Sentenza del 21/11/2018 n. 30051 - Corte di Cassazione - Sezione/Collegio 5

Testo

Testo:

RITENUTO IN FATTO

Il Comune di Milano, con avviso di accertamento n. (XXXXXX) del 3 dicembre 2007, richiedeva alla N. Pubblicità s.r.l. la somma di Euro 70.257,00, oltre a sanzioni e interessi, per omesso versamento dell'imposta di pubblicità per l'anno 2006.

La società proponeva ricorso, eccependo che il Comune di Milano, da un lato, non aveva indicato la metodologia di calcolo dell'imposta seguita e, dall'altro, aveva calcolato l'imposta disattendendo il criterio previsto dal D.Lgs. n. 507 del 1993, art. 12, comma 4.

La Commissione Tributaria Provinciale respingeva il ricorso di parte, dando atto che la Corte di Cassazione con la sentenza n. 4909/2005 aveva già dato ragione al Comune di Milano in punto di calcolo dell'imposta ed affermando che per l'imposta di pubblicità doveva applicarsi unicamente la tariffa ultima prevista per la superficie massima dell'impianto considerato, e non a scaglione.

Avverso la sentenza proponeva appello la società, lamentando che il Comune aveva errato nel calcolo dell'imposta, con violazione del D.Lgs. n. 507 del 1993, art. 12, e deducendo che l'imposta di pubblicità doveva essere pagata in modo proporzionale alla diversa efficacia del messaggio affisso. Lamentava, altresì, che i primi giudici non si erano soffermati sulla questione da essa sollevata in ordine all'errato calcolo degli interessi applicati dal Comune nell'avviso di accertamento, interessi che non potevano essere superiori di tre punti rispetto al tasso legale (L. n. 296 del 2006, ex art. 1, comma 165).

Si costituiva e resisteva il Comune di Milano, che chiedeva il rigetto dell'appello, atteso che l'avviso di accertamento era ben motivato e conteneva puntuale dettaglio di tutti gli impianti (luminosi e di grandi dimensioni) installati dalla società. Aggiungeva che l'imposta di pubblicità non era un tributo proporzionale ad aliquota differenziata e che per la pubblicità di superficie superiore a metri quadri 8,5 la tariffa doveva essere maggiorata del 100%.

Con sentenza dell'8 novembre 2010, la CTR di Milano rigettava l'appello, sulla base delle seguenti considerazioni:

1) dalla lettura del D.Lgs. n. 507 del 1993, art. 12, comma 4, si evinceva che la tariffa doveva essere determinata in funzione della superficie complessiva dei mezzo pubblicitario esposto;

2) era la tariffa nel suo complesso che doveva essere maggiorata del 50% o del 100% e, non si creavano, invece, come sostenuto dall'appellato, tre distinti scaglioni di tariffa ciascuno relativo

ad una parte di superficie;

3) se il legislatore avesse voluto adottare una soluzione di tale genere, avrebbe dovuto esplicitarlo in modo chiaro;

4) l'art. 12 citato trovava fondamento nell'intento di commisurare l'imposta alla maggiore efficacia pubblicitaria derivante dalla diffusione di messaggi attraverso l'uso di mezzi dalle dimensioni particolarmente estese;

5) quanto alla doglianza concernente il calcolo degli interessi, alla stregua del D.Lgs. n. 507 del 1993, art. 23, non era configurabile alcuna violazione di legge.

Per la cassazione della sentenza ha proposto ricorso la O. S. s.r.l., sulla base di due motivi. Il Comune di Milano ha resistito con controricorso, depositando, in prossimità dell'udienza, memorie illustrative.

CONSIDERATO IN DIRITTO

1. Con il primo motivo la ricorrente deduce la violazione e falsa applicazione del D.Lgs. n. 507 del 1993, art. 23, comma 4, con riferimento alla L. n. 296 del 2006, art. 1, commi 165 e 171, (in relazione all'art. 360 c.p.c., comma 1, n. 3), per aver la CTR escluso la violazione della legge in tema di computo degli interessi, applicando la disciplina prevista dall'abrogato D.Lgs. n. 507 del 1993, art. 23, comma 4.

2.1. Il motivo è inammissibile.

In violazione del principio di autosufficienza, la ricorrente ha omesso di trascrivere, almeno nei suoi passaggi rilevanti, l'avviso di accertamento contestato nella parte in cui avrebbe, a suo dire, concretamente applicato gli interessi di mora nella misura del 7% per ogni semestre compiuto e, dunque, in asserita violazione della L. n. 296 del 2006, art. 1, commi 165 e 171.

Pur tuttavia, avendo la CTR di Milano operato un esplicito riferimento all'applicazione degli interessi moratori nella detta misura (cfr. pagg. 1 e 3 della sentenza impugnata) e sebbene la doglianza non si estenda a profili motivazionali, dalla trascrizione, effettuata dal Comune di Milano a pagina 8 del controricorso, della voce "Avvertenze - Interessi" contenuta nel menzionato avviso si evince che gli interessi sono stati, in realtà, applicati al tasso legale del 2,5% (fino al 31 dicembre 2006) e del 2,75 (a partire dall'1 gennaio 2007) e, quindi, senz'altro nei limiti di tre punti percentuali di differenza rispetto al tasso di interesse legale (come prescritto dalla L. n. 296 del 2006, art. 1, comma 165).

Si rende, allora, necessario applicare l'art. 384 c.p.c., u.c., con conseguente correzione della motivazione, risultando la sentenza, pur erroneamente motivata in diritto (atteso che reputa corretto il calcolo degli interessi e delle sanzioni alla stregua del D.Lgs. n. 507 del 1993, art. 23, il cui comma 4 è stato, invece, abrogato dalla L. n. 296 del 2006, art. 172, applicabile ratione temporis), conforme, quanto al dispositivo, al diritto.

2. Con il secondo motivo la ricorrente denuncia la violazione e falsa applicazione del D.Lgs. n. 507 del 1993, art. 12, comma 4, con riferimento all'art. 53 Cost. (in relazione all'art. 360 c.p.c., comma 1, n. 3), per aver la CTR escluso l'applicabilità del criterio di calcolo a scaglioni, che, invece, sarebbe stato aderente al principio costituzionale della progressività dell'imposta.

2.1. Il motivo è infondato.

Alla luce della giurisprudenza formatasi in seno a questa Corte, dalla quale non vi è ragione per discostarsi, in tema di imposta comunale sulla pubblicità, con il D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507, art. 12, comma 4, 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 (Sez. 5, Sentenza n. 4909 del 07/03/2005; Sez. 5, Sentenza n. 24925 del 10/10/2008; Sez. 5, Sentenza n. 16214 del 09/07/2010).

Già in passato questa Corte si è pronunciata su analoga questione in controversie che vedevano come ricorrente la stessa Open Space s.r.l., condivisibilmente affermando che:

"(...) giova rammentare che il D.Lgs. n. 507 del 1993, art. 12, 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 perchè 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. E', 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.".

Fermo restando che tale criterio di calcolo non è, all'evidenza, in contrasto con il principio costituzionale della progressività dell'imposta enunciato dall'art. 53 Cost., si è al cospetto di una scelta legislativa discrezionale, come tale non sindacabile.

3. In definitiva, il ricorso deve essere rigettato.

Le spese della presente fase di giudizio seguono la soccombenza e si liquidano come da dispositivo.

P.Q.M.

La Corte rigetta il ricorso e condanna la ricorrente al rimborso, in favore del resistente, delle spese della presente fase di giudizio, che liquida in complessivi Euro 7.000,00, oltre rimborso del 15% per spese forfettarie ed accessori di legge.

Così deciso in Roma, nella camera di consiglio della 5 Sezione civile della Corte suprema di Cassazione, il 10 ottobre 2018.

Depositato in Cancelleria il 21 novembre 2018

Documenti citati



Documenti collegati

- Normativa
- Prassi
- Giurisprudenza