



# COMUNE DI PALERMO

*Ufficio di Staff al Consiglio Comunale*

*VI COMMISSIONE CONSILIARE*

*Programmazione - Sviluppo Economico ed Attività Produttive - Lavoro e Artigianato -  
Mercati e Mercatini - Polizia Municipale - Turismo ed Attività Culturali.*

Piazza Giulio Cesare 52 Tel 091 740 3768

[sestacommissione@comune.palermo.it](mailto:sestacommissione@comune.palermo.it)

## **Verbale del 04 maggio 2018 seduta N. 165**

Il giorno quattro del mese di maggio dell'anno 2018, presso la propria sede, si è riunita la VI Commissione Consiliare, giusta convocazione prot. n. 74 del 26 Aprile 2018. Alle ore 9,00, in prima convocazione, non risulta presente alcun Consigliere. Si rinvia di un'ora per mancanza del quorum legale. Alle ore 10.15 in seconda convocazione, **il Consigliere Gelarda, consigliere più anziano per numero di voti, apre la seduta con la presenza del Consigliere Sala.**

**Argomento della seduta è l'audizione del Direttore della Confcommercio, dott. Vincenzo Costa per discutere il piano pubblicità.**

Alla seduta partecipa oltre al Dr. Vincenzo Costa anche l'Avvocato Sonia Cirella delegata dal Presidente della Confcommercio Dr.ssa Patrizia di Dio - presenta delega.

**Il Presidente Gelarda** apre la seduta dando il benvenuto agli ospiti ed invita il Direttore Costa ad esporre le problematiche sorte relativamente al piano pubblicità.

*Il Dr. Costa* ringrazia e consegna un documento ove sono indicati le osservazioni relative al vigente regolamento sulla pubblicità e il piano generale degli impianti pubblicitari. Il documento viene acquisito agli atti della commissione, il Dr. Costa continua con l'esposizione delle osservazioni suddivise in diversi punti:

### **1. Mancata individuazione dei siti ove allocare gli impianti.**

viene lamentata la mancata *"individuazione specifica e puntuale dei siti"*; malgrado il Consiglio Comunale con delibera n. 93/15 aveva approvato il regolamento e creato l'ufficio del piano il quale avrebbe dovuto elaborare le planimetriche su supporto informatico, avendo cura di specificare la puntuale ubicazione di ciascun impianto e la tipologia dello stesso. Il dr. Costa continua citando l'art. 36 del regolamento il quale prevede che il piano debba contenere l'individuazione degli spazi utilizzabili nelle diverse località per la collocazione degli impianti pubblicitari. Il piano attuale si limita a prevedere un mero accorpamento delle quadrature senza spiegare la tipologia di impianto - e in che quantità - potrà essere installato all'interno di ogni macrolotto (14 attualmente concepiti). L'individuazione è demandata agli operatori del settore, il che rende complicato per le imprese formulare financo un'offerta che possa essere remunerativa, non potendo prevedere mediante un piano economico di poter avere un ricavo visti i vincoli e divieti - il parere vincolante della Soprintendenza - o di altre autorità. Il Dr. Costa chiede che nel piano siano individuati i parametri tecnici degli impianti, cui gli operatori devono

attenersi, al fine di scongiurare l'installazione sul territorio di diversi manufatti di diverso design e colore.

**Il Cons Sala** chiede se sono in possesso della delibera del piano e fa rilevare che le schede e le tabelle non sono molto chiare e chiede se sono state comprese.

*Alle ore 10,25 entra il Consigliere Anello che assume la presidenza.*

**Il Cons Sala** continua con la descrizione delle tabelle, e dice che sono state messe a bando delle superfici con il formato dei cartelli, anche se alcuni cartelli sono anacronistici rispetto alle richieste del mercato.

*Il Dr. Costa* sostiene che bisogna dare delle regole più precise.

L'Avv. Cirella sostiene che il problema è anche dell'operatore che deve individuare dove collocare il cartello. Aggiunge che si deve prevedere il piano economico della installazione di un cartello, facendo riferimento ai vincoli conosciuti.

**Il Cons Sala** interviene dicendo che se mettiamo dei vincoli conosciuti, nel momento in cui devo presentare il progetto dell'impianto da installare ho dato delle regole da rispettare;

ribadisce che il piano non è stato realizzato per l'incapacità e per l'incompetenza, oltre ad un carico di lavoro eccessivo per gli uffici, però in questo momento è necessario uscire dallo stallo in cui attualmente ci troviamo.

*Il dr. Costa* puntualizza l'operatore nel momento in cui presenta i progetti per richiedere lo spazio che gli vengono aggiudicati, comunque sia, devono aspettare il parere dell'Amministrazione ma anche quello della Soprintendenza; il tempo utile che trascorre in attesa dei pareri per le Aziende è un mancato introito.

**Il Cons. Gelarda** riferisce che l'Assessore Marino assicurato che avrebbe inserito nel bando una norma che prevedeva che gli impianti illegali sarebbero stati rimossi, subito dal vincitore.

**Il Pres. Anello** chiede quale sia la posizione assunta dalla Confcommercio.

L'Avv. Cirella sostiene che bisogna mettersi nei panni dei nuovi imprenditori che vorrebbero inserirsi nel mercato pubblicitario di Palermo, e dare loro più tempo per studiare e valutare le opportunità che offre il mercato.

*Il dott. Costa* esponendo il 2° punto del documento, in riferimento alla proposta del bando il quale contiene la previsione di accorpamento degli originali 81 lotti in 14 macrolotti, a tal proposito non si capisce quale criterio gli Uffici hanno adottato per giungere a tale accorpamento. In merito alla modalità dell'organizzazione dei bandi, bisogna ricordare come appare forte e stringente la necessità di inserire apposite clausole di salvaguardia dei livelli occupazionali del settore, come prevede il Codice degli appalti (D. Lgs. 50/2016), il quale all'art. 50 prevede specifiche clausole sociali volte a promuovere la stabilità occupazionale del personale impiegato.

**Il Cons. Sala** riferisce che a tutela della salvaguardia del livello occupazionale, come avviene in altre realtà locali, si dovrà tenere conto dei lavoratori del comparto, mettendo nei bandi degli elementi limitanti per favorire le aziende locali, ma in ogni caso la legge

prevede la salvaguardia dei livelli occupazionali dei lavoratori i quali nell'ipotesi che un'azienda esterna possa vincere un bando, viene salvaguardato il livello occupazionale con l'inserimento dei lavoratori nella vicente azienda.

*Il Dott. Costa* ribadisce che le tipologie e i formati, di alcuni cartelli pubblicitari, sono ormai anacronistici e fuori commercio e ciò va a discapito dell'Azienda partecipante; quindi bisogna aggiornare le dimensioni dei cartelli con altri più commerciali, e che bisognerebbe avere un parere preventivo sul globale di tutti gli impianti anziché del singolo impianto.

Altro punto affrontato relativamente al parere della Soprintendenza, l'Azienda aggiudicataria del lotto deve acquisire il parere da parte della Soprintendenza ai Beni Culturali potendosi creare il paradosso che l'aggiudicatario, dopo aver sostenuto i costi per la partecipazione della gara, si veda opporre un diniego da parte della Soprintendenza con l'impossibilità di sfruttare tutta la quadratura del lotto aggiudicato. L'ideale sarebbe acquisire il parere preventivo e globale da parte della Soprintendenza allo scopo di garantire i lotti e gli aggiudicatari.

**Il Pres. Anello** riferisce che gli Uffici hanno inserito in cartografia i vincoli relativi al Codice della strada e della Soprintendenza ai Beni Culturali.

**Il Cons. Gelarda** sostiene che il piano ed il bando pubblicità devono essere sottoposti alla valutazione ambientale strategica da parte dell'Assessorato Regionale Territorio ed Ambiente.

*Il Dott. Costa* affronta un altro punto del documento presentato relativo alla tecnologia led, l'art. 11 comma 1 lettera a prevede espressamente la possibilità di installare impianti con illuminazione con tecnologia L.E.D. al contrario, l'art 12 del piano generale pone una inspiegabile limitazione all'uso della suddetta tecnologia consentendola solo all'interno di parcheggi con luci rivolte verso l'interno, per cui l'art 11 e 12 si contraddicono.

**Il Cons. Gelarda** sostiene che la tecnologia a L.E.D. è normata dal codice della strada che indica in lumen consentiti per non dare fastidio.

L'Avv Cirella ribadisce che bisogna fare riferimento e distinguere gli impianti luminosi con quelli a tecnologia a led.

*Il Dott. Costa* affronta altro punto del documento presentato, relativo ai piccoli impianti o impianti di esercizio commerciali è ritiene irragionevole l'equiparazione della procedura di autorizzazione finalizzata all'installazione di un insegna di esercizio a quella autorizzativa di un impianto di pubblicità esterna.

**Il Cons. Sala** concorda con quanto detto dal Dott. Costa.

**Il Pres. Anello** propone di fare un elenco delle richieste che questa Commissione può acquisire e fare proprie portandole attraverso degli emendamenti in Consiglio Comunale.

Aggiunge che la Commissione approfondirà il punto 7 del documento relativo alle insegne di esercizio.

*Il Dott. Costa* in merito alle vetrofanie, le quali sono esenti dall'imposta sulla pubblicità, se non superano il mezzo metro quadro per ciascuna vetrina sempre che si riferiscano alle

attività esercitate nei locali, chiede che sia specificato nel nuovo regolamento l'esenzione anche del procedimento autorizzativo e l'ampliamento a 2.5 metri quadri.

**Il Cons. Sala** concorda con quanto detto dal Dott. Costa e ricorda che le vetrofanie bisogna dare comunicazione al SUAP, ed è sottoposta al pagamento della tassa se l'oggetto della pubblicità è diversa dall'attività del locale che l'espone.

In conclusione, pur concordando con le richieste, non possono essere inserite in quanto bisognerebbe modificare il regolamento che potrebbero avere delle refluenze sul bando, ma in ogni caso la Commissione si riserva, successivamente, di apportare attraverso degli emendamenti le dovute modifiche.

**Il Cons. Gelarda** dice che l'idea di modificare contestualmente il regolamento è stimolante.

**Il Cons. Sala** riferisce di acquisire le richieste di modifica del regolamento ma all'ordine del giorno abbiamo la valutazione del piano che in questo momento è urgente approvare.

**Il Pres. Anello** ribadisce che si può in un secondo momento proporre la variazione del regolamento; le conclusioni che ha letto nel documento presentato lo vedono d'accordo sul primo punto mentre rimane perplesso sul secondo punto.

*Il Dott. Costa* dice che visto che esiste una nota da parte del MEF il quale ha sanzionato l'Amministrazione comunale, nelle more che il piano sia rielaborato e per salvaguardare l'Amministrazione, si potrebbero bandire gare pubbliche per l'assegnazione delle quadrature ancora disponibili, nonché per l'assegnazione degli spazi su recinzioni, ponteggi e cesate di cantiere.

**Il Pres. Anello** pone un'interrogazione sulla procedura per l'assegnazione dei lotti che non verranno assegnati.

**Il Cons. Gelarda** concorda pienamente con la prima parte delle conclusioni del documento presentato da Confcommercio ma non è d'accordo con il 2° punto.

**Il Cons. Sala** ribadisce la tematica che i concessionari devono installare gli impianti come proposto in progetto, e se non ottemperano a quanto previsto dopo verifiche potrebbero perdere la concessione di tutto.

**Il Cons. Gelarda** sostiene che le stime dei cartelloni pubblicitari installati, di cui bisogna approfondire il rispetto delle norme, sono almeno il 50%, aggiunge inoltre che è necessario una verifica di tutti gli impianti pubblicitari.

*Alle ore 11, 10 esce il Consigliere Gelarda.*

**Il Pres. Anello** in conclusione riferisce che dopo aver effettuato l'installazione degli impianti si può avere la geolocalizzazione ed i concessionari possono liberare dai cartelli abusivi i lotti acquisiti dalle aziende.

*Il Dott. Costa* chiede, se rispetto alla composizione dei macrolotti, la quadratura è coerente.

**Il Pres. Anello** risponde: non possiamo saperlo anticipatamente.

*L'Avv. Cirella* sostiene che bisognerebbe trovare una uniformità degli impianti, altrimenti gli stessi saranno difforni uno dall'altro, per cui sarà necessaria un'omogeneità.

**Il Pres. Anello** ribadisce che le limitazioni di uniformare gli impianti pubblicitari sono riferite solamente al centro storico. Congeda e ringrazia i partecipanti per la fattiva collaborazione.

La Commissione prosegue i lavori parlando del regolamento DEHORS il cui limite di 36 metri salvaguardia i posti auto.

La seduta è chiusa alle ore 11:25

Letto ed approvato

Il Segretario

Salvatore Palazzolo.

**Il Presidente**

**Igor Gelarda**

**Alessandro Anello**