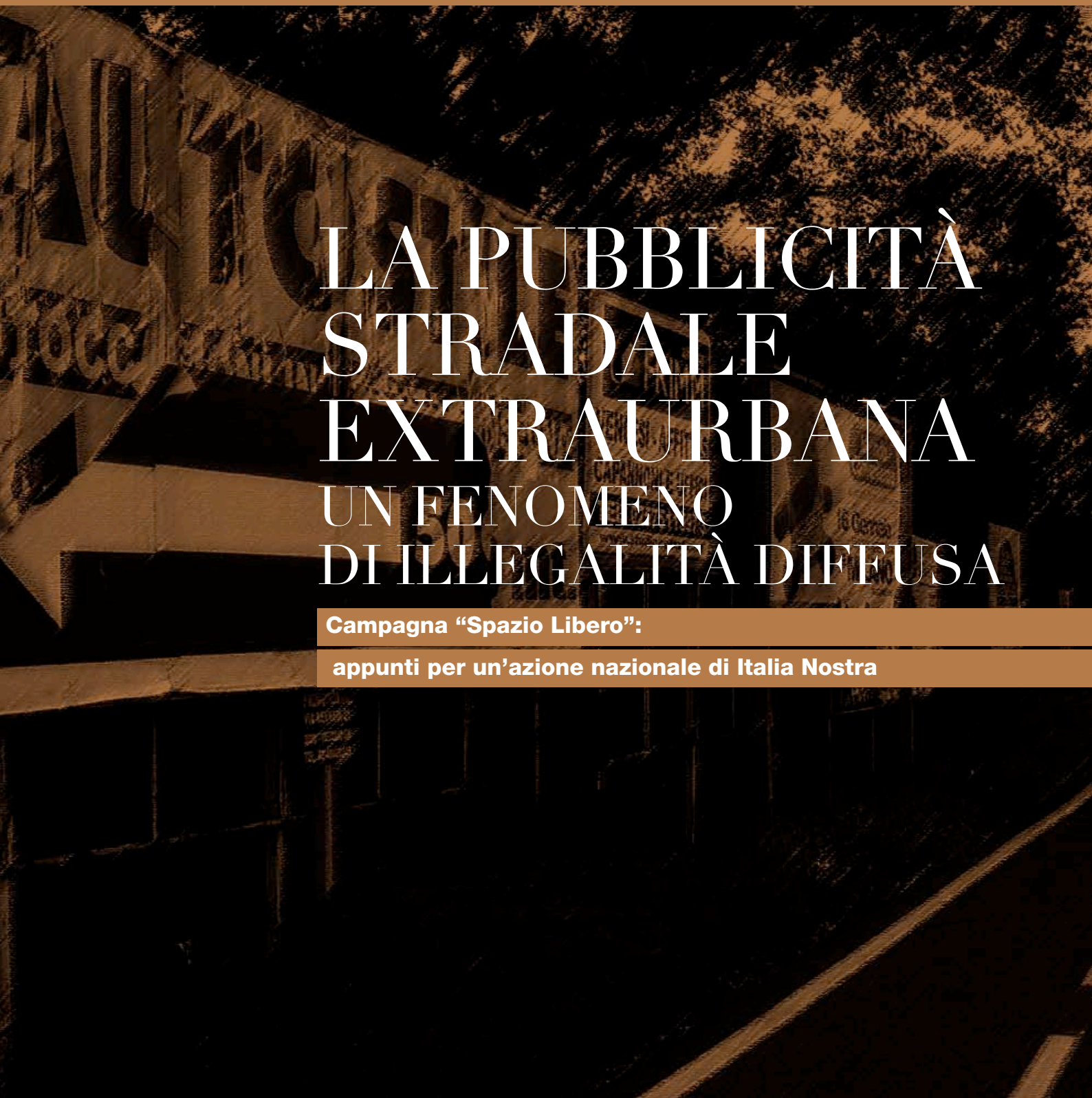
Italia Nostra ONLUS Milano

Quaderni/2 • 10 maggio 2010



LA PUBBLICITÀ STRADALE EXTRAURBANA

UN FENOMENO DI ILLEGALITÀ DIFFUSA

Campagna "Spazio Libero":

appunti per un'azione nazionale di Italia Nostra

50
FRIMM
VENDESI - AFFITTASI
CAPANNONI E UFFICI
MILANO

LA PUBBLICITÀ STRADALE EXTRAURBANA

UN FENOMENO DI ILLEGALITÀ DIFFUSA

Campagna "Spazio Libero":

appunti per un'azione nazionale di Italia Nostra

a cura di **Gianni Micheloni/ Spazio Libero-Italia Nostra Milano**

06 Introduzione

07 La pubblicità stradale abusiva: situazione e possibili strategie

11 Proposte per una revisione del sistema

13 Vietare la pubblicità extraurbana? Una rivoluzione in Italia, la norma in Europa

16 Breviario delle norme vigenti in materia di pubblicità stradale

23 **Appendice 1**
LE STRADE DI INTERESSE PANORAMICO E AMBIENTALE SECONDO IL PIANO TERRITORIALE PAESISTICO REGIONALE DELLA LOMBARDIA

26 **Appendice 2**
DOCUMENTAZIONE DELLA CAMPAGNA "SPAZIO LIBERO" NELLA PROVINCIA DI MILANO

Italia Nostra SITINO Milano

Quaderni/2 • 10 maggio 2010

« Disposizione di ordine sussidiario devesi ritenere quella contenuta nell'art. 5 contro gli abusi della pubblicità industriale e commerciale, che anche in Italia, sebbene in minor misura che all'estero, deturpa paesaggi, e pur troppo, anche edifici monumentali. Da più tempo (prima della guerra) e da più parti si son levate voci di protesta sui giornali e alla Camera dei deputati contro il brutto andazzo di offendere ogni angolo sacro all'arte e alla storia con una lebbra di quadri mastodontici e cartelloni di tutti i colori, e pitture murali e scritte luminose, diffondenti spesso una nota di volgarità, talvolta anche di disgusto, col ricordo di malattie e d'imperfezioni umane. In tutte le Nazioni civili si è sentito il bisogno di provvedere energicamente contro codesti eccessi, e va segnalata sopra tutto la Francia, dove, pure esistendo sin dal 20 aprile 1910 una legge speciale che proibisce l'affissione di avvisi commerciali sui monumenti e nei siti pittoreschi, si credette necessario di colpire con tasse proibitive la esposizione di cartelloni fuori del perimetro di 100 metri dai centri abitati, e il 9 luglio fu approvata con 530 voti su 3 contrari, la legge, che impone una tassa annua proporzionata alla dimensione dei cartelloni e che da 50 lire al metro quadrato si eleva sino a 400! Noi non si è voluto giungere tanto; ma si è voluto vietare semplicemente l'uso di cartelli e di altri mezzi di pubblicità i quali danneggiano l'aspetto e il pieno godimento delle bellezze naturali e di quelle panoramiche. E vogliamo sperare che il Parlamento approverà questa modesta disposizione, di cui da così lungo tempo si sente il bisogno, imperocché è davvero inammissibile che, per raggiungersi da una sola classe di cittadini una discutibile utilità, che, del resto, può essere raggiunta in vari altri modi, dall'affissione in luoghi autorizzati alla distribuzione di fogli volanti, alla inserzione nei giornali e alla lettera circolare, si deturpi un monumento o si oltraggi una bella scena paesistica, destinati entrambi al godimento di tutti. E non è neppure ammissibile che chi possiede un edificio monumentale, una bella villa, un terreno di per sé di grande bellezza paesistica, o vicino a paesaggi e parchi e monumenti pregevoli, per un piccolo interesse quale può essere quello dell'affitto per l'esposizione di avvisi *réclame*, affitto che costituisce un uso contrario alla normale destinazione della cosa, sopprima o degradi la vista, che è poi un bene collettivo, di cose belle che sono l'orgoglio del paese e spesso richiamano alla mente le glorie della nostra storia. A nessuno, insomma, può essere lecito anche nell'esercizio di un suo diritto, di danneggiare altrui, o tanto meno la collettività, senza un interesse veramente preponderante ed apprezzabile »

Ministro dell'Istruzione Benedetto Croce: Discorso di presentazione del disegno di legge "Per la tutela della bellezze naturali e degli immobili di particolare interesse storico" presentato, in Senato, nella tornata del 25 settembre 1920.

Gianni Micheloni/ Spazio Libero-Italia Nostra Milano

Introduzione

La maggior parte dei cartelli pubblicitari lungo le nostre strade sono abusivi. E' una constatazione triste e imbarazzante perché testimonia il livello impressionante di degrado del paesaggio, della coscienza civile e delle istituzioni nel nostro Paese. Dove c'è un cartello abusivo c'è una ditta che l'ha installato; c'è un Committente che l'ha commissionato, c'è un Comune che percepisce la tassa di occupazione (abusiva) del suolo pubblico; ci sono istituzioni che non controllano, che non sanzionano, che non rimuovono; ci sono cittadini assuefatti e omertosi che non protestano. Crediamo che Italia Nostra debba avere due obiettivi. Il primo, di minore portata è che rimangano soltanto i cartelli pubblicitari in regola. Il secondo obiettivo, ben più importante e ambizioso, è che tutti i cartelli pubblicitari al di fuori delle aree urbane e commerciali diventino abusivi. Si può fare: è già così in buona parte d'Europa, dove la pubblicità stradale al di fuori delle aree urbanizzate è da tempo vietata. Questa dispensa, mirata principalmente al tema della pubblicità extraurbana, analizza il fenomeno dei cartelloni abusivi, descrive nel dettaglio la normativa vigente in Italia e riporta alcuni esempi della normativa, ben più restrittiva e ben più rispettata, vigente in altri Paesi. E' ora di riportare alla ribalta il tema della pubblicità stradale e condurre fino in fondo una battaglia che Italia Nostra conduce da ormai quasi mezzo secolo.

La pubblicità stradale abusiva: situazione e possibili strategie

La situazione della pubblicità stradale extraurbana, a oltre 15 anni dall'emanazione del Nuovo Codice della strada, che avrebbe dovuto mettere ordine nella materia, è preoccupante. Lungo le principali strade provinciali e le strade statali e regionali la densità di cartelloni pubblicitari è abnorme: specialmente lungo gli assi stradali storici che conducono ai grandi centri urbani, una sequenza pressoché ininterrotta di pubblicità di ogni forma e dimensione crea una cortina continua , accentuando l'effetto di *continuum* urbano degradato e deturpando la visuale del paesaggio agricolo.
Ne risulta un bombardamento visivo ai danni delle decine di migliaia di automobilisti che ogni giorno percorrono queste strade; un'inaccettabile interferenza con la segnaletica stradale; un'immagine di disordine ambientale e di illegalità che risulta ancora più desolante al ritorno da un viaggio all'estero; perché questo deprimente spettacolo non ha eguale oltre confine.
Italia Nostra–Sezione di Milano ha costituito nel 2008 un *Gruppo di attenzione* sull'argomento ed avviato una campagna denominata "Spazio Libero" con l'obiettivo di:

- approfondire il quadro normativo vigente,
- valutare in modo diretto il livello attuale di abusivismo
- prendere conoscenza delle iniziative in corso e del grado di responsabilità dei diversi enti coinvolti
- stimolare un'azione efficace di bonifica del paesaggio extraurbano dalla pubblicità stradale abusiva e invadente
- promuovere la revisione della regolamentazione vigente, a maggior tutela del paesaggio nonché delle (poche) aziende che operano legalmente nel settore.

L'iniziativa "Spazio Libero" è orientata in modo specifico al settore della pubblicità extraurbana.

Il risultato delle indagini nella provincia di Milano

Nel corso di due anni abbiamo effettuato numerosi ricognizioni, in particolare all'interno dell'ampia porzione di territorio provinciale rientrante nel Parco Agricolo Sud Milano, documentando fotograficamente lo stato della cartellonistica e identificando le installazioni abusive in base alla targhetta metallica obbligatoria che riporta gli estremii autorizzativi e la data di scadenza. E' da notare che tutti i cartelli pubblicitari, regolari e non, riportano sempre e comunque gli estremi della ditta installatrice; in mancanza di tale indicazione infatti eventuali multe graverebbero sul cliente.
Nei sopralluoghi effettuati abbiamo potuto constatare un livello di abusivismo impressionante, che stimiamo dell'ordine del 70- 80%. L'abusivismo raggiunge livelli a tratti selvaggi lungo le strade statali gestite dall'ANAS e lungo le strade ex statali recentemente passate in carico alla Provincia o alla Regione nel 2000 dopo anni di disastrosa gestione ANAS; tra queste ultime la ex SS 494 Vigevanese, la ex SS 35 (nord e sud) dei Giovi, la ex SS 233 Varesina, la ex SS 11 Padana superiore, la ex SS 415 Paullese. A titolo di esempio un paio di anni fa lungo la ex ss 35 nord Milano-Meda la Provincia in un'importante operazione di bonifica ha rilevato e rimosso 465 cartelli abusivi su 500 presenti; cartelli che hanno ricominciato a spuntare in breve tempo.

Elevato è anche l'abusivismo lungo la viabilità stradale principale in uscita da Milano, all'interno del confine comunale (p.es via Ripamonti, via Novara ecc), viabilità a tutti gli effetti extraurbana ma resa urbana per decreto dal Comune, che ha deliberato l'estensione del centro abitato a tutto il territorio comunale.
Dopo un anno di osservazioni abbiamo potuto constatare che le ditte responsabili dell'abusivismo sono tutto sommato in numero ristretto e ricadono in tre categorie:

Ditte specializzate in abusivismo operanti lungo la rete non autostradale. Sono ditte che hanno un'altissima percentuale di installazioni abusive; hanno clientela variegata che comprende soprattutto piccoli clienti locali (ristoranti, officine, concessionari d'auto), ma anche nomi importanti della grande distribuzione. Installano tipicamenti cartelli di media dimensione (dell'ordine di 1,8 x 2,5 m) a bordo strada, in posizione generalmente non conforme col codice della strada. Tali ditte sono prevalentemente di dimensione medio/piccola (5-15 dipendenti) e tendono ad avere un'attività maggiormente concentrata nei comuni circostanti la sede. Poche ditte, ben conosciute dagli addetti ai lavori, e dagli uffici concessioni pubblicitaria dei comuni, della Provincia e dell'Anas, sono responsabili di una quota significativa delle pubblicità extraurbane abusive in provincia di Milano.

Ditte che affiancano all'attività legale prevalente una cospicua attività illegale. Si tratta di ditte di dimensione medio–grande (da alcune decine ad oltre 100 dipendenti), talora di rilevanza nazionale, con clientela variegata, di livello prevalentemente medio alto. La tipologia di cartello installato è la stessa del punto precedente. Per alcune di queste ditte la percentuale di abusivismo appare particolarmente elevata. Appartengono a questa categoria alcune delle principali ditte del settore, i rappresentanti delle quali siedono ai vertici della principale associazione di categoria.

Ditte specializzate in abusivismo autostradale. Si tratta di ditte che operano esclusivamente in modo illegale installando cartelloni pubblicitari di grande dimensione (tipicamente 6 x 3 m) lungo le autostrade e tangenziali, dove, ai sensi dell'art.23 del codice della strada, è vietata ogni forma di pubblicità (ad eccezione delle aree di servizio, con cartelloni non visibili dalla strada). Si tratta di ditte di piccola dimensione che lavorano prevalentemente con la grande distribuzione organizzata. A differenza dei cartelli abusivi lungo la rete stradale ordinaria in questo caso i cartelloni sono *installati prevalentemente su terreno agricolo privato, gen*eralmente in posizione non facilmente accessibile. In provincia di Milano tale tipologia di abuso interessa in modo particolare la rete della Società Milano Serravalle Milano Tangenziali Spa, società concessionaria della gestione dell'autostrada A7 e delle tre tangenziali Milanesi, nonché i tratti prossimi alla città della Milano-Torino e Milano-Laghi. E' largamente probabile che il permanere della grande cartellonistica abusiva lungo tale rete stradale sia legato a fenomeni di corruzione.

La situazione è dunque preoccupante e coinvolge diversi soggetti:

- chi rilascia le autorizzazioni difformi dalla normativa (gli enti titolari delle strade e cioè in primo luogo ANAS, Provincia, Comuni). In particolare in prossimità di beni paesaggistici e culturali tutelati viene sistematicamente eluso il divieto di installare pubblicità in assenza del nulla osta della Sopraintendenza o dell'amministrazione individuata dalla Regione. *Gli estremi e la data* di scadenza dell'autorizzazione paesaggistica devono essere riportati nella targhetta identificativa del cartello. Analogamente sono abusivi i cartelli autorizzati lungo i tratti tutelati del Naviglio grande, in assenza del nulla osta della Sopraintendenza.
- chi non vigila sulla regolarità dei cartelli e delle autorizzazioni. In primo luogo gli stessi enti competenti in materia di autorizzazione (i Comuni, per le strade comunali ed i tratti urbani delle strade provinciali, regionali e statali; Provincia e Regione, rispettivamente per le strade provinciali e regionali; Anas per le strade statali. In secondo luogo la Polizia Stradale e le polizie locali competenti per territorio; ma anche i Carabinieri, la Guardia di finanza, i Comuni e le Soprintendenze per quanto riguarda i cartelli autorizzati in prossimità di luoghi tutelati rispettivamente come bene paesaggistico o come bene culturale
- chi lucra sui cartelli abusivi e no: i Comuni. Ci risulta che la maggior parte dei Comuni siano estremamente tolleranti in materia di pubblicità extraurbana abusiva e che incassino senza problemi la tassa di occupazione di suolo pubblico anche per i cartelli non autorizzati. Non solo: dato che all'interno dei "centri abitati" oltre i 10.000 abitanti è il Comune l'ente responsabile delle autorizzazioni, alcuni comuni hanno deliberato

l'estensione a dismisura del "centro abitato", in modo da avere giurisdizione su tale interessante fonte di guadagno. Caso eclatante il Comune di Milano il cui centro abitato è stato esteso all'intero territorio comunale! Ma il codice della strada definisce chiaramente (art. 3) il centro abitato: *" insieme di edifici, delimitato lungo le vie di accesso dagli appositi segnali di inizio e fine. Per insieme di edifici si intende un raggruppamento continuo, ancorché intervallato da strade, piazze, giardini o simili, costituito da non meno di venticinque fabbricati e da aree di uso pubblico con accessi veicolari o pedonali sulla strada"*; tale estensione è dunque a nostro parere illegittima e arbitraria: basti pensare a tratti stradali come Viale Forlanini, o i tratti periferici di via Novara e via Ripamonti infestati di pubblicità abusiva e non: si tratta di strade all'interno di parchi o aree agricole che nulla hanno a che vedere con la definizione di centro abitato. Considerato che il codice della strada fissa una distanza minima di 100 metri tra cartello e cartello quando il limite di velocità è superiore a 70 km/h, ma riduce tale distanza minima a 25 m quando il limite di velocità è inferiore a 70, ecco che molti comuni, oltre che estendere in modo abusivo il confine del centro abitato riducono 50 km/h il limite di velocità su tali strade, con motivazioni che non hanno nulla a che vedere con la sicurezza stradale; così facendo possono autorizzare una più densa e lucrosa sequenza di cartelloni pubblicitari, che attenua forse il rosso del bilancio comunale ma cancella il verde del paesaggio circostante.

- chi non interviene in modo sollecito ed efficace nella rimozione dei cartelli pubblicitari abusivi: ovverosia gli enti titolari delle autorizzazioni, il cui livello di inefficienza ci pare complessivamente in alcuni casi elevato. Per quanto riguarda il territorio milanese ci pare che la palma dell'inefficienza spetti all'**ANAS** e alla **Società Serravalle Milano Tangenziali SpA**: riteniamo che la magistratura dovrebbe indagare sulle cause di tale inefficienza. La **Provincia di Milano** ci risulta abbastanza attiva nelle rimozioni da un paio di anni, ma alcuni fattori fanno sì che il tasso di ricollocamento dei cartelli abusivi sia molto elevato. In particolare ci risulta che le ditte pubblicitarie ricorrano sistematicamente al **Prefetto** contro le pesanti sanzioni pecuniarie previste dal Codice della Strada e che il Prefetto lasci sistematicamente trascorrere i termini oltre il quale i ricorsi si intendono accolti.
- le ditte concessionarie di pubblicità che approfittano di un sistema inefficiente e di anni di tolleranza per installare centinaia di cartelli pubblicitari abusivi e difformi dal codice della strada con la compiacenza dei comuni e degli organi di vigilanza.
- le associazioni di categoria e in primo luogo l'AICAP (Ass. aziende italiane cartelli e arredi pubblicitari) e la FISPE (Federazione Italiana sviluppo pubblicità esterna) che non sembrano mettere la dovuta energia nel controllare la tendenza all'abusivismo delle proprie associate.

- infine i committenti delle pubblicità, tra cui i principali nomi della grande distribuzione organizzata, che si affidano a ditte specializzate in abusivismo ben sapendo che ne trarranno un notevole vantaggio in termini di numero e visibilità dei cartelli. **Aiazzone, Auchan, Bennett, Carrefour, Castorama, Centro Veneto del Mobile, Coop, Decathlon, Fiordaliso, Ikea, Ipercoop, Leroy Merlin, Ma-Fra Cosmetici per auto, Mc Donald, Mondo Convenienza, Scarpe & Scarpe, Pittarello calzature**, tutti insieme appassionatamente alleati con i professionisti dell'illegalità: solo questi ultimi possono permettersi di collocare cartelloni 3 x 6 metri lungo autostrade e tangenziali dove vige il divieto assoluto di pubblicità; solo loro possono piazzare un cartello ogni venticinque metri dove il Codice della strada ne ammette al massimo un ogni cento E' sufficiente una clausola liberatoria inserita nei contratti che elimini ogni responsabilità del committente sulla regolarità delle autorizzazioni ed il gioco è fatto. I cartelli spuntano dovunque e nessuno li rimuove. E' largamente probabile che le società pubblicitarie sistematicamente e arrogantemente abusive, con tanto di nome e numero di telefono a caratteri cubitali a reclamare spazi liberi illegali al 100%, abbiano i loro santi in prefettura, nei comuni, in provincia, presso l'Anas, la Società Serravalle ecc. Le cose vanno meno bene a quanto pare con Autostrade per l'Italia SpA, che da qualche tempo, anche a seguito di una denuncia molto circostanziata presentata dalla trasmissione Le Iene, ci risulta rimuovere tempestivamente i cartelloni abusivi che di quando in quando spuntano alle porte di Milano. Ma se la grande distribuzione organizzata ha una tale disponibilità all'illegalità per quanto riguarda gli appalti pubblicitari è più che probabile che abbia un'analoga disponibilità all'illegalità quando si tratta di ottenere concessioni e permessi; se è in grado di eludere sistematicamente i controlli sulle pubblicità abusiva sarà ugualmente in grado di eludere i controlli sulla qualità dei prodotti, sulla gestione del personale, sugli scarichi e la gestione dei rifiuti, sulla serietà delle ditte a cui affida la sicurezza e la logistica: un mondo tutto da scoprire ed in parte già scoperto.

Le principali cause del degrado attuale e i possibili rimedi

Tra la i motivi che ostacolano il processo di risanamento del settore della pubblicità stradale, abbiamo individuato i seguenti:

- il **passaggio di competenze tra enti diversi:** in particolare il declassamento di molte strade statali in provinciali, avvenuta nel 2000, ha comportato il passaggio di competenze dall'ANAS, alla Provincia, settore viabilità e trasporti, di molte strade caratterizzate da un abusivismo pubblicitario selvaggio; è un problema comune a molte province, ma nella provincia di Milano ovviamente la complessità è tale che il processo di riordino è più faticoso e richiede più tempo. Dopo 10 anni il processo sembrerebbe in dirittura d'arrivo. Il "riordino" consiste nel rivedere strada per strada la posizione e titolarità delle autorizzazioni e la compatibilità con il codice della strada e le norme vigenti, stabilendo la configurazione futura del sistema delle autorizzazioni provinciali. A seguito di tale riordino sarà possibile una più incisiva azione di controllo e di bonifica e dovrebbe calare significativamente la presenza di cartelli lungo la rete provinciale, in particolare ex ANAS: sempre che il meccanismo delle sanzioni cominci a funzionare, così attualmente non è.
- un **sistema sanzionatorio insufficiente:** sebbene le multe previste dall'art. 23 del Codice della strada e inasprite nel 2003 siano piuttosto pesanti, da 389 a 1559 EUR per l'installazione di cartelli abusivi, che crescono fino a 4000-16000 euro nel caso l'autore della violazione non intervenga nel termine di 10 giorni dalla diffida da parte dall'ente proprietario della strada; ma gran parte del lavoro svolto dalla Provincia e dagli altri enti è troppo spesso vanificato, come già accennato, dalla Prefettura, che con frequenza lascia decorrere i termini oltre i quali i ricorsi automatici delle ditte installatrici si considerano accolti.
- la **scarsa attenzione dei cittadini e delle forze dell'ordine**. E' pacifico che l'attenzione delle forze dell'ordine e dei diversi enti è proporzionale alle segnalazioni dei cittadini e dei giornali. Dove i cittadini e gli organi di stampa si muovono e segnalano in modo preciso e documentato irregolarità ed eccessi le autorità finiscono presto o tardi con l'intervenire. Da circa un anno la pagina milanese del Corriere della Sera, grazie soprattutto all'impegno di un giornalista sensibile come Luigi Corvi, ha dato grande impulso e visibilità alla lotta alla pubblicità stradale abusiva.

Proposte per una revisione del sistema

Di seguito riportiamo alcune possibili innovazioni normative e regolamentari miranti alla revisione del sistema attuale di gestione della pubblicità stradale extraurbana. Un primo obiettivo è di far rispettare la legge vigente eliminando l'abusivismo dilagante. Il secondo, più importante obiettivo, è di arrivare al divieto della cartellonistica stradale al di fuori dei centri abitati e delle aree commerciali.

Far rispettare le regole

- **Semplificare** le modalità di rimozione degli impianti abusivi , inclusi quelli realizzati in aree private: una norma da riscrivere, sull'esempio delle leggi francesi e inglesi. Le forze dell'ordine devono poter accedere con formalità minime ai fondi che ospitano cartelloni abusivi. La rimozione degli impianti abusivi deve poter avvenire previa semplice comunicazione e con preavviso di pochi giorni. L'obbligo di custodia del materiale rimosso deve essere ridotto a pochi giorni. La restituzione del materiale deve essere condizionata al pagamento della sanzione entro un termine fissato.
- **Sanzioni**: garantire l'esecutività delle sanzioni e proporzionarle al guadagno illecito; seguire gli esempi francesi e inglesi che fanno crescere giornalmente le sanzioni a partire dalla data di ingiunzione alla rimozione dell'impianto abusivo.
- **Sospendere le autorizzazioni** alle ditte reiteratamente abusive (norma da inserire nella revisioni dei regolamenti provinciali e regionali). I regolamenti per la gestione della pubblicità stradale dovrebbero comprendere una clausola che prevede la possibilità di sospendere tutte le autorizzazioni alle ditte che risultano superare un certo numero di installazioni abusive sul territorio di competenza (comune/provincia/regione).
- **Vietare** l'accesso ai bandi pubblici alle ditte sistematicamente abusive.
- **Rivedere le dimensioni al ribasso**: dai contatti che abbiamo avuto con le associazioni di categoria sembra che le ditte sarebbero favorevoli a limiti dimensionali; meno cartelli, più piccoli, più belli, con sostegni unificati; ogni cartello isolato avrebbe maggiore visibilità e quindi maggior valore: è possibile attuare una significativa riduzione della cartellonistica senza penalizzare irrimediabilmente il settore.
- **Intervenire sulla Grande Distribuzione** con campagne mirate Spesso i grandi nomi della grande distribuzione sono tra i principali responsabili dell'abusivismo. Si tratta di ditte come Coop e Ipercoop, Ikea, Decathlon ecc. con una certa immagien di responsabilità sociale, che si affidano senza problemi ai professionisti dell'abusivismo. Loro rovinano il paesaggio: noi rovineremo la loro immagine! Una campagna stampa nazionale su questo argomento potrebbe avere grande risonanza.

Cambiare le regole – Le proposte di Italia Nostra Milano

Attraverso le sue Sezioni, Italia Nostra dovrebbe farsi promotrice presso gli enti competenti di un processo di revisione generale del sistema attuale della pubblicità, con i seguenti obiettivi:

- Promuovere a livello locale (provinciale – regionale) tavoli di concertazione tra associazioni di categoria e istituzioni al fine di attivare azioni concrete per il contrasto efficace delle affissioni abusive dentro e fuori le città.
- Fissare un termine ragionevoli e per il rientro del sistema entro i limiti della legalità e del decoro
- Individuare entro una certa data le direttrici stradali ove il livello di abusivismo permane ad un livello tale da rendere necessari specifici interventi di bonifica di emergenza
- Valutare l'opportunità di un provvedimento di moratoria dei rinnovi e delle nuove autorizzazioni di cartelloni ed altri mezzi di pubblicità stradale extraurbana qualora il sistema permanga caratterizzato dal livello attuale di abusivismo
- Presentare a livello regionale e nazionale proposte di legge che facilitino il contrasto della pubblicità abusiva.
- Presentare a livello regionale e nazionale proposte di legge per l'**abolizione della pubblicità stradale extraurbana**: un sogno lungo un secolo per l'Italia, la norma in Europa.
- Organizzare un convegno nazionale sull'argomento pubblicità e paesaggio in modo da definire linee d'azione comuni.
- Trovare nei partiti, nei giornali, nelle altre associazioni supporto e forza per la causa abolizionista!
- Perseguire un primo obiettivo: abolire la pubblicità stradale extraurbana in Provincia di Milano entro l'Expo 2015 sull'esempio delle norme della Provincia di Bolzano e della Regione Sardegna.

Vietare la pubblicità extraurbana? Una rivoluzione in Italia, la norma in Europa

Regno Unito

Principali riferimenti:
- Town and Country Planning (Control of Advertisements) (England) Regulations 2007
- Clean Neighbourhoods and Environment Act 2005

Sintesi: l'installazione di cartelloni pubblicitari in spazi pubblici è soggetta ad autorizzazione da parte delle autorità locali (Local planning authorities). L'autorizzazione deve essere ispirata da criteri di protezione del paesaggio e sicurezza e tenere conto dei principi guida definiti dal Town and Country Planning del 2007.
I cartelloni pubblicitari non sono consentiti nelle "Aree di speciale controllo della pubblicità". Le aree rurali, le aree residenziali, le aree naturali protette, i siti di interesse culturali, i villaggi storici sono in generale aree di speciale controllo:ciò significa che sono proibiti i cartelloni pubblicitari lungo strade, autostrade e linee ferroviarie all'interno di aree rurali, residenziali naturali e di interesse storico culturale. Il 45% del territorio dell'Inghilterra e del Galles è costituito da aree di speciale controllo.
Il regolamento invita in ogni caso a tenere conto opportunamente dell'importanza vitale che hanno le preinsegne di alberghi, ristoranti e attività tipiche locali nelle aree rurali; nel caso di non autorizzazione le autorità locali devono collaborare nella ricerca di soluzioni alternative. Le autorità locali sono invitate a cooperare con gli uffici del turismo per l'individuazione di forme di pubblicità stradale ambientalmente compatibile.
E' vietata la pubblicità lungo le autostrade (motorways).
L'installazione di cartelloni non autorizzati è un reato punibile con una multa fino a 2500 Sterline oltre a 250 sterline per ogni giorni in cui il cartello abusivo rimane in posto dopo l'avvenuta istanza di rimozione da parte delle autorità locali. Nel definire la contravvenzione il magistrato tiene conto in ogni caso, anche su indicazione delle autorità locali del profitto illecito proveniente dall'affissione abusiva, in modo da stabilire una penale non inferiore a tale profitto.
Destinatari delle contravvenzioni sono i responsabili dell'installazione o in caso non vengano individuati, i beneficiari della pubblicità.
Le autorità locali hanno il diritto di entrare nelle proprietà private per rimuovere i cartelloni illegali, addebitando i relativi costi tramite un'azione diretta verso i responsabili. Non sussiste obbligo di conservazione degli impianti pubblicitari rimossi.

Francia

La normativa fondamentale in materia è costituita dagli articoli da L.581-1a L.581-45 del codice dell'ambiente. Una serie di regolamenti e decreti definisce in modo preciso caratteristiche, dimensioni e modalità di installazione dei cartelloni pubblicitari.
In sintesi:

- L'installazione di impianto pubblicitari è soggetta all'autorizzazione del comune
- La pubblicità al di fuori degli agglomerati urbani è vietata salvo nelle zone definite "zone di pubblicità autorizzata"
- Le zone di pubblicità autorizzata sono istituite su iniziativa dei Comuni e consentite nelle immediate vicinanze di aree industriali, commerciali, artigianali, o di raggruppamenti di abitazioni.
- Nelle zona di pubblicità autorizzata possono essere definite regole più o meno severe di quelle nazionali, nel rispetto comunque degli obiettivi di tutela di seguito definiti.
- E' vietata la pubblicità sugli immobili storici e in prossimità di beni culturali e paesaggistici tutelati, e all'interno di parchi e riserve naturali.

L'installazione di supporti per la pubblicità non autorizzati è punita con una multa di 750 EUR . Nel caso questi non vengano rimossi entro 15 giorni è prevista una penale aggiuntiva di 84 EUR per giorno e per pubblicità (somme rivalutate su base anno 2000).
L'installazione di pubblicità non autorizzate è punita con una multa di 3750 EUR maggiorata del 50% a favore delle comunità locali. In caso di ritardo nella rimozione si applica una penale compresa tra 7,5 e 75 EUR per giorno e per pubblicità.
Le autorità possono intervenire per la rimozione di impianti pubblicitari abusivi dando un avviso di 8 giorni al proprietario dei luoghi. I costi di rimozione sono addebitati all'autorità responsabile dell'installazione. Nel caso non sia chiaramente indicata sul cartellone la ditta installatrice le multe e i costi di rimozione sono addebitati al committente della pubblicità.
Le caratteristiche dimensionali e le modalità di installazione dei cartelli pubblicitari sono definiti con una serie di regolamenti e circolari.
Tra i principali punti è interessante richiamare i seguenti:

- La visibilità di un cartello è definita come una distanza pari a 30 volte la sua dimensione maggiore
- Le dimensioni massime ammesse per i cartelli pubblicitari variano a seconda della popolazione del centro abitato: 4 mq fino a 2000 abitanti; 12 mq fino a 10.000,; 16 mq oltre 10.000 abitanti.
- E' vietato installare cartelli su pali della luce, alberi, muri non ciechi
- I cartelloni pubblicitari installati su struttura apposita sono ammessi solo nei centri oltre i 10.000 abitanti e comunque non possono essere superare i 16 mq e un'altezza di 6 m sul suolo; sono inoltre vietati lungo le autostrade e le strade di grande comunicazione.
- Sono previste deroghe per il posizionamento di pre-insegne di particolare interesse turistico (alberghi, hotel, officine, farmacie ospedali, prodotti tipici locali) fuori dagli agglomerati purché ad almeno 5 metri dal bordo stradale, con una dimensione massima di 1 metro di altezza e 1,5 metri di larghezza.

Spagna

Per quanto riguarda le strade statali il riferimento è costituito dall'art. 24 della Ley de Carreteras.n. 25 del 1988.
"fuera de los tramos urbanos de las carreteras estatales queda prohibido realizar publicidad en cualquier lugar visible desde la zona de dominio publico de la carretera, sin que esta prohibición de en ningún caso derecho a indemnización"
Chiaro e semplice: fuori dai tratti urbani delle strade statali è vietata qualsiasi forma di pubblicità.
Per quanto riguarda le strade di interesse locale esistono norme diverse per ogni comunità autonoma.
In Catalogna la normativa relativa alla pubblicità stradale è stata recentemente inasprita con la legge "de carreteras" 11/2008. La legge precisa il divieto generale di pubblicità su una fascia di 100 m per lato delle strade ad eccezione dlle strade urbane con una sola carreggiata per entrambi i sensi di circolazione elimie inferiore

a 80 km orarie nelle strade a due corsie separate con limite inferiore a 90 km orari.
Anche in Andalusia la Ley 8/2001, de 12 de julio, de Carreteras de Andalucía prevede che *"Fuera de los tramos urbanos de las carreteras andaluzas está prohibido realizar cualquier tipo de publicidad en cualquier lugar visible desde la calzada"*
La normativa statale che introduceva il divieto di pubblicità nelle aree visibili dalle aree di dominio pubblico della strada ha rischiato di causare una vittima eccellente nella famosa siluette nera del Toro che reclamizza lo sherry Osborne, parte ormai del paesaggio spagnolo. A seguito delle numerose manifestazioni di solidarietà per il toro alcune comunità autonome come Andalusia e Navarra hanno graziato la celebre silouette qualificandola come bene culturale. Il toro caratterizza le strade spagnole dal 1956.

Svizzera

Canton Ticino - Legge sugli impianti pubblicitari (del 26 febbraio 2007)

La legge Cantonale del Ticino è molto semplice e occupa poco più di una paginetta.
In sintesi: Tutti gli impianti stradali percettibili dall'area pubblica devono essere autorizzati. L'autorizzazione compete al Comune nel caso l'impianto ricada all'interno dell'area edificabile definita dai piani regolatori comunali; in caso contrario compete al Consiglio di Stato. Gli impianti pubblicitari devono " garantire la sicurezza del traffico motorizzato e pedonale, il **rispetto delle bellezze naturali, dei beni culturali e del paesaggio**, l'ordine pubblico, la moralità". Le autorizzazioni possono essere revocate in qualsiasi momento senza diritto a danni o indennizzi.
Tutto qui, e funziona molto bene.

Provincia autonoma di Bolzano

Direttive per l'apposizione di segnaletica pubblicitaria e turistica

In sintesi: al di fuori dei centri abitati possono essere autorizzati, col parere del Comitato provinciale di tutela del paesaggio, soltanto i cartelli:

- di interesse pubblico come indicazione di musei, beni culturali ecc
- pubblicità relative a prodotti tipici delle zone turistiche
- una preinsegna in prossimità di ogni azienda, da installare sull'azienda stessa se questa è ben visibile dalla strada
- pubblicità temporanee relative a manifestazioni, per il periodo delle stesse

Non sono ammesse in generale pubblicità sul tetto delle case o cartelli più alti di 3 metri.;
Un regolamento che vorremmo applicare al Parco Sud Milano, alla Provincia di Milano, alla Lombardia e all'Italia intera.

Regione Sardegna

Piano territoriale paesistico: art.110 - Cartellonistica commerciale

In sintesi: vige il divieto di collocare cartelloni e altri mezzi pubblicitari in prossimità dei beni paesaggistici tutelati, delle aree di elevata qualità paesaggistica e lungo la viabilità statale e provinciale per tutto l'ambito dei coni visivi degli automobilisti. Il Piano dava un anno di tempo per rimuovere tutta la pubblicità collocata lungo la viabilità principale.
Una norma molto buona per quanto riguarda la pubblicità stradale lungo la viabilità provinciale. Peccato che non estenda il divieto di pubblicità a tutte le strade, al di fuori dei centri abitati.

Breviario delle norme vigenti in materia di pubblicità stradale

Normativa di riferimento

"**Nuovo Codice della Strada**", decreto legislativo 30 aprile 1992 n. 285 e successive modificazioni.
Regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo Codice della strada - Decreto del Presidente della Repubblica 16 dicembre 1992, n. 495 (in Suppl. ord. alla Gazz. Uff., 28 dicembre 1992, n. 303) e successive modificazioni.
Regolamenti specifici emessi dagli enti titolari delle strade (in particolare Anas, Province, Comuni).
Il D.lgs 42/04 Codice dei beni culturali e del paesaggio (art 49 e 153).

Gli articoli fondamentali

Nuovo Codice della Strada (NCS)

Art. 2. Definizione e classificazione delle strade
Art. 23. Pubblicità sulle strade e sui veicoli
Art. 26. Competenza per le autorizzazioni e le concessioni
Art. 27. Formalità per il rilascio delle autorizzazioni e concessioni

Regolamento di attuazione del NCS

Art. 47. Definizione dei mezzi pubblicitari (art. 23 C.s.)
Art. 48. Dimensioni (art. 23 C.s.)
Art. 49. Caratteristiche dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari (art. 23 C.s.)
Art. 50. Caratteristiche dei cartelli e dei mezzi pubblicitari luminosi (art. 23 C.s.)
Art. 51. Ubicazione lungo le strade e le fasce di pertinenza (art. 23 C.s.)
Art. 52. Ubicazione dei mezzi pubblicitari nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio (art. 23 C.s.)
Art. 53. Autorizzazioni (art. 23 C.s.)
Art. 54. Obblighi del titolare dell'autorizzazione (art. 23 C.s.)
Art. 55. Targhette di identificazione (art. 23 C.s.)
Art. 56. Vigilanza (art. 23 C.s.)

Chi rilascia le autorizzazioni al posizionamento di pubblicità stradali

Gli enti competenti per il rilascio delle autorizzazioni sono:

- Per le strade e autostrade statali: l'ANAS (o eventuale concessionario)
- Per le strade regionali: la Regione
- Per le strade provinciali: la Provincia

- Per le strade comunali e i tratti delle strade statali, regionali e provinciali all'interno dei centri abitati con più di 10.000 abitanti: i Comuni (con nulla osta dell'Ente proprietario della strada).

Le autorizzazioni hanno validità di 3 anni e sono rinnovabili. (art. 53 c. 6 R.A. NCS)
Importante: l'Ente proprietario può revocare le autorizzazioni in qualsiasi momento, per motivi di interesse pubblico, senza obbligo di indennizzo.

La targhetta di identificazione

Il titolare dell'autorizzazione ha l'obbligo di fissare su ogni cartello o mezzo pubblicitario una targhetta metallica, posta in posizione facilmente accessibile, sulla quale sono riportati, con caratteri incisi, i seguenti dati:
a) amministrazione rilasciante;
b) soggetto titolare;
c) numero dell'autorizzazione;
d) progressiva chilometrica del punto di installazione;
e) data di scadenza.

La targhetta deve essere sostituita ad ogni rinnovo o variazione dell'autorizzazione.

Obblighi dei titolari delle autorizzazioni

I titolari delle autorizzazioni al posizionamento di mezzi pubblicitari hanno l'obbligo di mantenerli in buono stato e di rimuoverli alla decadenza o revoca dell'autorizzazione.

Obbligo di vigilanza

Art. 56 del Regolamento di attuazione del NCS:

1. Gli enti proprietari delle strade sono tenuti a vigilare, a mezzo del proprio personale competente in materia di viabilità, sulla corretta realizzazione e sull'esatto posizionamento dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari rispetto a quanto autorizzato. Gli stessi enti sono obbligati a vigilare anche sullo stato di conservazione e sulla buona manutenzione dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari oltreché sui termini di scadenza delle autorizzazioni concesse.

2. Qualunque inadempienza venga rilevata da parte del personale incaricato della vigilanza, deve essere contestata a mezzo di specifico verbale al soggetto titolare dell'autorizzazione che deve provvedere entro il termine fissato. Decorso tale termine l'ente proprietario, valutate le osservazioni avanzate, entro dieci giorni, dal soggetto, provvede d'ufficio rivalendosi per le spese sul soggetto titolare dell'autorizzazione.

La vigilanza può inoltre essere svolta da tutto il personale di cui all'articolo 12, comma 1 del codice, (e cioè da: Polizia stradale, Polizia di stato, Carabinieri, Guardia di Finanza, Polizia provinciale e Polizia municipale all'interno dei propri territori di competenza, ecc.) il quale trasmette le proprie segnalazioni all'ente proprietario della strada per i provvedimenti di competenza.

Limitatamente ai cartelli disposti in vicinanza di luoghi sottoposti a vincoli a tutela di bellezze naturali e paesaggistiche o di edifici o di luoghi di interesse storico o artistico, (ove vige il divieto di installazione di mezzi pubblicitari secondo art. 23 comma 3 del NCS) la vigilanza può essere svolta da funzionari dei Ministeri dell'ambiente e dei beni culturali, i quali trasmettono le proprie segnalazioni all'ente proprietario della strada per i provvedimenti di competenza.

Obbligo di rimozione

Tutti i messaggi, esposti difformemente dalle autorizzazioni rilasciate, dovranno essere rimossi, previa contestazione scritta, a cura e spese del soggetto titolare dell'autorizzazione o del concessionario, entro il termine di otto giorni dalla diffida pervenuta. In caso d'inottemperanza si procede d'ufficio.

I divieti

I criteri generali per l'installazione di cartelli pubblicitari sono contenuti nell'art 23 del NCS. Di cui si riassumono di seguito i contenuti fondamentali.

La collocazione di cartelli pubblicitari deve essere in ogni caso autorizzata dall'Ente proprietario, nel rispetto delle norme vigenti.

Lungo le strade o in vista di esse è vietato collocare cartelli e altri mezzi pubblicitari che:

- possano ingenerare confusione con la segnaletica stradale
- arrecare disturbo visivo agli utenti della strada o distrarne l'attenzione
- costituiscano ostacolo o impedimento alla circolazione degli invalidi

L'installazione di cartelli pubblicitari è vietata:

- sulle isole di traffico delle intersezioni canalizzate e inoltre (art. 51 RdA NCS) sulle corsie esterne, cunette e pertinenze comprese tra carreggiate contigue; in corrispondenza delle intersezioni; lungo le curve, su scarpate sovrastanti carreggiata e con pendenza > 45°; lungo raccordi verticali segnalati, su ponti e sottoponti non ferroviari, su cavalcavia e relative rampe, su parapetti , barriere e altre protezioni laterali
- lungo le strade, nell'ambito, e in prossimità di luoghi sottoposti a vincoli a tutela di bellezze naturali e paesaggistiche o di edifici o di luoghi di interesse storico o artistico
- in vista e lungo le autostrade, gli itinerari internazionali, le "strade principali extraurbane" (strade simili alle autostrade, con carreggiate separate, senza intersezioni a raso, con accessi regolamentati ecc.), e relativi accessi (lungo tali strade è ammessa però nelle stazioni di servizio e parcheggi)
- nei luoghi tutelati in quanto beni storici e artistici (ex L. 1089/39 oggi D.lgs 42/04), nelle aree sottoposte a vincolo paesaggistico e relative fasce di rispetto (ex. L. 1497/39, ex L. 431/85, oggi D.lgs.42/04), nelle aree naturali protette (l. 394/91). N.B. (Ricordiamo che il Parco Agricolo Sud Milano è un'area naturale protetta) norma rimossa e inserita nel codice dei beni culturali
- lungo le strade di interesse panoramico e ambientale

Inseriamo di seguito le ulteriori prescrizioni in merito del Codice dei beni culturali e del paesaggio:

- Il **D.lgs 42/04** *Codice dei beni culturali e del paesaggio* stabilisce divieti e limiti alla collocazione di pubblicità in prossimità di beni culturali e paesaggistici tutelati e delle strade site nell'ambito o in prossimità

di tali beni (necessario parere favorevole della sopraintendenza); tale divieto è riportato negli articoli 49 e 153 relativi rispettivamente ai cartelli pubblicitari presso beni culturali e beni paesaggistici sottoposti a tutela

- **D.lgs. 42/04 – Parte seconda: Beni culturali - Art. 49**

1. E' vietato collocare o affiggere cartelli o altri mezzi di pubblicità sugli edifici e nelle aree tutelati come beni culturali. Il soprintendente può, tuttavia, autorizzare il collocamento o l'affissione quando non ne derivi danno all'aspetto, al decoro e alla pubblica fruizione di detti edifici ed aree. L'autorizzazione e' trasmessa al comune ai fini dell'eventuale rilascio del provvedimento autorizzativo di competenza.
2. Lungo le strade site nell'ambito o in prossimità dei beni indicati al comma 1, e' vietato collocare cartelli o altri mezzi di pubblicità, salvo autorizzazione rilasciata ai sensi della normativa in materia di circolazione stradale e di pubblicità sulle strade e sui veicoli, previo parere favorevole della soprintendenza sulla compatibilità della collocazione o della tipologia del mezzo di pubblicità con l'aspetto, il decoro e la pubblica fruizione dei beni tutelati.

[…]

- **D.lgs. 42/04 – Parte terza: Beni paesaggistici - Art. 153**

1. Nell'ambito e in prossimità dei beni paesaggistici indicati nell'articolo 134 e' vietato collocare cartelli e altri mezzi pubblicitari se non previa autorizzazione dell'amministrazione competente individuata dalla regione. (*NB: Si tratta in sostanza di:*
   - *ville, giardini, parchi, panorami di particolare bellezza, dichiarati di notevole interesse pubblico*
   - *aree e beni tutelati dai piani paesaggistici*
   - *tipologie di aree tutelate per legge fino all'approvazione dei piani paesaggistici (quali, fasce fluviali, coste, ghiacciai, ivi compresi i parchi e le riserve naturali nazionali e regionali)*
2. Lungo le strade site nell'ambito e in prossimità dei beni indicati nel comma 1 e' vietato collocare cartelli o altri mezzi pubblicitari, salvo autorizzazione rilasciata ai sensi dell'articolo 23, comma 4, del decreto legislativo 30 aprile 1992, n. 285 e successive modificazioni, previo parere favorevole della amministrazione competente individuata dalla regione sulla compatibilità della collocazione o della tipologia del mezzo pubblicitario con i valori paesaggistici degli immobili o delle aree soggetti a tutela.

Posizione e distanza tra i cartelli pubblicitari

Art. 51 regolamento di esecuzione del Codice della Strada

La posizione, le dimensioni e le distanze minime di posa dei cartelli sono soggette alle prescrizioni del Regolamento di attuazione del NCS.

All'interno dei centri abitati i Comuni possono concedere **deroga sulle distanze minime**, ma solo per le strade di tipo E e F (strade urbane di quartiere e strade locali: in sostanza le strade urbane ad unica carreggiata) e nel rispetto della sicurezza stradale.

A) Fuori dai centri abitati (nelle strade con limite di velocità superiore ai 50 km/h)

a) 3 m dal limite della carreggiata; (o in allineamento con edifici, alberature, muri esistenti)
b) 100 m dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari;
c) 250 m prima dei segnali stradali di pericolo e di prescrizione;
d) 150 m dopo i segnali stradali di pericolo e di prescrizione;
e) 150 m prima dei segnali di indicazione;
f) 100 m dopo i segnali di indicazione;
g) 100 m dal punto di tangenza delle curve come definite all'articolo 3, comma 1, punto 20), del codice;
h) 250 m prima delle intersezioni;
i) 100 m dopo le intersezioni;
l) 200 m dagli imbocchi delle gallerie.

Le distanze si applicano nel senso delle singole direttrici di marcia.

B) Nei centri abitati (e strade extraurbane con limite, non temporaneo, inferiore ai 50 km/h)
Dove consentito dai regolamenti comunali e nel rispetto delle seguenti distanze minime

- 50 m, lungo le strade urbane di scorrimento e le strade urbane di quartiere, prima dei segnali stradali di pericolo e di prescrizione, degli impianti semaforici e delle intersezioni;
- 30 m, lungo le strade locali, prima dei segnali stradali di pericolo e di prescrizione, degli impianti semaforici e delle intersezioni;
- 25 m dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari, dai segnali di indicazione e dopo i segnali stradali di pericolo e di prescrizione, gli impianti semaforici e le intersezioni;
- 100 m dagli imbocchi delle gallerie.

I comuni possono inserire nei regolamenti pubblicitari comunali deroghe alle distanze minime.
Come si vede nelle strade extraurbane con limite di 50 km/h la densità ammissibile di cartelli pubblicitari è almeno 4 volte superiore. Sorge il dubbio che alcuni incomprensibili limiti di 50 km/h su strade extraurbane mirino ad ampliare l'offerta commerciale, nonché le multe per eccesso di velocità, più che promuovere la sicurezza.

Le dimensioni

Art. 51 regolamento di esecuzione del Codice della Strada
I cartelli pubblicitari se installati fuori dai centri abitati non devono superare la superficie di 6 m², ad eccezione delle insegne di esercizio poste parallelamente al senso di marcia dei veicoli o in aderenza ai fabbricati, che possono raggiungere la superficie di 20 m²; qualora la superficie di ciascuna facciata dell'edificio ove ha sede l'attività sia superiore a 100 m², è possibile incrementare la superficie dell'insegna di esercizio nella misura del 10% della superficie di facciata eccedente 100 m², fino al limite di 50 m². Le preinsegne hanno forma rettangolare e dimensioni contenute entro i limiti inferiori di 1 m × 0,20 m e superiori di 1,50 m × 0,30 m. È ammesso l'abbinamento sulla stessa struttura di sostegno di un numero massimo di sei preinsegne per ogni senso di marcia a condizione che le stesse abbiano le stesse dimensioni e costituiscano oggetto di un'unica autorizzazione.
Attenzione: le prescrizioni relative alla dimensione massima sono violate con frequenza. I cartelloni 6 x 3 spesso visibili lungo le strade extraurbane sono vietati per legge: la dimensione massima è 6 mq! Le pre-insegne (le insegne con il nome della ditta situate nelle vicinanze della ditta) sono con frequenza di dimensione irregolare oppure installate in numero abnorme sullo stesso palo.

Le sanzioni

La sanzione amministrativa prevista dall'art. 23 del NCS per chi installa cartelli pubblicitari privi di autorizzazione varia dai 389 a 1559 EUR (art. 23 comma 11). In caso di cartelli irregolari l'ente proprietario della strada diffida l'autore della violazione e il proprietario del fondo a rimuovere il cartello entro dieci giorni. Decorso tale termine provvede alla rimozione addebitando i costi all'autore della violazione e al proprietario del suolo : in tal caso l'ammenda prevista è tra 4.000 ai 16.000 EURO. Una somma molto elevata che tuttavia non sembra scoraggiare l'abusivismo. Segnaliamo che il regolamento dell'ANAS prevede per le ditte che risultino avere installato più di 5 cartelli abusivi la revoca della concessione per due anni. Sarebbe interessante sapere quante volte tale sanzione sia stata applicata.

Il ricorso al Prefetto secondo le recenti modifiche del Ncs

In sostanza: nel caso in cui il responsabile della violazione faccia ricorso al Prefetto, questo deve rispondere entro 210 giorni (60+30+120). Nel caso il termine decorra inutilmente il ricorso si intende accolto (Legge 114/2003). Se il ricorso è respinto la sanzione applicata deve essere pari ad almeno il doppio del minimo.

Art. 203. Ricorso al prefetto.

1. Il trasgressore o gli altri soggetti indicati nell'art. 196, nel termine di giorni sessanta dalla contestazione o dalla notificazione, qualora non sia stato effettuato il pagamento in misura ridotta nei casi in cui è consentito, possono proporre ricorso al prefetto del luogo della commessa violazione, da presentarsi all'ufficio o comando cui appartiene l'organo accertatore ovvero da inviarsi agli stessi con raccomandata con ricevuta di ritorno. Con il ricorso possono essere presentati i documenti ritenuti idonei e può essere richiesta l'audizione personale.

1-bis. Il ricorso di cui al comma 1 può essere presentato direttamente al prefetto mediante lettera raccomandata con avviso di ricevimento. In tale caso, per la necessaria istruttoria, il prefetto trasmette all'ufficio o comando cui appartiene l'organo accertatore il ricorso, corredato dei documenti allegati dal ricorrente, nel termine di **trenta giorni** dalla sua ricezione. (1)

2. Il responsabile dell'ufficio o del comando cui appartiene l'organo accertatore, è tenuto a trasmettere gli atti al prefetto nel termine di **sessanta giorni** dal deposito o dal ricevimento del ricorso nei casi di cui al comma 1 e dal ricevimento degli atti da parte del prefetto nei casi di cui al comma 1-bis. Gli atti, corredati dalla prova della avvenuta contestazione o notificazione, devono essere altresì corredati dalle deduzioni tecniche dell'organo accertatore utili a confutare o confermare le risultanze del ricorso. (2)
3. Qualora nei termini previsti non sia stato proposto ricorso e non sia avvenuto il pagamento in misura ridotta, il verbale, in deroga alle disposizioni di cui all'art. 17 della L. 689/1981costituisce titolo esecutivo per una somma pari alla metà del massimo della sanzione amministrativa edittale e per le spese di procedimento.

(1) Comma inserito dalla legge n. 214 del 1° agosto 2003, di conv. del decreto-legge 151/2003.

(2) Comma sostituito dalla legge n. 214 del 1° agosto 2003, di conv. del decreto-legge n. 151/2003.

Art. 204. Provvedimenti del prefetto

1. Il prefetto, esaminati il verbale e gli atti prodotti dall'ufficio o comando accertatore, nonché il ricorso e i documenti allegati, sentiti gli interessati che ne abbiano fatta richiesta, se ritiene fondato l'accertamento, adotta, entro centoventi giorni decorrenti dalla data di ricezione degli atti da parte dell'ufficio accertatore, secondo quanto stabilito al comma 2 dell'articolo 203 (1), ordinanza motivata con la quale ingiunge il pagamento di una somma determinata, nel limite non inferiore al doppio del minimo edittale per ogni singola violazione, secondo i criteri dell'articolo 195, comma 2. L'ingiunzione comprende anche le spese ed è notificata all'autore della violazione ed alle altre persone che sono tenute al pagamento ai sensi del presente titolo. Ove, invece, non ritenga fondato l'accertamento, il prefetto, nello stesso termine, emette ordinanza motivata di archiviazione degli atti, comunicandola integralmente all'ufficio o comando cui appartiene l'organo accertatore, il quale ne dà notizia ai ricorrenti.

1-bis. I termini di cui ai commi 1-bis e 2 dell'articolo 203 e al comma 1 del presente articolo sono perentori e si cumulano tra loro ai fini della considerazione di tempestività dell'adozione dell'ordinanza-ingiunzione. Decorsi detti termini senza che sia stata adottata l'ordinanza del prefetto, il ricorso si intende accolto.(2)

1-ter. Quando il ricorrente ha fatto richiesta di audizione personale, il termine di cui al comma 1 si interrompe con la notifica dell'invito al ricorrente per la presentazione all'audizione. Detto termine resta sospeso fino alla data di espletamento dell'audizione o, in caso di mancata presentazione del ricorrente, comunque fino alla data fissata per l'audizione stessa. Se il ricorrente non si presenta alla data fissata per l'audizione, senza allegare giustificazione della sua assenza, il prefetto decide sul ricorso, senza ulteriori formalità.(2)

2. L'ordinanza-ingiunzione di pagamento della sanzione amministrativa pecuniaria deve essere notificata, nel termine di centocinquanta giorni dalla sua adozione, nelle forme previste dall'articolo 201.(3) Il pagamento della somma ingiunta e delle relative spese deve essere effettuato, entro il termine di trenta giorni dalla notificazione, all'ufficio del registro o al diverso ufficio indicato nella stessa ingiunzione. L'ufficio del registro che ha ricevuto il pagamento, entro trenta giorni dalla sua effettuazione, ne dà comunicazione al prefetto e all'ufficio o comando accertatore.
3. L'ordinanza-ingiunzione, trascorso il termine per il pagamento della sanzione amministrativa pecuniaria, costituisce titolo esecutivo per l'ammontare della somma ingiunta e delle relative spese.

(1) Comma modificato dalla legge n. 214 del 1° agosto 2003, di conversione del decreto-legge n. 151/2003.

(2) Comma inserito dalla legge n. 214 del 1° agosto 2003, di conversione del decreto-legge n. 151/2003.

(3) Termine modificato dalla legge n. 214 del 1° agosto 2003, di conversione del decreto-legge n. 151/2003.

LE STRADE DI INTERESSE PANORAMICO E AMBIENTALE SECONDO IL PIANO TERRITORIALE PAESISTICO REGIONALE DELLA LOMBARDIA

Art. 26 (Riconoscimento e tutela della viabilità storica e d'interesse paesaggistico)

1. Nell'ambito del P.P.R., con specifico riferimento alla viabilità storica e di interesse paesaggistico, i termini "rete viaria", "viabilità" e "strada" devono intendersi comprensivi di tutti i tracciati e nodi delle reti infrastrutturali della mobilità, indipendentemente dalle caratteristiche tecniche del manufatto e dei mezzi che vi transitano.

2. Rientrano nei compiti e negli obiettivi della pianificazione paesaggistica il riconoscimento e la tutela della viabilità che presenta i seguenti requisiti:
   - rete viaria fondamentale di grande comunicazione, attraverso la quale la Lombardia presenta quotidianamente la propria immagine a milioni di cittadini e visitatori;
   - tracciati viari storici, che costituiscono la matrice sulla quale si è formato nei secoli il sistema insediativo regionale;
   - viabilità di fruizione panoramica e ambientale, complessivamente denominata di fruizione paesaggistica, attraverso la quale si entra in contatto con i grandi scenari paesaggistici della Lombardia.

3 I requisiti, di cui al comma 2, possono essere compresenti nel medesimo tratto viario; in tal caso, si applicano contemporaneamente i disposti di cui al presente articolo, relativi alle diverse categorie di viabilità.

4. Per viabilità fondamentale di grande comunicazione si intende l'insieme dei tracciati che collegano tra loro i principali centri urbani lombardi e che adducono ai valichi alpini e alle altre principali "porte" della regione.

5. Per la viabilità di cui al precedente comma il Piano assume l'obiettivo di farne veicolo di efficace comunicazione della realtà socio-economica e territoriale della Lombardia; là dove la tutela dei valori storici, panoramici e ambientali non consigli diversamente, anche l'affaccio degli insediamenti commerciali e industriali non sarà impedito o dissimulato, ma sarà per quanto possibile organizzato, evitando la disordinata disseminazione lungo il percorso di manufatti eterogenei disposti casualmente rispetto alla strada, imponendo ragionevoli standard di qualità edilizia agli edifici di prima linea ed adeguati schemi di piantumazione e di arredo, anche in riferimento a spazi di sosta e aree di servizio.

6. In riferimento agli obiettivi di qualificazione della viabilità fondamentale di cui al precedente comma, la Regione e le Province promuovono progetti integrati finalizzati a riqualificare tracciati stradali e aree contermini, tramite l'attenta progettazione degli spazi non edificati e degli equipaggiamenti verdi, con specifica attenzione agli ingressi ai principali centri urbani.

7. E' considerata viabilità storica quella i cui tracciati attuali, anche pedonali o mulattieri, confermano quelli presenti nella prima levata delle tavolette I.G.M. 1/25.000; la permanenza, la continuità e la leggibilità del tracciato antico, anche in presenza di modifiche e varianti, sono considerate di per sé valori meritevoli di tutela; una volta riconosciuti tali tracciati sulla cartografia aggiornata, si avrà cura non soltanto di evitare interventi che materialmente li cancellino e interrompano, ma anche di conservare, per quanto possibile, la loro struttura (pavimentazioni, muri in pietra, ponti ecc.) e mantenere leggibili i segni storicamente legati alla loro presenza, quali allineamenti di edifici, alberature, muri di contenimento, edicole sacre, recinzioni e cancelli, opere di presidio e simili.

8. Nel caso di tracciati storici contraddistinti dalla specificità di un progetto ingegneristico organico e unitario, le modalità di intervento e recupero dovranno operare in modo coordinato secondo progetti generali di salvaguardia di detta specificità; il presente piano riconosce in prima istanza di notevole rilevanza storica-ingegneristica a livello regionale, e quindi di prioritario interesse per interventi di recupero paesaggistico, i seguenti tracciati interprovinciali e interregionali:
   - Strada del passo dello Spluga (ex s.s. 36) da Chiavenna al confine di Stato;
   - Strada del Passo dello Stelvio (ex s.s. 38) da Bormio al confine regionale;
   - Strada Gardesana Occidentale (ex s.s. 45bis) da Salò al confine regionale.

9. E' considerata viabilità di fruizione panoramica e di rilevanza paesaggistica quella che domina ampie prospettive e quella che attraversa, per tratti di significativa lunghezza, zone agricole e boschive, parchi e riserve naturali, o comunque territori ampiamente dotati di verde, o che costeggia corsi d'acqua e laghi o che collega mete di interesse turistico anche minore.

10. E' considerata viabilità di fruizione ambientale la rete dei percorsi fruibili con mezzi di trasporto ecologicamente compatibili, quali sentieri escursionistici, pedonali ed ippici, di media e lunga percorrenza, piste ciclabili ricavate sui sedimi stradali o ferroviari dismessi o lungo gli argini e le alzaie di corsi d'acqua naturali e artificiali; in particolare la rete risponde ai seguenti requisiti:
    - risulta fruibile con mezzi e modalità altamente compatibili con l'ambiente e il paesaggio, vale a dire con mezzi di trasporto ecologici (ferroviari, di navigazione, pedonali);
    - privilegia, ove possibile, il recupero delle infrastrutture territoriali dimesse;
    - tende alla separazione, ovunque sia possibile, dalla rete stradale ordinaria;
    - persegue l'interazione con il sistema dei trasporti pubblici locali e con la rete dell'ospitalità diffusa.

11. Per la viabilità di cui al comma 9, il Piano assume l'obiettivo di mantenerne il carattere di strade panoramiche e di percorsi nel verde, conseguibile attraverso la definizione di fasce di rispetto di adeguata ampiezza, inedificabili o edificabili secondo opportuni criteri e limitazioni, in relazione allo stato di fatto e al giusto contemperamento delle esigenze di tutela e di funzionalità; al fine di valorizzare il carattere di panoramicità e facilitarne la fruizione, su tali strade deve essere favorita la predisposizione di aree di sosta attrezzate e devono essere attentamente riconsiderati barriere e limitatori di traffico laterali al fine di contenerne l'impatto, nel rispetto delle normative vigenti, privilegiando, nelle situazioni di maggiore naturalità, i prodotti ecocompatibili.

12. In prima applicazione, si riconosce come viabilità di fruizione ambientale e panoramica di rilevanza regionale quella indicata nella tavola E, e correlati repertori, come: "Tracciati guida paesaggistici" e "Strade panoramiche".

13. Le province, in sede di formazione dei P.T.C., provvedono a:
    - verificare e integrare a livello provinciale la rete della viabilità di fruizione paesaggistica, riferendosi, ove possibile, per la viabilità panoramica, alla cartografia regionale del Touring Club Italiano in scala 1/200.000;
    - meglio definire i valori, le caratteristiche e le esigenze di tutela, anche per tratti, della viabilità storica e di fruizione paesaggistica di cui al presente articolo;
    - fornire ai comuni indirizzi per il coordinamento dei loro strumenti urbanistici in merito alla riqualificazione delle banchine e dei territori contermini alla viabilità panoramica e alla viabilità fondamentale.

14. Le province formulano programmi per la riqualificazione paesistica della viabilità nel proprio territorio, in forma di Programmi di Azione Paesistica di cui all'articolo 32 delle presenti norme.

15. I comuni in sede di predisposizione o di revisione dei P.G.T., o con provvedimento specifico, riconoscono la viabilità di cui al presente articolo e inseriscono nei rispettivi piani urbanistici norme idonee a tutelarne la riconoscibilità e i rapporti con il contesto, tenuto conto delle funzioni attualmente svolte dalle strade stesse e delle caratteristiche del territorio attraversato.

16. Alle strade di cui ai commi precedenti si applicano gli indirizzi e le raccomandazioni di tutela contenuti nel Piano di sistema relativo ai tracciati base paesistici.

17. Le province ed i comuni nonché gli enti interessati alla gestione della viabilità, assumono ogni iniziativa per ridurre la presenza di cartellonistica lungo i tracciati viabilistici, fatte, comunque, salve le disposizioni del Codice della Strada e del relativo Regolamento di attuazione, nonché, negli ambiti oggetto di specifica tutela ai sensi della Parte III del D. Lgs. 42/2004, dei disposti degli articoli 49, 153, 162 e 168 dello stesso D. Lgs. 42/2004; lungo i tratti stradali indicati nella tavola E del presente piano come "strade panoramiche" è fatto comunque divieto di installare nuova cartellonistica pubblicitaria all'esterno dei centri abitati, gli enti competenti provvedono inoltre alla graduale rimozione di quella esistente in occasione della scadenza dei contratti in essere.

Appendice 2

DOCUMENTAZIONE DELLA CAMPAGNA "SPAZIO LIBERO" NELLA PROVINCIA DI MILANO

01 Comunicato stampa di avvio della campagna "Spazio libero" nel 2008

Italia Nostra ONLUS
Sezione di Milano

via Silvio Pellico 1
20121 Milano
Tel. 02 86 461400 - 02 8056920
Fax 02 875950
e-mail: milano@italianostra.org

"Spazio libero / Naviglio Grande": un esperimento di legalità, tra giugno e settembre del 2008.

Nell'ambito dell' Iniziativa "Spazio Libero" contro la pubblicità stradale abusiva in provincia di Milano, *Italia Nostra – Sezione di Milano* ha lanciato una Campagna "Naviglio Grande" della durata di tre mesi, tra giugno e settembre del 2008.

Si tratta di un vero e proprio esperimento di legalità da condurre in collaborazione con le Amministrazioni Comunali e Provinciale e gli organi di polizia competenti: l'obiettivo è quello di liberare dagli impianti pubblicitari non autorizzati l'Alzaia del Naviglio Grande tra Milano ad Abbiategrasso, lungo la SP 59 e la SP ex SS 494 "Vigevanese".

Abbiamo scelto questo itinerario perché:

- è caratterizzato da un livello elevato di abusivismo pubblicitario sia extra-urbano che urbano
- interessa un tratto di viabilità *di interesse panoramico* (ai sensi del Piano territoriale paesistico regionale e del Piano territoriale di coordinamento provinciale) che dovrebbe essere oggetto di particolare tutela
- è adiacente ad un'opera, quale il Naviglio Grande, oggetto di specifica tutela e oggetto negli ultimi anni di una progressiva opera di riqualificazione
- si affaccia in buona parte sul Parco Sud Milano
- è interessata da una delle più importanti piste ciclabili italiane, che collega Milano col Lago Maggiore.

Stiamo procedendo col rilievo della pubblicità abusiva lungo la strada provinciale adiacente al Naviglio Grande. Gruppi di volontari hanno fotografato e censito tutti i cartelli pubblicitari nei Comuni di Corsico e Trezzano S.N. Alleghiamo in appendice al presente documento i risultati di tale censimento che ha rilevato una situazione di grave abusivismo: su 80 cartelli pubblicitari censiti solo 6 ci risultano regolarmente autorizzati sulla base della targhetta obbligatoria di identificazione. Anche tali 6 cartelli ci risultano autorizzati dalla Provincia in difformità dalle previsioni del Piano Territoriale di Coordinamento Provinciale, e del Piano Territoriale Paesistico Regionale, che prevedono una speciale tutela per l'asse stradale in esame.

Un livello di abusivismo analogo si registra anche nei comuni di Gaggiano, Vermezzo e Abbiategrasso.

I cartelli pubblicitari deturpano il paesaggio ed interferiscono con la segnaletica stradale, nell'indifferenza degli amministratori locali e delle forze di polizia che quotidianamente percorrono tale asse stradale.

Italia Nostra onlus
Sezione di Milano

via Silvio Pellico 1
20121 Milano
Tel. 02 86 461400 - 02 8056920
Fax 02 875950
e-mail: milano@italianostra.org

Eppure l'Art. 56 del Regolamento di attuazione del Nuovo Codice della Strada parla chiaro:

1. Gli enti proprietari delle strade sono tenuti a vigilare, a mezzo del proprio personale competente in materia di viabilità, sulla corretta realizzazione e sull'esatto posizionamento dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari rispetto a quanto autorizzato. Gli stessi enti sono obbligati a vigilare anche sullo stato di conservazione e sulla buona manutenzione dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari oltreché sui termini di scadenza delle autorizzazioni concesse.
2. Qualunque inadempienza venga rilevata da parte del personale incaricato della vigilanza, deve essere contestata a mezzo di specifico verbale al soggetto titolare dell'autorizzazione che deve provvedere entro il termine fissato. Decorso tale termine l'ente proprietario, valutate le osservazioni avanzate, entro dieci giorni, dal soggetto, provvede d'ufficio rivalendosi per le spese sul soggetto titolare dell'autorizzazione.
*3. La vigilanza può essere, inoltre, svolta da tutto il personale di cui all'articolo 12, comma 1 del codice (*Nota: Si tratta di Polizia stradale, Polizia di stato, Carabinieri, Guardia di Finanza, Polizia provinciale e Polizia municipale all'interno dei propri territori di competenza, ecc.*) il quale trasmette le proprie segnalazioni all'ente proprietario della strada per i provvedimenti di competenza.*
6. Tutti i messaggi, esposti difformemente dalle autorizzazioni rilasciate, dovranno essere rimossi, previa contestazione scritta, a cura e spese del soggetto titolare dell'autorizzazione o del concessionario, entro il termine di otto giorni dalla diffida pervenuta. In caso d'inottemperanza si procede d'ufficio.

Chiediamo ai Comuni, alla Provincia, alla Polizia Stradale e alle Polizie locali di attivarsi prontamente e concretamente nell'ambito delle proprie competenze per riportare la situazione nel tratto stradale in esame nell'ambito della legalità e della decenza entro e non oltre la fine di settembre del 2008. Riteniamo che ciò possa essere fatto a spese delle ditte proprietarie e senz'oneri per la collettività, che anzi trarrà un vantaggio anche economico dalle pesanti sanzioni previste dal codice della strada per chi installa impianti pubblicitari abusivi privi di autorizzazione.

Ripercorreremo dopo l'estate, speriamo al fianco delle Amministrazioni locali, il tratto stradale in esame, in modo da valutare l'efficacia dell'iniziativa. Nel caso in cui ravvisassimo gravi negligenze nell'operato dei diversi enti valuteremo l'opportunità di ricorrere alle Autorità competenti.

Certi della vostra collaborazione vi salutiamo cordialmente,

Milano 9 Luglio 2008

Luca Carra – Presidente Italia Nostra Milano

Gianni Micheloni – Coordinatore Campagna Spazio Libero 2008

02 Lettera-tipo inviata alle autorità e ai gestori di strade e autostrade sulla pubblicità abusiva

Milano, 21 giugno 2008
Pr.22/08s

Spettabile ANAS SpA
Direzione Centrale Relazioni Esterne e Rapporti Istituzionali
Via Monzambano 10 - 00185 Roma

c.a Direttore

Spettabile ANAS SpA
Compartimento Regionale di Viabilita' di Milano
V. Corradino D'Ascanio 3 - 20142 Milano

c.a Direttore

Raccomandata R.R.

Oggetto: SPAZIO LIBERO - Campagna di Contrasto della Pubblicità Stradale Abusiva

Italia Nostra – Sezione di Milano ha rilevato che la situazione della pubblicità stradale extraurbana in Provincia di Milano è caratterizzata da un livello di abusivismo intollerabile.

L'abbondanza di cartelli pubblicitari privi di autorizzazione lungo le strade provinciali e statali, pregiudica la percezione del paesaggio e costituisce una minaccia per la sicurezza stradale.

Il fenomeno non risparmia neanche le autostrade e le tangenziali, in vista delle quali il Codice della strada stabilisce l'assoluto divieto di installazione di impianti pubblicitari. Com'è possibile che cartelloni di 3x6 metri, montati su vere e proprie strutture di supporto, provviste in taluni casi di impianto di illuminazione, siano installati in condizioni di evidente abusivismo nell'indifferenza degli organi di vigilanza e delle società autostradali?

Il perdurare della situazione di illegalità e la presenza di ditte pubblicitarie e committenti che operano sistematicamente nell'abuso, testimoniano un livello preoccupante di tolleranza da parte degli enti proprietari delle strade, tra cui l-ANAS, cui spetta l'obbligo della vigilanza in base all'art. 56 del Nuovo codice della strada.

Italia Nostra – Sezione di Milano ha dato avvio il 21 giugno 2008 ad una campagna di contrasto del fenomeno della pubblicità abusiva, denominata "Spazio Libero", alla quale vi chiediamo di partecipare fattivamente.

Alla'ANAS, chiediamo:

1. di condividere, per quanto di propria competenza, l'obiettivo di liberare la rete stradale della provincia di Milano da ogni forma di pubblicità abusiva entro il 2009
2. di comunicarci quali iniziative ha intenzione di mettere in atto al fine di raggiungere l'obiettivo di cui al punto precedente;
3. di comunicarci se intende rivalersi interamente sulle ditte responsabili, delle spese di rimozione degli impianti pubblicitari abusivi, in modo che detto costo non ricada sulla collettività;
4. di comunicarci se nell'ambito della propria attività di contrasto della pubblicità stradale abusiva intende attivarsi affinché ai responsabili degli abusi siano applicate le sanzioni previste dall'art 23 del Nuovo codice della strada.

Rinnoviamo inoltre la richiesta delle seguente informazioni già richiestevi con mail trasmessa al vostro URL 841148.lombardia@stradeanas.it in data 12 giugno.

a) quale strategia adottate per combattere la pubblicità abusiva sulla rete stradale di vostra pertinenza?
b) quali difficoltà incontrate nella lotta all'abusivismo?
c) disponete di una valutazione almeno indicativa del numero di cartelli ed altri mezzi pubblicitari abusivi presenti lungo la rete stradale di vostra pertinenza?
d) quante contestazioni avete inviato nel 2007 a concessionari di pubblicità responsabili di abusi;
e) quanti cartelli stradali sono stati rimossi a vostre spese e quanti a spese dei concessionari nel 2007.
f) disponete di una valutazione del tasso di recidività: ovverosia di quanti cartelli abusivi rimossi vengano riposizionati dal concessionario
g) avete indicazioni in merito al numero di sanzioni comminate per installazione di cartelli abusivi sulla rete di vostra competenza (anno 2007)
h) quante volte è stata applicata nell'anno corrente la norma del vostro regolamento che prevede la sospensione per due anni dei concessionari di pubblicità risultati responsabili di un certo numero di abusi?
i) ove Italia Nostra vi presentase documentazione in merito all' elevato numero di abusi da parte di una medesima ditta concessionaria ritenete possibile l'applicazione della norma sopra citata?
j) quali azioni sono state attivate al momento nel quadro del protocollo di intesa Anas - Fispe, finalizzato alla riduzione dell'abusivismo?

Alla presente alleghiamo:
All. 1: Presentazione della Campagna Spazio Libero, con le proposte di Italia Nostra – Sezione di Milano ed Appendice Normativa
All. 2 : Presentazione dell'iniziativa – Spazio Libero Naviglio Grande: un esperimento di legalità.

Certi di una vostra collaborazione, e nella speranza di un incontro a breve, vi salutiamo cordialmente.

Luca Carra
Presidente Italia Nostra Milano

Gianni Micheloni
Coordinatore Campagna Spazio Libero 2008

03 Rassegna stampa sulla campagna

Anno I - n. 1 Marzo - Aprile 1957

ITALIA NOSTRA

BOLLETTINO DELL'ASSOCIAZIONE NAZIONALE ITALIA NOSTRA
PER LA TUTELA DEL PATRIMONIO ARTISTICO E NATURALE

Disciplina della pubblicità stradale

E' stato comunicato alla Presidenza del Senato il 25 ottobre 1956 un D. L. di iniziativa del Sen. Zanotti Bianco ed altri che prevede la « disciplina del collocamento di cartelli e di mezzi pubblicitari lungo le strade ». Il D. L. all'art. 2 stabilisce che fuori dell'agglomerato urbano (insieme di almeno 25 fabbricati) potrà essere autorizzato il collocamento di cartelli o di altri mezzi pubblicitari « soltanto sui muri pieni e privi di ornamento e sulle recinzioni che impediscono la visione del panorama ». Non potranno essere collocati cartelli su pareti rocciose e i cartelli stessi non potranno superare i m. 2 x 2. La distanza fra cartello e cartello non potrà essere inferiore ai 200 metri.

« *Italia Nostra* » saluta con viva soddisfazione la presentazione di tale disegno di legge che tende a por fine ad una forma di pubblicità che non tiene alcun conto della doverosa tutela del paesaggio. Sono già state prese, in tal senso, iniziative di carattere locale ma si impone una presa di posizione chiara e concreta da parte del Parlamento che promuova un disegno di legge che non consenta evasioni da parte degli interessati. Gli articoli del D. L. in questione rispondono pienamente a tale esigenza.

La Via Aurelia a Spotorno. I cartelloni pubblicitari, già vietati sull'Aurelia in provincia d'Imperia fin dal gennaio 1953, sono stati in questi giorni messi al bando anche dal territorio della provincia di Savona. I cartelloni saranno ora gradatamente sostituiti con piante, siepi e altri elementi floristici.

CONTRO GLI ECCESSI DELLA PUBBLICITÀ STRADALE

Vietati i cartelli sull'Aurelia
anche nella provincia di Savona

Ai lettori che ci seguono e ci confortano col loro consenso nella nostra campagna contro gli abusi della pubblicità stradale, farà certamente piacere conoscere quanto ci comunica il Presidente dell'Ente Provinciale per il Turismo di Savona, ing. Silvio Volta, in data 17 aprile 1956. « L'iniziativa promossa da codesto Ente Provinciale per il Turismo », scrive l'ing. Volta « ai fini del vincolo panoramico e paesistico della via Aurelia, onde depurarla dalla selva dei cartelli pubblicitari stradali ha avuto il suo epilogo. Difatti la Gazzetta Ufficiale della Repubblica n. 86, in data 10 aprile corrente, pubblica il decreto ministeriale 20 marzo 1956 il quale... riconosce che il tratto di via Aurelia compreso nel territorio della provincia di Savona, oltre a formare dei quadri naturali di singolare bellezza paesistica offre numerosi punti di vista accessibili al pubblico da cui si può godere un vasto e profondo panorama. Il predetto decreto stabilisce pertanto che il succitato tratto di via Aurelia ha caratteristiche di notevole interesse pubblico ai sensi della legge 29 giugno 1939 n. 1497 ed è quindi sottoposto a tutte le disposizioni contenute nella legge stessa ».

« Pertanto, nei tratti della detta via Aurelia per una profondità costante di 100 metri dai due bordi stradali, salvo qualche breve tratto, viene posto il vincolo di divieto assoluto all'applicazione di cartelli per la pubblicità stradale ».

« Quanto sopra per doverosa conoscenza e collaborazione nella campagna intrapresa da codesto benemerito Sodalizio nei riflessi della controproducente pubblicità stradale che infesta le nostre vie di comunicazione ». F.to ing. Silvio Volta, Presidente dell'E.P.T. di Savona.

Al posto dei cartelloni pubblicitari, è sempre l'ingegner Volta a comunicarcelo, l'E.P.T. di Savona farà porre piante, siepi e altri elementi floristici in guisa da conferire alla via Aurelia « un graduale armonico e confacente aspetto di *strada-parco* che completi le caratteristiche attrattive assai apprezzate da italiani e stranieri che la percorrono intensamente. Al riguardo sono stati concertati accordi tra l'E.P.T. di Savona, il Compartimento di Genova dell'A.N.A.S. e le Aziende di Soggiorno della Provincia... ».

Crediamo inutile sottolineare l'importanza del successo ottenuto dall'E.P.T. di Savona che viene a completare così l'opera iniziata sulla Riviera di Ponente dall'E.P.T. di Imperia, il quale aveva ottenuto un analogo provvedimento ministeriale nel gennaio 1953.

Blitz della Provincia su denuncia di Italia Nostra

Pubblicità abusiva sui Navigli: tolti 74 cartelli

La statale Vigevanese che costeggia il Naviglio Grande tra Corsico e Trezzano sul Naviglio è deturpata da una selva di cartelli pubblicitari abusivi: 74 per quattro chilometri di strada. E la situazione migliora di poco tra Gaggiano e Abbiategrasso. Risultato: il paesaggio del Parco Agricolo Sud Milano, in uno dei suoi luoghi più belli, è escluso dalla vista. La denuncia viene da "Italia Nostra" e dalla Provincia di Milano. Quest'estate, 80 volontari dell'associazione hanno censito i cartelli pubblicitari lungo l'asta del Naviglio da Milano a Abbiategrasso. I controlli incrociati hanno poi mostrato che solo sei sono quelli in regola: gli altri hanno permessi scaduti da anni oppure sono abusivi, a tutti gli effetti. L'associazione ha quindi informato i Comuni e Palazzo Isimbardi. Ieri mattina, i tecnici della Provincia hanno provveduto a

Non autorizzati I cartelloni rimossi

rimuoverli: le spese saranno poi presentate alle ditte che avevano installato i cartelli abusivamente. L'intervento, però, rischia di essere solo un tampone. «Il fenomeno dell'abusivismo pubblicitario è in forte aumento ed è tutto italiano, per colpa di norme facilmente aggirabili» sottolinea Gianni Micheloni, responsabile della campagna "Spazio Libero" di Italia Nostra. Il presidente dell'associazione, Luca Carra, critica la Prefettura: «Quando le ditte di affissioni ricevono una sanzione dalla Provincia, fanno sempre ricorso alla Prefettura, che sistematicamente non risponde e quindi si arriva all'archiviazione. Questo vanifica ogni sforzo». Un'opinione condivisa dall'assessore provinciale ai trasporti Paolo Matteucci: «Lo scandalo è che questa procedura sia ormai diventata un sistema, per le aziende sanzionate, di aggirare il problema». Da qui la proposta di Italia Nostra di arrivare a un regolamento, provinciale o regionale, sulle affissioni. «Quelle abusive dovranno sparire, in vista dell'Expo».

Giovanna Maria Fagnani

IL GIORNO GIOVEDÌ 25 SETTEMBRE 2008 CORSICO ROZZANO XXVII

Guerra al pannello abusivo Provincia all'attacco Parte l'operazione-piccone

Gaggiano: operai al lavoro sulla Vecchia Vigevanese

di DAVIDE BORTONE

— GAGGIANO —

GUANTI, PICCONE e sega elettrica. La Provincia non va più per il sottile contro il dilagare della pubblicità abusiva lungo le principali arterie stradali che contornano Milano. La guerra al pannello taroccato è cominciata ufficialmente ieri, lungo la Strada provinciale 59 «Vecchia Vigevanese». Una squadra di operai di Palazzo Isimbardi, accompagnati dall'assessore alla Viabilità, alle Opere pubbliche stradali, alla Mobilità e Trasporti Paolo Matteucci, ha rimosso i cartelli pubblicitari installati abusivamente nel tratto compreso tra Bonirola di Gaggiano e Trezzano sul Naviglio. Un «esperimento per la legalità» ideato dall'associazione nazionale per la tutela del patrimonio storico, artistico e naturale «Italia Nostra», rappresentata per l'occasione dal presidente milanese Luca Carra e dal responsabile della campagna «SpazioLibero, contro la pubblicità stradale abusiva», Gianni Micheloni. «Il sistema dei Navigli - spiega Micheloni - così come il Parco Agricolo Sud Milano è un patrimonio immenso, che va tutelato. E i cartelli pubblicitari, siano essi abusivi o autorizzati, non potrebbero comparire perché è una tratta ad "interesse panoramico". Tuttavia, quando a giugno abbiamo cominciato la nostra campagna contro l'abusivismo pubblicitario, ci siamo accorti che lungo la sola Vecchia Vigevanese, degli 80 cartelli installati nei Comuni di Corsico e Trezzano, solo 6 erano stati (pur erroneamente) autorizzati». La maggior parte delle ditte che si occupano di pubblicità nella zona hanno sede a Trezzano sul Naviglio.

L'INIZIATIVA
«Un esperimento per la legalità» messo in campo da Italia Nostra

«COME UN'AZIENDA in particolare - evidenzia uno degli operai della Provincia - con cui abbiamo avuto un pesante screzio a Pessano con Bornago, vicino Gessate, finito con una denuncia ai carabinieri da parte del vicesindaco, aggredito verbalmente da un rappresentante dell'azienda stessa che voleva impedire la rimozione di un cartello abusivo».

Per contrastare il fenomeno, Italia Nostra e Provincia tenteranno pure di sensibilizzare il Prefetto. «Per quanto ci riguarda - commenta l'assessore provinciale Matteucci - oltre a contrastare l'abusivismo abbiamo incaricato una ditta di smaltire i rifiuti abbandonati sul ciglio».

PUBBLICITÀ ILLEGALE
Parte dei cartelloni rimossi lungo la Provinciale 59 (SPF)

14 Milano
www.dnews.eu
tel. 02 92882900
DNEWS
GIOVEDÌ 25 SETTEMBRE 2008

Legalità selettiva

L'intervento di ieri: Matteucci, Carra e i tecnici al lavoro (NEWS)

Il boom della pubblicità abusiva

Provincia >> Tredicimila cartelli non autorizzati, ieri multe e sopralluoghi ma anche sulla burocrazia oltre che sull'appalto: dietro la strada c'è una società specializzata nella raccolta pubblicitaria che ha ricevuto 270 multe di cui solo una pagata. Ma ci sono anche i furbetti

>>
Jacopo Cecconi
Milano

La pubblicità lungo le strade della provincia di Milano ha le regole del far west. Ognuno piazza il suo cartello dove vuole. E quanto denunciano Italia Nostra e lo stesso assessorato alla mobilità di palazzo Lombardi, che comunica: «Non ce la facciamo a fare fronte alle rimozioni, abbiamo dovuto dare un appalto ad una ditta specializzata per integrare il lavoro dei cantonieri». Il fatto è che rischiare, per le concessionarie, costa troppo. Se piazzi un cartello abusivo lungo una strada paghi una multa di 370 euro, più il costo della (eventuale) rimozione. Il guadagno, però, è ben più grande. Non solo. Spesso la burocrazia è talmente lenta che non è in grado né di rimuovere i cartelli, né di far pagare la multa. Risultato: ci sono agenzie di pubblicità che vivono praticamente di questo.

Liberi tutti

Poiché il costo specifico non esiste, nel prezzo da far pagare a chi compra lo spazio si fa rientrare anche l'eventuale multa e il gioco è fatto. Così, secondo Italia Nostra, l'80-90% dei cartelli della Lombardia sono abusivi.
La provincia di Milano ne rimuove circa 500 all'anno, una, dice l'assessorato alla mobilità Paolo Matteucci, «quella dell'abusivismo è una piaga dilagante».
Ieri, su segnalazione di Italia Nostra, l'assessore Paolo Matteucci ha fatto un sopralluogo sulla provinciale Vigevanese, la prosecuzione dell'Alzaia Naviglio Grande, fra i comuni di Corsico e Gaggiano, dove il fenomeno è particolarmente evidente: in sei chilometri di strada, c'erano 54 cartelli, di cui 40 abusivi, che sono stati tirati giù senza pietà, ma che, prevedono all'assessorato, «riapparranno come funghi».
L'appalto con la ditta costerà 158mila euro in due anni, ma servirà a poco se non si cambierà la sensibilità dei commercianti e il sistema delle sanzioni.

La sanzione è di 370 euro, ma basta fare ricorso e la prefettura, oberata, non ce la fa a rispondere entro i termini di legge

Sulla Vigevanese, durante il sopralluogo di ieri, erano fuori legge 40 su 54. L'assessore Matteucci: «È un fenomeno dilagante»

Attualmente, infatti, buona parte delle multe non vengono pagate. Le agenzie di pubblicità fanno semplicemente ricorso e la prefettura, vista la quantità, non ce la fa a rispondere entro i termini fissati dalla legge, con la conseguenza che non accade niente.

Problemi anche di sicurezza

Così continua l'allegra proliferazione, con problemi di tipo paesaggistico, certo, ma anche di sicurezza sulle strade. Il codice, infatti, vieta l'eccessivo affollamento di messaggi, che possono distrarre il guidatore e demarcare in qualche modo la segnaletica. Dove il limite di velocità è di 50 chilometri orari non si potrebbe avere più di un cartello ogni 25 metri. Dove si può correre di più, cioè su tutte le strade extraurbane, ne sarebbe consentito uno ogni cento metri.
Basta fare un giro nell'hinterland milanese per accorgersi di quanto queste regole siano ignorate da tutti. «Il malcostume diffuso - commenta ancora Matteucci - ricade sulle tasche dei cittadini, perché ci costringe a impiegare sempre più energie per contrastarlo. Chiederemo un incontro in Prefettura affinché si possano studiare insieme soluzioni per velocizzare e rendere efficaci i verbali e le multe. Inoltre avvieremo una sensibilizzazione delle categorie economiche». <<

Italia Nostra

«È la concretizzazione dello squallore urbano che si sta propagando»

Il proliferare di cartelli abusivi, piantati a bordo strada senza regole, è tipico italiano ed è la concretizzazione dello squallore urbano che si propaga. Questo il commento di Luca Carra, il presidente dell'associazione Italia Nostra a Milano. Da lui è partita la campagna di censimento dei manifesti che è stata chiamata ironicamente «Spazio libero», una citazione delle scritte che si vedono sui cartelloni regolari ancora non affittati. «Il caso dell'Alzaia Naviglio Grande è emblematico: c'è il canale che è un monumento tutelato, siamo all'interno del parco sud, ci sono regole su regole, eppure nessuno era intervenuto. Solo dopo la nostra segnalazione a tutte le istituzioni, la Provincia ha risposto prontamente. Silenzio invece dai comuni coinvolti». Per Carra, del resto, il problema ha una facile soluzione: «in Francia la legge è molto semplice: è vietata qualunque pubblicità lungo la strada. Italia Nostra si batte per questo fin dalla sua fondazione, nel 1955. Speriamo che cominciando da qui si possa estendere la lotta a tutto il paese». JC
www.italianostra.org

IL GIORNO
Milano metropoli
11-GIU-2008
Diffusione: n.d. Lettori: n.d. Direttore: Giovanni Morandi da pag. 13

AL VIA LA CAMPAGNA DI «SPAZIO LIBERO»

Italia Nostra sfida il cartellone selvaggio

Volontari lungo il Naviglio per denunciare lo scempio della pubblicità stradale

IL PROGETTO
Il sopralluogo fino al 21 settembre da Milano ad Abbiategrasso

DIFFUSIONE
Il degrado si segnala su tutte le strade che s'irradiano dalla metropoli

di PIERO LOTITO

— MILANO —

LA SINTESI sarà banale, ma è certo efficace: vince il "cartellone selvaggio". A quindici anni dall'emanazione del Nuovo codice della strada, che avrebbe dovuto mettere ordine nella jungla volgare e arraffona della pubblicità stradale extraurbana, la situazione è sconfortante. Non c'è strada provinciale o statale che parta da Milano senza il corredo ingombrante, abusivo e spesso pericoloso (molti importanti segnali stradali sono "oscurati" dai pannelli pubblicitari) dei cartelloni che - quasi tutti abusivi - segnalano, decantano, sproloquiano su questo o quel prodotto, questo o quel marchio, questa o quell'azienda. «Con un'immagine di disordine ambientale e di illegalità che risulta ancora più desolante al ritorno da un viaggio all'estero, perché questo deprimente spettacolo non ha eguale oltre confine». Le parole tra virgolette sono della sezione milanese di Italia Nostra, che denuncia il degrado e nello stesso tempo segnala i soggetti coinvolti (quantomeno per indifferenza) nel problema.

UNA PRIMA ricognizione lungo le strade umiliate dal "cartellone selvaggio" è stata ovviamente già fatta, ma ora Italia Nostra lancia la campagna "Spazio Libero", operazione di monitoraggio dell'abusivismo su uno degli assi stradali a maggior tasso di illegalità e, paradossalmente, più meritevoli di tutela del territorio milanese: l'alzaia del Naviglio Grande tra Milano e Abbiategrasso, lungo la provinciale 59 e la ex statale 494 Vigevanese. L'abusivismo pubblicitario lungo questa direttrice, che interessa i Comuni di Corsico, Trezzano sul Naviglio, Gaggiano, Vermezzo e appunto Abbiategrasso, è - dice Italia Nostra - sconcertante. E non a caso è stata scelta per una "dimostrazione" questo itinerario: soprattutto ora che Milano è proiettata verso l'Expo 2015, sul Naviglio - il cui tracciato si affaccia su aree agricole inserite nel Parco Agricolo Sud ed è affiancato da una delle più belle e frequentate piste ciclabili della provincia - si sprecano chiacchiere e progetti. «Dunque - deduce secondo logica Italia Nostra -, un itinerario che dovrebbe essere oggetto di specifica tutela, è invece uno straordinario esempio di incuria e illegalità».

CON "SPAZIO Libero", Italia Nostra intende avviare tra il 21 giugno e il 21 settembre «una stagione di ripristino della legalità e della decenza, contattando direttamente gli enti coinvolti e in particolare i sindaci del Comuni, la Provincia, gli organi di polizia locale (in materia, anche questi sonnecchiano non poco, *ndr*), perché facciano il loro dovere». Il 21 giugno, quindi, gruppi di volontari batteranno la pista che abbiamo detto, documentando ogni abuso, per poi lasciare una petizione ai sindaci interessati.

IL 21 SETTEMBRE Italia Nostra ripercorrerà lo stesso itinerario, e l'indomani presenterà il risultato della campagna, anche annunciando iniziative legali contro gli enti e le ditte inadempienti. «Faremo azione sul ministero dei Beni Culturali - dice il presidente della sezione di Milano, Luca Carra -, perché all'Expo del 2015 si arrivi a una situazione che non ci faccia vergognare troppo». Chi volesse partecipare come volontario a "Spazio Libero" (il nome si richiama a certi annunci sui cartelloni in bianco), può scrivere una mail a milano@italianostra.org. L'esperienza sarà senz'altro istruttiva: si vedrà come in Italia il giro d'affari della pubblicità (480 milioni di euro all'anno) non tenga in nessun conto il bene pubblico.

22 GIU 2008 il Giornale cronaca Milano da pag.45

LA DENUNCIA DI ITALIA NOSTRA

«Troppa pubblicità abusiva lungo il Naviglio»

I volontari ambientalisti scatteranno fotografie ai cartelloni e segnaleranno il problema alla Polizia locale. «Molte affissioni non sono autorizzate o hanno il permesso scaduto»

Laura Sonzogni

● È una delle piste ciclabili più belle di Milano e, tempo permettendo, in questa stagione è sempre frequentatissima da chi vuole «staccare» per un po' dallo stress della città e rilassarsi. C'è solo un piccolo neo. Da un po' di tempo pedalando lungo il Naviglio Grande o guidando lungo il tratto stradale che collega la Darsena ad Abbiategrasso ci si imbatte frequentemente in «intrusi» che nulla hanno a che vedere con l'antico canale e il paesaggio circostante. Autentici pugni in un occhio che rovinano decisamente il paesaggio naturale: i cartelli pubblicitari, spesso abusivi o con autorizzazioni scadute.

A sollevare il problema è l'associazione Italia Nostra, che ha condotto dei monitoraggi a campione lungo le strade provinciali e statali che si irradiano da Milano: «La Vigevanese è solo un caso emblematico, l'abbiamo scelta perché il Naviglio è un bene storico tutelato dalla Regione Lombardia e, per buona parte del tracciato, si affaccia sul Parco Agricolo Sud, ma abbiamo riscontrato casi di abusivismo anche in via Ripamonti, via Novara o lungo la Cassanese - spiega Luca Carra, presidente dell'associazione -. Il problema poi non è solo di tipo paesaggistico. Molti cartelli sono posti in violazione delle norme del Codice della Strada, che prevedono una distanza di sicurezza dalla segnaletica».

Gianni Micheloni è il responsabile del progetto «Spazio libero» con cui l'associazione mira a «ripulire» le strade dalla pubblicità abusiva, che non ha diritto di essere lì. Si è messo in sella della sua bicicletta, ha percorso la pista ciclabile nel tratto che attraversa i comuni di Corsico, Trezzano e Gaggiano ed ha scattato decine di foto a cartelli ammassati in file di venti-trenta, lungo la pista ciclabile o ai lati della carreggiata e a ridosso dei segnali stradali.

«In teoria, i cartelli sono tutti abusivi perché il Codice della Strada ne vieta l'installazione lungo le strade di interesse panoramico - spiega-. Ad ogni modo dovrebbero avere una targa con l'autorizzazione, mentre almeno nell'80 per cento dei casi il permesso non c'è oppure è già scaduto».

Il giro in solitaria di Micheloni è stato solo il primo passo.

Ieri, infatti, è scattata l' «Ora legale»: gruppi di volontari coordinati da Italia Nostra hanno avviato un monitoraggio a tappeto delle strade incriminate per fare un monitoraggio e un censimento puntuale degli abusi, che verranno poi segnalati alla Provincia, ai Comuni dei paesi interessati e ai comandanti della Polizia Locale.

Il 21 settembre ci sarà la resa dei conti: i volontari dell'associazione torneranno sul luogo «incriminato» e ripercorreranno l'itinerario per verificare che la moda conveniente a prezzi stracciati per tutta la famiglia, gli sconti dell' Iper, gli arreda tutto con ampio parcheggio e le «piastrelle più belle» abbiano lasciato un po' di respiro alla campagna circostante.

CORRIERE DELLA SERA
Milano Lombardia

Data 11-03-2010
Pagina 13
Foglio 1 / 3

Spot di carta sempre più grandi invadono i parchi agricoli, le autostrade e le superstrade. L'«Oscar del degrado» alla Vigevanese

Cartelloni pubblicitari abusivi Lo scempio del paesaggio

Italia Nostra chiede l'intervento della magistratura

MILANO — Ormai è un'autentica infestazione. Si «arrampicano» ovunque, sempre più in alto, sempre più grandi, sempre più in vista, in qualunque posto. Davanti a chiese, palazzi storici, monumenti, interi edifici. Piattaforme gigantesche spuntano sopra i tetti dei palazzi lungo le strade più trafficate per occupare le posizioni più ambite, con batterie di fari che di notte sembrano illuminare astronavi. E, fuori dalle città, eccoli affastellati nelle larghe curve delle tangenziali, sulle rotatorie delle provinciali o lungo superstrade e autostrade: in mezzo a campi di mais, nelle risaie, tra i pioppeti, nei parchi, in riva ai torrenti, sulle scarpate dei cavalcavia.

È il caos dei cartelloni pubblicitari dietro al quale oltre a nascondersi un abusivismo che nella sola provincia di Milano — secondo uno studio di Italia Nostra — raggiunge punte dell'80%, costituisce un autentico scempio paesaggistico che cresce tra l'indifferenza generale. Aiutato, per quanto riguarda le aree extraurbane, da una legge contraddittoria e da inefficienze diffuse.

Ci sono luoghi come i parchi agricoli, le autostrade e le superstrade dove la pubblicità è completamente vietata, ma prospera. Un fenomeno tutto italiano. All'estero, dove i divieti sono anche molto più estesi, non si trova neppure un mini cartello. Un motivo, oltre all'italico menefreghismo, dovrà pur esserci.

La sezione di Milano di Italia Nostra ha costituito un gruppo di attenzione chiamato «Spazio libero» che per due anni ha studiato il fenomeno, sotto tutti i suoi aspetti, nell'area extraurbana. Ne emerge un quadro desolante. «L'abusivismo — si legge nel rapporto — raggiunge livelli a tratti selvaggi lungo le strade gestite dall'Anas e lungo le strade ex statali passate in carico alla Provincia dopo anni di disastrosa gestione. Tra queste ultime la ex SS494 Vigevanese, la ex SS35 dei Giovi, la ex SS233 Varesina, la ex SS11 Padana Superiore».

L'oscar del degrado va sicuramente alla Vigevanese dove ora la Provincia sta faticosamente facendo pulizia. Nella zona intorno a Trezzano ci sono tratti ai bordi della strada dove è impossibile trovare un buco libero: a cartelloni di tutte le forme, dimensioni, tipologie, si aggiungono decine di cavalletti abusivi piazzati a brevissima distanza l'uno dall'altro e perfino grandi rimorchi su ruote parcheggiati in obliquo sul controviale e coperti con mega pubblicità.

Molta responsabilità ricade sui Comuni, che lucrano da questo caos. Ma anche su chi rilascia permessi difformi, chi non vigila e chi non interviene in modo sollecito per la rimozione. «Per quanto riguarda il territorio milanese — scrive Italia Nostra — ci pare che la palma dell'inefficienza spetti all'Anas e alla società Serravalle Milano Tangenziali: riteniamo che la magistratura dovrebbe indagare sulle cause».

Per uscire dal caos, Italia Nostra lancia ora una proposta chiedendo al sindaco di Milano e al presidente della Provincia di farsene promotori, coinvolgendo tutti gli enti competenti, per arrivare entro un anno al rientro nella legalità e nel decoro anche con bonifiche di emergenza, valutando una moratoria delle autorizzazioni nel caso che l'abusivismo rimanga alto e attivando entro l'inizio dell'Expo un processo di revisione regionale delle autorizzazioni che porti a vietare la pubblicità lungo itinerari turistici, agricoli, in prossimità di beni culturali e paesaggistici tutelati, secondo i criteri più restrittivi del nuovo codice della strada.

Luigi Corvi
lcorvi@corriere.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Orrori

La selva di cartelloni lungo la Vigevanese (a destra) nei pressi di Trezzano sul Naviglio. A sinistra, una pubblicità lungo la SS 38 alle porte di Sondrio proprio sotto il santuario della Sassella, risalente al XV secolo, in ambito tutelato da vincolo paesaggistico (Foto De Giorgi e Cavicchi)

CORRIERE DELLA SERA
Milano Lombardia

Data 11-03-2010
Pagina 13
Foglio 2 / 3

Così all'estero

Solo in zone commerciali

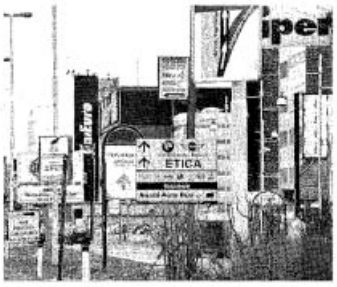
La pubblicità fuori dalle città è vietata, salvo zone istituite dai comuni nelle immediate vicinanze di aree industriali o commerciali, con regole ben definite. Nei centri abitati le dimensioni dei cartelli sono in rapporto al numero di abitanti. Il massimo è 16mq

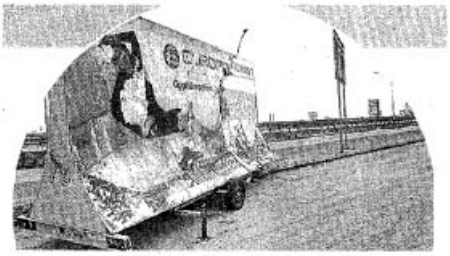
Divieti nelle aree protette

La pubblicità è vietata nelle «aree di speciale controllo» che coprono il 45% dell'Inghilterra e del Galles: aree rurali (quindi tutte le strade che le attraversano), residenziali, aree naturali protette, siti di interesse culturale e storico

Niente cartelli extraurbani

Fuori dai tratti urbani delle strade statali è vietata ogni forma di pubblicità. In Catalogna la legge estende il divieto a una fascia di 100 metri per lato. Sulle strade di interesse locale esistono invece norme diverse per ogni comunità autonoma





Segnalate tutte le brutture

Attraverso Internet è possibile segnalare cartelloni pubblicitari particolarmente invadenti. Le modalità per l'invio di foto e segnalazioni sul sito **www.corriere.it**

CORRIERE DELLA SERA
Milano Lombardia

Data 11-03-2010
Pagina 13
Foglio 3 / 3

Impianti fuorilegge

L'Anas: più di mille verbali negli ultimi tre anni

MILANO — «Dal 2007 a oggi abbiamo elevato 1.100 verbali per impianti pubblicitari abusivi, che hanno portato alla rimozione di circa 600 cartelli tra quelli tolti spontaneamente e quelli rimossi da noi». È questo il bilancio che traccia l'Anas per descrivere l'attività svolta contro il dilagare di «cartello selvaggio» in Lombardia. Lungo la sola statale 36 dal settembre 2009 sino allo scorso febbraio «sono stati elevati 33 verbali, 30 dei quali già notificati». L'Anas sottolinea comunque «le difficoltà tecniche e giuridiche» che si incontrano nella rimozione, soprattutto quando bisogna accedere a proprietà private. «È il caso — spiegano — della Vigevanese, ove l'Anas, dopo aver rimosso diversi cartelli abusivi, ha visto ricomparire gli stessi su proprietà privata, con le conseguenti difficoltà di rimozione. Basti pensare, inoltre — prosegue l'Anas, che dice di essere impegnata in questo momento in maniera prioritaria alla lotta agli impianti totalmente abusivi — al numero di ricorsi, spesso temerari, che ogni anno le imprese presentano agli enti competenti, e all'iter che la rimozione comporta (custodia del cartello rimosso per 60 giorni, smaltimento dello stesso in discarica autorizzata), i cui costi, difficilmente recuperabili, ricadono interamente sull'azienda.

L. Cor.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Fotografie di Gianni Micheloni

Italia Nostra onlus Milano

xcxcxcxcx xcxccx xcxcxc xcxccx xccxxcxcxcxcx
xcxccx xcxcxc xcxccx xccxxcxcxcxcx xcxccx xcxcxc
xcxccx xccxxcxcxcxcx xcxccx xcxcxc xcxccx
xccxxcxcxcxcx xcxccx xcxcxc xcxccx xccxxcxcxcxcx
xcxccx xcxcxc xcxccx xccxxcxcx