile che, pur privato, era aperto al pubblico (Cass. n. 22572/2008). Ne deriva che anche lo spazio destinato a centro commerciale che, come accertato in fatto dalla CTR, era accessibile ai soli soggetti abilitati alle transazioni che si svolgevano all'interno, è da considerarsi area aperta al pubblico ai fini di che trattasi. Nel caso in esame, non può quindi condividersi, per giustificare l'esenzione dai tributo , la tesi (della C.T.R.) di una "occasionale visibilità esterna" del messaggio pubblicitario, in un contesto ambientale che risulta pacificamente aperto al pubblico e, quindi, potenzialmente idoneo a raggiungere una massa indeterminata di soggetti. Il secondo motivo è assorbito. Dall'accoglimento del primo motivo di ricorso deriva che l'impugnata sentenza va cassata. Non essendo necessari ulteriori accertamenti di fatto, la causa va decisa nel merito, a norma dell'art. 384, comma 2, cod. proc. civ., e il ricorso originario della contribuente rigettato.

Le spese di merito vanno compensate e quelle di legittimità poste a carico della resistente.

P.Q.M.

La Corte accoglie il primo motivo, assorbito il secondo, e cassa la sentenza impugnata e decidendo nel merito, rigetta l'originario ricorso. Compensa le spese del merito e condanna la resistente al pagamento delle spese processuali liquidate in euro 2.800,00 oltre accessori di legge.