



Città di Rende

Comune di Rende

Provincia di Cosenza

PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI DELLA CITTÀ DI RENDE

ELABORATO	SCALA
RELAZIONE ILLUSTRATIVA	VARIE
APPROVATA CON DELIBERAZIONE DELLA COMMISSIONE STRAORDINARIA N. ____ DEL ____ ADOTTATA CON I POTERI DEL CONSIGLIO COMUNALE	AGGIORNAMENTO Anno 2024

Sommario

Criteri Generali del Piano degli Impianti Pubblicitari	3
Categorizzazione degli impianti pubblicitari	3
Caratteristiche tecniche impianti pubblicitari	5
Distribuzione impianti pubblicitari all'interno del territorio comunale .	6
Tipologia impianti pubblicitari	7
Conclusioni.....	9

Criteri Generali del Piano degli Impianti Pubblicitari

Il principale obiettivo del piano è regolamentare e razionalizzare la distribuzione degli impianti pubblicitari installati su tutto il territorio comunale, nel riguardo dei seguenti temi:

- VINCOLI e PRESCRIZIONI imposti dai vigenti strumenti urbanistici e dalle norme generali in materia di installazioni pubblicitarie;
- SICUREZZA con l'intento di evitare che nel rapporto tra pubblicità e ambiente quest'ultimo debba essere penalizzato, ma possa trovare giovamento dall'inserimento di mezzi pubblicitari progettati, costruiti e localizzati secondo adeguati criteri di compatibilità;
- DECORO e COMPATIBILITÀ AMBIENTALE con l'intento di evitare che nel rapporto tra pubblicità e ambiente quest'ultimo debba essere penalizzato, ma possa trovare giovamento dall'inserimento di mezzi pubblicitari progettati, costruiti e localizzati secondo adeguati criteri di compatibilità;
- FUNZIONALITÀ intesa anzitutto come occasione di aumento della fruibilità nel contesto cittadino, laddove il Piano Generale degli impianti, oltre a governare l'esistente patrimoni pubblicitario, 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. Il piano parte dal lavoro di rilevazione eseguito dagli scriventi nell'anno antecedente e con il quale sono state redatte una serie di schede tecniche nelle quali vengono individuate: la distribuzione, la posizione, le caratteristiche e il grado di efficienza dei diversi impianti pubblicitari.

Categorizzazione degli impianti pubblicitari

Gli impianti pubblicitari sono quei manufatti destinati a supportare messaggi pubblicitari o promozionali in genere.

Gli impianti vengono classificati per categoria, durata, tipologia, finalità del messaggio e caratteristiche specifiche.

Le categorie sono quelle descritte all'art. 47 del D.P.R. n. 495/92 in combinato disposto con le prescrizioni dell'articolo 23, comma 9, del Nuovo Codice della Strada.

Una prima differenziazione è realizzata tra impianti permanenti e temporanei.

Gli impianti di durata permanente sono costituiti da manufatti mono o multi-facciale, saldamente ancorati al suolo o ad una superficie verticale, la cui installazione deve essere a tempo determinato superiore a 90 gg. Gli impianti di durata temporanea sono quei manufatti mono o multifacciali, la cui esposizione è ammessa unicamente per la promozione pubblicitaria di manifestazioni e spettacoli.

Una seconda differenziazione tra gli impianti pubblicitari è realizzata facendo riferimento alle finalità dei messaggi.

In dettaglio può essere fatta una distinzione tra affissioni di natura istituzionale e di natura commerciale.

Le affissioni di natura istituzionale sono installate su quegli impianti sui quali sono affissi manifesti contenenti comunicazioni di pubblico interesse di carattere istituzionale, sociale o, comunque, privi di rilevanza economica, esse sono effettuate per richiesta dell'Amministrazione Comunale, di altri soggetti pubblici o per istanza di privati. L'affissione avviene per opera del Comune o del Concessionario del Servizio di Pubblica Affissione, ma il Comune ne potrà disciplinare le quantità e le modalità.

Le Affissioni di natura commerciali sono installate su quegli impianti sui quali sono affissi manifesti aventi rilevanza prettamente economica e sono effettuate per richiesta di privati.

Una sotto-categorizzazione delle affissioni di natura commerciale è rappresentata dalle affissioni dirette e dalla pubblicità esterna.

Le affissioni dirette sono rappresentate da quei messaggi pubblicitari riferiti agli impianti appositamente autorizzati sui quali sono affissi, dal Concessionario delle Affissioni dirette individuato mediante gara ad evidenza pubblica, manifesti di natura commerciale.

Questa tipologia di affissioni può comunque interessare messaggi anche di natura istituzionale.

La pubblicità esterna viene esplicata tramite l'affissione di messaggi pubblicitari su impianti di proprietà privata collocati su aree private e/o pubbliche. Tale pubblicità è dedicata alla diffusione di messaggi pubblicitari per la promozione di beni e/o servizi, il tutto di natura commerciale, sulla superficie espositiva mediante tecniche varie.

Caratteristiche tecniche impianti pubblicitari

Nel dettaglio le strutture devono rispondere alla capacità di resistenza ai sovraccarichi, agli urti ed in generale ai fenomeni dinamici in tutte le prevedibili condizioni di esercizio.

I sostegni e le fondazioni devono essere calcolati per resistere alla spinta del vento ed al carico della neve ed essere di materiale indeformabile e saldamente realizzate ed ancorate al terreno sia nel loro complesso che nei singoli elementi.

Gli impianti e le parti che lo costituiscono devono rispondere alle caratteristiche di resistenza al fuoco nel rispetto delle prescrizioni tecniche vigenti in materia. I mezzi pubblicitari devono essere realizzati in materiale avente le caratteristiche di consistenza, durevolezza, sicurezza e resistenza agli agenti atmosferici, devono conservare le proprie caratteristiche chimico-fisiche sotto l'azione delle sollecitazioni termiche degli agenti fisici normalmente operanti e prevedibili nell'ambiente, inoltre conservando inalterate le proprie caratteristiche. Tale requisito deve essere soddisfatto sotto l'azione degli agenti chimici e biologici presenti normalmente nell'ambiente (aria, acqua, ecc.), nonché sotto l'azione degli usuali prodotti per la pulizia delle superfici. Gli elementi che compongono l'impianto non devono presentare porosità

o cavità superficiali che non siano facilmente pulibili ed ispezionabili per evitare il ristagno di acqua e l'accumulo dello sporco.

Il manufatto deve avere caratteristiche atte a dissuadere, impedire e resistere agli atti di vandalismo, come pure consentire che vi si possa facilmente porre rimedio.

Gli impianti elettrici utilizzati devono essere concepiti e realizzati in modo tale da garantire il massimo grado di sicurezza per il rischio elettrico e per quello delle scariche accidentali, nonché rispondere alle norme CEI in materia ed essere conformi alle disposizioni espresse della L. n. 46/1990 del D.PR. n. 447/1991 e successive modifiche ed integrazioni per la realizzazione degli impianti e l'impegno dei materiali secondo regola d'arte. Il sistema di illuminazione può essere a luce diretta, indiretta o riflessa e comunque in conformità alle norme di cui alla legge 46/90 e le sorgenti luminose non devono provocare abbagliamento.

Distribuzione impianti pubblicitari all'interno del territorio comunale

A valle di un primo lavoro di rilevazione eseguito dagli scriventi professionisti nell'anno 2020, sono stati individuati oltre 434 impianti (per lo più affissioni dirette e pubblicità esterne) ed è stata realizzata una zonizzazione del territorio comunale in n. 7 zone, per come di seguito dettagliato:

- Zona A – Quattromiglia;
- Zona B – Commenda;
- Zona C – Roges;
- Zona D – Saporito/Sant'Agostino;
- Zona E – Centro storico;
- Zona F – Arcavacata;
- Zona G – Zona industriale.

Riscontrato una differente distribuzione e densità di impianti presenti, oltre alla diversa appetibilità commerciale delle zone dal punto di vista pubblicitario, i progettisti, al fine di ottimizzare la distribuzione degli impianti, hanno inteso considerare il territorio comunale di Rende come un *unicum*, in modo da evitare delle disparità commerciali in fase di aggiudicazione del servizio a società esterne.

In quest'ottica si mira ad un'omogeneizzazione del servizio pubblicitario, sia a livello funzionale che estetico, uniformando quindi forme, dimensioni e distribuzione dei singoli impianti, oltre che i processi gestionali degli stessi.

La suddetta scelta consente inoltre ai privati di poter gestire la propria pubblicità in modo capillare sull'intero territorio comunale, interfacciandosi con un unico concessionario del servizio.

All'interno del territorio comunale sono stati individuati otto punti di particolare pregio/interesse, ubicati in zone nevralgiche del territorio, con traffico intenso ed ottima esposizione, per come riportato nel dettaglio:

- ❖ Zona Quattromiglia:
 - Svincolo autostrada A2
 - Accesso da zona industriale
- ❖ Zona Roges / Commenda:
 - Campi da tennis - Commenda
 - Roges - Marchesino
- ❖ Zona Saporito / Arcavacata / Centro Storico:
 - Ingresso - Saporito
 - Ingresso - Unical
- ❖ Zona Industriale:
 - Rotonda - Concessionario Chiappetta
 - Località Santa Chiara

Tipologia impianti pubblicitari

Nel lavoro di redazione del nuovo PGIP (Piano Generale degli Impianti Pubblicitari) sono state classificate e disciplinate le seguenti tipologie di

impianti pubblicitari, a partire dalla differenziazione in due macro categorie, quali pubblicità esterna e pubblica affissione, tenendo in conto del loro carattere permanente o temporaneo:

❖ Pubblica affissione:

- Impianti riservati alle affissioni di natura istituzionale;
- Impianti riservati alle affissioni di natura sociale;
- Impianti riservati alle affissioni di natura commerciale;
- Impianti riservati alle affissioni dirette;
- *Impianti pubblicitari di servizio.*

❖ Pubblicità esterna di tipo permanente:

- Insegna di esercizio;
- Targa professionale;
- Vetrofania;
- Mezzi pubblicitari espositori a messaggi a variabilità continua o periodica legati propri delle attività commerciali o artigianali esercitate;
- bacheca o mezzo pubblicitario di servizio;
- Scritte pubblicitarie su tenda solare;
- Manufatto pubblicitario tridimensionale;
- Preinsegna;
- Cartello pubblicitario;
- Mezzo pubblicitario in aderenza a costruzioni o su superfici opache;
- Impianto a messaggio variabile;
- Cartello di indicazione manutenzione aree verdi;
- Mezzi pubblicitari nei distributori di carburante

❖ Pubblicità esterna di tipo temporanea:

- Striscione;
- Stendardo;
- Locandina su supporto;
- Gonfaloni su illuminazione pubblica;
- Mezzo pubblicitario pittorico;
- Cartello pubblicitario di cantiere;

- Allestimento pubblicitario di vetrine;
- Sosta di qualsiasi veicoli attrezzati e/o adibiti a impianti di pubblicità o propaganda.

Per la descrizione dettagliata delle singole tipologie si rimanda all'elaborato specifico rappresentato dall'Abaco degli Impianti (Allegato 1) con cui vengono definite le caratteristiche dimensionali, funzionali, tipologiche e descrittive degli impianti e delle bacheche.

Conclusioni

Uno degli obiettivi del piano è la redazione di un apparato normativo atto a regolamentare la “pubblicità esterna” e le “pubbliche affissioni” all'interno del territorio comunale.

Tali norme di attuazione contengono tutta una serie di regole ed indicazioni capaci di definire l'intero processo di realizzazione ed installazione di un impianto, includendo anche l'intero processo autorizzativo.

Il piano integra e fa proprie le tematiche di sostenibilità ambientale, connettività e tutela allo scopo di proiettarsi ed interpretare un futuro in costante evoluzione e cambiamento.

Il progetto vuole rivoluzionare l'universo della pubblicità esterna e delle pubbliche affissioni proponendosi l'ambizioso obiettivo di rendere il servizio sostenibile ed interconnesso.

Quanto descritto sopra dovrà declinarsi nelle scelte delle caratteristiche degli impianti e delle bacheche, che dovranno far propendere verso tipologie:

- digitali;
- interconnesse;
- ecosostenibili;
- architettonicamente integrate nel contesto urbano.

Il piano è predisposto in maniera tale che questo possa essere uno strumento agile e flessibile capace di adattarsi alle eventuali modifiche delle condizioni di partenza.

Tale cambiamento deve essere inteso di lungo respiro, con un “periodo di transizione” pari ad un quinquennio, che permetta al Concessionario delle Affissioni dirette, da individuare mediante gara ad evidenza pubblica, di avviare il processo di transizione digitale.

Infine, sono state predisposte una serie di criteri e norme di gestione delle zone e degli spazi.

Primo step procedurale di questa evoluzione digitale sarà la realizzazione di “impianti digitali a proiezione fissa”, sostituzione di quegli impianti ormai desueti e vetusti che necessitano di rimozione, procedendo quindi in maniera graduale al raggiungimento del target “ZERO CARTA” e alla digitalizzazione completa del sistema pubblicitario nell’arco di qualche anno.

Dette norme prevedono indicatori di performance che tengono conto dell’andamento gestionale della concessione, prevedendo inoltre l’associazione di attività e messaggi a finalità sociale.