

Consiglio Stato/2. Illegittimo il «no» generalizzato

Pubblicità: divieti con limiti

Arturo Bianco

«I comuni non possono vietare la pubblicità in ampie zone del proprio territorio, tranne quando ci siano motivazioni circostanziate e riferite a interessi generali meritevoli di una specifica tutela. Gli eventuali divieti devono essere circoscritti, negli ambiti territoriali, nelle modalità e negli strumenti utilizzati. Sono queste le principali indicazioni della sentenza 1365/2010 del Consiglio di Stato.

In primo luogo la pronuncia stabilisce che è «contrastante con il diritto di iniziativa economica privata il divieto di pubblicità mediante occupazione di suolo pubblico, per come imposto nella deliberazione impugnata, e generalizzato in un'ampia area del territorio senza un'idonea motivazione». Si tratta infatti di un diritto oggetto di specifica tutela costituzionale (articolo 41), il che pone un limite invalicabile anche per l'autonomia degli enti.

Le motivazioni utilizzate dai comuni non possono esse-

re generiche, come ad esempio quelle di «migliorare il servizio», e ovviamente esse non possono essere «postume o integrative, non intuibili dal provvedimento», cioè rese successivamente all'emanazione dell'atto e contenute solo nelle motivazioni con cui l'ente resiste al ricorso. Le ragioni poste a base della scelta dell'ente, poi, non possono essere contraddittorie rispetto alla realtà concreta, per cui ad esempio non può essere considerata legittima la motivazione che vieta un impianto pubblicitario per favorire la circolazione dei disabili se le aree interessate non sono di per sé idonee a raggiungere tale scopo, perché incolte o prive di marciapiedi. Le motivazioni devono riferirsi a esigenze di interesse generale,

I VINCOLI

La mancata autorizzazione deve essere basata su motivazioni puntuali e non può ledere il diritto all'iniziativa economica

come la salvaguardia della sicurezza stradale o la tutela paesaggistica o ambientale. Nella valutazione delle ragioni con cui sostenere i limiti alla pubblicità i comuni devono effettuare un bilanciamento tra le ragioni di interesse generale e la tutela della libertà di iniziativa economica. Ovviamente il fatto che queste limitazioni siano contenute in un regolamento non determina alcuna legittimazione della scelta compiuta da un comune.

Le limitazioni non devono inoltre essere illogiche come, nel caso specifico, la prescrizione per cui i pali pubblicitari non possano essere installate a una distanza superiore a 50 metri dal luogo di esercizio della attività pubblicizzata. Anche il divieto generalizzato di pubblicità sonora va ritenuto illegittimo in quanto lede l'interesse delle imprese, fermo restando che appartiene a loro la scelta dello strumento da utilizzare e che gli enti non possono in alcun modo conculcare le loro prerogative.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

