

Regolamento edilizio e pubblicità stradale

Autore: Fontana Giovanni

In: Diritto amministrativo

Per chi, come me, ormai da tempo assiste all'evoluzione socio-economico-giuridica del fenomeno pubblicitario stradale, la lettura, ma la rilettura delle disposizioni di legge che lo governano, induce ed introduce nuove riflessioni.

Una di queste, attiene all'opportunità - se non la doverosità - di inserire direttamente nel regolamento edilizio, quelle integrazioni normative che il regolamento governativo assegna al governo locale: superfici massime assentibili, distanze dalle intersezioni, dimensioni, ecc.

Del resto, ancora oggi, nell'epoca della "rete", la pubblicità stradale ha un suo evidente impatto mediatico, tanto che gli spazi stradali sono sicuramente ambiti da numerosissime aziende pubblicitarie. Molte di queste vogliono esercitare regolarmente la pubblicità stradale ma, talvolta, soprattutto nei piccoli centri, le regole che governano la pubblicità non sono facilmente rinvenibili o, erroneamente, sono inserite nel regolamento che disciplina l'imposta sulla pubblicità di cui al d. Lgs. 507/93.

Questa è l'occasione per proporre a chi non l'ha già fatto, di inserire queste norme tecniche direttamente nel regolamento edilizio; se non altro e sul piano pratico, per renderle molto più visibili, non solo da parte di chi è direttamente interessato ma, sicuramente, anche da parte dei professionisti dell'edilizia

Come risaputo, infatti, con il regolamento edilizio, il governo locale disciplina l'edificabilità del suolo, esprimendo ed interpretando le esigenze particolari della propria comunità.

Tale regolamento, già previsto dall'abrogata legge 1150 del 1942 e quindi, dall'attuale T.U. approvato con d.P.R. 380 del 2001, prevede norme giuridiche che pongono limitazioni all'attività edilizia dei privati, ulteriori rispetto a quelle contenute nelle norme del codice civile ed aventi lo stesso valore generale ed astratto delle norme di legge.

Tra queste norme, troviamo il decreto delegato n. 285 del 1992 ed il relativo e coevo regolamento n. 495 che, agli artt. 47 ss. disciplina la pubblicità stradale. Evidentemente, il legislatore materiale si preoccupa di indicare minimi parametri di sicurezza, al fine di evitare che dalla distrazione arrecata dalla presenza di un mezzo pubblicitario, possa derivare pericolo per la circolazione stradale. Peraltro, tali regole tecniche possono essere modificate dal governo locale, nell'interesse della comunità amministrata.

Nel dettaglio, l'art. 4 del T.U. su citato, sebbene espresso con rigore di sintesi, va comunque letto alla luce di quanto già previsto dalla legge urbanistica del '42 che, all'art. 33, già prevedeva, tra le altre cose, che il

regolamento edilizio dovesse disciplinare l'aspetto dei fabbricati ed il decoro dei servizi ed impianti che interessano l'estetica dell'edilizia urbana (tabelle stradali, mostre ed affissi pubblicitari, ecc.).

Attualizzando, dunque, queste nostre riflessioni, è possibile affermare che il regolamento comunale sicuramente più idoneo ad accogliere le regole tecniche per l'installazione dell'impiantistica pubblicitaria è sicuramente il regolamento edilizio, posto che i manufatti pubblicitari, prima ancora che mostre pubblicitarie, sono sicuramente forme di edificazione del suolo e di trasformazione (più o meno rilevante) urbanistica. Non a caso, con l'art. 871 del codice civile è sempre stato previsto che le regole da osservarsi nelle costruzioni, sono stabilite dalla legge speciale (nel caso di cui si discute ed a parere di chi scrive, anche dal codice stradale) e dai regolamenti edilizi comunali.

Fuor di luogo, dunque, è inserire queste regole nel regolamento sulla imposta della pubblicità o del canone pubblicitario o di qualsivoglia altra imposta; se non altro per una inidonea collocazione geografica di tale disposizione, si da rendere queste norme sconosciute di fatto a chi, eventualmente, ne fa ricerca o, sol per avventura, ne trova traccia. Del resto, la stessa imposta si impone a chi ha già ottenuto l'autorizzazione all'esercizio della pubblicità, in relazione alla superficie pubblicitaria considerata.

Alla luce di tutto questo, è sicuramente da sconsigliare un regolamento autonomo della pubblicità che comunque e per quanto esplicitamente previsto dall'art. 49 del d.P.R. 495/92, deve rispettare ogni altra regola giuridica ad esso connessa; comportando, che il rilascio dell'autorizzazione pubblicitaria è sempre successivo al previo rilascio di eventuali altri titoli autorizzatori, comunque denominati.

Concludendo:

è auspicabile che ogni eventuale novità in tema di impianti pubblicitari sia trasfusa in uno specifico Capo del regolamento comunale edilizio, si da offrire la massima visibilità di queste regole a tutti quei professionisti e privati cittadini, che hanno interesse a vivere in un Paese dove l'impianto pubblicitario, è anche arredo urbano e si colloca, come tale, nel contesto urbano, determinandone potenziali trasformazioni sul piano architettonico-ambientale e di adeguata godibilità di taluni luoghi.

<https://www.diritto.it/regolamento-edilizio-e-pubblicita-stradale/>