

COMM. TRIB. PROVINCIALE VARESE - 144/01/2011

SVOLGIMENTO DEL PROCESSO

La Emmetre spa con sede in Milano ha presentato ricorso contro il Comune di Cantello e contro la I.C.A. srl per l'annullamento dell'avviso di accertamento, contenente anche irrogazione delle sanzioni, n. 59 relativo all'anno 2010 per imposta sulla pubblicità (non risulta dalla copia prodotta in quale data l'avviso sia stato notificato, ma la Ica non contesta alcunché su questo punto e il ricorso deve ritenersi tempestivo e quindi ammissibile).

La Emmetre premette di gestire una catena di supermercati GS e, tra questi, anche quello di Cantello ed espone che su quattro vetrine opacizzate (nelle quali non è quindi possibile esporre la merce in vendita) sono state collocate delle vetrofanie, che consistono in fotografie di anonimi prodotti alimentari freschi (pesci, frutta, formaggi, etc.) Le vetrofanie avrebbero un mero scopo decorativo perché ovviano all'effetto di vetrine opacizzate bianche; non recano segni distintivi della società esercente, né il marchio GS, né marchi dei prodotti, né reclamizzazione di sorta. Esse pertanto non contengono alcun messaggio pubblicitario.

Espone poi la ricorrente che la Commissione Tributaria di Varese con sentenza n. 44/04/07 depositata il 13-04-2007, passata in giudicato, ha annullato altro accertamento relativo all'annualità 2004 emesso sugli stessi presupposti.

Svolge quindi pertinenti considerazioni sul giudicato esterno e segnala che altra sentenza della stessa Commissione (n. 139/06/09) relativa all'annualità 2008 ha deciso nello stesso modo. Svolge quindi ampie considerazioni sul principio del giudicato esterno e del ne bis in idem (quest'ultimo principio non può essere preso in considerazione, perché riguarderebbe semmai l'eventuale pronuncia ripetuta sullo stesso accertamento singolarmente identificato e non l'eventuale discordanza tra decisioni riguardanti annualità diverse ma aventi gli stessi presupposti di fatto).

La ricorrente svolge poi in via subordinata altre argomentazioni: il presupposto dell'imposta sulla pubblicità è la diffusione di messaggi pubblicitari attraverso forme di comunicazioni visive o acustiche in luoghi pubblici o aperti al pubblico o percepibili da tali luoghi. Il messaggio dovrebbe far conoscere alla massa di acquirenti il nome, l'attività e il prodotto dell'azienda. Le vetrofanie hanno funzione decorativa, non di individuazione di prodotti in vendita. Infine la ricorrente eccepisce difetto di motivazione dell'atto impugnato. Conclude con la richiesta di annullamento dell'avviso di accertamento e con la condanna al pagamento delle spese di giudizio.

La I.C.A. si è costituita in giudizio con memoria datata 12-12-2010 e depositata il 15-12-2010 (sono allegate copie datate 17-01-2011 depositate il 18-01-2011. Queste duplicazioni non hanno apparente spiegazione, ma non comportano alcun inconveniente dal punto di vista processuale: il testo è sostanzialmente identico, il contenuto è sobrio e contiene, oltre ad una generale affermazione della correttezza del proprio comportamento, la conclusione del rigetto del ricorso e rinvia a successiva memoria la trattazione degli argomenti).

In successiva memoria depositata il 16-06-2011 la I.C.A. svolge ampie considerazioni sull'istituto del giudicato esterno. Sull'argomento se le vetrofanie in questione contengano un messaggio pubblicitario svolge alcune considerazioni, delle quali sembra potersi dedurre un immediato effetto di derivazione tra messaggio e attività economica. Svolge anche altre considerazioni sul difetto di motivazione. Conclude con la richiesta di rigetto del ricorso e di condanna del ricorrente alle spese di giudizio.

Il ricorso è stato discusso nella pubblica udienza del giorno 11-07-2011.

La Commissione ritiene di dover esaminare innanzitutto il primo motivo di impugnazione, perché è pregiudiziale all'esame degli altri motivi: se fondato, ne escluderebbe l'esame.

L'argomento del giudizio esterno e della vincolatività è stato dibattuto sufficientemente dalla giurisprudenza perché si possano valutare i punti fermi cui si è giunti e ci si possa attenere. Il giudicato esterno presuppone che i problemi affrontati nel primo dei processi decisi abbiano, nei processi successivi, lo stesso contenuto di fatto e comportino la soluzione dello stesso problema giuridico. Nel caso in esame, si deve riscontrare se, dalla lettura della sentenza del 2007 in atti, emerga che l'avviso di accertamento per quell'annualità presupponeva l'esistenza delle stesse vetrofanie e che quindi la discussione si sia svolta sul contenuto di messaggio pubblicitario delle vetrofanie esposte.

Ora l'esame della sentenza n. 44/4/07 (non risulta sulla copia in atti l'attestazione dell'avvenuto passaggio in giudicato, ma la circostanza non è stata contestata dalla I.C.A., che svolge un'ampia dissertazione sull'argomento del giudicato esterno e viene pacificamente ritenuta acclarata nella sentenza n. 139/6/09 che pone la decisione proprio sulla ricorrenza del giudicato esterno. Il silenzio delle parti sulla seconda decisione potrebbe invece far ritenere che essa non sia passata in giudicato, per impugnazione) consente di affermare che ricorre l'ipotesi del giudicato esterno: trattasi delle stesse vetrofanie, esposte per scopi decorativi, non collegate a marchi, a listini, a prezzi, di carattere del tutto generico, senza riferimento ai singoli prodotti in vendita. Il ricorso viene perciò accolto.

P.Q.M.

La Commissione accoglie il ricorso e compensa le spese.