

Civile Sent. Sez. 5 Num. 8278 Anno 2018

Presidente: CHINDEMI DOMENICO

Relatore: STALLA GIACOMO MARIA

Data pubblicazione: 04/04/2018

SENTENZA

sul ricorso 26541-2012 proposto da:

NEVADA PUBBLICITA' SRL in persona del legale
rappresentante pro tempore, elettivamente domiciliato
in ROMA PIAZZA DEL RISORGIMENTO 14, presso lo studio
dell'avvocato LUIGI VINCENZO, che lo rappresenta e
difende unitamente all'avvocato EMILIANO ROSSETTO
giusta delega a margine;

- **ricorrente** -

contro

COMUNE DI MILANO in persona del Sindaco pro tempore,
elettivamente domiciliato in ROMA LUNGOTEVERE MARZIO
3, presso lo studio dell'avvocato RAFFAELE IZZO, che

2018

357

lo rappresenta e difende unitamente agli avvocati IRMA MARINELLI, MARIA RITA SURANO, RUGGERO MERONI giusta delega in calce;

- **controricorrente** -

avverso la sentenza n. 57/2012 della COMM.TRIB.REG. di MILANO, depositata il 29/03/2012;

udita la relazione della causa svolta nella pubblica udienza del 07/03/2018 dal Consigliere Dott. GIACOMO MARIA STALLA;

udito il P.M. in persona del Sostituto Procuratore Generale Dott. GIOVANNI GIACALONE che ha concluso per il rigetto del ricorso;

udito per il ricorrente l'Avvocato VINCENZO LUIGI che ha chiesto l'accoglimento;

udito per il controricorrente l'Avvocato IZZO RAFFAELE che ha chiesto il rigetto.



Fatti rilevanti e ragioni della decisione.

§ 1. Nevada Pubblicità srl propone quattro motivi di ricorso per la cassazione della sentenza n. 57/32/12 del 29 marzo 2012 con la quale la commissione tributaria regionale della Lombardia, a conferma della prima decisione, ha ritenuto legittimo l'avviso di accertamento notificato dal Comune di Milano per maggiore imposta di pubblicità 2008.

La commissione tributaria regionale, in particolare, ha ritenuto che: - l'avviso in questione fosse stato regolarmente emanato, con procedura meccanizzata, con dicitura a nome del funzionario emittente, tenente luogo di sottoscrizione (art.1, co.87[^], l.549/95); - corretta, ex art.12, 4[^] co., d.lgs. 507/93, fosse l'applicazione della maggiorazione di imposta ivi prevista sulla superficie totale del mezzo pubblicitario (grande poster di mt.6 X 3), e non per scaglioni di superficie; - corretta fosse altresì l'applicazione di interessi e sanzioni, così come stabilita dal Comune.

Resiste con controricorso il Comune di Milano.

§ 2. Con il *primo motivo* di ricorso Nevada Pubblicità srl lamenta - ex art.360, 1[^] co. n. 3 cod.proc.civ. - violazione e falsa applicazione dell'art.1, co.162, l. 296/06. Per avere la commissione tributaria regionale ritenuto la validità dell'avviso di accertamento in oggetto, nonostante che quest'ultimo recasse unicamente il nome del funzionario emittente, senza tuttavia riportarne la sottoscrizione autografa o a mezzo stampa.

Il motivo è infondato.

Questa corte di legittimità ha affermato anche recentemente (Cass.ord.20628/17, con ulteriori richiami), che : *"L'art. 1, comma 87, della legge 28 dicembre 1995, n. 549, stabilisce che «la firma autografa prevista dalle norme che disciplinano i tributi regionali e locali sugli atti di liquidazione e accertamento è sostituita dall'indicazione a stampa del nominativo del soggetto responsabile, nel caso in cui gli atti medesimi siano prodotti da sistemi informativi automatizzati.»* Questa Corte (cfr., tra le altre, Cass. sez. 5, 6 maggio 2015, n. 9079; Cass. sez. 5, 2 aprile 2015, n. 6736) ha chiarito che si tratta di norma speciale non abrogata e che conserva pertanto la sua efficacia".

Né la censura, incentrata unicamente sul difetto di firma autografa, pone specificamente in dubbio che il nominativo apposto sull'avviso rispondesse in effetti a funzionario regolarmente investito - con determina dirigenziale interna - del relativo potere di emissione e sottoscrizione.

§ 3. Con il *secondo motivo* di ricorso si deduce violazione e falsa applicazione degli articoli 7 legge 212/00 e 1, co.162, l.296/06. Per non avere la commissione tributaria



regionale rilevato l'invalidità dell'avviso di accertamento, perché carente di motivazione e di indicazione delle tariffe applicate in concreto.

Il motivo non può trovare accoglimento, risultando finanche inammissibile, per carenza di specificità ed autosufficienza, là dove lamenta la nullità, per difetto di motivazione, di un atto (l'avviso di accertamento) non riportato in ricorso nei suoi elementi contenutistici essenziali e funzionali al richiesto vaglio di legittimità; non si indica inoltre, nel motivo, dove tale atto sia allegato all'interno del fascicolo di parte, e nemmeno in quale momento e sede processuale esso sia stato prodotto in giudizio, così da verificarne e renderne possibile la immediata reperibilità e disamina.

In ogni caso, esso è privo di fondamento, atteso che la carenza di motivazione sarebbe asseritamente caduta su un elemento (tariffe di pubblicità ed affissione dell'anno di riferimento) di generale conoscibilità e legale conoscenza, perché portato da delibere comunali debitamente adottate, depositate e rese pubbliche nelle forme di legge. Si è in proposito affermato (Cass. 9601/12) che l'obbligo di allegazione all'avviso di accertamento riguarda, ex art.7 l.212/00, gli atti non conosciuti e non altrimenti conoscibili dal contribuente, ma non gli atti generali come le delibere del consiglio comunale che, essendo soggette a pubblicità legale, si presumono conosciute.

Va poi considerato, a definitivo riscontro della infondatezza della censura, come il principale motivo di opposizione all'avviso in oggetto abbia riguardato proprio la corretta applicazione, nella specie, di una determinata tariffa; che il contribuente ha mostrato di avere *ab initio* (appunto, fin dall'atto impositivo) correttamente individuato, salvo sostenerne l'applicazione secondo un diverso criterio di calcolo (progressivo 'per scaglioni' invece che sul totale di superficie pubblicitaria).

§ 4. Con il *terzo motivo* di ricorso la società deduce - ex art.360, 1[^] co. n. 3 cod.proc.civ. - violazione e falsa applicazione dell'articolo 12, co.4[^], d.lgs. 507/93, in relazione all'articolo 53 Cost.. Per avere la commissione tributaria regionale affermato la legittimità - in contrasto con il principio costituzionale di progressività dell'imposta - del criterio di calcolo basato sulla maggiorazione del 100% per tutti gli impianti pubblicitari superiori complessivamente a mq.8,5; invece che sulla maggiorazione modulare progressiva di tariffa per scaglioni (tariffa-base sulla superficie iniziale di mq. 5,5; maggiorazione del 50% della tariffa base per la porzione di superficie compresa tra mq. 5,5 e 8,5; maggiorazione del 100% sulla superficie residua eccedente mq. 8,5).

Il motivo è infondato.

Questa corte (Cass. 4909/05) ha già avuto modo di affermare, esattamente in termini, che: "*in tema di imposta comunale sulla pubblicità, con l'art.12, comma*



quarto, del D. Lgs 15 novembre 1993, n. 507, che prevede l'applicabilità 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 più esso è grande, più è capace di suggestionare o convincere; le maggiorazioni devono, pertanto, necessariamente riferirsi al messaggio stesso nella sua interezza e, quindi, alla totalità della superficie e non alle sue singole parti eccedentarie".

Ha osservato la corte, in motivazione, 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 Open Space 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 gli ulteriori metri fino a 8,5 e la maggiorazione del 100% 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 dalla 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 sè considerate, non avrebbero del resto alcun autonomo valore".

Ora, le argomentazioni addotte in ricorso non sono tali da sovvertire queste conclusioni le quali, del resto, hanno trovato conferma successiva (Cass.16214/10); ed anche tra le stesse parti dell'odierno giudizio, sebbene con riguardo ad altra annualità (Cass.24925/08).

§ 5. Con il *quarto motivo* di ricorso Nevada Pubblicità srl lamenta - ex art.360, 1[^] co. n. 3 cod.proc.civ. - violazione e falsa applicazione dell'articolo 23, 4[^]co., d.lgs. 507/93, in relazione all'articolo 1, co.165 e 171, l.296/06. Per avere la commissione tributaria regionale ritenuto corretto il computo degli interessi sulla base di una norma (art.23 cit.) abrogata, e sostituita dalla disciplina risultante dai co. 165 e 171 art.1 l.cit.; applicabile anche ai rapporti di imposta pendenti alla data di sua entrata in vigore, quale quello di specie.

Il motivo non può trovare accoglimento.



Come già ad altro fine indicato, esso non riporta il contenuto dell'avviso contestato; segnatamente, per quanto qui rileva, nel conteggio degli interessi moratori in esso contenuto e di cui si assume l'illegittimità.

Ciò preclude qualsiasi vaglio di correttezza della decisione del giudice di merito.

Né, e per le stesse ragioni, è dato qui riscontrare (attesa la genericità della censura in rapporto alla concretezza della fattispecie) l'effettiva disapplicazione del saggio e criterio di calcolo (art.1, co.165 e 171, l.296/06) che si invoca da parte della società ricorrente e che, per contro, il Comune assume di aver effettivamente osservato.

PQM

La Corte

- rigetta il ricorso;
- pone le spese del presente giudizio a carico di parte ricorrente, liquidate in euro 5.000,00 oltre rimborso forfettario ed accessori di legge.

Così deciso nella camera di consiglio della quinta sezione civile in data 7 marzo 2018.

Il Cons.est.

Giacomo Stalla

Il Presidente

Domenico Chindemi