



COMUNE DI SCICLI

(Provincia di Ragusa)
IX Settore Urbanistica



I PROGETTISTI

Ing. Guglielmo Carbone

f.to Guglielmo Carbone

Geom. Angelo Agosta

f.to Angelo Agosta

Scicli li 21.06.2011

All. A

Scala

Relazione Tecnica

RELAZIONE TECNICA

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 risulta necessario per far divenire la cartellonistica elemento del linguaggio della comunicazione:

- 1) Non considerare più il sistema pubblicitario come elemento estraneo alla costruzione dell'immagine urbana;
- 2) 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
 - Uso
- 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 dove si può creare confusione con la segnaletica stradale e ridurre la visibilità, al centro storico monumentale, con particolare riguardo all'Area Unesco e la relativa area tampone.

- 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 quali: distributori, centri commerciali, parcheggi.

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.
- 2) Individuare posizioni puntiformi 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, ecc..
- 3) Definire formati e tipologie degli impianti di pubblicità consentiti, i quali sono distinti in installazioni permanenti e temporanee:

PERMANENTI:

- Preinsegna;
- Cartello;
- Impianto pubblicitario di servizio (es.: fermata bus, pensilina, transenna, cestino, orologio, ecc.);
- Impianti di pubblicità o propaganda:
 - Poster;
 - Messaggi variabili;
 - Totem;
 - Insegne pubblicitarie;
 - Murale.

TEMPORANEI:

- Striscione;
- Locandina o gonfalone;
- Totem (temporaneo);
- Telo pubblicitario;
- Cavalletto;

- 4) Individuare tutte le strade o parti della città dove non è possibile installare o sono comunque limitate le installazioni di impianti.

Nello specifico il Piano generale degli impianti pubblicitari regola la distribuzione degli impianti pubblicitari al fine di razionalizzare il posizionamento dei manufatti sul territorio, nel rispetto delle prescrizioni e vincoli imposti dai vigenti strumenti urbanistici e dalle norme generali in materia di installazioni pubblicitarie.

Tali norme riguardano i mezzi pubblicitari, collocati nel territorio comunale lungo le strade o in vista di esse, su aree pubbliche o di uso pubblico e private, sulla base delle disposizioni contenute nel *“Regolamento comunale per la disciplina della pubblicità e delle affissioni e per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni”*, approvato con deliberazione C.C. n. 119 del 21.11.1994, nelle Norme Tecniche allegate al presente Piano, nel Codice della Strada e nel relativo Regolamento di Esecuzione e di Attuazione, nel Decreto Legislativo del 15.11.1993 n. 507 e loro successive modifiche ed integrazioni, nonché nella Disciplina Generale di Attuazione e nel Regolamento Edilizio del vigente P.R.G., nel Piano di Urbanistica Commerciale e nelle Norme Tecniche di Attuazione del Piano Paesaggistico Provinciale.

Il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari, si applica all'intero territorio Comunale e detta norme per l'installazione dei mezzi di pubblicità esterna e degli impianti per le pubbliche affissioni, anche ai fini dell'applicazione dei tributi comunali ad essi relativi.

Per una razionalizzazione degli aspetti che riguardano le varie forme di pubblicità esterna il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari è stato articolato in quattro parti:

- * Parte I. Disposizioni generali
- * Parte II. Pubblicità esterna
- * Parte III. Pubbliche affissioni
- * Parte IV. Insegne di Esercizio

La prima parte fornisce:

- ❖ gli elementi per la lettura del piano e le indicazioni di carattere generale;
- ❖ le zone del territorio comunale all'interno delle quali sono collocabili i mezzi di **pubblicità esterna**;

- ❖ le aree del territorio comunale all'interno delle quali non è consentito o sono comunque limitate le installazioni di mezzi di pubblicità esterna.

La seconda parte definisce le tipologie degli **impianti privati** per la pubblicità esterna.

La terza parte fornisce l'identificazione della tipologia degli impianti per le **pubbliche affissioni**.

La quarta parte definisce e disciplina le **insegne di esercizio**.

Il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari è costituito dai seguenti elaborati:

- All. A - Relazione Tecnica
- All. B - Norme Tecniche di Attuazione
- All. C/1 - Schede Impianti Pubblicitari - SCICLI-JUNGI
- All. C/2 - Schede Impianti Pubblicitari - DONNALUCATA-PLAYA GRANDE
- All. C/3 - Schede Impianti Pubblicitari - CAVA D'ALIGA-BRUCA
- All. C/4 - Schede Impianti Pubblicitari - SAMPIERI
- All. C/5 - Schede Impianti Pubblicitari - PREINSEGNE
- All. D - Impianti per le Pubbliche Affissioni
- All. E - Riepilogo Generale
- Tav. 1/A - Zonizzazione del Territorio Comunale 1: 10.000
- Tav. 1/B - Zonizzazione del Territorio Comunale 1: 10.000
- Tav. 2 - Localizzazione Impianti Pubblicitari 1: 10.000
- Tav. 3/A - Localizzazione Impianti Pubbliche Affissioni - SCICLI-JUNGI 1: 2.000
- Tav. 3/B - Localizzazione Impianti Pubbliche Affissioni - SCICLI-JUNGI 1: 2.000
- Tav. 4 - Localizzazione Impianti Pubbliche Affissioni - DONNALUCATA-PLAYA GRANDE 1: 2.000
- Tav. 5 - Localizzazione Impianti Pubbliche Affissioni - CAVA D'ALIGA-BRUCA 1: 2.000
- Tav. 6 - Localizzazione Impianti Pubbliche Affissioni - SAMPIERI 1: 2.000

I PROGETTISTI

Ing. Guglielmo Carbone

Geom. Angelo Agosta