Imposte Comunali Affini s.r.l.

Piano Generale degli Impianti Pubblicitari

del Comune di Magenta (MI)

Ottobre 2017

Aggiornamento Giugno 2021

Sommario

Cenni Geografici e Storici .....

Criteri Generali del Piano degli Impianti Pubblicitari ***1***

Struttura del Piano Generale degli Impianti Pubblicitari ***2***

Pubblicità Generale ***3***

Classificazione .....

Zonizzazione .....

Pubbliche Affissioni ***4***

Classificazione .....

Stato Attuale .....

Stato in Progetto .....

Abachi delle Distanze ***5***

Pubblicità Generale .....

Pubbliche Affissioni.....

Elenchi Impianti Pubblicitari ***6***

Elenco Pubblicità Generale .....

Elenco Stato Attuale Pubbliche Affissioni .....

Elenco Stato in Progetto Pubbliche Affissioni .....

Schede Impianti Pubblicitari ***7***

Schede Pubblicità Generale .....

Schede Stato Attuale Pubbliche Affissioni .....

Schede Stato in Progetto Pubbliche Affissioni .....

Cenni Geografici e Storici: Magenta è un comune italiano di 23 884 abitanti della città metropolitana di Milano, in Lombardia.

Nota per essere stata il primo tassello della storia dell'unificazione nazionale, ancora oggi Magenta è ricordata soprattutto per la sua famosa battaglia qui combattuta il 4 giugno 1859.

Il territorio di Magenta confina con a nord con il comune di Marcallo con Casone, a sud con il comune di Robecco sul Naviglio, ad ovest con il Piemonte attraverso la propria frazione di Ponte Vecchio e ad est col comune di Corbetta. Fa inoltre parte del territorio del Parco del Ticino in Lombardia, confinante ad ovest col Piemonte, dal quale è separato dal fiume Ticino.

Nel 1706 il Ducato di Milano passò nelle mani degli Asburgo d'Austria, che lo tennero sino al 1859. Nel 1743, con solenne bolla pontificia, Papa Benedetto XIV elevò la parrocchia di San Martino di Magenta a sede prepositurale e al titolo di collegiata con erezione di un capitolo composto da 6 canonici, svincolandola così per sempre dalla giurisdizione plebana della vicina Corbetta. Il dominio napoleonico fu contraddistinto da iniziali slanci di entusiasmo per i nuovi ideali rivoluzionari, ma venne ben presto ripudiato come tirannia. A questo periodo risale la costruzione di un ponte ancora oggi esistente sul Ticino. Nel 1816 venne di fatto soppresso il capitolo della collegiata, rimase così solamente la prepositura. L'area del magentino venne rivalutata dal 1836 quando, con la costruzione di una dogana sul fiume Ticino, in prossimità del ponte napoleonico, nacque l'agglomerato urbano di Pontenuovo che venne ad unirsi a Magenta. Fu questo uno dei periodi di rinascita del comune di Magenta che sostituì gradatamente ma progressivamente gran parte dell'agricoltura con le prime industrie tessili ed alimentari. L'unico scontento degli abitanti fu quello di essere inclusi dal governo austriaco nella provincia di Pavia, anziché con la vicina Milano con cui il borgo aveva rapporti secolari.

Il 1947 vide Magenta elevata al rango di città, con decreto del capo dello Stato Enrico De Nicola.

1 Criteri Generali del Piano degli Impianti Pubblicitari: il principale obbiettivo del piano è regolamentare e razionalizzare la distribuzione degli impianti pubblicitari installati su tutto il territorio comunale, nel riguardo dei seguenti temi:

- Dei vincoli e prescrizioni: imposti dai vigenti strumenti urbanistici e dalle norme generali in materia di installazioni pubblicitarie;
- Della sicurezza: riferita alla mobilità in generale (pedonale e veicolare), con attenzione sia agli aspetti più 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 possa trovare giovamento dall'inserimento di mezzi pubblicitari progettati, costruiti e localizzati secondo adeguati criteri di compatibilità;

- Della 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.

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.

2 Struttura del Piano degli Impianti Pubblicitari:

i dati rilevati dalla società I.C.A. s.r.l. durante il sopraluogo sul territorio nel mese di Ottobre 2017 sono serviti per conoscere lo stato di fatto dei luoghi e precisamente si sono raccolte le informazioni relative al numero dei manufatti, al posizionamento cartografico e alle loro caratteristiche intrinseche.

A tal fine si proceduto alla redazione di due parti distinte del piano:

- Pubblicità Generale;
- Pubbliche Affissioni.

Per ciascuna parte è stato prodotto un elenco delle posizioni, una catalogazione mediante schede tecniche per ciascuna posizione, un elaborato grafico atto alle referenziazione cartografica degli impianti e abachi delle distanze per indicare i parametri di posizionamento dei veicoli pubblicitari.

Quanto sopra riportato e meglio spiegato nei punti tre e quattro.

3 Classificazione Pubblicità Generale:

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

- 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[3]. Gli impianti di *durata temporanea* sono quei manufatti mono o multi-facciali, la cui esposizione è ammessa unicamente per la promozione pubblicitaria di manifestazioni e spettacoli.

- Le ***finalità dei messaggi*** si distingue in affissioni di natura istituzionale e di natura commerciale. Le *Affissioni* di natura *istituzionale* sono 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 quegli impianti sui quali sono affissi manifesti aventi rilevanza prettamente economica e sono effettuate per richiesta di privati mentre l'affissione avviene per opera del Comune. Le *Affissioni Dirette* sono quegli impianti appositamente autorizzati sui quali sono affissi, direttamente dal proprietario, sia manifesti di natura commerciale che di natura istituzionale. L'*Affissione Necrologica* è utilizzata per annunci, ringraziamenti ed anniversari relativi ad eventi luttuosi e sono effettuati su istanza di privati ed eseguiti su impianti di proprietà del Comune. La *Pubblicità Esterna* è l'insieme degli impianti di proprietà privata collocati su aree private e/o pubbliche, adibita alla diffusione di messaggi pubblicitari per la promozione di beni e/o servizi, il tutto di natura commerciale, esposti direttamente dal proprietario dell'impianto ed effettuati sulla

superficie espositiva mediante tecniche varie.

Le categorie degli impianti di Pubblicità Generale rilevate sul territorio comunale sono *classificate* e descritte come segue:

Cartellone

Elemento bifacciale vincolato al solo con idonea struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari, o propagandistici, effettuati direttamente sul pannello (serigrafia, pellicola adesiva, pittura, ecc.)

Poster

Elemento mono o bifacciale vincolato al suolo con idonea struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione di messaggi, informazioni o propaganda da parte di enti pubblici, partiti politici e o enti vari.

Totem

Elemento bifacciale vincolato al solo con idonea struttura di sostegno, finalizzato alla diffuxsione di messaggi pubblicitari, o propagandistici, effettuati direttamente sul pannello (serigrafia, pellicola adesiva, pittura, ecc.)

Preinsegna

Si considerano preinsegne le strutture supportate da un idoneo sostegno, realizzate su manufatti bifacciali e bidimensionali, utilizzabili su una sola o su entrambe le facce, dotate di frecce di indicazione pubblicizzanti la direzione della sede dove si esercita una determinata attività ed installate in modo da facilitare il reperimento della sede stessa, recanti scritte in caratteri alfanumerici, completate eventualmente da simboli e da marchi.

Arredo Urbano

Manufatto avente quale scopo primario un servizio di pubblica utilità nell'ambito dell'arredo urbano e stradale (fermate autobus, pensiline, transenne, parapedonali, cestini, panchine, orologi e simili) recante uno spazio pubblicitario.

Al fine di disciplinare l'installazione degli impianti di pubblicità generale è stata indispensabile una *zonizzazione* e precisamente:

I. **Classe I –** Sensibilità paesistica molto bassa
II. **Classe II:** Sensibilità paesistica bassa
III. **Classe III:** Sensibilità paesistica media
IV. **Classe IV:** Sensibilità paesistica alta
V. **Classe V:** Sensibilità paesistica molto alta

Sul territorio Comunale, inoltre, sussistono dei vincoli per tutelare l'aspetto e la conformità del territorio, essi si distinguono in:

1. Vincolo paesaggistico ai sensi del comma 1, lettera f) – art. 12 D.Lgs. 42/2004:
   a) Vincolo ai sensi del comma 1, lettera c) – art. 142 D.Lgs. 42/2004 per una fascia di 150 metri ciascuna dal Naviglio Grande;
   b) Vincolo paesaggistico di cui all'art. 142 comma 1 lett. g) del D.Lgs. 42/2004 e s.m.i., per tutte le aree a "bosco" (così come definiti dalla L.R. N°31/2008;
2. Vincolo paesaggistico ai sensi del comma 1, lettera c) e d) dell'articolo 136 del D.Lgs. 42/2004 e s.m.i., relativamente alla fascia di territorio comunale a rispetto del Naviglio Grande, così come deliberata dalla Giunta Regionale con atto n°9/3671 del 02.07.2012 (vedasi cartografia allegata alla delibera citata);
3. Il Comune di Magenta, per la presenza all'interno del proprio territorio del Naviglio Grande, è interessato dal Piano Territoriale d'Area dei Navigli Lombardi (PTRA), approvato il 16 novembre 2010dal Consiglio Regionale. In particolare il Piano definisce i criteri d'intervento per le modalità di uso del territorio:
   a) individua una fascia di tutela delle aree libere entro 100 metri dalle sponde (esterna agli ambiti già dichiarati di notevole interesse pubblico ai sensi dell'art. 136 del D.Lgs. N°42/2004);
   b) fornisce indirizzi per l'individuazione di ambiti destinati alla conservazione dell'attività agricola a supporto della Rete Verde Regionale e della Rete Ecologica Regionale;
   c) dispone indirizzi per la realizzazione di una rete di percorsi ciclabili di livello regionale e la riqualificazione delle aree dismesse e degradate.

   Per l'effetto prescrittivo della fascia di tutela dei 100 metri dalle sponde dei Navigli, limitatamente alle aree esterne agli ambiti dichiarati di notevole interesse pubblico, ai sensi dell'art. 136 del D.Lgs. N°42/2004, i Comuni – qualora in tale fascia siano previsti interventi o programmi di trasformazione convenzionati dopo il

22.12.2010 – sono tenuti a trasmetterli in Regione per la verifica di compatibilità con il PTRA.

4. Vincolo di carattere monumentale: interessa il centro storico, ove è vietata l'installazione di impiantistica pubblicitaria.

La zonizzazione sopra indicata è meglio evidenziata nella cartografia denominata “Quadro d’Unione” e i parametri distributivi sono indicati nell’ ”Abaco” rispettivo, che norma, per tipologia d’impianto e zona, le distanze minime a cui attenersi, in deroga al Codice Stradale (nel rispetto del comma 8 art. 51 del D.P.R. 495/92 gli impianti pubblicitari possono non rispettare le linee guida dell’ “Abaco”). Tali impianti devono sempre garantire un passaggio libero conforme alle normative sull’abbattimento delle barriere architettoniche di cui alle leggi n. 13 del 9/1/89 e n. 104 del 5/2/92 e relativo regolamento d’attuazione.

Legenda:

Zona Urbana

4 Pubbliche Affissioni: sono gli impianti di proprietà del Comune, collocati esclusivamente su aree pubbliche o immobili privati sui quali il Comune esercita il diritto di affissione. Gli impianti destinati a supportare le pubbliche affissioni devono essere prevalentemente di tipo permanente. Ogni impianto deve riportare una cimasa di identificazione riportante il nome e lo stemma del Comune, l'identificazione di impianto Pubbliche Affissioni e il numero di identificazione dell'impianto. Le categorie degli impianti di Pubblica Affissione rilevate sul territorio comunale sono *classificate* e descritte come segue:

Tabella a Muro

Elemento monofacciale vincolato a muro con idonea struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione di messaggi, informazioni o propaganda da parte di enti pubblici, partiti politici e o enti vari.

Stendardo

Elemento mono o bifacciale vincolato al suolo con idonea struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione di messaggi, informazioni o propaganda da parte di enti pubblici, partiti politici e o enti vari.

Poster

Elemento mono o bifacciale vincolato al suolo con idonea struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione di messaggi, informazioni o propaganda da parte di enti pubblici, partiti politici e o enti vari.

Si è proceduto dividendo in due parti il piano delle pubbliche affissioni come segue:

fase a. *Stato dell'Attuale*: ha come scopo l'elaborazione delle informazioni raccolte durante il sopraluogo per conoscere lo stato dei fatti e precisamente il numero, la posizione cartografica e loro caratteristiche.

Ad oggi le *pubbliche affissioni* versano in buone condizioni sia dal punto di vista dell'ordinaria manutenzione, sia dal punto di vista dei parametri di distribuzione dell'informazione sociale, diversificata in: commerciale e istituzionale.

Ad oggi risultano esistenti **n°74 posizioni per un totale di n°85 impianti** di pubblica affissione installati sul territorio per una superficie di **281,90 m^2** che non soddisfa il parametro di superficie minima necessaria dettati dal *D.lgs n. 507 del 15/11/93* e successive modificazioni e integrazioni e come da regolamento adottato dal Commissario Straordinario con delibera n.108 del 25/05/1994 e successive modificazioni e integrazioni.

Durante lo studio dei dati rilevati si è deciso di:

- Mantenere **n°13 impianti** di pubblica affissione per una superficie di **42,40 m^2** ritenuti idonei sia per la loro conservazione che per la loro ubicazione;
- Porre in sostituzione **n°45 posizioni per un totale di n°56 impianti** di pubblica affissione che verranno rimossi e sostituiti (nella stessa posizione) da nuovi impianti che rispecchieranno le tipologie e rifiniture estetiche di quelli proposti nelle schede tecniche allegate, per una superficie di **187,90 m^2**;
- Rimuovere **n°16 impianti** di pubblica affissione per una superficie di **51,60 m^2** in posizione o di formato non idonei secondo i parametri di posizionamento.

fase b. *Progettazione*: si prefigge di stabilire il numero, il luogo e le caratteristiche di nuove posizioni affissionali. Esse verranno catalogate e messe in previsione, soprattutto in quelle aree nevralgiche che posso essere piazze, bar, circoli, fermate dei mezzi pubblici, scuole, aree di recente sviluppo commerciale e abitativo. Il tutto tenendo presente le condizioni di superficie pubblicitaria minima da esporre, considerando l'afflusso di persone e la crescita demografica.

Il dato degli abitanti rilasciato dall'ISTAT e aggiornato nel mese di marzo anno 2021 risulta di 23957. *Il D.lgs n. 507 del 15/11/93* e successive modificazioni e integrazioni, di fatti *stabilisce che la superficie complessiva minima da destinare agli impianti di Pubblica Affissione non può risultare inferiore a 12 m^2 ogni 1000 abitanti per Comuni inferiori a 30000 residenti.* Indi per cui:

$$23957 \text{ ab} : 1000 \text{ ab} = X \text{ Smin} : 12 \text{ m}^2$$

arrotondando il numero di abitanti a 24000 si evince dal precedente calcolo che la superficie minima totale delle facce degli impianti pubblicitari di Pubbliche Affissioni non può essere inferiore a **288,00 m^2**.

Le *pubbliche affissioni dello stato di progetto* sono elaborate sulla base della condizione attuale (espressa nel punto precedente). Essa ha lo scopo di effettuare uno studio

territoriale e sociale al fine di produrre un elaborato che prevede una nuova e ottimale soluzione per quanto concerne la distribuzione affissionale, soprattutto verso quelle aree nevralgiche che allo stato odierno risultano prive di un'informazione adeguata e potenziando tutte le parti che compongono il territorio comunale.

Il progetto prevede **n°30 impianti** di pubbliche affissioni per una superficie di **178,80 m^2**.

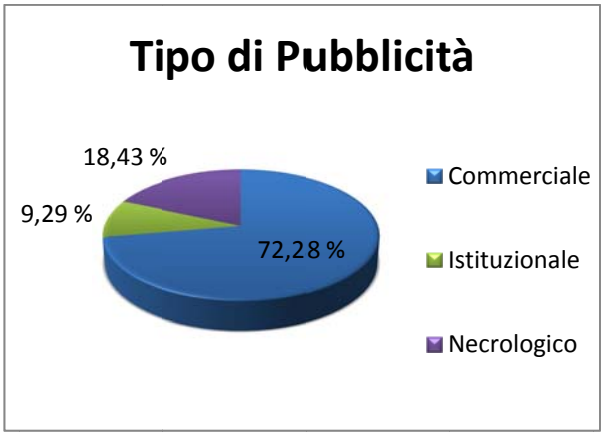
A piano attuato, sommando gli impianti esistenti a fine riordino, sostituzione e rimozione con gli impianti in progetto comporteranno un **numero di posizioni pari a 88 per un totale di impianti di pubbliche affissioni pari a 98** per una superficie complessiva di **394,00 m^2** che soddisfa ampiamente il parametro di superficie minima espresso dal D.lgs n. 507 del 15/11/93 e successive modificazioni e integrazioni e come da regolamento adottato dal Commissario Straordinario con delibera n.108 del 25/05/1994 e successive modificazioni e integrazioni.

Le tipologie degli impianti affissionali adottati dal progetto sono:

- **Stendardo modello** (Allegato "A") nei formati espressi in cm di – 140x200 e 200x140;
- **Tabella modello** (Allegato "B") nei formati espressi in cm di – 200x140;
- **Poster Modello** (Allegato "C") nei formati espressi in cm di – 600x300.

A piano attuato gli impianti potranno essere destinati all'informazione *commerciale* o *istituzionale*, a discrezione della Spettabile Amministrazione, che potrà usufruirne in varie percentuali relativamente alle richieste temporanee.

Rivisitando zone dove un tipo di messaggio sociale non giungeva e uniformando tutto il territorio, si sono ottenute le proporzioni come da diagramma seguente:



Viste le posizioni in progetto proposte si è redatto un "Abaco" per ogni tipologia d'impianto affissionale, valido per tutto il territorio comunale. Esso norma le distanze minime a cui attenersi in deroga al Codice Stradale (nel rispetto del comma 8 art. 51 del D.P.R. 495/92 gli impianti pubblicitari possono non rispettare le linee guida dell' "Abaco"). Tali impianti devono sempre garantire un passaggio libero conforme alle normative sull'abbattimento delle barriere architettoniche di cui alle leggi n. 13 del 9/1/89 e n. 104 del 5/2/92 e relativo regolamento d'attuazione.