

La riforma Un piano per ogni municipio con gli spazi dedicati alle affissioni

Guerra ai cartelloni pubblicitari Saranno di meno e più piccoli

L'assessore Leonori: in Europa nessuno ha pubblicità così invasive

Damiana Verucci

■ L'assessorato al commercio accelera sulla riforma degli impianti pubblicitari che comunque, per dare davvero i suoi frutti, avrà bisogno dell'intervento del commissario. Sì perché anche se sono stati adottati dalla Giunta i piani di localizzazione nei 15 Municipi, l'iter non sarà completato prima dello scioglimento della stessa a causa delle dimissioni del sindaco Marino, che saranno effettive il 2 novembre. Fatto sta, l'assessore al commercio, Marta Leonori, è sicura che arrivato a questo punto il piano non può essere più fermato. O, quantomeno, sarebbe follia farlo.

Diminuisce drasticamente la superficie totale di spazi pubblicitari: dai 233 a 62 mila metri quadrati. Ogni Municipio avrà il suo spazio da dedicare alle affissioni, siano dei privati o del Comune, tutto quello che resta fuori sarà considerato abusivo e potrà essere rimosso in modo volontario a spese di chi lo affigge o in modo coatto dall'amministrazione. A proposito dei costi di rimozione con gli stanziamenti del bilancio 2015 sono state esperite due gare in fase di aggiudicazione del valore di 100 mila euro ciascuna, che permetteranno di abbassare di circa 1/3 i costi di rimozione. Con il nuovo regolamento si sono ridotte anche le dimensioni di 3 mila cartelloni al formato 3x2, il cui adeguamento si è concluso lo scorso 10 ottobre e nei giorni immediatamente successivi sono stati avviati i controlli per sanzionare gli impianti non in regola. «Nessuna Capitale europea aveva una presenza di spazi pubblicitari così massiccia e invasiva, ma soprattutto in nessuna

grande città si assisteva al proliferare di impianti abusivi, lesivi dell'immagine di Roma, della sicurezza dei cittadini e anche delle casse dell'amministrazione. A Roma non sarà più così», sono stale le parole di Leonori durante la presentazione del regolamento. L'assessore non ha avuto problemi a definire, con orgoglio, il Prip (Piano regolamento degli impianti pubblicitari) come l'atto più importante dei suoi due anni e mezzo di mandato nella giunta Marino. Nei prossimi giorni i 15 Piani saranno pubblicati online, sottoposti alle osservazioni da parte dei Municipi, dei cittadini e delle associazioni e dopo l'approvazione sarà possibile procedere ai bandi di gara.

Intanto ieri Leonori ha firmato anche un protocollo con la Confesercenti e la Cna per la creazione di sportelli dedicati all'avvio e alla variazione dell'attività di impresa, disponibili nelle sedi delle due associazioni e sul portale del SUAP di Roma Capitale. Lo scopo è dotare gli imprenditori di servizi online suppletivi a quelli forniti dall'assessorato e di farsi coadiuvare dalle associazioni di categoria nello svolgimento di alcune pratiche, come la Scia (segnalazione di inizio attività).

L'altra novità

Sportelli per le imprese

Avviamento più facile

62

Mila

Metri quadrati di superficie totale di spazi pubblicitari a fronte dei 233 mila

100

Mila

Euro stanziati per le gare di affidamento del servizio rimozione dei cartelli



Peso: 32%



Leonori
Il Prip, Piano regolamento degli impianti pubblicitari, è l'atto più importante dei miei due anni e mezzo di mandato nella giunta Marino



Peso: 32%