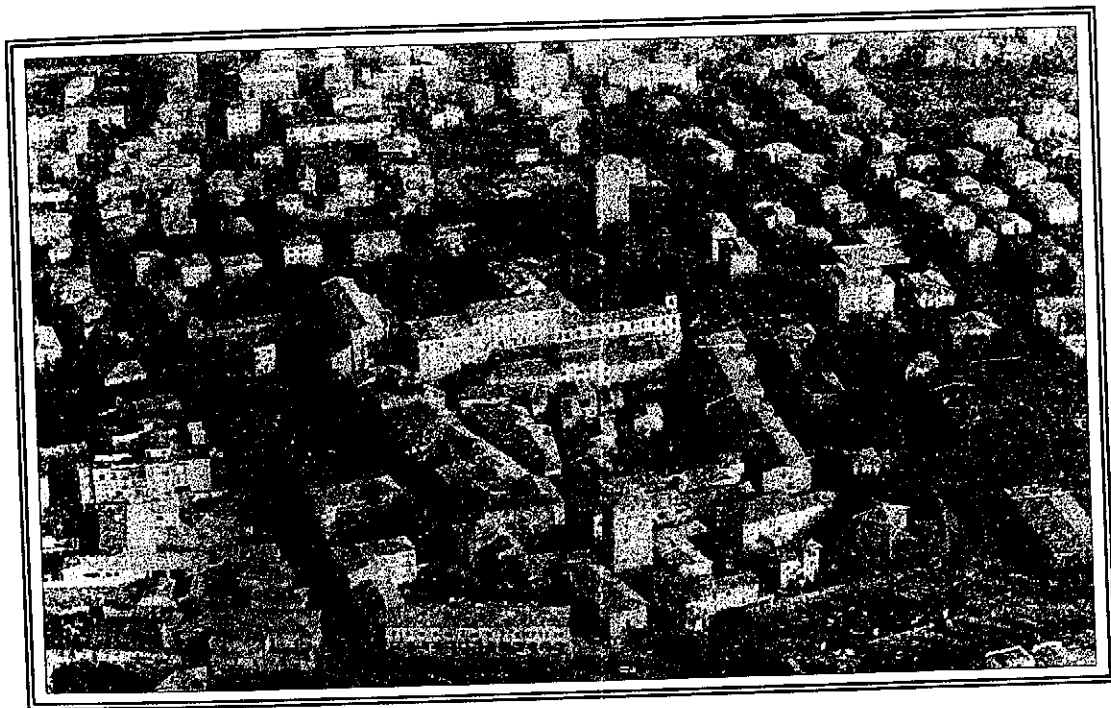


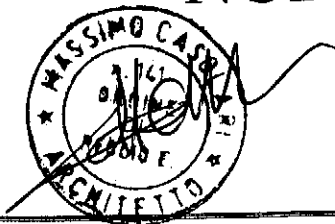
COMUNE DI NONANTOLA

PROVINCIA DI MODENA

**PIANO DI RIQUALIFICAZIONE
PER IL CENTRO STORICO DI NONANTOLA**



**PIANO DI ARREDO URBANO
NORMATIVA**



Progettista:
Arch. Massimo Casolari

Il Sindaco:
Stefano Vaccari

L'Ass.re all'Urbanistica:
Stefano Vaccari

PIANO DI RIQUALIFICAZIONE DEL CENTRO STORICO DEL COMUNE DI NONANTOLA

8

ARREDO URBANO

SOMMARIO

PREMESSA	<i>pag.</i>	1
ARREDO URBANO	<i>pag.</i>	2
CLASSIFICAZIONE DEI SEGNI	<i>pag.</i>	3
NORMATIVA	<i>pag.</i>	6
Art. 1 OBIETTIVI GENERALI	<i>pag.</i>	6
Art. 2 POSIZIONAMENTO DEI SEGNI CITTADINI	<i>pag.</i>	8
Art. 3 SEGNALETICA STRADALE	<i>pag.</i>	10
Art. 4 SEGNALI D'INFORMAZIONE ED ORIENTAMENTO	<i>pag.</i>	11
Art. 5 PUBBLICITA'	<i>pag.</i>	12
Art. 6 AFFISSIONI	<i>pag.</i>	13
Art. 7 INSEGNE	<i>pag.</i>	16
Art. 8 TARGHE	<i>pag.</i>	18
Art. 9 VETRINE	<i>pag.</i>	19
Art. 10 TENDE	<i>pag.</i>	20
Art. 11 STRISCIONI	<i>pag.</i>	21

PIANO DI RIQUALIFICAZIONE DEL CENTRO STORICO DEL COMUNE DI NONANTOLA

ARREDO URBANO

PREMESSA

Il **PIANO DELL'ARREDO URBANO** del Comune di Nonantola costituisce un ulteriore contributo al riordino cittadino generale, già affrontato attraverso la redazione del Piano della Pavimentazione e dell'Illuminazione Pubblica.

Questi strumenti operano sulla porzione di città storica in modo univoco costituendo, sostanzialmente, un unico **PROGETTO DI RIQUALIFICAZIONE** cittadina in grado di superare la ristretta visione dei singoli problemi o delle singole risoluzioni funzionali.

L'obiettivo generale al quale tutti gli strumenti concorrono è riproporre una più qualificata abitabilità pubblica degli spazi urbani opponendosi all'attuale stato di incoerenza formale del centro storico.

Nello specifico il **PIANO DELL'ARREDO URBANO** affronta il difficile compito di regolamentare il progressivo sviluppo degli elementi informativi e di comunicazione presenti nella città.

Il degrado dell'immagine cittadina infatti è causato anche dalla moltitudine di segnali informativi, direzionali, pubblicitari, stradali che si sovrappongono con casualità alla scena urbana cancellando indiscriminatamente i punti di lettura culturali, ed emozionali del centro storico.

Compito del **PIANO DELL'ARREDO URBANO** è anche quello di regolamentare il settore delle insegne luminose, delle vetrine e delle tende; l'arroganza privata di certe soluzioni di "**VALORIZZAZIONE**" commerciale: tende vistosissime, insegne enormi, vetrine indecifrabili, hanno provocato danni a spazi pubblici, portici, vie caratteristiche, piazze monumentali.

A R R E D O U R B A N O

L'esigenza di regolamentare i segnali di comunicazione presenti nelle nostre città è piuttosto recente: nell'antichità le vie, le piazze e le contrade erano identificate attraverso targhe o simboli (sculture e bassorilievi); la città non doveva specificare nient'altro perchè i suoi fruitori erano i residenti stessi che la conoscevano in ogni suo particolare e quindi non si manifestava l'esigenza di introdurre codici di orientamento specifici.

Col progressivo evolversi delle attività produttive e commerciali si intensificano i rapporti tra luoghi cittadini, paesi e territorio.

L'uomo, attraversando ambienti e città che non conosce, deve riuscire ad identificare i luoghi da raggiungere; si determina così la necessità di creare un codice di interpretazione dei luoghi comprensibile ai soggetti più eterogenei.

Nascono le insegne, i simboli, le indicazioni più disparate per facilitare i contatti e le relazioni tra i fruitori della città.

Se si può ipotizzare (con estrema cautela) che sia esistito un periodo storico nel quale il livello di informazioni espresso dalla città era proporzionale alle esigenze dei fruitori, tale equilibrio si è sicuramente infranto con l'immissione sulla scena urbana dei nuovi codici e simboli **relativi alla circolazione meccanizzata** ed alla logica consumistica.

La frenetica logica espansionistica e di "progresso", innescata dalla rivoluzione industriale, ha determinato un fenomeno di progressiva estraneazione fra abitanti ed ambiente costruito, provocando difficoltà sempre maggiori d'uso e di interpretazione dei luoghi della città e del territorio.

L'attuale immagine caotica delle nostre città è il risultato delle continue sovrapposizioni di nuovi "segnali" indispensabili ad interpretare le singole necessità e le urgenze emergenti nei diversi periodi storici.

Purtroppo l'eccessiva presenza di "segnali" e "simboli" nel contesto urbano ha determinato un flusso di informazioni altamente disturbato che difficilmente raggiunge la massa dei ricettori in modo decifrabile; è come cercare di farsi sentire stando tra persone che parlano ad alta voce: bisogna urlare sempre più forte sino al punto in cui tutti urlano e si forma un rumore uniforme indecifrabile.

L'impossibilità di negare i nuovi bisogni di comunicazione dell'attuale città non deve sgomentarci: ogni problema va affrontato per cercare di comprendere e controllare il processo di trasformazione che deve attuarsi per ridurre il "rumore semantico" complessivo nella città e soprattutto nel centro storico.

L'obiettivo del Piano di Arredo Urbano è di pianificare i messaggi e i simboli presenti in città riassegnandogli la funzione originaria di sistemi di informazione.

La Normativa deve essere in grado di riordinare il senso complessivo ed i significati della città, rispettare il flusso delle informazioni (affinchè ogni singolo messaggio abbia senso compiuto) ed assicurare priorità e sequenza logica nella gestione dei dati da trasmettere.

Il "SEGNO" non deve penalizzare l'ambiente nel quale deve inserirsi ed allo stesso tempo deve emergere attirando l'attenzione di tutti in modo chiaro ed immediato: questo è il difficile compito che il Piano di Arredo Urbano si propone di affrontare.

CLASSIFICAZIONE DEI SEGNI

Il Piano dell'Arredo Urbano deve rappresentare (attraverso segni e simboli), le funzioni, le attrezzature ed i servizi esistenti nella città; la gestione dei "segni" contribuisce all'innalzamento della qualità dei luoghi favorendo l'orientamento ed il comfort dei fruitori.

Per individuare tutti i segni contenuti nel paesaggio urbano distinguiamo due grandi categorie di segnali:

A) SEGNALI PER LA CITTA'

- A1 - segnali di informazione e di orientamento,
- A2 - segnaletica stradale,
- A3 - pubblicità - affissione;

B) SEGNALI PER LE ATTIVITA'

- B1 - insegne,
- B2 - vetrine,
- B3 - tende.

A1) Per SEGNALI DI INFORMAZIONE E DI ORIENTAMENTO intendiamo tutti i messaggi che concorrono all'uso dei servizi della città e dal senso di orientamento tra luogo e luogo:

- mappe della città, del centro storico, del parco, ecc;
- rete dei servizi pubblici;
- indicazioni di luoghi, strade, monumenti;
- pannelli elettronici o bacheche.

I segnali di orientamento devono essere posizionati in modo da dirigere l'utente verso una determinata meta indicandogli il percorso più breve e più facile, evitando di occultare gli aspetti artistici-ambientali del luogo.

A2) La SEGNALETICA STRADALE occupa uno spazio rilevante nel panorama cittadino ed è la causa dei maggiori danni ambientali perché installata negli anni in cui all'automobile venivano sacrificati tutti i comfort cittadini e gli antichi equilibri tra uomo e ambiente.

La segnaletica stradale è strettamente connessa al concetto di velocità, di circolazione, perciò è situata in posizioni di immediata lettura, di forte presenza, di traumatica violenza semantica.

La segnaletica deve emergere, deve imporsi su ogni altro messaggio perché deve essere vista attraverso un parabrezza mentre ci si sposta nel traffico; la segnaletica stradale è un notevole elemento di inquinamento visivo:

- semafori;
- divieti;
- indicazioni;
- cartelli;
- lampeggiatori;
- transenne ecc...

Il Piano di Arredo Urbano prevede una drastica riduzione-riorganizzazione di tutta la segnaletica esistente basandosi sulle prospettive di sviluppo dei percorsi pedonali nel centro storico.

A3) La PUBBLICITA' è sicuramente il settore di comunicazione cittadino più difficilmente controllabile in quanto tende all'incremento della propria presenza attraverso nuove forme per stupire ed attirare l'attenzione dei passanti.

Se per i "soprusi" causati dalla segnaletica stradale esiste la possibilità di ridurli drasticamente attraverso la pedonalizzazione del centro, ciò non è riproponibile per la pubblicità: quale attività rinunciarebbe alla propria presenza sulla scena urbana per qualificare i luoghi del centro storico?

Gli elementi di supporto al linguaggio pubblicitario sono:

- impalcature;
- affissioni;
- striscioni stradali;
- cartelloni di ogni tipo;
- totem pubblicitari;
- bacheche pubbliche e private.

In generale la collocazione di questi elementi annienta ogni valore estetico dell'ambiente nel quale sono inseriti, la normativa interviene solo (mediando tra funzione ed estetica) in merito alla **QUANTITA'** ed alle dimensioni del linguaggio pubblicitario, ma non sulla **QUALITA'** dell'immagine da realizzare.

- B1)** Le **INSEGNE** pubbliche e private indicano il tipo di attività svolta per chiunque si relazioni con la vita cittadina; sono un messaggio essenziale ed una componente fondamentale per l'organizzazione degli scambi tra uomo e ambiente.

Purtroppo il loro affollarsi ha trasformato la volontà iniziale di informare (distinguendo), in quella di uniformare il messaggio in un unico panorama di segnali nel quale nessuno emerge, annullandosi l'uno con l'altro.

La normativa indica gerarchie e priorità, dimensioni e tipologie delle insegne per rimettere ordine all'aspetto urbano diurno e notturno.

- B2)** La struttura e la tipologia delle **VETRINE** non sfugge alle regole imposte dalle esigenze commerciali: devono essere appariscenti.

Abbiamo così una miriade di materiali, forme, colori, dimensioni che caratterizzano la qualità della scena urbana al piano terra del centro storico.

La normativa pone alcuni vincoli per tutelare l'immagine della città che il pedone coglie ad altezza d'uomo percorrendo le vie e le piazze.

- B3)** La presenza delle **TENDE** nella scena urbana è causa di notevole disturbo alla lettura delle prospettive o dei poli visuali presenti nel tessuto antico.

La loro continuità crea un "nastro" che taglia a circa 3,00 mt. dal piano stradale le facciate degli edifici storici falsandone ogni rapporto volumetrico ed ogni lettura degli apparati decorativi.

La normativa deve ridurre e regolamentare questo elemento di disturbo indicando le tipologie, le dimensioni, i materiali compatibili ed il loro collocamento.

PIANO DI RIQUALIFICAZIONE DEL CENTRO STORICO DEL COMUNE DI NONANTOLA

ARREDO URBANO N O R M A T I V A

Art. 1 OBIETTIVI GENERALI

La normativa si pone i seguenti scopi:

- organizzare e riordinare il senso complessivo dei segni e dei significati del centro storico,
- rispettare il flusso delle informazioni per non ostacolare lo sviluppo delle interrelazioni sociali,
- assicurare priorità e sequenza logica nella gestione dei dati da trasmettere.

1.1 Le prescrizioni riguardanti l'Arredo Urbano devono soddisfare le seguenti priorità:

- 2a regolamentare i percorsi pedonali e meccanizzati,
- 2b elencare i servizi forniti dalla città,
- 2c facilitare l'orientamento e la fruizione dei servizi,
- 2d individuare i poli per le informazioni delle iniziative presenti in città (bandi, gare, spettacoli, comunicazioni pubbliche e private),
- 2e razionalizzare le insegne delle attività pubbliche e private,
- 2f organizzare le affissioni,
- 2g regolamentare le vetrine e le tende dei negozi.

1.2 Per rispettare le priorità indicate nel punto 1.1 della presente normativa, si stabilisce la seguente gerarchia di **segni**:

- *segnaletica stradale (2a),*
- *informazioni ed indicazioni di orientamento (2b – 2c – 2d),*
- *pubblicità a più livelli (2e – 2f – 2g).*

1.3 La normativa dell'Arredo Urbano si basa sostanzialmente sui valori **iconografici**; l'intervento di artisti o designers dovrebbe provocare un linguaggio "ad hoc", per le indicazioni del centro storico di Nonantola.

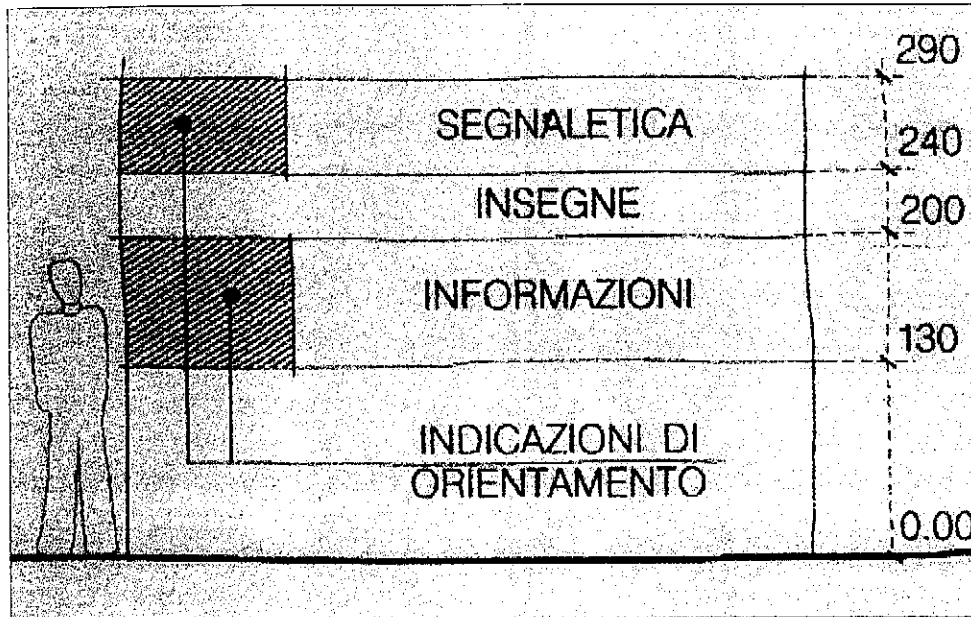
Per i **segni** urbani, in sede esecutiva, valgono le seguenti prescrizioni:

- *essere immediatamente riconoscibili,*
- *essere collocati rispettando l'ambiente,*
- *rispettare le norme internazionali,*
- *avere segni e figure nette,*
- *richiedere costi di realizzazione contenuti,*
- *richiedere scarsa manutenzione.*

1.4 La segnaletica ed i **segni** cittadini dovranno integrarsi alle realizzazioni previste dal Piano delle Pavimentazioni, al fine di creare un'unica coerente scena urbana.

Art. 2 POSIZIONAMENTO DEI SEGNI CITTADINI

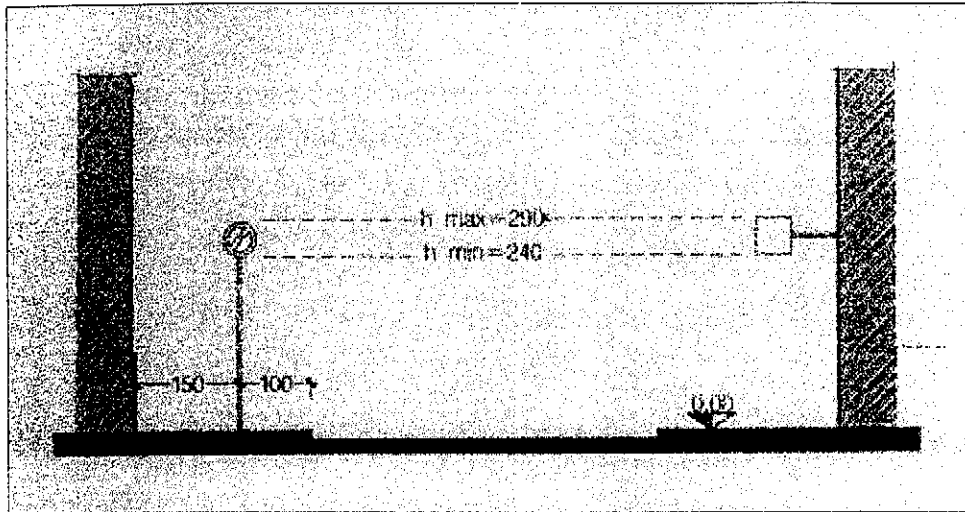
Per evitare l'addensarsi confuso e la sovrapposizione di segnali, simboli, indicazioni, pubblicità, sono stati fissati criteri di gerarchizzazione degli spazi in base ai quali distribuire i segni cittadini:



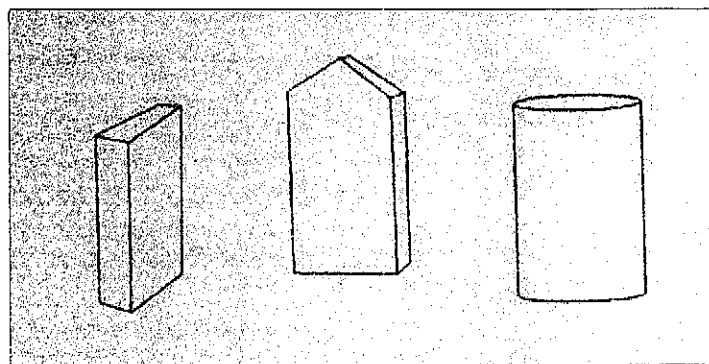
2.1 Nel rispetto delle priorità individuate al punto 1.2 delle presenti norme, si ha:

- | | |
|---|---------------------------------------|
| a) - segnaletica stradale
(a muro): | hmin 240 hmax 290; |
| b) - indicazioni di orientamento
(a muro): | hmin 240 hmax 29
hmin 130 hmax 200 |
| - informazioni
(a muro): | hmin 130 hmax 200; |
| c) - pubblicita' a piu' livelli
insegne negozi a muro: | hmin 200 hmax 240. |

- 2.2 Per il collocamento di qualsiasi tipologia di segno a bandiera è prevista una altezza da terra di mt. 2.40.



- 2.3 Il "SEGNO" non deve penalizzare l'ambiente nel quale deve inserirsi ed allo stesso tempo deve emergere attirando l'attenzione di tutti in modo chiaro ed immediato.
- 2.4 Il "SEGNO" deve evitare di occultare gli aspetti artistici-ambientali del luogo; nel caso in cui risultasse impossibile utilizzare i fronti degli edifici per collocare i segni della città, si dovranno individuare quei luoghi atti ad ospitare totem, vetrinette, espositori realizzati per ospitare i segnali ed i simboli del linguaggio cittadino.



- 2.5 Per la collocazione della pubblicità espressa attraverso le affissioni vedere norme specifiche: art. 5.

Art. 3 SEGNALETICA STRADALE

Le presenti norme prevedono una riduzione drastica dei cartelli e dei segnali attualmente posti a ridosso delle architetture o collocati in modo casuale lungo i percorsi cittadini.

- 3.1** Nelle zone pedonali dovrà essere prevista una **SEGNALETICA** speciale concepita per il pedone:
- a) rispettosa delle norme internazionali,
 - b) di misura ridotta,
 - c) collocata ad altezza d'uomo,
 - d) raccolta per gruppi di informazione.
- 3.2** La presente normativa propone l'abolizione dei vistosi segnali che indicano la definizione delle aree pedonali attraverso l'inserimento sulla scena urbana di oggetti simbolo, realizzati da artisti, architetti o designers, in grado di esprimere la memoria storica delle antiche porte cittadine che definivano il confine (fisico e psicologico) tra città e campagna.
- 3.3** La **SEGNALETICA STRADALE** può essere collocata anche in strutture che prevedono altri gruppi di segni urbani purchè nella distribuzione siano rispettate le priorità indicate al punto 1.2 delle presenti norme.
- 3.4** L'assenza di norme nazionali in materia di posa e collocazione dei **SEGNALI STRADALI** nelle città, determina atteggiamenti improvvisati, tolleranti e casuali, spesso in contrasto con le norme del codice della strada.

La Normativa dell'Arredo Urbano indica il posizionamento della **SEGNALETICA** per il centro storico e le zone pedonali (vedi Art. 2).

Art. 4 SEGNALI DI INFORMAZIONE E ORIENTAMENTO

Per **SEGNALI DI INFORMAZIONE E ORIENTAMENTO** si intendono quei messaggi che facilitano l'uso dei servizi presenti in città:

- mappe della città, del centro storico, del parco;
- rete dei servizi pubblici;
- indicazione di luoghi, strade, monumenti;
- pannelli elettronici o bacheche.

- 4.1** I **SEGNALI DI INFORMAZIONE E ORIENTAMENTO** possono essere scritti o rappresentati da simboli.
- 4.2** Sono da evitare l'eccessiva astrazione e la sovrapposizione dei linguaggi.
- 4.3** Nei luoghi con maggiore presenza di persone le indicazioni devono essere più fitte, dettagliate e leggibili a media e breve distanza (art. 2 punto 2.1).
- 4.4** Nei parchi e nei giardini le indicazioni devono essere più distanziate per una maggior lettura a distanza.
- 4.5** I **SEGNALI DI INFORMAZIONE E DI ORIENTAMENTO** possono essere collocati anche in strutture che prevedono altri gruppi di segni urbani purchè nella distribuzione si rispettano le priorità indicate al punto 1.2 delle presenti norme.
- 4.6** I **SEGNALI DI INFORMAZIONE E DI ORIENTAMENTO** devono essere posizionati in modo da dirigere l'utente verso una determinata meta indicandogli il percorso più breve e più semplice.
- 4.7** Il posizionamento dei **SEGNALI DI INFORMAZIONE E DI ORIENTAMENTO** sui fronti (a muro, o braccio), dovrà rispettare le indicazioni previste all'Art. 2 delle presenti norme.
- 4.8** La struttura di supporto, il formato ed il colore delle **INDICAZIONI DI ORIENTAMENTO** dovranno essere ripetitivi e personalizzati, per distinguersi immediatamente tra i vari segnali della città.

4.9 Le informazioni espresse mediante pannello bacheca, potranno essere collocate in luoghi di transito pedonale secondo le presenti distinzioni:

- a) se a carattere temporaneo = pannello autoportante posto ad almeno 1.50 mt. dai fronti;
- b) se a carattere permanente = pannello autoportante posto secondo indicazioni della presente normativa.

4.10 Le informazioni pubbliche a carattere provvisorio: bandi, concorsi, manifestazioni, ecc..., espresse mediante affissione, dovranno essere apposte su supporti autoportanti temporanei.

Per la loro collocazione valgono le considerazioni espresse al punto 4.9.

Art. 5 PUBBLICITA`

Le tipologie di segnali pubblicitari presenti nella scena urbana sono molteplici; schematizzando possiamo individuare le seguenti categorie:

- a) AFFISSIONI (Art. 6),
- b) INSEGNE (Art. 7),
- c) TARGHE (Art. 8),
- d) VETRINE (Art. 9),
- e) TENDE (Art. 10),
- f) STRISCIONI (Art. 11).

5.1 Si auspica l'organizzazione della pubblicità realizzata attraverso apposite forme di supporto riconoscibili alla percezione degli abitanti: totem, pannelli, colonne, ecc.

5.2 Sono ammesse soluzioni che prevedono i segnali pubblicitari collocati tra altri segni cittadini, purchè siano rispettate le priorità indicate all'Art. 1.2 delle presenti norme.

Art. 6 AFFISSIONI

6.1 Sarà opportuno individuare possibili collocazioni nel rispetto e nella salvaguardia dei valori architettonici-ambientali del paese.

6.2 La normativa stabilisce il raggruppamento delle varie affissioni in quattro categorie di informazioni:

- a) informazione civica;
- b) informazione culturale, spettacolo, tempo libero;
- c) pubblicità commerciale;
- d) avvisi funebri.

Per esse necessita la progettazione di un simbolo grafico riconoscibile, appositamente creato per caratterizzare il luogo dell'informazione(vedi tav. 12).

6.3 Non è prevista in nessun caso(anche se provvisoria) l'affissione murale diretta con assenza di supporto opportunamente organizzato secondo le presenti norme.

6.4 Le tipologie ammesse per l'affissione sono le seguenti:

- a) pannello murale (moduli 70 x 100) provvisto di montanti verticali in ferro, fondo in lamiera, distanziato dal muro con staffe di 5 cm.;
- b) pannello bifacciale con struttura autoportante(moduli 70 x 100, max 4);
- c) pannello mono o bifacciale con struttura autoportante, dimensionato per un solo modulo 70 x 100 (bacheca);
- d) pannello murario per affissioni inferiori al modulo 70 x 100 (avvisi funebri pubblicita' immobiliare) munito di supporto in lamiera distanziato dal muro con staffe di 5 cm.

PANNELLI A MURO

- 6.5 L'orientamento di massima del piano privilegia l'individuazione nella città di pannelli autoportanti, scoraggiando l'applicazione di pannelli a muro per evidenti motivazioni estetiche.
- 6.6 Nei casi in cui si affronti la collocazione di pannelli del tipo "a" e "d" (punto 6.2), valgono le seguenti prescrizioni:
- a) non è ammesso il modulo 70 x100 a doppia altezza;
 - b) lungo le vie deve essere mantenuto costante il limite superiore orizzontale dei supporti;
 - c) rispetto dell'unità dei fronti: il pannello non deve collegare facciate distinte;
 - d) rispetto degli apparati decorativi e delle murature di particolare pregio;
 - e) i pannelli non dovranno interrompere "ritmi" di facciate che presentano aperture (finestre, porte o vetrine) scandite in modo simmetrico;
 - f) i moduli dei pannelli non potranno svilupparsi oltre i 2.80 mt. senza interruzioni;
 - g) le interruzioni tra i pannelli non potranno essere inferiori a 1.40 mt.

PANNELLI AUTOPORTANTI

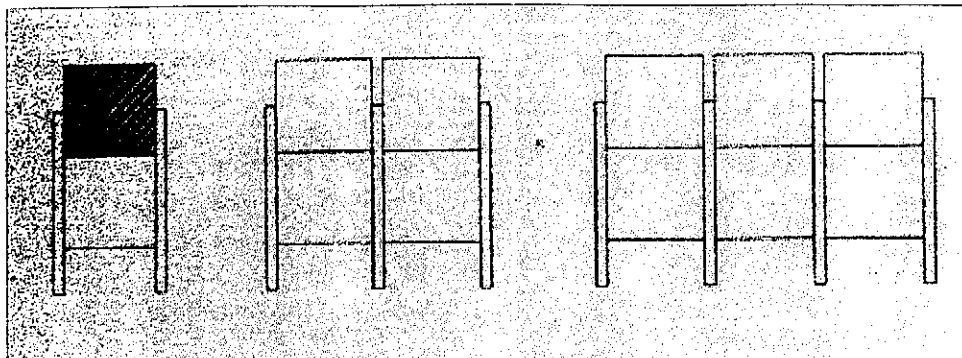
- 6.7 I pannelli autoportanti(mono o bifacciali) costituiscono una notevole possibilità di razionale organizzazione del linguaggio informativo per affissione.

Per la tipologia "b" (punto 6.4) valgono le seguenti prescrizioni:

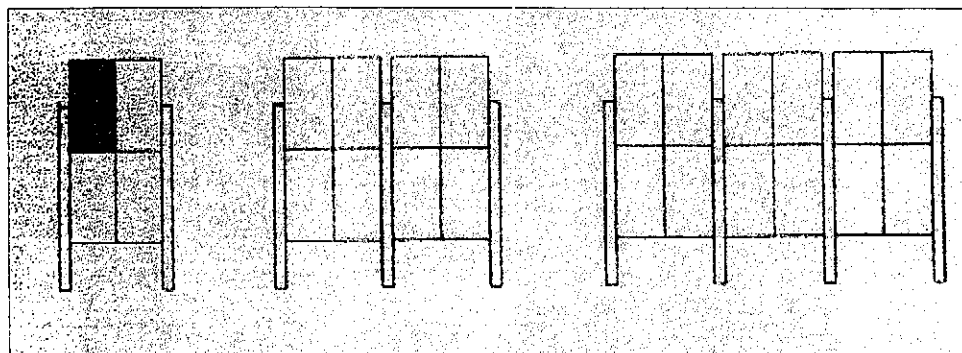
- a) distanza minima dal fronte degli edifici 1.50 mt.,

b) per l'organizzazione dei pannelli autoportanti sono previsti i seguenti moduli:

- modulo 100 x 140



- modulo 70 x 100



c) altezza minima dei pannelli da terra 50 cm.

PANNELLO BACHECA

- 6.8 Il pannello "bacheca" può essere provvisorio, per esposizioni temporanee, o permanente.
- 6.9 Il posizionamento dei pannelli "bacheca" permanenti dovrà essere autorizzato dalla Commissione Edilizia che ha facoltà di indicare il luogo ed il numero massimo di "bacheche" presenti nel centro storico.

- 6.10 La tav. n° 17 del Piano di Riqualificazione centro storico indica alcuni luoghi compatibili per il collocamento dei pannelli bacheca e dei segnali d'informazione.
- 6.11 Non sono ammesse affissioni su alberi, cancelli o muri di recinzione, parapetti, impalcature.

Art. 7 INSEGNE

7.1 L'Art. 2 della presente normativa indica la fascia di sviluppo del linguaggio pubblicitario relativo alle insegne: tra i 200 ed i 240 cm. (sviluppo max in altezza cm. 40).

7.2 In nessun caso le insegne potranno interferire con altri SEGNI urbani.

7.3 TIPOLOGIE DI INSEGNE AMMESSE IN CENTRO STORICO:

- a) insegna formata da simboli e/o caratteri assoluti privi di supporto o montata su supporto autoportante distanziato dal muro;
- b) insegna a pannello, con tipologia a muro o a bandiera, sulla quale sono ottenuti i caratteri mediante stampa, pittura, traforo, incisione, ecc.;
- c) insegna ad affresco o dipinta direttamente sul fronte dell'edificio senza pannello di supporto.

7.4 TIPOLOGIE DI ILLUMINAZIONE AMMESSE IN CENTRO STORICO:

- a) illuminazione esterna relativa al solo ambito dell'insegna da illuminare, senza sovrapporsi all'illuminazione pubblica;
- b) illuminazione riflessa: effetto controluce, con il piano del muro retrostante illuminato e le lettere opache che costituiscono le parti scure;
- c) illuminazione propria, realizzata con tubi al neon.

7.5 MATERIALI

Per la realizzazione delle insegne non sono giudicati compatibili i seguenti materiali:

- materiali riflettenti,
- laminati metallici non verniciati,
- alluminio non verniciato,
- legno chiaro non verniciato,
- acciaio lucido e satinato,
- vetro a specchio.

POSIZIONAMENTO DELLE INSEGNE A MURO

- 7.6** Negli interventi di ristrutturazione e recupero di edifici, o nei nuovi interventi, sarà obbligo del progettista, qualora siano previste attività commerciali che necessitano di insegne pubblicitarie, prevederne la collocazione in sede progettuale. La Commissione Edilizia verificherà l'adeguatezza della proposta.
- 7.7** Per gli edifici esistenti, fermo restando le indicazioni prescritte all'Art. 2, valgono le seguenti specifiche relative al corretto posizionamento delle insegne a muro nel centro storico.
- 7.8** In generale vale la regola di uniformare materiali, caratteri e tipologie per i fronti dei singoli edifici.
- 7.9** La miglior collocazione delle insegne è l'inserimento delle stesse entro la luce netta delle vetrine o degli ingressi rispettando le seguenti indicazioni:
- a) altezza libera da terra 2.00 mt.(min.), sia nei casi di accesso-porta, o di vetrina;
 - b) incasso minimo rispetto al filo esterno del fabbricato: 15 cm.;
 - c) nelle finestre poste al piano terreno, o ai piani successivi, ed ai sopraluce dei portoni, non è ammessa la sovrapposizione esterna di insegne; è possibile solamente l'apposizione interna di vetrofanie o scritte adesive;
 - d) in presenze di finestre con inferriate le insegne dovranno essere poste all'interno delle inferriate stesse.
- 7.10** E' assolutamente vietato collocare insegne o altre forme pubblicitarie sotto portici e colonnati o sovrapporle alle arcate in facciata.
- 7.11** In tutti i casi in cui sia dimostrata l'impossibilità di incassare le insegne, come previsto dal punto 7.9, si prescrive quanto segue:
- a) il pannello-insegna potrà essere apposto sulla vetrina o sulla porta d'ingresso rispettando la larghezza max della luce netta del vano;
 - b) l'altezza max dell'insegna sarà di 40 cm.
 - c) lo spessore massimo ammesso e' di 5 cm. per la struttura portante del pannello.
- 7.12** Qualora non sia possibile, per motivi di rispetto della facciata dell'edificio, collocare l'insegna al di sopra della porta o della vetrina, verificare l'opportunità di inserire insegne luminose(tubi al neon o vetrofanie) entro lo spazio-vetrina interno, visibile per trasparenza o proporre soluzioni come previsto al punto 2.4.

POSIZIONAMENTO DELLE INSEGNE A BANDIERA

- 7.13** Fermo restando le indicazioni prescritte all'art. 2, punto 2.2 delle presenti norme, valgono le seguenti specifiche relative al corretto posizionamento delle insegne a bandiera in centro storico.

7.14 Le insegne a bandiera, normali al piano di facciata degli edifici, dovranno essere collocate:

- a) a 240 cm. da terra;
- b) sbalzo max 80 cm., compresi i 10 cm. di distacco dal fronte;
- c) altezza max del pannello 60 cm..

7.15 Sono vietate tutte le collocazioni di insegne a bandiera negli edifici ad angolo se non sono distanziate di almeno 2.00 mt. dall'angolo stesso.

7.16 Il posizionamento dell'insegne a bandiera non deve occultare o disturbare l'apparato decorativo dell'edificio interessato.

7.17 MATERIALI

Per la realizzazione dell'insegne a bandiera sono esclusi tutti i materiali già indicati al punto 7.5.

Art. 8 TARGHE

8.1 Le targhe che indicano le attività svolte ai piani superiori di un edificio hanno l'esigenza di comparire tutte all'ingresso dell'edificio a cui si riferiscono.

Questa esigenza spesso è causa di "rivestimenti" sostanziali di targhe agli accessi pregiati in palazzi del centro storico; la presente normativa prevede:

8.2 La possibilità di porre targhe pubblicitarie sul portone di ingresso o accanto ad esso.

8.3 Se le targhe interessano superfici superiori ad 1 MQ., occorre verificare la possibilità di organizzare una struttura autoportante che può essere collocata nell'atrio di ingresso o all'esterno dell'edificio, previo parere della Commissione Edilizia.

8.4 La targa non dovrà superare le dimensioni massime di 30 x 40 cm.

8.5 Piccole bacheche esposte a bandiera o a muro possono essere installate da enti di pubblica utilità, alberghi, pensioni ed esercizi pubblici.

8.6 La dimensione massima tollerata è 40 x 50 cm.

8.7 Si escludono i materiali elencati al punto 7.5.

QUALITA' GRAFICA DELLE INSEGNE

- 8.8** Per tutelare un'immagine qualificata della città occorre gestire anche la componente **GRAFICA** del messaggio; per le insegne a braccio e a muro, in centro storico, valgono le seguenti indicazioni:
- 8.9** quando le insegne interessano vetrine di uno stesso edificio dovranno essere usati gli stessi caratteri; il marchio è usato come elemento di distinzione tra attività;
- 8.10** Proposte di insegne con "grafica creativa" e lettering particolare dovranno essere sottoposte al parere preventivo della Commissione Edilizia.

Art. 9 VETRINE

- 9.1** Il collocamento di telai e strutture di vetrine non deve in alcun modo impedire la lettura compositiva della facciata interessata.
- 9.2** Le aperture delle vetrine, se originarie all'impianto dell'edificio, non possono subire alcuna variazione:
- il telaio dovrà rispettare le linee, gli allineamenti, gli ingombri e le forme esistenti;
 - in caso di apertura ad arco il telaio potrà essere a vetro unico se i traversi orizzontali, corrispondenti all'imposta dell'arco, non garantiscono un'altezza minima di 2.00 mt.
- 9.3** Le aperture delle vetrine che presentano evidenti(o dimostrabili)alterazioni e modifiche rispetto agli allineamenti originari di facciata, devono essere riproposte secondo il piano originario(vedere anche le indicazioni del Piano Colore).
- 9.4** Non sono ammessi interventi di vetrine che presentino soluzioni in aggetto verso l'esterno del filo di facciata.
- 9.5** La collocazione delle vetrine dovrà risultare arretrato rispetto al piano di facciata di almeno 15 cm.
- 9.6** Non sono ammessi interventi parziali che interessino solamente l'ambito ristretto del negozio.
- L'intervento dovrà interessare tutta la facciata dell'edificio ed essere coordinato con altri eventuali vetrine e negozi, appartenenti allo stesso fronte, per garantire uniformità di immagine.

- 9.7 Ovunque sia possibile si consiglia di arretrare l'ingresso del negozio almeno della dimensione delle ante di porta per consentire l'apertura verso l'esterno quale uscita di sicurezza.
- 9.8 Le norme sconsigliano l'uso di cancelletti, serrande ed elementi di chiusura esterni che non siano a scomparsa.

MATERIALI

- 9.9 Per la realizzazione di vetrine e parti di esse, sono da escludersi i materiali elencati al punto 7.5 delle presenti norme.
- 9.10 E' assolutamente vietato l'uso dei vetri a specchio nelle vetrine.
- 9.11 Per la realizzazione di soglie, gradini, pavimentazioni di ingressi e vani di arretramento sono vietati i seguenti materiali:
- a) elementi ceramici, porcellanati o comunque a superficie lucida;
 - b) legno naturale senza trattamento;
 - c) materiali lapidei lucidati a superficie riflettente;
 - d) mouquette;
 - e) laminati metallici non trattati.

Art. 10 TENDE

- 10.1 Le presenti norme si pongono l'obiettivo di regolamentare il collocamento delle tende che rappresentano, per volume e campitura di colore, uno dei "segni" di maggior disturbo della scena pubblica.
- 10.2 E' vietato il posizionamento delle tende con tipologia a cappottina. Tali tende sono considerate troppo voluminose, non appartenenti alla nostra tradizione (derivazione francese: capote) e di scarso valore estetico.
- 10.3 L'unica tipologia ammessa è la tenda a braccio escludendo la possibilità dei montanti verticali.
- 10.4 Il posizionamento delle tende non deve occultare i segni primari della vita cittadina: segnaletica stradale, informazioni e indicazioni di orientamento.
- 10.5 La collocazione delle tende è ammessa se non sussistono impedimenti di carattere artistico-decorativo, o provochi interruzione di particolari modanature.
- 10.6 Nei casi di forti vincoli architettonici l'apposizione della tenda avverrà entro la luce della vetrina.
- 10.7 Onde evitare l'affollarsi di elementi non indispensabili sulla scena urbana, si autorizza la collocazione della tenda solamente per i casi di utilità (evidenti ragioni di orientamento) evitando l'uso della tenda come elemento "decorativo" del negozio (vetrine orientate a nord).

10.8 POSIZIONAMENTO

Per il posizionamento e dimensionamento delle tende valgono le seguenti prescrizioni:

- a) le tende devono essere dimensionate come la luce netta delle vetrine interessate;
- b) lo sbraccio della tenda non può in nessun caso sporgere dal filo del fabbricato oltre i 120 cm.;
- c) la tenda dovrà presentare il suo punto inferiore ad una altezza minima di 240 cm. da terra.

10.9 MATERIALI

- a) Sono vietati i teli che presentano materiale plastico in vista sulle parti esterne;
- b) sono vietati in genere i materiali che riflettono la luce e non presentino superficie opaca.

10.10 SCRITTE E MARCHI

Sono ammesse eventuali scritte o marchi sul telo se posti sulla fascia di finitura anteriore, con caratteri di altezza massima 15 cm.

Art. 11 STRISCIONI

- 11.1 Le presenti norme prevedono l'abolizione degli striscioni stradali in centro storico. Gli striscioni occultano la scena urbana ed hanno poca efficacia per il traffico pedonale.
- 11.2 Occorre progettare un segnale alternativo, sul modello dello standard, molto più rispondente alle esigenze del pedone.

Il tecnico incaricato
Arch. Massimo Casolari

