



# **COMUNE DI OSTUNI**

**PIANO GENERALE**

**DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI**

**RELAZIONE ILLUSTRATIVA**

# PIANO GENERALE IMPIANTI PUBBLICITARI

## RELAZIONE ILLUSTRATIVA

### 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 da 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 Pubblicitari. 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 Comunale per l'applicazione dell'Imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle Pubbliche Affissioni del Comune di Ostuni 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;
- detta i criteri per l'effettuazione delle affissioni dirette.

## **CRITERI INFORMATORI DEL PIANO**

### **SCOPI DEL PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI**

Il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari e delle Affissioni, 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 tre 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 Commerciali, Pubbliche Affissioni Dirette e Pubbliche Affissioni Istituzionali.**

Le Pubbliche Affissioni Commerciali 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 Pubbliche 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 corrispondenza 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 nelle posizioni 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 tre principali categorie, al fine di rispettarne le peculiarità.

La parte del Piano che riguarda le Pubbliche Affissioni Commerciali ed Istituzionali 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 Commerciali ed Istituzionali 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.

Nell'allegato <C> si riportano i conteggi e le tabelle riassuntive relative al censimento dei impianti esistenti, alle nuove installazioni ed alla suddivisione definitiva delle relative affissioni Commerciali, Istituzionali e Dirette.

## **CONTENUTI DEL PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI DI OSTUNI**

I criteri descritti al paragrafo precedente devono essere trasposti in forma tecnica, per mezzo di elaborati redatti in forma chiara e di facile consultazione. Quindi si è ritenuto opportuno fornire un elaborato principale, contenente sia la normativa che il programma delle affissioni. Quest'ultimo è completato dagli allegati riguardanti le planimetrie, il censimento delle pubbliche affissioni esistenti, l'individuazione dei nuovi impianti ed il loro dimensionamento e la presente relazione tecnica delucidativa.

## **REGOLAMENTO DI ATTUAZIONE**

La normativa è la parte più importante del Piano. Essa deve rispondere in modo razionale ed esaustivo alle esigenze dell'Amministrazione e dell'utenza. A tale scopo è stata suddivisa in tre parti principali, a cui si aggiunge la parte finale relativa alle norme particolari e transitorie.

**IL CAPO 1°** definisce i principali obiettivi del piano fornendo le principali norme di carattere generale, riguardanti gli obblighi di legge comuni alle varie tipologie di impianti.

Viene fornita anche una zonizzazione del centro abitato volta alla distribuzione delle installazioni.

**IL CAPO 2°** si occupa della pubblicità esterna 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;

**IL CAPO 3°** 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 4° E 5°** disciplinano le Pubbliche Affissioni e le Affissioni Dirette. Si definiscono le tipologie e le dimensioni standard dei suddetti impianti affissionistici.

**IL CAPO 6°** norma l'installazione delle Insegne di Esercizio.

Si definiscono le tipologie, le dimensioni standard degli impianti, i criteri per la localizzazione degli impianti in base all'ambito interessato, le prescrizioni per l'installazione, il dimensionamento complessivo e suddiviso in base alle finalità.

Viene fornita anche un'attenta e dettagliata regolamentazione per la forma pubblicitaria così detta con veicoli vela.

**IL CAPO 7°, 8°, 9°** riguardano le procedure per il rilascio dell'autorizzazione, le sanzioni e le disposizioni finali e transitorie.

## **DOCUMENTAZIONE ALLEGATA AL PIANO**

Di seguito si riporta l'elenco degli allegati che fanno parte del presente piano:

### **ALLEGATO <A>**

ELABORATI GRAFICI PLANIMETRICI relativi alla zonizzazione degli Ambiti primari territoriali e, per ognuno di essi, l'individuazione delle piange sia pre-esistenti che di nuovo impianto dislocate nei vari ambiti . La parte cartografica del piano si compone delle seguenti tavole:

#### **- GENERALE**

1. Tav. G1 - Individuazione degli Ambiti

#### **- AMBITO 2**

2. Tav. A2.1 - Rilievo Impianti Pubblica Affissione Ambito 2
3. Tav. A2.2 - Rilievo impianti Pubblica Affissione **Commerciale** Ambito 2
4. Tav. A2.3- Rilievo Impianti Pubblica Affissione **Istituzionale** Ambito 2
5. Tav. A2.4 - Rilievo Impianti Pubblica Affissione **Diretta** Ambito 2
6. Tav. A2.5 - Sistemazione definitiva Impianti Pubblica Affissione Ambito 2
7. Tav. A2.6 - Sistemazione definitiva impianti Pubblica Affissione **Commerciale** Ambito 2
8. Tav. A2.7 - Sistemazione definitiva Impianti Pubblica Affissione **Istituzionale** Ambito 2
9. Tav. A2.8 - Sistemazione definitiva Impianti Affissione **Diretta** Ambito 2
10. Tav. A2.9 - Sistemazione definitiva Impianti Pubblica Affissione Ambito 2

#### **- AMBITO 3**

11. Tav. A3.1 - Sistemazione definitiva impianti Pubblica Affissione **Commerciale ed Istituzionale** - Affissione **Diretta** Ambito 3



## **ALLEGATO <B>**

Si tratta del censimento degli impianti destinati alle pubbliche affissioni esistenti e di nuova installazione.

L'allegato <B> si compone di una serie di schede riportanti gli impianti esistenti e di nuova installazione, distinti mediante una numerazione progressiva che costituirà il loro elemento di identificazione. Per ciascuno impianto è riportata l'ubicazione, la tipologia (diretta, commerciale o istituzionale), il formato, le dimensioni, e le eventuali note. L'allegato <B> è completato dalle planimetrie con l'ubicazione puntuale dell'impianto, identificabile attraverso la numerazione corrispondente a quella riportata nelle planimetrie dell'allegato <A>.

## **ALLEGATO <C>**

Conteggi e tabelle riassuntive plance esistenti e nuove installazioni e suddivisione delle affissioni.