



COMUNE DI ORISTANO
COMUNI DE ARISTANIS



PIANO DEGLI IMPIANTI

Oggetto: Piano Generale degli Impianti Pubblicitari
e delle Pubbliche affissioni

Settore: Programmazione, gestione delle risorse e
servizi culturali

Dirigente del Settore: Dott.ssa Maria Rimedia CHERGIA

Progettisti: Arch.Roberto TALLORU
Geom. Andrea DORE

Elaborato: tav. **1**

Titolo: **RELAZIONE ILLUSTRATIVA DEL PIANO
GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI**

Adozione: Delib. C.C. n. __ del __/__/__

Approvazione definitiva: Delib. C.C. n. __ del __/__/__

Data: Febbraio 2020

INDICE

Art. 1	Criteri generali.....	1
Art. 2	Normativa.....	2
Art. 3	Criteri informatori del piano.....	2
Art. 4	Le scelte programmatiche.....	3
Art. 5	Le scelte progettuali.....	4
Art. 6	Struttura del Piano.....	4
Art. 7	Elaborati del Piano Generale degli impianti pubblicitari.....	4

Art.1 Criteri generali

Il linguaggio pubblicitario e commerciale legato alla cartellonistica, se da una parte è da considerare come necessario e indiscusso veicolo di crescita aziendale e di promozione commerciale, dall'altro fino ad oggi ha rappresentato elemento di degrado per la scarsa qualità dei materiali usati, l'indifferenza rispetto ai contesti in cui è andato a calarsi e per la moltitudine dei formati impiegati assumendo sempre più il ruolo di elemento di disturbo e confusione nello scenario della città e della periferia.

La stesura di questo piano urbanistico, si propone di far divenire il sistema pubblicitario vero e proprio elemento di arredo della città contribuendo a dare qualità e significato a molti vuoti urbani non più da considerare come spazi di risulta dove inserire qualsiasi cosa, ma come protagonisti negli ambiti territoriali dove vanno a collocarsi siano essi aggregato residenziale o periferia.

Il piano generale di riordino degli impianti, si fonda su due presupposti di base su cui è stato indirizzato lo studio il cui raggiungimento diviene necessario per far divenire la cartellonistica elemento del linguaggio della comunicazione:

- Non considerare più il sistema pubblicitario come elemento estraneo alla costruzione dell'immagine urbana;
- Far diventare il sistema pubblicitario elemento di qualità nell'arredo della città contemporanea.

In queste basi il piano ha condotto una serie di verifiche e approfondimenti progettuali:

- 1) Studiare e regolamentare, razionalizzandole: Tipologie, Formati, Materiali;
- 2) Selezionare gli ambiti e il territorio con particolare riferimento alle zone vincolate, agli scorci panoramici, agli ambiti a carattere agricolo paesaggistico, ai contesti storicizzati, agli svincoli stradali complessi dove si può creare confusione con la segnaletica stradale e ridurre la visibilità, al centro storico monumentale, ai giardini di pregio.
- 3) Verificare la ricaduta in termini di impatto in zone a carattere ambientale-turistico.
- 4) Individuare tra le zone idonee per gli impianti pubblicitari le aree a permanenza di utenza.

Tutto ciò ha condotto alla redazione di un vero e proprio strumento urbanistico a servizio della pubblicità, indispensabile per la scelta dei siti dove andare a collocare la cartellonistica, conseguendo il raggiungimento dei seguenti obiettivi:

- 1) Innescare un processo di riqualificazione dell'immagine degli spazi urbani dove gli impianti pubblicitari vanno a collocarsi assoggettandoli alla redazione di progetti specifici.
- 2) Individuare strade e posizionamenti puntiformi o lineari per l'installazione dei cartelli in cui i criteri commerciali si accompagnano a verifiche sull'impatto ambientale necessarie per la scelta del formato, la distanza tra un cartello e l'altro, l'opportunità di stare solo da un lato della carreggiata.
- 3) Definire formati e tipologie compatibili con le esigenze di ordinata percezione degli elementi di arredo urbano.

- 4) Individuare tutte le strade o parti della città dove non è possibile installare nessun tipo di impianto.
- 5) Individuare le aree dove è possibile installare cartellonistica solo tramite la redazione di progetti unitari.

Art.2 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:

1. la definizione dei mezzi pubblicitari;
2. le prescrizioni per l'installazione degli stessi dentro e fuori i centri abitati;
3. l'obbligo da parte dei Comuni a fissare i criteri di individuazione degli spazi ove è possibile consentire l'installazione dei mezzi Pubblicitari.

Il Regolamento di esecuzione e di attuazione del Codice della Strada fa salva la possibilità di deroga concessa ai Comuni dal 6° comma dell'art. 23 del Codice della Strada, riguardo le distanze minime per il posizionamento dei cartelli pubblicitari entro il centro abitato.

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.

Il D.Lgs 42/2004 (Codice dei beni culturali e del paesaggio) 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.

Il medesimo D.Lgs. 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 Oristano detta le disposizioni relative all'esposizione della Pubblicità e i criteri a cui attenersi per la redazione del Piano Generale degli Impianti Pubblicitari.

Art. 3 Criteri informativi del Piano

Il Piano, come tutti i Piani di settore, va inteso come un programma da attuarsi nel tempo e finalizzato allo sviluppo ordinato della pubblicità secondo le tipologie consentite. Tale programmazione deve

necessariamente avvalersi degli strumenti tipici della pianificazione urbana (non a caso la legge prescrive un Piano in aggiunta al Regolamento).

Preliminarmente, per quanto sopra, si è proceduto a:

- eseguire l'analisi dello stato attuale attraverso lo studio delle norme vigenti in materia, l'esame degli strumenti urbanistici di cui il Comune si è dotato e il censimento degli impianti pubblicitari esistenti sul territorio; tale fase ha consentito di acquisire gli strumenti e le indicazioni per affrontare in modo mirato la successiva fase di programmazione;
- predisporre l'intervento sul territorio attraverso l'individuazione e la delimitazione cartografica di zone, aree e eventuali infrastrutture urbane di riferimento (arterie stradali, parcheggi, piazze, luoghi di aggregazione, luoghi di interesse, vincoli ecc.), tali da indirizzare in modo corretto ed aderente alle caratteristiche dei luoghi la successiva fase di programmazione.

Tale fase preliminare ha consentito di avere un quadro il più possibile dettagliato della situazione vigente riguardo tutti gli elementi che possono concorrere alla successiva fase programmatica e progettuale. I dati raccolti sono stati elaborati tramite planimetrie, tabelle e rappresentazioni fotografiche; successivamente si è potuto procedere alla fase progettuale e di programmazione la quale rappresenta il momento delle scelte sulla base degli indirizzi forniti dall'Amministrazione. Durante la fase di progettazione si è proceduto alla:

- predisposizione di tutti gli elaborati (planimetrie, disegni, tabelle e rappresentazioni fotografiche) necessari per rappresentare e codificare le scelte programmatiche e progettuali riguardanti l'articolazione del territorio e la pubblicità che può esservi esercitata;
- elaborazione di norme il più possibile chiare, semplici e facilmente accessibili da parte di qualsiasi cittadino, tali da permettere all'Amministrazione di operare senza incertezze e al cittadino di esercitare consapevolmente le proprie facoltà.

Art. 4 Le scelte programmatiche

Tali scelte devono necessariamente bilanciare da una parte le esigenze di carattere ambientale, e dall'altra parte l'esercizio della pubblicità:

- per quanto attiene il territorio, vale a dire il tessuto urbano in cui si opera, deve essere assicurata la vivibilità e la sicurezza nella misura più ampia;
- per quanto attiene l'esercizio della pubblicità, vale a dire la determinazione e localizzazione degli impianti pubblicitari che possono essere installati, deve essere assicurata la facoltà di promuovere all'interno del tessuto sociale ed economico le attività e i servizi offerti, e al cittadino la possibilità di accedere alle informazioni utili nei rapporti con la comunità.

Art. 5 Le scelte progettuali

- per quanto attiene il territorio, si è optato per la sua articolazione in ambiti, in ciascuno dei quali la possibilità di inserimenti pubblicitari dipende dal contesto urbano e ambientale in cui si opera. La definizione della zonizzazione è stata studiata in coerenza con il PUC di Oristano;
- per quanto attiene l'esercizio della pubblicità, vale a dire la determinazione e localizzazione degli impianti pubblicitari che possono essere installati, sono state individuate per ciascuno degli ambiti di cui sopra le tipologie, quantità, densità e formati che potranno essere autorizzati.

Art. 6 Struttura del Piano

SITUAZIONE ESISTENTE

Il Comune di Oristano dispone e ha messo a disposizione alcuni documenti relativi ai soggetti a ruolo, su tali tabulati si è proceduto ad una prima analisi per l'identificazione della metodologia di definizione delle tipologie da censire, dopo questa prima fase si è proceduto al censimento vero e proprio.

Per l'elaborazione di questo censimento si è proceduto all'identificazione di ciascun impianto presente all'interno del territorio comunale.

Tutti i dati raccolti sono stati inseriti su un sistema GIS, il quale raccoglie tutti i dati , compresi i rilevamenti fotografici.

Riportiamo qui di seguito le tipologie di informazione raccolte sul campo ed i relativi attributi consultabili:

TIPOLOGIA IMPIANTO (Codice identificativo)

CLASSIFICA (Esistente, da dismettere o da adeguare)

TITOLARITA'(Comunale o privata)

UBICAZIONE (Località, Via, n°)

INDIVIDUAZIONE AMBITO

STATO DI MANUTENZIONE

SUPERFICIE UTILE

DIMENSIONI

NOTE

Durante la fase di ricognizione sono emerse diverse criticità:

- La presenza di più tipologie di cartelli tra loro disomogenee rende confusionaria la visione e la lettura degli stessi, fenomeno riscontrabile soprattutto per quanto riguarda le preinsegne;
- Alcuni cartelli risultano poco leggibili a causa di ostacoli che ne coprono parzialmente il contenuto;
- Una buona parte di essi si trova in uno stato di conservazione critico dei materiali di cui sono composti;
- I cartelli risultano mal posizionati, talvolta di ostacolo per la sicurezza stradale;

- I cartelli non tengono conto del contesto nel quale vengono inseriti;
- Solo in pochi casi è stato possibile individuare il numero di concessione e/o autorizzazione. Per la quasi totalità delle installazioni è auspicabile la verifica dei titoli autorizzativi.

Dal censimento degli Impianti risultano i seguenti dati:

	Superficie tot. [mq]	Conforme [mq]	Non conforme [mq]
Pubblica Affissione	261	118	143
Affissione diretta	1858	774	1084
Pubblicità esterna	166	166	0

	Numero impianti	Superficie [mq]
Stendardi monofacc.	123	344
Stendardi bifacc.	136	762
Tabelle a muro	35	99
Poster monofacc.	32	576
Poster bifacc.	4	144
Cartelli	62	194
TOTALE	392	2119

SITUAZIONE FUTURA

Adeguamento e potenziamento impianti esistenti

Dalla valutazione dei dati emerge il fatto che l'attuale consistenza del parco installazioni risulta significativa, e di conseguenza significa che la richiesta risulta essere considerevole.

Il progetto di conseguenza si riferisce in prima battuta agli interventi di ripristino dell'esistente, in seconda alle nuove ubicazioni necessarie per il ripristino di volumi complessivi eventualmente penalizzati dalla verifica di conformità.

Una prima fase dell'intervento si riferisce al riordino dell'attuale situazione filtrando i dati risultanti dal censimento con i criteri in deroga al Codice della Strada.

Tutti i dati risultanti dalla verifica sono direttamente consultabili mediante l'utilizzo del database o l'impiego del software QGis, i quali riportano specificatamente le note di motivazione della non conformità degli impianti.

La fase progettuale si riferisce agli interventi finalizzati a normalizzare le installazioni che presentano difformità con le norme del Piano, intervenendo con l'individuazione di nuovi posti il cui impatto con l'ambiente circostante sia stato considerato degno di nota oltre ad inserire nuove posizioni a completamento del parco installazioni.

Il database relativo alla fase progettuale riporta tutte le nuove indicazioni al fine di effettuare le modifiche alle posizioni esistenti. Indicando mediante delle note progettuali tutte le indicazioni utili alla modifica da effettuare, nel caso di posizione esistente, e di indicazioni utili per le nuove collocazioni.

Relativamente a queste ultime tutte le posizioni sono individuate oltre che dai dati relativi alla collocazione, dall'individuazione planimetrica e dallo scatto fotografico relativo all'ubicazione prevista tutto riportato nelle schede di progetto e riportante nel database.

I risultati di tali interventi comportano la seguente situazione:

	N°apparecchi	Incremento [mq]	Incremento [%]
Combinazione massima	516	1579,4	74,4
Combinazione minima	505	1469,0	69,3

Il progetto individua, per ciascuna fascia di posizionamento, differenti scelte possibili sulla tipologia e numero di impianti da localizzare; ciò al fine di consentire una maggiore flessibilità da parte dell'amministrazione sulla collocazione più consona in relazione allo stato esistente.

Scegliendo l'ipotesi di massimo incremento si avrebbe una superficie occupata dagli impianti esistenti più quelli in previsione di 3700mq. circa ; optando per la seconda opzione si riuscirebbe a raggiungere una superficie di 3590mq. circa.

SITUAZIONE FUTURA

Progettazione nuovi impianti pubblicitari

Il progetto nasce da un'attenta analisi del contesto in cui va ad inserirsi e da un'alta sensibilità verso le tematiche ultimamente introdotte nei tavoli di discussione sull'urbanistica. Da più tempo, infatti, si sta focalizzando l'attenzione su concetti quali la sostenibilità ambientale, il risparmio energetico, l'ottimizzazione delle risorse, il coinvolgimento dei cittadini e la socializzazione fra gli stessi.

Al fine di realizzare una proposta tecnica ed architettonica volta alla valorizzazione del decoro urbano attraverso l'inserimento di nuovi impianti pubblicitari multitasking, si è scelto di indirizzare la progettazione verso forme molto semplici e facilmente riconoscibili all'interno dell'ambito cittadino dando forte importanza allo studio dei materiali.

L'attuale sovrapposizione di cartellonistica pubblicitaria e stradale e la presenza di più tipologie di cartelli tra loro disomogenee ha portato ad un sistema ridondante in alcune aree e lacunoso in altre, rendendo confusionaria la visione e la lettura degli stessi.

L'input iniziale di questa fase progettuale è dato dalla ricerca di elementi che svolgano la funzione di unione fra i vari ambiti e quartieri della città. Per ottenere questo scopo ci si è appoggiati a tre funzioni correlate fra loro che riassumono il concetto stesso di viabilità urbana, 1. Rapporto funzionale; 2. Rapporto formale; 3. Rapporto sensoriale.

Concetti riconducibili ad un organismo unitario e dinamico, che superano la concezione di una evoluzione viabilistica della città per parti separate e funzionalmente statiche, ponendo quindi la ricostruzione e l'identificazione di un tessuto urbano adatto a rispondere a nuovi modi di utilizzare e vivere ogni spazio pubblico.

L'idea è quella di porre in rapporto diretto parti di città distanti fra loro dove i fruitori possano diventare protagonisti nella definizione dello spazio interagendo con esso.

Il progetto propone, attraverso interventi “leggeri”, una riflessione ampia volta all’utilizzo degli spazi urbani e alle relazioni che esso attiva nelle persone attraversando la città, moltiplicando le relazioni fra esseri umani e luogo, inteso sia come luogo che come spazio virtuale; non più zone di transito e passaggio, ma parti di città vivibili a misura d’uomo, costituendosi come un sistema unitario con molteplici livelli di connessione e aggregazione.

In questa logica il progetto di architettura riveste il ruolo di strumento e di fine, il tutto tramite una soluzione di design con semplici pannelli in acciaio, al fine di ottenere un percorso composto da vari tipi di sedute, luoghi di sosta, svago e interesse culturale, con lo scopo di conseguire una sorta di installazione permanente.

L’arredo urbano di progetto è stato concepito nel rispetto del forte valore storico e urbano dell’intorno. I pannelli verranno realizzati con elementi piegati di acciaio Corten: un materiale adatto alla progettazione di forme sinuose, poiché crea superfici monolitiche, uniformi, con poche giunture. Il materiale relativamente costoso è giustificato dalla sua durabilità anche in cattive condizioni, la robustezza, l’impermeabilità, la duttilità di lavorazione per la creazione di qualsiasi forma, il suo aspetto moderno e accattivante.

Il materiale è mutevole nel tempo. Il colore, infatti, si trasforma passando dal rosso ruggine al verde rame attraverso le tonalità del brunito e del grigio colorando la città con differenti tonalità così come avviene in natura.

Al pannello affissionistico base sono stati affiancati diversi tipi di arredo urbano che stimoleranno l’aggregazione collettiva e sociale e nelle quali la città si riscoprirà Sostenibile, Tecnologica e Partecipata.

Il sistema di sedute è concepito per esser utilizzato in qualsiasi spazio aperto grazie alle doghe in legno teak che isolano dalle alte temperature superficiali che potrebbe raggiungere l’acciaio.

Sono stati ideati in totale 10 diversi tipi di installazioni, 2 delle quali (tipologia P.9 e P.10) utilizzabili come rivisitazione dei cartelli e degli standardi porta manifesti già inseriti in ambito cittadino.

I restanti 8 variano per forma, ingombro e caratteristiche. Si passa dal semplice pannello verticale con seduta doppia, a quelli con rastrelliera per biciclette e piano d’appoggio per la lettura di un libro.

In particolare la tipologia P.8 è quella più complessa e comprende una pensilina dalla singolare forma. Quest’ultima è stata pensata per essere posizionata nelle pertinenze di piste ciclo/pedonali, spiagge o in generale parchi, in cui può essere importante avere un riparo fisico dal sole o dalla pioggia.

L’implementazione di pannelli fotovoltaici in corrispondenza dell’oggetto e di un piccolo accumulatore di energia potrebbero servire all’alimentazione di un’area WI-FI, le prese per gli apparecchi portatili e i faretti di illuminazione inseriti all’interno della pensilina stessa.

In base alle esigenze e gli spazi compatibili sul territorio comunale tutte le tipologie di pannelli pubblicitari sono stati posizionati nei punti di maggiore frequentazione e interesse.

Qui di seguito si riportano i principali dati:

Tipologia	N° installazioni	Superficie [mq]
P.1	34	23,8
P.2	2	1,4
P.3	1	0,7
P.4	17	11,9

P.5	9	6,3
P.6	7	9,8
P.7	7	9,8
P.8	1	1,4
Superficie totale [mq]		65,1

Per la consultazione completa occorre visionare l'Allegato 5 (Tavola 6), in cui è presente il punto esatto di posizionamento di ciascun nuovo impianto.

Inoltre, la nuova progettazione dovrà prevedere:

- a) Di dotare gli ingressi della città di appositi mezzi/impianti che indichino Oristano come città della ceramica
- b) Di dotare la città di Oristano e le frazioni di adeguata cartellonistica storico/turistica
- c) Di dotare la città e le frazioni di adeguati cartelli/spazi per gli annunci mortuari.

Art. 7 Elaborati del Piano Generale degli impianti pubblicitari

I criteri descritti ai paragrafi precedenti devono essere trasposti in forma tecnica, per mezzo di elaborati in forma chiara e di facile consultazione.

Si è ritenuto opportuno fornire all'Amministrazione un elaborato rilegato in formato A4, contenente la Relazione illustrativa, in cui vengono indicati i principi seguiti per il lavoro.