



COMUNE DI ELMAS

PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI E DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI

ELABORATO

D

RELAZIONE ILLUSTRATIVA

IL COMMITTENTE
MAGGIOLI TRIBUTI
M.T. S.P.A.

IL TECNICO
Arch. Giuseppe Agostini
GST GPP 52C18 H413F

RELAZIONE ILLUSTRATIVA

A – NORMATIVA

Il D.Lgs 285/92 (Nuovo Codice della Strada) all'art. 23, fissa le norme per l'esposizione della pubblicità lungo le strade, e le sanzioni per l'inosservanza delle disposizioni. Il D.P.R. 495/92 (Regolamento di esecuzione) fissa nel dettaglio la normativa per l'esposizione pubblicitaria; l'introduzione del Regolamento impone ai Comuni la revisione dei criteri che consentivano l'esposizione della pubblicità lungo le strade. In particolare dettano prescrizioni relativamente a:

- la definizione dei mezzi Pubblicitari
- le prescrizioni per l'installazione degli stessi dentro e fuori i Centri Abitati
- l'obbligo da parte dei Comuni a fissare i criteri di individuazione degli spazi ove è possibile consentire l'installazione dei mezzi Pubblicitari

Il D.Lgs 360/93 dà facoltà ai Comuni di derogare alle norme del D.L.vo 285/92 relative alle distanze all'interno dei Centri Abitati per le strade di tipo E) ed F), nonché alle norme sull'occupazione dei marciapiedi in particolari circostanze.

Il D.Lgs 507/93 dispone all'art.3 che i Comuni devono dotarsi di un proprio Regolamento che, tra l'altro, determini i criteri per la realizzazione del Piano Generale degli Impianti Pubblicitari. Inoltre l'art.36, al comma 8, vieta ai Comuni di autorizzare l'installazione di nuovi Impianti Pubblicitari fino all'approvazione del Piano. In base a questo Decreto il Comune è posto nelle condizioni di doversi dotare del Piano Generale degli Impianti pubblicitari, in assenza del quale non è possibile rilasciare autorizzazioni per l'installazione di nuovi Impianti.

Tra l'altro il D.Lgs 507/93 dispone la necessità di determinare:

- la ripartizione delle superfici tra affissioni di carattere Commerciali e affissioni prive di rilevanza economica
- la superficie affissionistica da attribuire a soggetti privati per le Affissioni Dirette

La Legge 490/99 (Testo unico in materia di beni culturali ed ambientali) all'art.50 dispone che il Soprintendente, con propria disposizione, può autorizzare il collocamento o affissione di nuovi mezzi Pubblicitari, quando non ne derivi danno all'aspetto, al decoro ed al pubblico godimento degli immobili e dei luoghi soggetti a tutela. La medesima Legge, all'art.157, prevede

che il collocamento di cartelli ed altri mezzi pubblicitari in prossimità dei luoghi soggetti a vincolo ambientale, sia soggetto a parere dell'autorità preposta alla tutela del vincolo.

Il Regolamento per l'applicazione dell'Imposta comunale sulla pubblicità e per l'effettuazione del servizio delle Pubbliche affissioni del Comune di Elmas detta le disposizioni relative all'esposizione della Pubblicità e i criteri a cui attenersi per la redazione del Piano Generale degli Impianti Pubblicitari. In particolare dispone:

- la quantità delle superfici da adibire alle pubbliche affissioni;
- la ripartizione tra pubbliche affissioni e affissioni dirette, e le superfici da destinare alle affissioni pubbliche prive di rilevanza economica e quelle da destinare alle affissioni di carattere commerciale;
- detta i criteri a cui attenersi per la realizzazione del Piano generale degli impianti;

B - CRITERI INFORMATORI DEL PIANO

SCOPI DEL PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

Il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari, derivante da un obbligo di legge, rappresenta l'occasione per il riordino dell'arredo pubblicitario, e si propone di regolamentare e razionalizzare la possibilità di inserimenti pubblicitari all'interno del tessuto urbano, con riferimento all'arredo, all'impatto ambientale, al rispetto dei vincoli e alle norme sulla viabilità. Inoltre rappresenta l'espressione della volontà del Comune nel disciplinare la pubblicità effettuata per mezzo degli impianti pubblicitari, della quale occorre tenere ben presente la rilevanza economica e la funzione di promozione delle attività locali.

INDIRIZZI PER LA REDAZIONE DEL PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

L'approccio al Piano Generale degli Impianti pubblicitari deve tenere ben presente innanzitutto le caratteristiche del tipo di pubblicità di cui si occupa, che può essere suddivisa in due categorie principali, differenti tra loro per gli aspetti legislativi e tributari, per il tipo di servizio a cui sono soggette e per le modalità di esposizione del messaggio. In base a questi fattori la pubblicità sugli impianti può essere effettuata:

- **per mezzo delle affissioni di manifesti** sugli impianti appositamente predisposti. Questo tipo di pubblicità è un obbligo di legge per il Comune in base al già citato D.Lgs.507/93; la legge fissa la quantità minima di impianti pubblici di cui il Comune è obbligato a dotarsi, dispone che una percentuale delle superfici deve essere attribuita ai soggetti privati per le affissioni dirette, e regola la durata di esposizione del messaggio pubblicitario. Nel rispetto di quanto disposto dal Decreto, il Piano ha distinto questo tipo di pubblicità in Pubbliche Affissioni e Affissioni Dirette.

Le Pubbliche Affissioni sono soggette ad un Diritto a favore del Comune, e sono effettuate unicamente sugli impianti di proprietà comunale, per cui gli impianti esistenti e quelli nuovi da installare in base al Piano sono parte del patrimonio comunale.

Le Affissioni Dirette sono soggette ad un'imposta, e sono effettuate dai soggetti privati sugli appositi impianti.

- **per mezzo di messaggi impressi in modo permanente sugli appositi supporti (pubblicità ordinaria).** Questo tipo di pubblicità è soggetta ad un'imposta ed è regolamentato principalmente dal Nuovo Codice della strada, con particolare riguardo alla definizione dei mezzi pubblicitari, alle prescrizioni per l'installazione degli stessi dentro e fuori i Centri abitati, alle distanze da rispettare all'interno dei Centri abitati e alle deroghe consentite, nonché alle norme sull'occupazione dei marciapiedi. Allo scopo di razionalizzare le norme relative all'installazione, il Piano ha distinto questo tipo di pubblicità in permanente e temporanea.

La pubblicità permanente è quella esercitata su impianti infissi permanentemente al suolo o sui muri, per la cui installazione è necessario il rilascio di un'apposita autorizzazione previa verifica della rispondenza a quanto prescritto in merito dal Piano Generale degli Impianti pubblicitari; la durata minima del messaggio pubblicitario esposto e la durata dell'autorizzazione sono regolamentati dal Nuovo Codice della strada.

La pubblicità temporanea è di durata limitata nel tempo e può essere esercitata unicamente secondo le modalità previste dal Piano; la durata massima del messaggio pubblicitario esposto è regolamentata dal Nuovo Codice della strada.

Di conseguenza il Piano deve diversificare l'approccio a queste due principali categorie, al fine di rispettarne le peculiarità.

La parte del Piano che riguarda le Pubbliche Affissioni tratta impianti di proprietà comunale. La legge e il Regolamento comunale dettano le disposizioni relative alle quantità minime, nonché alle percentuali destinate ai messaggi di carattere commerciale, istituzionale o comunque privo di rilevanza economica. L'approccio deve tenere conto principalmente delle esigenze comunali. Innanzitutto è necessario che il Comune conosca con esattezza la consistenza, tipologia, categoria, destinazione e localizzazione degli impianti di proprietà; inoltre i siti in cui sono installati devono corrispondere all'esigenza di effettiva diffusione dei messaggi nei centri abitati, con particolare attenzione a quelli di carattere istituzionale. La parte del Piano che si occupa delle Pubbliche Affissioni richiede quindi l'analisi puntuale dell'esistente, la verifica delle quantità ripartite per destinazione, la redistribuzione e l'eventuale integrazione delle superfici esistenti. Strumento preliminare è il censimento dell'impiantistica di proprietà comunale e la previsione dei nuovi impianti, per i quali deve essere individuata anche la localizzazione.

La parte del Piano che riguarda la pubblicità ordinaria tratta la pubblicità effettuata su impianti installati prevalentemente per iniziativa privata. Questo tipo di pubblicità si presenta, per caratteristiche proprie, flessibile e multiforme, ed è destinata a rispondere alle esigenze più disparate. A causa di tali aspetti, esigenza del Comune è razionalizzare e regolamentare tipologie e localizzazioni, mentre esigenza degli utenti ed operatori è la possibilità di scelta delle tipologie e delle localizzazioni. Il Piano deve trovare il giusto equilibrio tra queste due esigenze contrapposte, pena la vanificazione degli scopi.

Lo strumento principale consiste nella suddivisione del territorio comunale in ambiti di intervento, ancorati alla realtà urbana, all'interno dei quali gli inserimenti pubblicitari risultano modulati in base alle esigenze di maggiore o minore tutela. Questo strumento consente di individuare le forme di pubblicità compatibili con l'ambiente circostante. Tale suddivisione è inoltre supportata dalla normativa, che garantisce l'esercizio della pubblicità all'interno di precisi limiti quali il rispetto delle distanze e delle posizioni consentite. L'approccio prescelto consente al Comune di controllare l'installazione degli impianti pubblicitari sul territorio, lasciando agli utenti e agli operatori la facoltà di scegliere le tipologie e i siti nei limiti della normativa del Piano.

CONTENUTI DEL PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

L'elaborazione del Piano Generale degli Impianti Pubblicitari e delle Pubbliche Affissioni deve tenere presente la necessità di:

- recepire la cartografia riguardante la delimitazione dei Centri Abitati, in ottemperanza a quanto prescritto dal Nuovo Codice della Strada, al fine di definire l'ambito di applicazione del Piano;
- recepire nel Piano Generale degli Impianti Pubblicitari e delle Pubbliche Affissioni la normativa in materia di cui al D.Lgs. 285/92 (Nuovo Codice della Strada) ed al D.P.R. 495/92 (Regolamento di esecuzione), e successive modifiche ed integrazioni;
- definire la tipologia dei mezzi pubblicitari consentiti dal Piano e le prescrizioni per la loro installazione dentro i Centri Abitati;
- determinare la ripartizione delle superfici affissionistiche tra istituzionali, sociali o comunque prive di rilevanza economica, e commerciali, nonché la quantificazione delle Affissioni dirette da affidare ai soggetti privati;
- censire le superfici affissionistiche in atto, la loro quantità e la loro destinazione, al fine di individuare gli Impianti non più compatibili con il presente Piano, e la posizione degli eventuali nuovi impianti da installare per l'integrazione delle superfici previste;
- individuare all'interno dei Centri Abitati le aree urbane, nelle quali l'inserimento dei Mezzi Pubblicitari deve essere effettuato tenendo conto di criteri e di esigenze di cautela progressiva, indipendentemente dalla loro posizione rispetto ai vincoli, e ciò allo scopo di dotarsi di uno strumento di tutela urbanistica.

Tali criteri devono essere trasposti in forma tecnica, per mezzo di elaborati redatti in forma chiara e di facile consultazione. Quindi si è ritenuto opportuno fornire all'Amministrazione un elaborato principale contenente sia la normativa che il programma delle affissioni. L'elaborato principale è completato dagli elaborati riguardanti le planimetrie, il censimento delle pubbliche affissioni e la presente relazione tecnica.

C - ELABORATI DEL PIANO

NORME TECNICHE DI ATTUAZIONE, per mezzo del quale occorre determinare:

- il recepimento dal Nuovo Codice della Strada delle norme di carattere generale per l'autorizzazione all'installazione di mezzi pubblicitari;
- le norme per l'installazione degli Impianti Pubblicitari fuori e dentro i centri abitati, e nelle località sottoposte a vincolo di tutela;

- la definizione degli Ambiti Urbani in cui suddividere i centri abitati, tenendo conto dei criteri e delle esigenze di cautela progressiva, allo scopo di dotarsi di uno strumento di tutela urbanistica;
- la definizione dei mezzi pubblicitari durevoli consentiti dal Piano e le modalità da seguire per la loro esposizione in funzione dell'ambito urbano in cui sono inseriti;
- la definizione dei mezzi pubblicitari temporanei consentiti dal presente Piano e le modalità da seguire per la loro esposizione;
- la definizione delle tipologie affissionistiche, e le quantità da destinare alle Pubbliche Affissioni, e la quantificazione delle Affissioni Dirette da affidare ai soggetti privati;
- le norme per l'esposizione di particolari forme pubblicitarie;
- le norme transitorie e finali per l'adeguamento al Piano degli Impianti pubblicitari esistenti.

La normativa inoltre deve rispondere in modo razionale ed esaustivo alle esigenze dell'Amministrazione e dell'utenza.

A tale scopo il Regolamento di attuazione del Piano è stato suddiviso in tre parti principali, a cui si aggiunge la parte finale relativa alle norme particolari e transitorie:

IL CAPO 1° si occupa delle norme di carattere generale, riguardanti gli obblighi di legge comuni alle varie tipologie di impianti. In modo particolare, questa parte della normativa riguarda le norme dettate dal Codice della Strada e dalle leggi di tutela ambientale, le caratteristiche tecniche degli impianti e le procedure per il rilascio delle autorizzazioni.

IL CAPO 2° regola i criteri per l'installazione degli impianti destinati alla pubblicità ordinaria. Esso si pone lo scopo di individuare le forme di pubblicità compatibili con l'ambiente circostante, di garantirne l'esercizio all'interno di precisi limiti, e di permettere al Comune il controllo delle fasi che porteranno all'autorizzazione e all'installazione degli impianti pubblicitari, lasciando agli utenti e agli operatori la facoltà di scegliere le tipologie e i siti nell'ambito della normativa. Il CAPO 2° si divide a sua volta in due paragrafi:

Paragrafo 1° - si occupa della pubblicità permanente, vale a dire del tipo di pubblicità esercitata su impianti infissi permanentemente al suolo o sui muri, installati prevalentemente per iniziativa privata, e sui quali il messaggio è impresso in modo stabile. Il Paragrafo procede all'elencazione delle tipologie consentite; suddivide il territorio comunale in ambiti di intervento, all'interno dei quali gli inserimenti pubblicitari

devono essere modulati in base alle esigenze di maggiore o minore tutela; detta la definizione per ciascuna delle tipologie consentite e le norme per l'installazione in funzione dell'Ambito in cui sarà localizzato l'impianto.

Paragrafo 2° - si occupa della pubblicità temporanea, vale a dire del tipo di pubblicità di iniziativa prevalentemente privata, esercitata in posizioni prestabilite o concordate con il Comune, in cui il messaggio pubblicitario ha una durata limitata nel tempo. Il Paragrafo procede all'elencazione delle tipologie consentite, detta la definizione per ciascuna di esse e le norme per l'installazione.

IL CAPO 3° è la parte della normativa che riguarda le Pubbliche Affissioni e le Affissioni Dirette. In primo luogo definisce le tipologie e le dimensioni standard degli impianti affissionistici. Successivamente si occupa delle Pubbliche Affissioni, con riferimento ai criteri per la localizzazione degli impianti, alle prescrizioni per l'installazione, al dimensionamento complessivo e suddiviso in base alle finalità. L'ultima parte riguarda le Affissioni Dirette, con riferimento alle quantità consentite, alla loro definizione e ubicazione, ai criteri per l'affidamento delle superfici.

IL CAPO 4° riguarda le norme di adeguamento al Piano, nonché le norme particolari e transitorie.

APPENDICE AL REGOLAMENTO DI ATTUAZIONE

Il Regolamento di attuazione è completato da un'appendice che, insieme alle norme riportate nel Capo 3° e all'elaborato A, costituisce il Piano delle Affissioni. L'appendice si compone di:

- **Tabella** riportante gli impianti esistenti confermati e i nuovi impianti previsti dal Piano, distinti mediante una numerazione progressiva che costituirà il loro elemento di identificazione. Per ciascuno impianto è riportata l'ubicazione, il formato, le dimensioni, la superficie, le eventuali note e tempi di adeguamento al Piano.
- **Tavole planimetriche** relative ai Centri Abitati, in cui sono riportate le posizioni degli Impianti per le Pubbliche Affissioni esistenti e di previsione, nonché gli impianti destinati alle affissioni dirette esistenti e di previsione; ciascuno di questi impianti è individuato a mezzo di una sigla alfanumerica progressiva;
- **Schede tecniche** relativa alla localizzazione proposta per ciascun nuovo impianto da installare, gli elaborati fotografici e grafici riguardanti le tipologie consentite per le affissioni pubbliche e dirette.

**ELABORATO **

E' complementare alla parte del Piano che si occupa delle affissioni. Si tratta della planimetria riguardante il territorio comunale la cui funzione è quella di rappresentare unitariamente le posizioni in cui sono collocati gli impianti per le Affissioni.

ELABORATO <C>

E' complementare alla parte del Piano che si occupa della pubblicità ordinaria (non affissionistica). Si tratta della planimetria riguardante il territorio comunale ripartito in Ambiti di intervento. La definizione degli Ambiti si basa sulle caratteristiche del territorio, con particolare riferimento agli aspetti storici dello sviluppo urbano e alle norme di tutela dei beni culturali e ambientali.

ELABORATO <F>

Si tratta della presente relazione illustrativa allegata al Piano.

il progettista del Piano

Dott. Arch. Giuseppe Agostini