

Rapporto parziale 2 di maggioranza

numero

5675 R1 parz.2

data

7 febbraio 2007

Dipartimento

ISTITUZIONI / TERRITORIO

Concerne

della Commissione della legislazione

- **sul messaggio 5 luglio 2005 concernente il pacchetto di alleggerimento della legislazione cantonale - approvazione del pacchetto C - limitatamente alla riforma della Legge sugli impianti pubblicitari del 28 febbraio 2000**
- **sull'iniziativa parlamentare 21 marzo 2006 presentata nella forma generica da Cleto Ferrari concernente la proliferazione di cartelli pubblicitari amovibili in fuorizona e in zona agricola**

L'iniziativa presentata dal collega Cleto Ferrari ha fatto discutere la Commissione della legislazione su un problema che, molto probabilmente, con il nuovo decreto, è destinato a essere risolto da parte del Gran Consiglio. La maggioranza della Commissione della legislazione propone di affidare il controllo e il regolamento sulla posa degli impianti pubblicitari semoventi, ai Comuni nell'ambito della loro autonomia all'interno delle zone edificabili, al Cantone fuori zona.

L'autonomia dei Comuni fino ad ora ha funzionato in modo corretto nell'ambito dell'affissione di cartelli pubblicitari "stanziali", tramite contratti stipulati con la/le concessionarie e i relativi Municipi.

Nell'ambito del progetto di alleggerimento della legislazione cantonale (pacchetto C), la Sottocommissione incaricata è entrata nel merito proponendo l'accettazione della proposta del Consiglio di Stato. La stessa Sottocommissione alla lettera b dell'art. 2 della Legge sugli impianti pubblicitari (LImpPubb), a pag. 127 del rapporto, ritiene opportuno assoggettare l'autorizzazione dei cartelli pubblicitari amovibili ad un permesso preventivo se il veicolo è stazionario su un fondo pubblico o privato e assume una funzione pubblicitaria fissa, affidando, tra le righe, il controllo e i rilasci delle relative autorizzazioni ai Municipi in zona edificabile e al Cantone fuori zona.

L'iniziativa in discussione si richiama alla salvaguardia della bellezza del territorio, sottolineando come l'eventuale proliferazione (attualmente irrilevante) di questi cartelli dia un'immagine caotica del nostro paesaggio, causando una perdita del valore dello stesso.

Una domanda, anche se retorica: chi più dei Municipi ha interesse alla salvaguardia del territorio?

La proposta che vorrebbe responsabilizzare il Cantone su questo controllo non farebbe altro che stravolgere il principio della doppia competenza, ripartita tra Cantone e Comuni, stabilito dagli artt. 3 cpv. 1 i.i, 4, 5 cpv. 1 e 9 della legge sugli impianti pubblicitari attualmente in vigore.

Certamente affidare il controllo al Cantone ed affermare che questa modifica non comporterebbe alcun aggravio finanziario e che l'unità di controllo sarebbe sovvenzionata dalle entrate è un fatto puramente declamatorio; significa non rendersi conto, o minimizzare, il costo di gestione di un ufficio creato ex novo nell'ambito dell'Amministrazione cantonale.

Domande in merito ce le siamo poste: quanto costa il cablaggio di un ufficio? Quanto il mantenimento della struttura? Quanto la segreteria? Quanto le spese di viaggio per visionare sul posto cartelli che, in quanto amovibili potrebbero (anzi dovrebbero) spostarsi sul territorio in maniera regolare? A quanto assommerebbero le spese di cancelleria? Calcolando queste spese, quale sarebbe l'aggravio finanziario effettivo per le casse cantonali?

Oltre a queste domande di natura finanziaria e gestionale, dobbiamo porci altre considerazioni: se, invece di un cartello su un rimorchio, viene lasciato fermo un furgone carenato e tappezzato di pubblicità (vedi i bus cittadini a Lugano), come dobbiamo comportarci? Se un proprietario di un terreno limitrofo ad una strada di grande comunicazione, adibito a parcheggio, autorizza la sosta di questi "rimorchi", sottostà all'autorizzazione cantonale o comunale? O può fare quello che ritiene opportuno?

Il medesimo funzionario del DT sig. Genini, interrogato sulle possibili disparità di trattamento che potrebbero derivare dall'applicazione tout-court della legge, afferma che non è facile intervenire se il proprietario di un fondo vi posa una pubblicità. Se si tratta di un veicolo posteggiato, di regola viene concessa un'autorizzazione (domanda: da chi?) e, se la posizione arreca disturbo al traffico, **tocca all'autorità comunale intervenire**.

Crediamo, a questo punto, che l'unica soluzione sia il mantenimento della doppia competenza e l'assoggettamento dei cartelli pubblicitari amovibili alla legge.

Attualmente questo non è possibile secondo l'art. 2 cpv. 2 della LImpPubb, in cui si specificano i casi in cui la legge non si applica; precisamente:

- alle colonne e agli impianti pubblici destinati esclusivamente ad informazioni culturali e alla sensibilizzazione d'utilità pubblica
- alla pubblicità tramite veicoli a motore, rimorchi, natanti, aeromobili e altri mezzi di trasporto tranne il caso in cui gli stessi stazionino su fondi pubblici o privati con funzione pubblicitaria fissa.

Con l'approvazione della modifica proposta il problema dovrebbe essere risolto in maniera definitiva.

Conclusioni

Il relatore e la maggioranza della Commissione ritengono opportuno regolamentare l'uso dei cartelli pubblicitari amovibili, mantenendo come oggi le competenze decisionali: zone edificabili al Comune, fuori zona al Cantone; distinzione peraltro attualmente in vigore nell'ambito della legge edilizia. Vi invitano pertanto ad approvare il disegno di legge allegato.

Per la maggioranza della Commissione della legislazione:

Rodolfo Pantani, relatore

Bobbià - Dafond - Fiori - Marzorini - Menghetti -

Disegno di

LEGGE

sugli impianti pubblicitari

Il Gran Consiglio
della Repubblica e Cantone Ticino

- visto il messaggio 5 luglio 2005 n. 5675 del Consiglio di Stato,
- visto il rapporto parziale 2 di maggioranza 7 febbraio 2007 n. 5675 R1 parz. 2 della Commissione della legislazione,

d e c r e t a :

TITOLO I - NORME GENERALI

Art. 1

Scopo

La presente legge ha per scopo di regolare la posa e l'esposizione di impianti pubblicitari, al fine di garantire la sicurezza del traffico motorizzato e pedonale, il rispetto delle bellezze naturali, dei beni culturali e del paesaggio, l'ordine pubblico, la moralità e l'uso della lingua italiana.

Art. 2

Campo di applicazione

¹Soggiacciono alla presente legge tutti gli impianti pubblicitari percettibili dall'area pubblica, situati su fondi pubblici o privati.

²La legge non si applica:

- a) alle colonne e agli impianti pubblici destinati esclusivamente ad informazioni culturali e alla sensibilizzazione d'utilità pubblica;
- b) alla pubblicità su veicoli a motore, rimorchi, natanti, aeromobili e altri mezzi di trasporto.

³I veicoli di cui alla lett. b) sono comunque soggetti alla presente legge qualora stanzino su fondi pubblici o privati con scopi prettamente pubblicitari.

⁴È fatta salva in particolare l'applicazione delle norme federali sulla segnaletica stradale.

TITOLO II - AUTORIZZAZIONI

Art. 3

- Autorizzazione**
- ¹L'apposizione, l'installazione, l'utilizzo o la modifica di un impianto pubblicitario soggiace al rilascio di un'autorizzazione. La stessa è di competenza del Municipio del luogo di situazione per gli impianti situati all'interno delle zone edificabili definite dai piani regolatori comunali. Per gli impianti situati all'esterno delle zone edificabili l'autorizzazione compete al Consiglio di Stato.
- ²Gli impianti esposti in occasioni straordinarie quali in particolare sagre, manifestazioni politiche, religiose e sportive, feste, fiere e mercati, per periodi non superiori a 30 giorni sottostanno a semplice comunicazione al Municipio.
- ³Le autorizzazioni possono essere modificate o revocate in ogni tempo per motivi di interesse pubblico senza indennità o risarcimento di danni di qualsiasi natura.

Art. 4

- Criteri di autorizzazione**
- ¹L'impianto pubblicitario, conformemente all'art. 1, non deve portare pregiudizio alla sicurezza del traffico motorizzato e pedonale e rispettare le bellezze naturali, i beni culturali e il paesaggio, l'ordine pubblico e la moralità.
- ²Le scritte pubblicitarie devono essere in lingua italiana. La traduzione in altre lingue è ammessa, purché non a caratteri superiori o più appariscenti.
- ³I Comuni mediante regolamenti speciali o norme di attuazione del Piano regolatore comunale possono definire limitazioni e restrizioni, criteri di sobrietà e di uniformità, se del caso distinti per zona.

TITOLO III - DISPOSIZIONI ESECUTIVE E TASSE

Art. 5

- Disposizione d'esecuzione**
- ¹Il Consiglio di Stato esercita la vigilanza sull'osservanza della presente legge, presta la consulenza ai Comuni, emana direttive e cura i rapporti con l'autorità federale.
- ²Esso emana il regolamento di applicazione e disciplina segnatamente modalità e contenuti della domanda di autorizzazione.

Art. 6

- Tasse**
- ¹Per ogni decisione di rilascio dell'autorizzazione o di rigetto della domanda è prelevata una tassa da fr. 50.- a fr. 2'500.-.
- ²Le spese per l'esecuzione di perizie e altre prestazioni sono poste a carico del richiedente.

TITOLO IV - MISURE AMMINISTRATIVE, CONTRAVVENZIONI E RIMEDI DI DIRITTO

Art. 7

Misure amministrative

¹In caso di violazione alla presente legge ed al suo regolamento di applicazione, l'autorità competente per il rilascio dell'autorizzazione può ordinare le seguenti misure:

- la manutenzione, la riparazione o la modifica dell'impianto pubblicitario;
- la rimozione dell'impianto pubblicitario.

²La procedura è disciplinata dalla Legge di procedura per le cause amministrative del 19 aprile 1966.

Art. 8

Contravvenzioni

Le contravvenzioni alla presente legge ed al suo regolamento di applicazione sono punite dall'autorità competente per il rilascio dell'autorizzazione con una multa da fr. 100.- a fr. 10'000.-.

Art. 9

Rimedi di diritto

¹Contro le decisioni del Municipio è data facoltà di ricorso al Consiglio di Stato.

²Le decisioni del Consiglio di Stato sono impugnabili al Tribunale cantonale amministrativo.

TITOLO V - DISPOSIZIONI FINALI

Art. 10

Norma abrogativa

La Legge sugli impianti pubblicitari del 28 febbraio 2000 è abrogata.

Art. 11

Norma transitoria

Gli impianti esistenti in contrasto con le nuove norme dovranno essere adattati o rimossi entro due anni dall'entrata in vigore della presente legge.

Art. 12

Entrata in vigore

Decorsi i termini per l'esercizio del diritto di referendum, la presente legge è pubblicata nel Bollettino ufficiale delle leggi e degli atti esecutivi ed entra immediatamente in vigore.

N.B.

La delega al Dipartimento e le vie di ricorso contro le decisioni del medesimo saranno stabilite nel regolamento di applicazione che verrà emanato dopo l'entrata in vigore della modifica legislativa.