



REGIONE AUTONOMA TRENITINO-ALTO ADIGE/SÜDTIROL  
AUTONOME REGION TRENITINO-SÜDTIROL  
REGION AUTONÓMA TRENITIN-SÜDTIROL

*Assessor für örtliche Körperschaften*  
*Assessore agli enti locali*  
*Assessëur per i enc locai*

Preg.mo Signor  
Cons. Alessandro Urzi  
Gruppo Consiliare regionale  
Misto  
[Alessandro.Urzi@consiglio.bz.org](mailto:Alessandro.Urzi@consiglio.bz.org)

e, per conoscenza: Preg.mo Signor  
Dott. THOMAS WIDMANN  
Presidente del Consiglio regionale

Preg.mo Signor  
Dott. ARNO KOMPATSCHER  
Presidente della  
Regione Autonoma Trentino-Alto Adige

**Oggetto:** risposta all' *Interrogazione* n. 297/XV – Spazi per le affissioni elettorali nei Comuni

Con riferimento all' *Interrogazione* di cui all'oggetto, si fanno presente i contenuti qui di seguito riportati.

La materia della delimitazione e dell'assegnazione degli spazi elettorali per le affissioni della propaganda elettorale è una prerogativa statale che è stata esercitata con la legge 4 aprile 1956, n. 212, recante "*Norme per la disciplina della propaganda elettorale*", la quale è stata da ultimo modificata con l'art. 1, comma 400, lettera h), della legge 27 dicembre 2013, n. 147 (*legge di stabilità 2014*).

La suddetta ultima novella è stata dettata dalla necessità del contenimento della spesa pubblica in occasione di ogni consultazione elettorale e referendaria prevedendo, a tal fine, una serie di interventi fra i quali la drastica diminuzione delle risorse destinate al fondo statale per le spese elettorali, la riduzione da due ad un solo giorno della durata delle operazioni di voto delle consultazioni elettorali e referendarie, nonché il prolungamento dell'orario di votazione della domenica che viene fissato dalle ore 7 alle ore 23, al fine di contenere il fenomeno delle file nelle ore serali.

E' nel contesto delle suddette modifiche che devono essere inserite ed annoverate anche quelle concernenti la totale soppressione della propaganda elettorale *indiretta*, nonché la consistente diminuzione degli spazi destinati alla propaganda *diretta* tramite affissioni.

Più precisamente, il citato art. 1, comma 400 lettera h) della legge n. 147/2013 interviene sull'edificio normativo della legge del 1956, semplificando il regime delle affissioni di propaganda elettorale nei periodi di relativa consultazione, operando il superamento delle attività di affissioni elettorali negli spazi gratuiti da parte di coloro i quali non partecipano direttamente alla competizione elettorale, vale a dire di tutta quella propaganda effettuata dai cosiddetti "fiancheggiatori", quali possono essere le associazioni, i circoli e così via, posto che la suddetta forma di propaganda costituiva una costosa duplicazione di spazi per le affissioni.



REGIONE AUTONOMA TRENINO-ALTO ADIGE/SÜDTIROL  
AUTONOME REGION TRENINO-SÜDTIROL  
REGION AUTONÓMA TRENTIN-SÜDTIROL

*Assessor für örtliche Körperschaften*  
*Assessore agli enti locali*  
*Assessëur per i enc locai*

Parallelamente, vengono anche ridotti gli spazi gratuiti riservati alla propaganda *diretta* spettanti alle liste partecipanti alle consultazioni, con la conseguenza che il numero degli spazi è ora stabilito per ciascun centro abitato, in base alla relativa popolazione ivi residente e nei termini qui di seguito specificati:

- da 150 a 3.000 abitanti, da almeno 1 a non più di 3 spazi gratuiti di propaganda diretta;
- da 3.001 a 10.000 abitanti, da almeno 3 a non più di 5 spazi gratuiti di propaganda diretta;
- da 10.001 a 30.000 abitanti, da almeno 5 a non più di 10 spazi gratuiti di propaganda diretta;
- da 30.001 a 100.000 abitanti e nei capoluoghi di provincia aventi popolazione inferiore, da almeno 10 a non più di 25 spazi gratuiti di propaganda diretta;
- da 100.001 a 500.000 abitanti, da almeno 25 a non più di 50 spazi gratuiti di propaganda diretta;
- da 500.001 a 1.000.000 di abitanti, da almeno 33 a non più di 166 spazi gratuiti di propaganda diretta;
- oltre 1.000.000 di abitanti, da almeno 166 a non più di 333 spazi gratuiti di propaganda diretta.

In questo modo si riescono a ridurre le incombenze amministrative, oltre alle spese a carico delle singole Amministrazioni comunali ed, in particolare, a quelle legate al montaggio e smontaggio dei tabelloni nonché a quelle relative all'acquisto di nuovi tabelloni a seguito del deterioramento dei precedenti, con conseguenti notevoli economie di spesa.

Fermo rimanendo, dunque, che il Comune è chiamato ad osservare le disposizioni di cui sopra, va comunque precisato che la singola Amministrazione comunale è totalmente autonoma nell'individuare quali siano i contesti più appropriati nell'ambito dei rispettivi territori, ai quali destinare gli spazi in parola all'affissione di stampati e manifesti propagandistici da parte di partiti o gruppi politici che partecipano alla competizione elettorale.

Con i migliori saluti.

- dott. Josef Noggler -  
[Firmato digitalmente]

Questo documento, se trasmesso in forma cartacea, costituisce copia dell'originale informatico firmato digitalmente, valido a tutti gli effetti di legge, predisposto e conservato presso questa Amministrazione (D. Lgs 82/05). L'indicazione del nome del firmatario sostituisce la sua firma autografa (art. 3 D. Lgs. 39/93).



CONSIGLIO REGIONALE DEL TRENTINO - ALTO ADIGE  
REGIONALRAT TRENTINO – SÜDTIROL

**AUTONOME REGION TRENTINO-SÜDTIROL**

Der Regionalassessor für örtliche Körperschaften

Prot. 425 RegRat  
vom 20.02.2018

Herrn Regionalratsabgeordneten  
ALESSANDRO URZI  
Gemischte Fraktion  
[Alessandro.Urzi@consiglio.bz.it](mailto:Alessandro.Urzi@consiglio.bz.it)

u. z. K.:

Herrn  
Dr. Thomas WIDMANN  
Präsident des Regionalrates  
Domplatz 3  
39100 BOZEN

Herrn  
Dr. Arno KOMPATSCHER  
Präsident der Region Trentino-Südtirol  
Gazzolettistr. 2  
38122 TRIENT

**Betrifft: Antwort auf die Anfrage Nr. 297/XV - „Flächen zur Anbringung der Wahlwerbung, die von den Gemeinden ermittelt werden“**

In Bezug auf die oben genannte Anfrage möchte ich Ihnen Folgendes mitteilen:

Die Festlegung und Zuweisung von Werbeflächen für den Anschlag von Wahlplakaten fällt in den Bereich der staatlichen Zuständigkeiten und wird durch das Gesetz Nr. 212 vom 4. April 1956 geregelt, das "*Bestimmungen für die Regelung der Wahlpropaganda*" enthält und zuletzt durch Art. 1, Abs. 400, Buchstabe h) des Gesetzes Nr. 147 vom 27. Dezember 2013 (Stabilitätsgesetz 2014) geändert wurde.

Genannte Änderung erwies sich als notwendig, um die öffentlichen Ausgaben bei den Wahlen und Referenden einzudämmen. Dabei wurden eine Reihe von Maßnahmen vorgesehen, wie die drastische Kürzung der dem Staatsfonds für Wahlausgaben zugewiesenen Mittel, eine Verkürzung der Abstimmungsdauer bei den Wahlen und Volksabstimmungen von zwei auf einen Tag und eine

Verlängerung der Abstimmungszeit am Sonntag von 7.00 Uhr bis 23.00 Uhr, um einen Andrang in den Abendstunden zu vermeiden.

Im Zusammenhang mit den genannten Änderungen sollten auch diejenigen, die die gänzliche Abschaffung der indirekten Wahlpropaganda und die weitgehende Einschränkung von Werbeflächen für den Anschlag von Wahlplakaten einführen, gesehen werden.

Genauer gesagt greift Artikel 1 Abs. 400 Buchst. h) des Gesetzes Nr. 147/2013 in den Rechtsrahmen des Gesetzes aus dem Jahr 1956 ein, indem er die Regelung der Wahlpropaganda vereinfacht und den Anschlag von Wahlplakaten auf Werbeflächen durch diejenigen, die nicht direkt am Wahlkampf teilnehmen, unterbindet (d.h. die gesamte Wahlpropaganda, die von den so genannten "Unterstützern" wie Vereinen, Klubs usw. betrieben wurde, da die oben erwähnte Form der Wahlwerbung eine kostspielige Verdoppelung der Plakatflächen darstellte).

Gleichzeitig verringert sich auch die Zahl der für die direkte Propaganda reservierten Werbeflächen, die den an den Wahlen teilnehmenden Listen vorbehalten sind, was zur Folge hat, dass nun die Zahl der Werbeflächen für jedes Wohngebiet auf der Grundlage der dort ansässigen Bevölkerung und gemäß den unten aufgeführten Modalitäten festgelegt wird:

- von 150 bis 3.000 Einwohner, mindestens 1 bis höchstens 3 kostenlose Werbeflächen für direkte Propaganda;
- von 3.001 bis 10.000 Einwohner, mindestens 3 bis höchstens 5 kostenlose Werbeflächen für direkte Propaganda;
- von 10.001 bis 30.000 Einwohner, mindestens 5 bis höchstens 10 kostenlose Werbeflächen für direkte Propaganda;
- von 30.001 bis 100.000 Einwohner und in den Landeshauptstädten mit einer niedrigeren Bevölkerungszahl, mindestens 10 bis höchstens 25 kostenlose Werbeflächen für direkte Propaganda;
- von 100.001 bis 500.000 Einwohner, mindestens 25 bis höchstens 50 kostenlose Werbeflächen für direkte Propaganda;
- von 500.001 bis 1.000.000 Einwohner, mindestens 33 bis höchstens 166 kostenlose Werbeflächen für direkte Propaganda;
- mehr als 1.000.000,00 Einwohner, mindestens 166 bis höchstens 333 kostenlose Werbeflächen für direkte Propaganda.

Auf diese Weise ist es möglich, den Verwaltungsaufwand zu reduzieren und die Kosten zu verringern, die von den einzelnen Gemeindeverwaltungen getragen werden, insbesondere die Kosten für den Auf- und Abbau der Stellwände sowie die Kosten für den Kauf neuer Stellwände nach Abnutzung der alten, was erhebliche Einsparungen bei den Ausgaben zur Folge hat.

Unbeschadet dessen, dass die Gemeinde weiterhin angehalten ist, die genannten Bestimmungen einzuhalten, sollte darauf hingewiesen werden, dass jede einzelne Gemeindeverwaltung völlig autonom in den jeweiligen Gebieten die geeignetsten Orte für den Anschlag von Drucksachen und Wahlplakaten durch Parteien oder politische Gruppen, die an den Wahlen teilnehmen, bestimmen kann.

Mit freundlichen Grüßen

Dr. Josef Noggler  
- digital gezeichnet -