



COMUNE DI CARLOFORTE
PROVINCIA DEL SUD SARDEGNA

PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

elaborato C
RELAZIONE DI SCREENING
PER VERIFICA DI ASSOGETTABILITA' A V.A.S.
(art.12, titolo II, parte II del d.lgs.152/2006 e s.m.i.)

il Sindaco
dott. Stefano ROMBI

il Responsabile del Settore Pianificazione Urbanistica
arch. Paolo Parodo

gennaio 2025

ing. Battista Boccone
viale osservatorio astronomico, 49
09014 CARLOFORTE SU

SOMMARIO

<i>PREMESSA</i>	2
INQUADRAMENTO NORMATIVO.....	3
IL PIANO PAESAGGISTICO REGIONALE DELLA SARDEGNA	5
IL PIANO GENERALE PER GLI IMPIANTI PUBBLICITARI.....	5
SINTESI DEL DOCUMENTO IN RIFERIMENTO AI CRITERI PER LA VERIFICA DI ASSOGGETTABILITÀ	7
CONCLUSIONI	8

La presente relazione di verifica di assoggettabilità a Valutazione Ambientale Strategica (V.A.S.) ha come oggetto il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari (P.G.I.P.) del Comune di Carloforte, di cui lo stesso Ente intende dotarsi in osservanza degli obblighi stabiliti dal Nuovo Codice della Strada (D.Lgs. 285/1992) e dal relativo regolamento di attuazione.

La dotazione di un proprio Piano Generale degli Impianti Pubblicitari è lo step ultimo di un percorso avviato con l'approvazione del «Regolamento comunale del nuovo canone patrimoniale di concessione, autorizzazione o esposizione pubblicitaria» disposta ai sensi della Legge 160/2019 con la delibera n. 10 del di C.C. del 01/04/2021, regolamento successivamente modificato e integrato con la deliberazione di C.C. n. 10 del 28.02.2023 con la quale venivano altresì stabiliti i criteri per la redazione del P.G.I.P.. Tale strumento, oltre a costituire un obbligo di legge, rappresenta un'occasione per il riordino dell'arredo pubblicitario, per eliminare eventuali installazioni abusive, e regolamentare e razionalizzare gli impianti pubblicitari su tutto il territorio comunale, in modo da procedere con una pianificazione per la verifica del decoro urbano, e per la progettazione di un nuovo paesaggio fatto di immagini, informazioni e comunicazioni in grado di coinvolgere la popolazione, e contribuire ad uno sviluppo ordinato delle attività produttive.

La verifica di assoggettabilità a VAS (o screening) è una procedura finalizzata ad accertare se un piano o un programma debba o meno essere assoggettato alla procedura di Valutazione Ambientale Strategica come regolamentata dall'art.12, Titolo II, Parte II del D.Lgs.152/2006 e s.m.i.

La Valutazione Ambientale di piani e programmi che possono avere un impatto significativo sull'ambiente ha la finalità di garantire un elevato livello di protezione dell'ambiente e contribuire all'integrazione di considerazioni ambientali all'atto dell'elaborazione, dell'adozione e approvazione di detti piani e programmi assicurando che siano coerenti e contribuiscano alle condizioni per uno sviluppo sostenibile.

La funzione della valutazione ambientale strategica (VAS) è, dunque, quella di contribuire all'integrazione di considerazioni ambientali all'atto dell'elaborazione e dell'adozione di piani e programmi allo scopo di evitare i potenziali impatti significativi e negativi sull'ambiente prima della loro definitiva elaborazione. La VAS agisce quindi nella fase "a monte" consentendo, se necessario, di ricorrere a misure di mitigazione che saranno definite attraverso consultazioni con le altre autorità competenti nonché con le parti interessate. La valutazione strategica opera a livello di confronto sulle grandi opzioni strategiche lasciando alla successiva valutazione di progetto la definizione di soluzioni ottimizzate sotto il profilo dell'impatto territoriale ed ambientale (es.: "dove" e "come" realizzare il progetto). La Valutazione Ambientale è effettuata durante la fase di predisposizione del piano o programma (p/p) sin dall'inizio e ne deve influenzare in maniera sostanziale i contenuti ottenendo che nel p/p siano integrate le considerazioni ambientali ossia che siano adottati anche obiettivi di sostenibilità ambientale, siano identificati, descritti e valutati gli impatti significativi che le azioni previste nel p/p potrebbero avere sull'ambiente e sul patrimonio culturale, siano considerate le ragionevoli alternative che possono adottarsi in considerazione degli obiettivi e dell'ambito territoriale del p/p stesso.

La VAS è obbligatoria per piani e programmi che possono avere impatti significativi sull'ambiente e sul patrimonio culturale e che sono elaborati per la valutazione e gestione della qualità dell'aria, per i settori agricolo, forestale, della pesca, energetico, industriale, dei trasporti, della gestione dei rifiuti e delle acque, delle telecomunicazioni, turistico, della pianificazione territoriale o della destinazione dei suoli e che al contempo definiscono il quadro di riferimento per l'approvazione, l'autorizzazione, l'area di localizzazione o comunque la realizzazione dei progetti sottoposti a VIA o a Verifica di assoggettabilità a VIA. Sono sottoposti a VAS anche i piani/programmi per i quali è necessaria la valutazione d'incidenza ai sensi dell'art. 5 del DPR 8 settembre 1997, n° 357 (in questo caso, la valutazione d'incidenza è compresa nella procedura di VAS) in considerazione dei possibili impatti sulle zone di protezione speciale o sui siti di importanza comunitaria (ZPS – SIC). Per tutti i piani e i programmi ricompresi nelle categorie di cui sopra che determinano l'uso di piccole aree a livello locale nonché per le loro modifiche minori la valutazione ambientale è obbligatoria solo se l'autorità competente valuti che producano impatti significativi sull'ambiente a seguito di apposita verifica preventiva di assoggettabilità che dovrà tenere conto, del diverso livello di sensibilità ambientale dell'area oggetto di intervento.

Il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari del Comune di Carloforte costituisce un quadro di riferimento per i futuri progetti di installazione di impianti pubblicitari sull'intero territorio comunale che, oltre ad essere soggetto al vincolo paesaggistico istituito con DM 25.03.1966, ai sensi dell'art. 136, co. 1 lett. d) del D.Lgs. 42/2004, e rientrare nell'ambito del Parco Geominerario della Sardegna, è in gran parte ricompreso all'interno della ZSC "Isola di San Pietro - ITB040027", e per un terzo dentro la ZPS "Costa e Entroterra tra Punta Cannoni e Punta delle Oche - Isola di San Pietro – ITB043035".

3

INQUADRAMENTO NORMATIVO

La pubblicità è disciplinata da tre fonti normative statali, ciascuna con una propria finalità. Tali fonti sono:

- 1) il Nuovo Codice della Strada (decreto legislativo 30 aprile 1992, n. 285) ed il relativo Regolamento di esecuzione e di attuazione del Nuovo Codice della Strada (D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495);
- 2) il decreto legislativo 15 novembre 1993, n. 507 "Revisione ed armonizzazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, della tassa per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche dei comuni e delle provincie nonché della tassa per lo smaltimento dei rifiuti solidi urbani a norma dell'art. 4 della legge 23 ottobre 1992, n. 421, concernente il riordino della finanza territoriale", come modificato con la Legge 27 dicembre 2019, n. 160 (legge di bilancio 2020);
- 3) il "Codice dei beni culturali e del paesaggio" (decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42).

Il Nuovo Codice della Strada (nel seguito "Codice della strada" o semplicemente "CdS"), all'art. 23, si interessa ai mezzi pubblicitari in relazione alla sicurezza della circolazione stradale. Esso infatti stabilisce (comma 1) che «Lungo le strade o in vista di esse è vietato

collocare insegne, cartelli, manifesti, impianti di pubblicità o propaganda, segni orizzontali reclamistici, sorgenti luminose, visibili dai veicoli transitanti sulle strade, che per dimensioni, forma, colori, disegno e ubicazione possono ingenerare confusione con la segnaletica stradale, ovvero possono renderne difficile la comprensione o ridurne la visibilità o l'efficacia, ovvero arrecare disturbo visivo agli utenti della strada o distrarne l'attenzione con conseguente pericolo per la sicurezza della circolazione; in ogni caso, detti impianti non devono costituire ostacolo o, comunque, impedimento alla circolazione delle persone invalide. (...)».

Il CdS prevede inoltre (art. 23, comma 4) che la collocazione di cartelli e di altri mezzi pubblicitari lungo le strade o in vista di esse è soggetta in ogni caso ad autorizzazione da parte dell'ente proprietario della strada o, se effettuata all'interno dei centri abitati, da parte del comune.

Il CdS (art.23, comma 6) demanda poi al proprio Regolamento di stabilire le norme per le dimensioni, le caratteristiche e l'ubicazione dei mezzi pubblicitari, prevedendo tuttavia per i comuni la facoltà di concedere deroghe a tali norme nell'interno dei centri abitati, comunque nel rispetto delle esigenze di sicurezza della circolazione stradale di cui al comma 1.

Il Regolamento di esecuzione e di attuazione del Nuovo Codice della Strada (nel seguito "Regolamento CdS") disciplina puntualmente gli aspetti di cui sopra negli articoli da 48 a 52, precisando in quali casi i comuni possono derogare, nei propri regolamenti, alle sue prescrizioni. Inoltre, all'art. 47, elenca i mezzi pubblicitari e ne definisce le caratteristiche.

La Legge 27 dicembre 2019, n. 160 (legge di bilancio 2020), all'art. 1 comma 816, ha stabilito, a decorrere dal 2021, il canone patrimoniale di concessione, autorizzazione o esposizione pubblicitaria, denominato «canone», da istituirsi da parte dei comuni, delle province e delle città metropolitane, e sostituisce: la tassa per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche, il canone per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche, l'imposta comunale sulla pubblicità e il diritto sulle pubbliche affissioni, il canone per l'installazione dei mezzi pubblicitari e il canone di cui all'articolo 27, commi 7 e 8, del codice della strada, di cui al decreto legislativo 30 aprile 1992, n. 285, limitatamente alle strade di pertinenza dei comuni e delle province. Tale norma ha dunque abrogato in gran parte il Dlgs 507/1993, e ha rinviato i canoni per le affissioni ad un regolamento unico.

4

Il decreto legislativo 15 novembre 1993, n. 507 (nel seguito "d.lgs. 507/1993"), in gran parte abrogato dalla legge di bilancio 2020 (L. 160/2019), all'art. 3 introduce il concetto di "piano generale degli impianti pubblicitari" e dispone che i comuni devono dotarsi di un regolamento che detti i criteri per la realizzazione di tale piano, e al successivo art. 8 stabilisce che nelle more di approvazione di tale strumento non possa essere autorizzata l'installazione di nuovi impianti pubblicitari.

Infine, il decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42 (nel seguito "d.lgs. 42/2004") ha riguardo ai mezzi pubblicitari in vista della tutela dei beni culturali e paesaggistici.

L'art. 49 vieta l'installazione di mezzi pubblicitari sugli edifici e nelle aree tutelate come beni culturali, a meno di autorizzazione del soprintendente, qualora essi non ne danneggino l'aspetto, il decoro o la pubblica fruizione. L'art. 153, invece, vieta la posa in opera di mezzi pubblicitari nell'ambito e in prossimità dei beni paesaggistici, se non previa autorizzazione dell'ente competente su parere, di regola vincolante, del soprintendente.

L'installazione di mezzi pubblicitari lungo le strade site nell'ambito o in prossimità di beni culturali o paesaggistici è vietata salvo autorizzazione dell'ente competente, previo parere favorevole del soprintendente sulla compatibilità della collocazione e della tipologia del mezzo con i valori da tutelare.

IL PIANO PAESAGGISTICO REGIONALE DELLA SARDEGNA

Il giorno 8 settembre dell'anno 2006, viene pubblicato sul BURAS il Piano Paesaggistico regionale della Sardegna approvato dalla Giunta Regionale e redatto ai sensi Codice dei beni culturali e del paesaggio. Il Piano, che assicura nel territorio regionale un'adeguata tutela e valorizzazione del paesaggio e costituisce il quadro di riferimento e di coordinamento per gli atti di programmazione e di pianificazione regionale, provinciale e locale e per lo sviluppo sostenibile, persegue le seguenti finalità:

- a) preservare, tutelare, valorizzare e tramandare alle generazioni future l'identità ambientale, storica, culturale e insediativa del territorio sardo;
- b) proteggere e tutelare il paesaggio culturale e naturale e la relativa biodiversità;
- c) assicurare la salvaguardia del territorio e promuoverne forme di sviluppo sostenibile, al fine di conservarne e migliorarne le qualità.

L'art. 110 delle Norme Tecniche di Attuazione di tale Piano fornisce chiare prescrizioni per l'apposizione di cartellonistica commerciale negli ambiti tutelati dallo stesso strumento. Nello specifico, recependo lo stesso Codice dei beni culturali, si stabilisce che in prossimità dei beni paesaggistici è vietato collocare cartelli e altri mezzi di pubblicità commerciale se non previa autorizzazione dell'amministrazione competente individuata ai sensi della L.R. n. 28/98. Al medesimo articolo viene stabilito che nelle aree di elevata qualità paesaggistica è comunque vietata l'installazione di pannelli di pubblicità commerciale, permanenti e provvisori, ad eccezione delle insegne e delle indicazioni segnalabili relative alle attività produttive e ai servizi pubblici e privati ivi esistenti, nonché delle indicazioni segnalabili aventi finalità turistica locale. Inoltre, lo stesso Piano dispone che i Comuni debbano provvedere, anche attraverso appositi piani di arredo urbano, a disciplinare l'installazione di insegne nonché di cartelli stradali e pubblicitari.

5

IL PIANO GENERALE PER GLI IMPIANTI PUBBLICITARI

In osservanza dei nuovi obblighi stabiliti dalla L. 160/2019, il Comune di Carloforte ha approvato con delibera n. 10 del di C.C. del 01/04/2021, il «Regolamento comunale del nuovo canone patrimoniale di concessione, autorizzazione o esposizione pubblicitaria», ai sensi della Legge 160/2019 citata, successivamente modificato e integrato con deliberazione di C.C. n. 10 del 28.02.2023.

Con l'art. 9 del citato "Regolamento comunale del nuovo canone patrimoniale di concessione, autorizzazione o esposizione pubblicitaria" è stato stabilito che:

1. Il Piano generale degli impianti pubblicitari deve disciplinare la quantità, la distribuzione sul territorio e la tipologia dei mezzi pubblicitari, in relazione alle esigenze di tutela ambientale e paesaggistica, di equilibrio della localizzazione degli

- impianti e del rispetto delle norme di sicurezza della circolazione stradale, oltre al rispetto delle previsioni e prescrizioni urbanistiche;
2. il Piano ha, tra le varie finalità, quella di procedere al riordino degli impianti pubblicitari, così come classificati dall'art. 23 del Decreto legislativo 285/92, dall'art. 47 del D.P.R. 495/92 e dall'art. 37 del D.P.R. 610/96, e di disciplinare i criteri e le modalità per l'installazione di nuovi impianti pubblicitari, al fine di conformare la domanda del mercato con le esigenze di salvaguardia del decoro e della quantità estetica e funzionale dell'ambiente urbano;
 3. la collocazione temporanea o permanente di qualsiasi mezzo pubblicitario nel territorio comunale, deve essere effettuata nel rispetto delle disposizioni di carattere tecnico ed ambientale previste dal Piano Generale degli Impianti Pubblicitari vigente e nel rispetto dei limiti imposti dal vigente Codice della Strada;
 4. il Piano deve essere redatto secondo le specifiche linee di indirizzo approvate dal Consiglio Comunale con propria deliberazione, tenuto conto del fatto che obiettivo preminente del Piano è quello di armonizzare l'inserimento dei mezzi pubblicitari nel contesto urbano;
 5. il Piano deve essere elaborato dall'Ufficio competente in collaborazione con gli Uffici competenti in materia di urbanistica, viabilità e polizia municipale e dovrà giungere a regime entro tre anni dall'approvazione del presente regolamento, con i seguenti obiettivi: delocalizzazione degli impianti affissionali da ubicare nel perimetro del centro di antica formazione e delle zone urbane e peri urbane, in armonia con l'arredo urbano preesistente;
 6. il P.G.I.P. deve essere articolato in tre parti: la prima parte fornisce le indicazioni di carattere generale; la seconda parte individua le zone del territorio comunale all'interno delle quali sono collocabili i mezzi di pubblicità esterna, nonché quelle all'interno delle quali non è consentito o sono comunque limitate le installazioni di mezzi di pubblicità esterna; la terza parte individua gli impianti esistenti da confermare nella loro posizione e nel tipo di supporto, gli impianti esistenti da rimuovere, nonché la collocazione dei nuovi impianti previsti da Piano;
 7. il Piano sarà costituito altresì dai seguenti elaborati:
 - a. norme tecniche di attuazione;
 - b. disegni indicanti la localizzazione degli impianti per le pubbliche affissioni;
 - c. zone per l'installazione degli impianti pubblicitari;
 8. Il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari può essere adeguato o modificato entro il 31 dicembre di ogni anno, con decorrenza dall'anno successivo, per effetto delle variazioni intervenute nella consistenza demografica del Comune, dell'espansione dei centri abitati, dello sviluppo della viabilità ed ogni altra causa rilevante che viene illustrata nelle motivazioni del provvedimento di modifica;
 9. il Piano sarà approvato con apposita deliberazione da adottarsi dal Consiglio Comunale;
 10. le disposizioni di carattere tecnico ed ambientale per la collocazione nel territorio comunale di impianti pubblicitari visibili dagli spazi pubblici saranno contenute dal Piano Generale degli Impianti Pubblicitari.

Il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari del Comune di Carloforte è costituito da:

- **Relazione**, in cui viene dato conto della normativa di riferimento, degli indirizzi impartiti dall'amministrazione comunale, per la redazione del PGIP, e dei criteri stabiliti per la sua elaborazione, delle finalità di tale strumento, e delle modalità di

attuazione dello stesso nonché le azioni da intraprendere per il censimento degli impianti esistenti e il loro adeguamento alla sopraggiunta regolamentazione.

- **Norme Tecniche di Attuazione** con cui vengono disciplinate la pubblicità e le pubbliche affissioni all'interno del territorio comunale, definito il servizio delle pubbliche affissioni e le relative modalità di espletamento, e fornite le disposizioni transitorie e le sanzioni per la mancata osservanza delle nuove disposizioni in materia di impianti pubblicitari;
- **Elaborati Grafici** in cui viene esplicitata la suddivisione del territorio comunale in macro aree, individuati i punti per l'installazione di impianti pubblicitari (totem) distinti per tipologia, e fornite le specifiche tecniche, dimensionali e compositive dei supporti da utilizzarsi (totem) per la realizzazione del riordino dell'informazione pubblica, commerciale e pubblicitaria.

SINTESI DEL DOCUMENTO IN RIFERIMENTO AI CRITERI PER LA VERIFICA DI ASSOGGETTABILITÀ

Il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari, come già precisato sopra, è un piano che ha la funzione di disciplinare il corretto utilizzo e la distribuzione delle varie forme pubblicitarie su tutto il territorio comunale con riguardo alle esigenze di carattere sociale, alla concentrazione demografica ed economica, nonché alla tutela ambientale, paesaggistica, della circolazione e del traffico salvaguardando l'unitarietà di arredo e le caratteristiche dei siti urbani coinvolti, le compatibilità di natura architettonica, archeologica, artistica, ambientale e paesaggistica.

La finalità del piano è quella fornire gli strumenti per conseguire il riordino degli impianti pubblicitari esistenti e quelli destinati alle pubbliche affissioni.

Il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari determina la tipologia, il numero, la localizzazione, le distanze, nonché la quantità e l'ubicazione degli impianti destinati alle pubbliche affissioni che dovranno garantire la diffusione dei manifesti d'istituto, salvaguardare il diritto fondamentale alla libera manifestazione del pensiero anche attraverso manifesti a contenuto sociale o comunque privi di rilevanza economica ed indicare la parte di impianti destinati ad accogliere messaggi commerciali, la cui affissione viene richiesta al servizio pubblico.

Ad esito di quanto specificato, il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari, recependo le disposizioni del Piano Paesaggistico Regionale (art. 110 delle NTA), ed integrando quanto già stabilito in materia dal vigente Piano Particolareggiato del Centro Storico, dal vigente Programma di Fabbricazione e dall'adottato PUC, non genera influenza alcuna su questi stessi strumenti.

Le azioni previste dal Piano, oltre ad assolvere a degli obblighi di legge, sono tutte improntate al riordino dell'arredo pubblicitario, all'eliminazione delle installazioni abusive, alla razionalizzazione e omogeneizzazione degli impianti pubblicitari.

Il Piano è dunque pienamente compatibile con lo stato dei luoghi e non presenta conflitti meritevoli di menzione con la vincolistica di natura ambientale --- unici e possibili problemi ambientali potranno derivare dalle modalità in cui verrà data attuazione all'installazione dei supporti destinati a contenere le informazioni di pubblica utilità e quelle di natura commerciale. Invero, per l'installazione dei previsti manufatti, da effettuarsi in determinati periodi dell'anno, si dovranno prevedere tecniche costruttive e materiali biocompatibili,

riduzione dei movimenti terra, utilizzo di macchinari e attrezzature all'avanguardia sotto il profilo delle emissioni sonore, dei consumi energetici e dei fattori inquinanti.

Per quanto riguarda altre normative comunitarie nel settore dell'ambiente (quali per esempio rifiuti, acque, ecc.), il presente piano non ha rilevanza, poiché tali competenze sono di pertinenza di altri livelli pianificatori.

Nell'installazione degli impianti, gli impatti (rumore, inquinamento dell'aria, polveri, abbandono di rifiuti, rischi per ricettori esterni) sono di durate limitate e totalmente reversibili.

Si può asserire con sufficiente certezza che non ci si può aspettare un carattere cumulativo degli impatti derivanti dallo svolgimento delle attività previste dal Piano sulle diverse componenti ambientali, ad esempio aria e suolo.

Tuttavia, in considerazione del fatto che, come ricordato in premessa, l'intero territorio comunale oltre ad essere soggetto al vincolo paesaggistico istituito con DM 25.03.1966, ai sensi dell'art. 136, co. 1 lett. d) del D.Lgs. 42/2004, e rientrare nell'ambito del Parco Geominerario della Sardegna, è in gran parte ricompreso all'interno della ZSC "Isola di San Pietro - ITB040027", e per un terzo dentro la ZPS "Costa e Entroterra tra Punta Cannoni e Punta delle Oche - Isola di San Pietro - ITB043035", si dovrà pertanto tener conto del contesto al fine di orientare la progettazione degli interventi, la realizzazione delle opere e la gestione delle future attività nel rispetto di tali emergenze.

CONCLUSIONI

8

Tenuto conto dei contenuti del precedente paragrafo di sintesi, non paiono esistere ragioni particolari per cui il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari del comune di Carloforte, debba essere oggetto di VAS. Infatti tale Piano, così come concepito, costituisce uno strumento utile per il riordino e la riorganizzazione di interventi che, in assenza di strumenti di pianificazione e gestione, hanno finito per arrecare grave pregiudizio al decoro urbano e alla comunicazione.

Per quanto finora esposto e in riferimento all'allegato C1 alla Delibera della G.R N° 33 del 7/08/2012 "Direttive per lo svolgimento delle procedure di valutazione ambientale in sostituzione della deliberazione n. 24/23 del 23 aprile 2008", denominato "Criteri per la verifica di assoggettabilità di piani e programmi di cui agli articoli 6 e 7", si ritiene non necessaria la procedura di Valutazione Ambientale Strategica per il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari di Carloforte, in considerazione delle finalità e delle azioni previste dallo stesso strumento.