

Pubblicità, diritti e doveri

In questi ultimi tempi si sta assistendo a un proliferare della collocazione di mezzi pubblicitari (cartelli, impianti, eccetera) sulle strade sia cittadine che extraurbane. Accanto al legittimo interesse di collocarsi sul mercato e di presentarsi alla clientela attraverso i sistemi pubblicitari, interesse opportunamente temperato dal legislatore con la necessità di non determinare una pericolosa confusione o distrazione dai messaggi della segnaletica stradale, sono aumentati i casi in cui imprese pubblicizzate o società pubblicitarie hanno scelto vie illegali, contando sulla lunghezza delle procedure amministrative per la rimozione e sfruttare comunque le posizioni di "privilegio" soprattutto lungo itinerari privi da pubblicità e quindi con utenti potenzialmente più sensibili a lasciarsi "catturare" da messaggi e immagini. Da qualche anno il tema del contrasto della pubblicità abusiva ha raggiunto punte di interesse tali da determinare modifiche normative specifiche per il settore, da un lato, e, dall'altro, vedere particolarmente impegnate anche le stesse associazioni di categoria delle imprese pubblicitarie in funzione di pungolo per ottenere maggiori controlli e studiare nuove procedure per rendere sempre più efficace ed effettivo il regime sanzionatorio, a tutela della loro stessa sopravvivenza nel mercato. In questo contesto è relativamente diffusa la pubblicità fonica, ormai superata da altre forme di comunicazione col pubblico, e la pubblicità sui veicoli, pure in espansione viste le recenti modifiche normative che ne hanno legittimato l'impiego anche da parte di alcuni soggetti terzi rispetto al prodotto pubblicizzato.

Principi generali L'articolo 23 si colloca all'interno del titolo II del codice della strada, che si occupa della tutela delle strade; si tratta dunque di una norma che non mira a promuovere l'imprenditoria privata o l'azione pubblica di comunicazione mediante messaggi o sollecitazione di interes

...

Consultazione dell'intero articolo riservata agli abbonati

01/03/2005