

# Contratti fra privati: l'affissione di cartelloni pubblicitari sui ponteggi

---

14 Ottobre 2003

La collocazione di insegne pubblicitarie sui ponteggi di cantiere è un fenomeno sempre più diffuso (soprattutto nelle grandi città) che rappresenta uno strumento per l'incentivazione di interventi di restauro o ristrutturazione.

Le somme ottenute dalla pubblicità vengono, infatti, utilizzate per compensare le spese dell'esecuzione dei lavori o quantomeno per coprirne una parte, considerando che il corrispettivo per la sponsorizzazione varia in ragione dell'ubicazione dell'immobile e della maggiore o minore "visibilità" di esso.

Si tratta di una pratica che, in assenza di una specifica disciplina giuridica, conosce diverse soluzioni contrattuali che coinvolgono in vario modo tre soggetti: impresa edile che esegue i lavori, proprietario dell'edificio (o condominio) e impresa concessionaria di pubblicità.

In una prima ipotesi, molto frequente, è il proprietario stesso dell'immobile che, in vista della realizzazione di un intervento edilizio, si attiva per reperire la pubblicità.

In questo caso si è in presenza di due contratti: uno, avente ad oggetto i lavori, fra il proprietario dell'edificio e l'impresa di costruzione, l'altro fra il proprietario e la società che fornisce la pubblicità.

Considerata anche la vigente normativa in materia di sicurezza, è necessario però che si instauri un terzo rapporto giuridico fra l'impresa edile e la società pubblicitaria. L'impresa, infatti, in quanto proprietaria dei ponteggi o comunque titolare di un diritto di godimento per averli noleggiati, deve dare la propria autorizzazione all'affissione dei cartelloni, che qualora di dimensioni o peso rilevanti, richiedono strutture di supporto dotate di determinati requisiti prestazionali.

Altre volte accade che la stessa impresa edile, previ accordi con una società di pubblicità, proponga ai proprietari degli edifici sui quali dovrà eseguire i lavori, la collocazione delle insegne sulle impalcature in allestimento, in cambio di una riduzione del corrispettivo.

è evidente che in questa ipotesi tutto ruota attorno all'impresa di costruzione che instaura una collaborazione costante con la concessionaria della pubblicità.

Ma nella pratica si è riscontrata anche la situazione opposta: vale a dire quella nella quale è la società che fornisce la pubblicità che si fa promotrice dell'iniziativa, proponendo il servizio a soggetti già interessati da lavori edilizi ovvero proponendo un "pacchetto chiavi in mano" costituito dagli interventi edilizi più la pubblicità, senza alcuna spesa per il privato o con una spesa ridotta.

A differenza del contratto che attribuisce la facoltà di appoggiare l'insegna pubblicitaria direttamente sul muro di un edificio, qualificato dalla Cassazione (sez.III, 3 dicembre 2002, n.17156) come contratto di locazione seppure "limitata" ad una particolare utilità del bene, non risulta che la giurisprudenza si sia ancora interessata di questa fattispecie.

In ogni caso, anche la collocazione di insegne sui ponteggi sembra poter configurare un'ipotesi di locazione atipica intercorrente fra l'impresa di costruzioni, che ha la disponibilità delle impalcature, e la società di pubblicità, sebbene risulti caratterizzata da una maggiore complessità, a causa della presenza di un terzo soggetto, e cioè il proprietario dell'immobile su cui vengono eseguiti i lavori, che potrebbe condizionare l'affissione.

Occorre ricordare comunque che l'esposizione pubblicitaria sulle impalcature di cantiere è subordinata alla preventiva autorizzazione del comune, deve rispettare le norme tecniche eventualmente emanate dallo stesso in materia (vedi, a titolo esemplificativo, la delibera 37/2003 del Comune di Roma in allegato) ed è soggetta all'imposta comunale sulla pubblicità.

**In allegato: Deliberazione del Comune di Roma sulle esposizioni pubblicitarie**

[1710-ALLEGATO.pdf](#) [Apri](#)