



Ministero della cultura

DIREZIONE GENERALE ARCHEOLOGIA BELLE ARTI
E PAESAGGIO
SERVIZIO III

Al Direttore della Soprintendenza Speciale
Archeologia, belle arti e paesaggio di Roma

A tutti i Soprintendenti Archeologia, belle arti
e paesaggio

a p.c.
Al Segretario Generale

Al Capo dell'Ufficio legislativo

Al Capo di Gabinetto

CIRCOLARE

Oggetto: D. Lgs. 42/2004, art. 49 comma 3. Utilizzo a fini pubblicitari delle coperture dei ponteggi predisposti per l'esecuzione di interventi di conservazione - Indicazioni operative

Con nota prot. 6410 del 7 marzo u.s. il Segretario Generale ha posto all'attenzione di questa Direzione generale il tema delle affissioni pubblicitarie sui ponteggi evidenziando *"il prevedibile incremento delle istanze ex art.49, comma 3, del D.Lgs n.42/2004, dovute alla disponibilità di ingenti risorse stanziare dalla nuova programmazione ordinaria, dai fondi PNRR e dal Piano complementare"*.

Con la medesima nota il Segretario Generale ha invitato lo scrivente Direttore Generale a valutare la necessità di integrare la precedente Circolare DGABAP n. 49 del 7 dicembre 2020 sull'argomento *"per consentire l'individuazione di specifiche aree nelle quali sia precluso l'utilizzo dei ponteggi a scopi pubblicitari in ragione del relativo contesto urbano o del particolare interesse che li connota"*.

Considerato quindi quanto già disposto dalla citata Circolare, al fine di fornire linee di indirizzo omogenee in relazione ai criteri da adottare nell'ambito dei procedimenti ex art 49 c.3 del Codice;

atteso che la Soprintendenza Speciale Archeologia Belle Arti e Paesaggio di Roma ha con propria comunicazione, nota SSABAP-RM prot.49620 del 14/12/2020, già adottato delle *"linee guida per la sperimentazione dell'uso di tecnologie avanzate"* e che, ferma restando la propria autonomia scientifica vorrà interpretare quanto detto dappresso in forma di raccomandazioni;



il Direttore Generale ABAP, nell'ambito dei propri poteri di direzione, indirizzo, coordinamento e controllo delle attività esercitate dalle Soprintendenze ai sensi dell'art. 16, c. 1, del D.P.C.M. n. 169/2019, nel confermare i contenuti della Circolare n. 49 /2020 della quale si richiama il rigoroso rispetto, ai fini di un'azione coerente ed uniforme sull'intero territorio nazionale, nei confronti delle SABAP territoriali

DISPONE QUANTO SEGUE

Nell'ottica di assicurare le condizioni di libera fruizione e godimento collettivo dei beni oggetto di tutela si dettano le seguenti **norme generali**:

1. Temporaneità delle installazioni

Le SS.LL. rilasceranno i nulla osta/pareri consultivi **esclusivamente** per lavori inerenti lo stesso immobile per il quale si richiede l'installazione pubblicitaria, per un tempo massimo pari alla durata dei lavori, come indicata nel capitolato delle opere che dovrà essere allegato all'istanza, **e che comunque non potrà protrarsi oltre i 12 mesi**. In caso di interi isolati le cui opere abbiano una durata complessiva maggiore del termine sopraindicato l'impianto pubblicitario potrà essere installato su una sola facciata per volta e prima di concedere i nulla osta/ pareri consultivi successivi le SS.LL. avranno cura di controllare l'avvenuta rimozione dei messaggi pubblicitari dalla facciata precedentemente interessata dai lavori.

2. Riproposizione dei medesimi impianti pubblicitari

Le SS.LL. non autorizzeranno nuovi impianti pubblicitari su immobili o compendi per i quali sia stata autorizzata l'esposizione pubblicitaria sui ponteggi nei cinque anni precedenti.

3. Compresenza di più impianti pubblicitari

Le SS.LL. vorranno segnalare alle amministrazioni comunali l'esigenza di esaminare le richieste di impianti pubblicitari in ordine cronologico precisando che, salvo casi eccezionali adeguatamente motivati, non sarà ammessa l'esposizione contemporanea di due o più impianti pubblicitari su piazze, larghi, etc. rientranti fra le aree di particolare pregio di cui alla Circolare n. 49/2020 e comunque delle quali si dirà dappresso.

Per quanto attiene gli assi viari particolarmente estesi, si dovrà rispettare una distanza di almeno 250 mt fra un impianto e l'altro.

4. Percentuali di esposizione pubblicitaria

La dimensione dell'immagine pubblicitaria sugli immobili vincolati non dovrà, di norma, **eccedere il 30%** della superficie dei teli di protezione dei ponteggi che dovranno riportare serigrafata l'immagine del prospetto coperto (fatte salve eventuali indicazioni maggiormente restrittive contenute nei regolamenti comunali).

Tale percentuale dovrà essere calcolata sull'effettiva superficie del prospetto dell'immobile e non sulla superficie delle opere provvisoriale ed esclusivamente per ogni specifico fronte su cui insiste l'immagine pubblicitaria.

Le SS.LL. non autorizzeranno esposizioni pubblicitarie angolari.

5. Cambi messaggio pubblicitario

Atteso che i cambi dei messaggi pubblicitari si susseguono ripetutamente e con tempistiche incompatibili con le procedure autorizzatorie, al fine del maggiore snellimento dell'azione amministrativa le SS.LL. metteranno in atto tutte le evenienze atte a facilitare la visione e il provvedimento di autorizzazione o diniego del cambio messaggio in tempi brevi. In linea generale nell'autorizzare o meno il messaggio pubblicitario terranno conto di quanto previsto dal comma 4 *bis* dell'art. 23 del Codice della Strada.

6. Pubblicità su schermi digitali

Ai sensi dell'art. 49 c. 3 del Codice, le SS.LL. individueranno le zone e/o gli immobili di particolare pregio nelle quali la suddetta tipologia di installazioni non sia ritenuta compatibile con il particolare valore dei luoghi.

In caso di autorizzazione dei suddetti impianti, la dimensione dell'immagine pubblicitaria su schermi digitali non dovrà, di norma, eccedere il 20% della superficie dei teli di protezione dei ponteggi che dovranno riportare serigrafata l'immagine del prospetto coperto (fatte salve eventuali indicazioni maggiormente restrittive contenute nei regolamenti comunali). Tale percentuale dovrà essere calcolata sull'effettiva superficie del prospetto dell'immobile e non su quella delle opere provvisoriale ed esclusivamente per ogni specifico fronte su cui insiste l'immagine pubblicitaria.

I livelli di intensità luminosa dovranno essere opportunamente controllati e limitati in modo che la luminosità del messaggio pubblicitario non contrasti con le esigenze di tutela monumentale e dell'area pubblica di inserimento ed in tema di inquinamento luminoso dovranno essere rispettate le rispettive vigenti disposizioni regionali, anche con riguardo alla presenza di sistemi automatici di regolazione della luminosità (notte/giorno) ed al rispetto degli orari di spegnimento.

La durata dei messaggi pubblicitari sia di immagini che di video non dovrà essere inferiore ai 15 secondi, in accordo con quanto disposto dagli standard internazionali europei.

Il concessionario degli impianti pubblicitari non potrà utilizzare tali impianti digitali per la propria promozione.

Le SS.LL. dovranno esaminare tutte le immagini compresi eventualmente i filmati in formato integrale che verranno trasmesse e/o riprodotte.

Le immagini pubblicitarie dovranno essere alternate con filmati inerenti la documentazione dei lavori di restauro in corso di esecuzione.

7. Interventi di diretta gestione e/o su fondi MIC

Salvo casi eccezionali adeguatamente motivati, considerato il ruolo di modello che svolge la Pubblica Amministrazione nel perseguimento degli interessi pubblici legati alla libera fruizione del patrimonio culturale si segnala l'inopportunità di autorizzare impianti di affissione pubblicitaria sui ponteggi di lavori eseguiti su fondi MIC.

8. Interventi attuati con sponsorizzazioni

Fermo restando il rigoroso rispetto della normativa in materia sponsorizzazione ai sensi dell'art.120 del Codice e degli artt. 19 e 151 del D.Lgs 18 aprile 2016, n.50 s.m.i. (per approfondimenti operativi si rimanda a quanto precisato dall'Ufficio legislativo di questo Ministero con nota prot. n.14461 del 9 giugno 2016), atteso quanto sopra, e solo se ritenuto indifferibile ed urgente, le SS.LL. pubblicheranno un apposito avviso di ricerca di sponsor su proprio sito istituzionale. Si raccomanda, come specificato nelle indicazioni operative su menzionate *"di aver cura di predefinire, unilateralmente, il contenuto dell'avviso da pubblicare [...] e di individuare gli elementi essenziali tali da consentire al potenziale sponsor offerente di avere un'idea chiara e precisa di quale sia l'oggetto dell'intervento"*

9. Accordi con le amministrazioni comunali

Con spirito fattivo finalizzato alla collaborazione istituzionale per la valorizzazione del patrimonio culturale, le SS.LL. per gli immobili non vincolati ricadenti nelle aree di pregio precedentemente individuate, avranno cura di proporre la formalizzazione di appositi accordi con le amministrazioni comunali di riferimento, nel pieno rispetto della normativa vigente e delle rispettive competenze, al fine di richiamare l'attenzione sulla relazione di tali immobili con il complesso architettonico e urbano a cui appartengono ed in ogni caso, laddove sia richiesto un parere consultivo delle SABAP le SS.LL. si esprimeranno adottando le presenti linee guida.

Il Dirigente del Servizio III
Arch. Esmeralda Valente



IL DIRETTORE GENERALE
arch. Federica GALLONI

