

Comune di Giovinazzo

Assessorato al Bilancio

Assessorato all'Urbanistica e LL.PP.

REGOLAMENTO PER L'INSTALLAZIONE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI E DI PUBBLICHE AFFISSIONI

Allegato 2:

RELAZIONE ILLUSTRATIVA

Gruppo di lavoro:

Il Responsabile del Settore Finanza

Dott. Angelo Domenico Decandia

Il Responsabile del Settore Urbanistica e Ambiente.

Arch. Vincenzo Turturro

1 LA 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:

- definizione dei mezzi pubblicitari
- 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 debbano dotarsi di un proprio Regolamento che, tra l'altro, determini i criteri per la realizzazione del Piano generale degli impianti pubblicitari, individuando:

- tipologia e quantità degli impianti pubblicitari;
- ripartizione delle superfici tra affissioni di carattere commerciale e affissioni prive di rilevanza economica;
- superficie affissionistica da attribuire a soggetti privati per le affissioni dirette.

Il D.lgs. 42/2004 (Codice dei beni culturali e del paesaggio) all'art.49 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 alla pubblica fruizione degli immobili e dei luoghi soggetti a tutela. Il medesimo decreto, all'art.153, prevede che il collocamento di cartelli ed altri mezzi pubblicitari in prossimità dei luoghi soggetti a vincolo ambientale, sia soggetto ad autorizzazione dell'autorità preposta alla tutela del vincolo.

Il Regolamento comunale per l'applicazione dell'Imposta comunale sulla pubblicità e per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni del Comune di Giovinazzo 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;
- detta i criteri per l'effettuazione delle affissioni dirette.

2 I CRITERI INFORMATORI DEL PIANO

2.1 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 urbano connesso all'attività pubblicitaria; rappresenta l'espressione della volontà del Comune di disciplinare la pubblicità effettuata per mezzo di impianti stabili, della quale occorre tenere presente la rilevanza economica e la funzione di promozione delle attività locali.

2.2 INDIRIZZI PER LA REDAZIONE DEL PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

Il Piano generale degli impianti pubblicitari considera le due categorie di attività pubblicitaria, differenti tra loro per gli aspetti legislativi e tributari sottesi, per il tipo di servizio garantito e per le modalità di esposizione del messaggio:

- **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:

- a. **le pubbliche affissioni** sono soggette ad un diritto in 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;
 - b. **le affissioni dirette** sono soggette ad un'imposta e sono effettuate dai soggetti privati sugli appositi impianti; il Comune di Giovinazzo affida, attraverso provvedimento autorizzatorio, le superfici per l'effettuazione delle affissioni dirette a soggetti interessati, comunque diversi dal concessionario.
- **per mezzo di messaggi impressi in modo permanente sugli appositi supporti (pubblicità ordinaria)**; questo tipo di pubblicità è soggetta ad un'imposta ed è regolamentata 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:

- a. **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.
- b. **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.

2.3 LE PUBBLICHE AFFISSIONI

La legge e il Regolamento comunale dettano le disposizioni relative alle quantità minime ed alla destinazione degli impianti per l'affissione dei messaggi di carattere commerciale, istituzionale o comunque privo di rilevanza economica. È necessario che il Comune conosca con esattezza la consistenza, tipologia, 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 categoria e destinazione, la redistribuzione e l'integrazione delle superfici. 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.

2.4 LA PUBBLICITÀ ODINARIA

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 diverse. Esigenza del Comune è razionalizzare e regolamentare tipologie e localizzazioni. Il piano definisce la tipologia degli impianti nel tentativo di uniformarne gli aspetti formali.

3 I CONTENUTI DEL PIANO

3.1 IL REGOLAMENTO DI ATTUAZIONE

Già approvato con deliberazione di Consiglio Comunale n. 20 del 15 maggio 2006, è stato suddivisa in tre parti principali, a cui si aggiunge la parte finale relativa alle norme particolari e transitorie:

- a. **il capo I** 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.

- b. **il capo II** regola la 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 tra quelli prescritti, le tipologie e i siti. Il CAPO 2° si suddivide a sua volta in due paragrafi:

il paragrafo I 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.

Il paragrafo II 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.

- c. **il capo III** 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 in base alle finalità di carattere commerciale o istituzionale, alle prescrizioni per l'installazione e al dimensionamento complessivo. L'ultima parte riguarda le affissioni dirette, con riferimento alle quantità consentite, alla definizione e ubicazione, ai criteri per l'affidamento delle superfici.
- d. **il capo IV** comprende norme particolari e transitorie.

3.2 ALLEGATO 1, AMBITI DI INTERVENTO

Già allegato al regolamento approvato, rappresenta il territorio comunale ripartito in Ambiti di intervento. La definizione degli Ambiti si basa sulle caratteristiche dello stesso territorio, con particolare riferimento agli aspetti storici dello sviluppo urbano e alle norme di tutela dei beni culturali e ambientali.

3.3 ALLEGATO 2, RELAZIONE ILLUSTRATIVA

La relazione ha lo scopo di chiarire quale è la normativa di riferimento per la redazione del Piano generale degli impianti pubblicitari, i criteri informativi, i contenuti del Piano e gli elaborati da cui è costituito.

3.4 ALLEGATO 3, CENSIMENTO DEGLI IMPIANTI AFFISSIONISTICI IN ATTO

Si tratta del censimento degli impianti destinati alle pubbliche affissioni esistenti.

3.5 ALLEGATO 4, PROGRAMMA DELLE AFFISSIONI

Si compone di una tabella riportante gli impianti esistenti confermati e i nuovi impianti, distinti mediante una numerazione progressiva che costituirà il loro elemento di identificazione. Per ciascuno impianto è riportata l'ubicazione, la finalità commerciale o istituzionale, il formato, le dimensioni, la superficie in mq. e fogli, le eventuali note. Riporta, inoltre, le planimetrie con l'ubicazione puntuale dell'impianto, identificabile attraverso la numerazione corrispondente a quella riportata nella tabella, la documentazione fotografica 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.