

**COMUNE DI
SANREMO**

PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

(Sanremo 28 febbraio 2005)

3.4.1

RELAZIONE

**Documento rielaborato dal Servizio Progettazione e Arredo Urbano
Che recepisce alcune osservazioni presentate dalla Federalberghi di Imperia
in conformità alla relazione di controdeduzioni**

1 RIFERIMENTI NORMATIVI

Le principali coordinate normative di riferimento sono costituite dalla legislazione in materia e dalla normativa comunale.

Costituiscono, tra l'altro, norme di rinvio:

- D.Lgs. 30/04/92 n.285 e successive modificazioni ed integrazioni (Codice della Strada);
- 16/12/1992 n.495 e successive modificazioni ed integrazioni (Regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo Codice della Strada);
- D.Lgs. 15/11/1993 n.507;
- D. lgs n.42/2005.
- Regolamento Comunale per l'applicazione dell'Imposta comunale sulla Pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni;
- Regolamento edilizio
- Piano dell'Arredo Urbano

Oltre al materiale documentale denominato:

- Sanremo tra innovazione e tradizione;
- Arredo Urbano Sanremo per quanto non modificato dalla presente relazione e dal regolamento degli Impianti Pubblicitari.

2 CRITERI GENERALI

Il PGI identifica, coerentemente con gli indirizzi generali, alcune finalità qualificanti, con particolare riguardo ai temi:

della sicurezza: riferita alla mobilità generale (pedonale e veicolare), con attenzione sia agli aspetti specificatamente visivi sia a quelli di tipo antinfortunistico;

del decoro e della compatibilità ambientale: con l'intento di evitare che nel rapporto tra pubblicità e ambiente quest'ultimo debba essere penalizzato, ma di consentire, al contrario, che possa trovare giovamento dall'inserimento di mezzi pubblicitari progettati, costruiti e localizzati secondo adeguati criteri di compatibilità ambientale;

della funzionalità: intesa anzitutto come occasione di aumento della fruibilità del contesto cittadino, laddove il Piano Generale degli Impianti, oltre a governare l'esistente e le forme tradizionali di pubblicità, si pone come strumento di indirizzo, disciplinando l'inserimento di mezzi pubblicitari di concezione più moderna associati a funzioni di pubblica utilità oppure a elementi di arredo urbano.

3 STRUTTURA DEL PIANO:

Il Piano generale degli impianti di affissione si articola in tre momenti che ne costituiscono da un lato il percorso logico e dall'altro l'ossatura portante:

- A. Censimento

B. Regolamento

C. Progetto

Partendo quindi dalla situazione esistente, il PGI la analizza e confronta con il contesto normativo, individua le soluzioni progettuali coerenti con gli indirizzi e i criteri generali e le indica in modo analitico e dettagliato.

A. CENSIMENTO

Modalità del censimento

Le operazioni di censimento svoltesi durante il mese di giugno 1998, hanno interessato in modo approfondito l'intero territorio cittadino (all'interno dei limiti del centro abitato) e fotografato la situazione a quella data e hanno riguardato sia gli impianti di Pubblica affissione che quelli di Pubblicità esterna.

Elaborati

Il documento finale di censimento comprende:

- Rilievo di tutti gli impianti pubblicitari presenti sul territorio comunale costituito da:
- Planimetria complessiva in scala 1:5000 (tav. 3.3.1) indicante tutti gli impianti censiti
- Repertorio fotografico impianti pubblicitari censiti (tav. 3.3.2)
- Scheda di rilevamento per ciascun impianto (tav. 3.3.3) indicante: localizzazione, tipologia, consistenza, stato di conservazione, utilizzazione, valutazione di impatto ambientale, verifica di conformità, rilievo fotografico
- Tabulato riassuntivo di tutti gli impianti censiti

Riepilogo dei dati di censimento

PUBBLICITA' ESTERNA

Superficie complessiva censita.....mq. 313.04

Quanto alla tipologia d'impianto, tale superficie è così localizzata:

CARTELLI.....n. 15.....mq. 90.58
IMPIANTI PUBBLICITARI DI SERVIZIO.....n. 204.....mq. 169.10
TABELLE.....n. 16.....mq. 53.36
TOTALE IMPIANTI.....n. 235.....mq. 313.04

PUBBLICA AFFISSIONE

Istituzionale

Superficie complessiva censita.....mq. 194.22

Quanto alla tipologia d'impianto, tale superficie è così localizzata:

CARTELLI.....n. 8.....mq.	19.62
TABELLE.....n. 86.....mq.	174.60
TOTALE IMPIANTI.....n. 94.....mq.	194.22

Commerciale

Superficie complessiva censita.....mq. 2217.32

Quanto alla tipologia d'impianto, tale superficie è così localizzata:

CARTELLI.....n. 71.....mq.	329.90
IMPIANTI PUBBLICITARI DI SERVIZIO.....n. 494.....mq.	1886.56
TABELLE.....n. 1.....mq.	1.4
TOTALE IMPIANTI.....n. 566.....mq.	2217.32

Mista o varia

Superficie complessiva censita.....mq. 232.71

Quanto alla tipologia d'impianto, tale superficie è così localizzata:

TABELLE.....n. 93.....mq.	232.71
---------------------------	--------

TOTALE GENERALE IMPIANTI DI PUBBLICA AFFISSIONE..... mq. 2644.25

N.B.:

I dati sopra esposti comprendono impianti di p.a. fuori dal centro abitato permq. 143.29

TOTALE GENERALE IMPIANTI DI P.A. ENTRO IL CENTRO ABITATO..... mq. 2500.96

B. REGOLAMENTO

Premessa

Il Regolamento Comunale per la disciplina dell'installazione dei mezzi pubblicitari costituisce la griglia normativa fondamentale attraverso la quale analizzare la situazione esistente, oltre ad essere l'elemento fondamentale per governare la transizione tra la situazione attuale e quella finale di progetto, indispensabile anche per definire criteri, modalità e regole per l'inserimento di impianti di nuova installazione.

Descrizione

Il regolamento del piano è un unico documento formato da tre parti essenziali ed inscindibili.

Una prima parte è dedicata all'identificazione ed alla creazione dell'ambito normativo, una seconda è finalizzata alla creazione dei parametri distributivi (intesi anche come deroghe al codice della strada) ed è denominata "Abaco distributivo", una terza è costituita dalla restituzione cartografica

della suddivisione del territorio in zone omogenee ed è denominata "Zonizzazione del territorio comunale".

Modalità di applicazione

Le modalità di applicazione consistono nella definizione delle zone su cui insiste l'impianto pubblicitario che si sta esaminando sulla cartografia denominata "Zonizzazione del Territorio comunale".

C. PROGETTO

Premessa e obiettivi

1. Quantità complessiva degli spazi destinati al servizio delle pubbliche affissioni: **mq 2800**
2. Quantità degli spazi destinati al servizio delle pubbliche affissioni di tipo istituzionale: **mq 450**
3. Quantità degli spazi destinati al servizio delle pubbliche affissioni di tipo commerciale: **mq 2350**
4. Impianti di proprietà comunale destinati alle affissioni dirette: **mq. 100**
5. Quantità massima ammessa di impianti pubblicitari privati a natura commerciale: **mq 350**
6. Non rientrano nelle suddette quantità i seguenti mezzi pubblicitari:
 - impianti pubblicitari di servizio;
 - insegne, targhe di esercizio e preinsegne;
 - targhe pubblicitarie;
 - pubblicità sui ponteggi di cantiere;
 - installazioni pubblicitarie poste in opera all'interno dei locali adibiti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi quando la pubblicità esposta si riferisca all'attività negli stessi locali esercitata, nonché i mezzi pubblicitari, esposti nelle vetrine e nelle porte di ingresso dei locali medesimi, purché attinenti all'attività ivi esercitata;
 - avvisi al pubblico esposti nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei locali, o in mancanza nelle immediate adiacenze del punto di vendita, relativi all'attività svolta, nonché quelli riguardanti la localizzazione e l'utilizzazione dei servizi di pubblica utilità che non superino la superficie di mezzo metro quadrato e quelli riguardanti la locazione o la compravendita degli immobili sui quali sono affissi, di superficie non superiore ad un quarto di metro quadrato;
 - manufatti adibiti a pubblicità comunque effettuata all'interno ed all'esterno dei locali di pubblico spettacolo, quando si riferisca alle rappresentazioni in programmazione;
 - pubblicità, relativa ai giornali ed alle pubblicazioni periodiche, se esposta sulle sole facciate esterne delle edicole o nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei negozi dove si effettua la vendita;
 - manufatti destinati ad esposizioni pubblicitarie installati all'interno di mezzi di trasporto collettivo;
 - manufatti destinati ad esposizioni pubblicitarie comunque effettuate in via esclusiva dallo Stato e dagli Enti Pubblici territoriali;

- insegne, targhe e simili, la cui esposizione sia obbligatoria per disposizione di legge o regolamento;
- pubblicità a mezzo aeromobili e/o palloni frenati;
- pubblicità sui veicoli adibiti al servizio di linea, di taxi e di bus-navetta;
- pubblicità temporanea
- pubblicità negli ambiti speciali

Premesso che l'obiettivo del PGI è quello di consentire l'attuazione di quanto stabilito dal Regolamento per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, le considerazioni conclusive conseguenti alle verifiche di conformità ed alle analisi effettuate sul territorio, indirizzano le scelte progettuali nelle direzioni seguenti:

- fase a: individuare gli impianti da rimuovere perché non conformi
- fase b: individuare gli impianti da rendere conformi e indicare gli interventi necessari
- fase c: individuare le nuove ubicazioni necessarie per raggiungere gli obiettivi del piano

Attuazione del progetto

Le analisi sullo stato di fatto hanno evidenziato diverse cause di difformità, alcune delle quali più frequenti e gravi di altre:

- l'incompatibilità di zona
- l'incongruenza con i criteri relativi alle caratteristiche costruttive ed estetiche
- l'inosservanza delle distanze da altri impianti
- l'inosservanza degli altri parametri di posizionamento (ciglio stradale, intersezioni, edifici etc.)

A seconda del tipo di difformità e della sua gravità sono state individuate differenti categorie di intervento.

Fase a:

Interventi di tipo NC (interventi di motivata eliminazione)

- NC1 eliminazione per incompatibilità di zona
- NC2 eliminazione per inosservanza dei parametri ubicazionali

IMPIANTI SOTTOPOSTI A INTERVENTI DI TIPO NC.MQ. 101,20

Fase b:

Interventi di tipo RC (rimozione delle cause di difformità)

- RC1 adeguamento dello stato di manutenzione (compresa la sostituzione completa dell'impianto se incompatibile per caratteristiche tecnico/estetiche)
- RC2 adeguamento dei parametri relativi al posizionamento

IMPIANTI SOTTOPOSTI A INTERVENTI DI TIPO RC.....MQ. 733,91

SUPERFICIE A VALLE DEGLI INTERVENTI DI TIPO RC.....MO. 784,30

Fase c:

Interventi di nuova installazione

IMPIANTI NUOVI.....Mq. 747,20

N.B: nel progetto distributivo una parte della superficie destinata alla PAC è stata localizzata su superfici predisposte su steccati, privi perciò di riferimento planimetrico territoriale fisso, perché ancorato alla dislocazione dei cantieri nell'ambito cittadino.

PUBBLICA AFFISSIONE SU IMPIANTI PERMANENTIMQ.2400
PUBBLICA AFFISSIONE SU STECCATI.....MQ. 400
TOTALE PUBBLICA AFFISSIONE IN PROGETTO..... MQ.2800

Elaborati

Gli elaborati di progetto, relativi agli interventi sopra descritti comprendono:

1) Tabulato generale degli impianti nella situazione finale di progetto (tav.3.4.8) indicante

- n. di ubicazione
- indirizzo
- specifica (tipologia d'impianto)
- destinazione di utilizzo (PAI; PAC)
- zona PGI
- dimensioni spazio affissionale
- n. spazi previsti
- totale mq Impianto

2) Tabulato degli impianti nella situazione di progetto suddiviso per tipologia (tav.3.4.8) indicante comunque:

- n. di ubicazione
- indirizzo
- specifica (tipologia d'impianto)
- destinazione di utilizzo (PAI; PAC)
- zona del PGI
- dimensioni spazio affissionale
- n. spazi previsti
- totale mq. Impianto

3) Tabulato degli impianti nella situazione di progetto suddiviso per utilizzo (tav.3.4.8) indicante comunque:

- n. di ubicazione
- indirizzo
- specifica (tipologia d'impianto)
- destinazione di utilizzo (PAI; PAC)
- zona del PGI
- dimensioni spazio affissionale
- n. spazi previsti
- totale mq. Impianto

4) Tabulato degli impianti nella situazione di progetto suddiviso per utilizzo (tav.3.4.8) indicante comunque:

- n. di ubicazione
- indirizzo
- specifica
- destinazione di utilizzo (PAI; PAC)
- conformità
- note di progetto

5) Scheda analitica di ciascuna ubicazione (tav.3.4.8) contenente:

- n. di ubicazione
- indirizzo
- specifica
- destinazione di utilizzo (PAI; PAC)
- conformità
- note di progetto
- rilievo fotografico (analisi impatto ambientale)
- rilievo planimetrici (schema di posizionamento sul territorio)
- tipo di impianto previsto

6) Tavola in scala 1/5000 (tav.3.4.8) indicante tutti gli impianti in progetto suddivisi per:

- tipologia
- destinazione d'uso (PAI; PAC)

7) Tavola in scala 1/5000 (tav.3.4.10) indicante:

- impianti conformi
- impianti resi conformi
- impianti di nuova installazione
- impianti da rimuovere perché difforni

CONCLUSIONI

Al termine degli interventi in progetto previsti dalle fasi "a", "b", "c" gli spazi di Pubblica Affissione risultano essere i seguenti:

TIPOLOGIA	PAI		PAC		TOTALE	
	N.UB	mq.	N.UB	mq.	N.UB	mq.
Tabelle 0.7 mq	0	0	56	39.20	56	39.20
Tabelle 1.4 mq	27	40.60	57	79.80	84	126.20
Tabelle 2.8 mq	56	145.60	127	355.60	183	501.20
Tabelle >2.8 mq	10	44.80	17	102.40	27	147.20
Tabelle 18 mq	0	0	48	864.00	48	864.00
Cartelli 0.7 mq	0	0	5	3.50	5	3.50
Cartelli 1.4 mq	1	5.60	2	7	3	12.60
Cartelli 2.8 mq	25	128.80	48	266.00	73	394.80
Cartelli 18 mq	0	0	9	324.00	9	324.00
TOTALI	119	365.40	369	2041.50	488	2406.90

Alle quantità sopra descritte vanno aggiunti i metri quadri di spazi pubblicitari predisposti su steccati che saranno localizzati in funzione della dislocazione dei cantieri nell'ambito cittadino.