

Non è raro, nelle nostre città, imbattersi su cartelloni pubblicitari posizionati sulle facciate laterali degli edifici. Un business per i proprietari degli immobili molto spesso allettati dalla possibilità d'ottenere un facile guadagno senza dover fare sostanzialmente nulla. Se si tratta di edifici di proprietà esclusiva di una sola persona e salvo particolari vincoli pubblicitari relativi alla qualificazione dell'immobile come di particolare pregio e nell'osservanza delle norme sulla pubblicità, egli sarà libero di locare quella parte del proprio stabile nei modi che ritiene più opportuni.

La situazione, è completamente differente per quanto concerne un edificio in condominio. In questo caso, è l'assemblea a doversi pronunciare su quest'uso di una parte comune. Il primo nodo da sciogliere: come deve inquadrarsi una decisione del genere? Si tratta di una semplice deliberazione in merito all'uso delle cose comuni o la stessa può essere inquadrata come un'innovazione?

Secondo la Cassazione “ *per innovazioni delle cose comuni s'intendono, dunque, non tutte le modificazioni (qualunque opus novum), sebbene le modifiche, le quali importino l'alterazione della entità sostanziale o il mutamento della originaria destinazione, in modo che le parti comuni, in seguito alle attività o alle opere innovative eseguite, presentino una diversa consistenza materiale, ovvero vengano ad essere utilizzate per fini diversi da quelli precedenti (tra le tante: Cass., 23 ottobre 1999, n. 11936; Casa., 29 ottobre 1998, n. 1389; Cass., 5 novembre 1990, n. 10602)*” (così Cass. 26 maggio 2006 n. 12654).

Ovvio che non possa essere messo in dubbio che **l'aspetto della facciata muti a seguito dell'apposizione del cartellone pubblicitario**, non si comprende come e perché lo stesso possa essere – quanto meno in relazione a questa definizione d'innovazione (che è poi quella comunemente accettata) – considerato **al pari d'un intervento innovativo**. In ragione di ciò si può dire senza ombra di tentennamenti che quella sull'apposizione di cartelloni pubblicitari dev'essere considerato al pari d'una normale decisione inerente l'uso delle cose comuni e come tale deliberabile dall'assemblea con le maggioranze previste, ossia quelle previste dal regolamento di condominio. L'obiezione che potrebbe essere sollevata è quella attinente l'alterazione del decoro dell'edificio. E' bene ricordare che per essere rilevante tale alterazione deve sostanziarsi in “ *un pregiudizio economico che comporti un deprezzamento sia dell'intero fabbricato che delle porzioni in esso comprese, per cui, sotto tale profilo, è necessario tener conto dello stato estetico del fabbricato al momento in cui l'innovazione viene posta in essere*”.

Il cartellone, quindi, deve deturpare il palazzo a tal punto da farlo deprezzare. Prova difficile, questa, visto e considerato che l'apposizione di pubblicità, anche se il fatto non incide sul piano estetico, comporta un guadagno per il condominio, il quale, è bene ricordarlo, in assenza di specifici accordi tra tutti i condomini, va diviso tra i comproprietari in ragione dei millesimi di proprietà.

Fonte:condominioweb