

## Occupazione spazi pubblici

### Anche la pubblicità sui ponteggi deve pagare?

---

#### TAR Lombardia-Milano, Sez. IV, sentenza n. 2344 del 26 ottobre 2022

Il TAR Milano osserva che l'attività di esposizione pubblicitaria sui ponteggi è da qualificare quale "servizio" ai sensi dell'art. 4.1 della Direttiva 2006/123/CE (c.d. Direttiva "Bolkenstein"), recepita nell'ordinamento interno tramite il D. Lgs. n. 59 del 2010, trattandosi di una "attività economica non salariata di cui all'art. 57 TFUE fornita normalmente dietro retribuzione", che è sottoposta a un "regime di autorizzazione", ossia è correlata a una decisione, formale o implicita, di un'autorità pubblica al fine di poterla esercitare.

Difatti, la pubblicità esterna è subordinata al rilascio di specifica autorizzazione, con cui l'Autorità amministrativa verifica la compatibilità dell'attività pubblicitaria proposta con la sicurezza della circolazione stradale e con il decoro urbano (cfr. art. 23 del Codice della strada).

La pubblicità sui ponteggi collocati su aree pubbliche sconta la limitatezza di tale risorsa – ossia delle aree pubbliche su cui vengono installati i ponteggi per lavori – e quindi non richiede soltanto il rilascio di un'autorizzazione, ma implica la concessione dello spazio pubblico attraverso il quale effettuare la pubblicità.

Quindi deve farsi applicazione della normativa europea (comunque recepita in Italia), secondo la quale, in presenza di "scarsità delle risorse naturali o delle capacità tecniche disponibili", ovvero laddove ci si trovi al cospetto di un accesso limitato a un determinato ambito – da intendersi non solo da un punto di vista naturalistico o materiale – da parte dei soggetti in possesso dei requisiti richiesti dalla normativa, è necessario dar corso a un confronto di natura comparativa tra i potenziali aspiranti (art. 12.1 della Direttiva 2006/123/CE). Il concetto di scarsità deve essere «interpretato in termini relativi e non assoluti, tenendo conto non solo della "quantità" del bene disponibile, ma anche dei suoi aspetti qualitativi e, di conseguenza, della domanda che è in grado di generare da parte di altri potenziali concorrenti, oltre che dei fruitori finali del servizio che tramite esso viene immesso sul mercato» (Consiglio di Stato, Ad. plen., 9 novembre 2021, n. 17).

Il testo della sentenza è consultabile su: [www.giustizia-amministrativa.it](http://www.giustizia-amministrativa.it)