Grenoble, alberi al posto dei cartelloni pubblicitari

Bandita la pubblicità nelle strade. Al posto delle 326 insegne pubblicitarie verranno piantati, dove possibile, alberi

M entre Londra discute sulla bellezza (o bruttezza) della 'scultura pubblicitaria' firmata Zaha Hadid , Grenoble risolve il problema alla radice: la città non avrà più alcun cartellone pubblicitario. E, dove possibile, le vecchie insegne verranno sostituite da alberi. L'operazione inizierà con l'anno nuovo: a gennaio 2015 verranno rimossi circa 50 cartelloni, al posto dei quali sorgeranno alberi ed entro aprile la città verrà 'liberata' da tutte le 326 insegne pubblicitarie che attualmente occupano gli spazi urbani. Con un triplice obiettivo: ridurre l'inquinamento ambientale e visivo e dare alla città una veste meno degradata.

Il sindaco ecologista rispetta le promesse della campagna elettorale

Un'iniziativa coraggiosa, ma attesa, almeno dai cittadini che lo scorso gennaio avevano eletto a sindaco Eric Piolle , a capo del partito ecologista francese EELV (Europe Écologie les Verts), proprio per le sue promesse ambientali e di decoro urbano. Dalle parole ai fatti, Piolle rispetta entrambe gli impegni: la réclame non verrà sostituita soltanto da alberi ma anche da nuove strutture di dimensioni minori, che verranno destinate all'affissione libera, culturale e municipale

"Il comune – aggiunge Piolle – fa la scelta di liberare lo spazio pubblico di Grenoble dalla pubblicità sviluppando spazi di espressione pubblica e non lancia nuovi appalti per la cartellonistica pubblicitaria." Le uniche insegne che rimarranno infatti quelle alle fermate dei mezzi pubblici, ma solo fino al 2019 quando scadrà il contratto tra la JCDecaux e il sindacato misto dei trasporti pubblici (SMTC), che il sindaco non intende rinnovare.

A Roma, i cartelloni non si eliminano ma si riducono

La realtà di Grenoble è sicuramente lontana anni luce rispetto a quella italiana, ma qualche segnale arriva dalla capitale. Il Tar del Lazio ha infatti rigettato la richiesta di sospensiva del nuovo Piano Regolatore degli Impianti Pubblicitari (Prip) varato a giugno dall'Assemblea Capitolina.
L'intervento dell'amministrazione – fanno sapere in una nota il sindaco della Capitale Ignazio Marino e lo stesso assessore alla 'Roma Produttiva' Marta Leonori – e' stato fatto "per rimodulare nel segno della legalita' e del decoro l'offerta di spazi pubblicitari presente in citta'". Anche perché "il 60% delle imprese del settore di Roma tra l'altro ha gia' aderito spontaneamente alle nuove direttive, confermate oggi dal Tar del Lazio, che impongono di ridurre gli impianti dalla misura di 4 x 3 metri a quella di 3 x 2 metri. Per tutte le aziende che ancora non si sono adeguate alle nuove normative, il termine per modificare la cartellonistica e' stato posticipato dal 31 gennaio al 20 maggio 2015, come segno della volonta' di apertura al dialogo con le realta' economiche cittadine".
Marino e la Leonori ricordano che "rimangono per il resto confermate tutte le norme compresa la scadenza delle concessioni e autorizzazioni al 31 dicembre o comunque all'esito delle gare che saranno pubblicate nel 2015".
Basta dare uno sguardo alle città di tutto il mondo dove le insegne cartellonistiche invadono gli spazi urbani per apprezzare l'iniziativa del primo cittadino francese.

vai all'articolo originale
fonte: casaeclima.com

Articolo Originale