# COMUNE DI MONSELICE

**Provincia di Padova**

# Piano Generale degli Impianti Pubblicitari

**Ex D.Lgs. 15/11/1993, n. 507**

# REGOLAMENTO

AIPA

AIPA S.p.A. – Via Cechov, 50 – 20151 - MILANO

**COMUNE DI MONSELICE**

**Regolamento del Piano Generale degli Impianti Pubblicitari**


**TITOLO I DISPOSIZIONI GENERALI ..... 4**

ART. 1 – PRINCIPI GENERALI ..... 4

ART. 2 – STRUTTURA DEL REGOLAMENTO DEL PGIP ..... 4

ART. 3 – DEFINIZIONE E CLASSIFICAZIONE DELLE STRADE ..... 5

ART. 4 – DEFINIZIONE E DELIMITAZIONE DEL CENTRO ABITATO ..... 6

ART. 5 – SUDDIVISIONE DEL TERRITORIO COMUNALE IN ZONE OMOGENEE ..... 6

5.1. Zone situate al di fuori del centro abitato ..... 7

ART. 6 – DEFINIZIONE E CLASSIFICAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI ..... 7

6.1 Durata dell'esposizione ..... 11

6.2 Destinazione d'uso ..... 11

**TITOLO II PUBBLICITÀ ESTERNA ..... 13**

ART. 7 – REQUISITI DEGLI IMPIANTI PER PUBBLICITÀ ESTERNA ..... 13

7.1 Sicurezza ..... 13

7.2 Decoro ..... 13

7.3 Funzionalità ..... 13

7.4 Conformità alla normativa ..... 13

ART. 8 – CARATTERISTICHE TECNICHE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI ..... 13

8.1 Strutturali - Costruttive ..... 13

8.2 Estetiche ..... 14

ART. 9 – DISCIPLINA DELLE INSTALLAZIONI NELLE ZONE OMOGENEE ..... 14

ART.10 – DEROGHE CONCESSE ALLE DISTANZE PREVISTE DALL'ART. 51 D.P.R. 495/92 ..... 18

ART.11 – CRITERI PER L'INSTALLAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI FUORI DAL CENTRO ABITATO ..... 19

ART.12 – UBICAZIONE MEZZI PUBBLICITARI NELLE STAZIONI DI SERVIZIO E NELLE AREE DI PARCHEGGIO ..... 19

ART.13 – AUTORITÀ COMPETENTE AL RILASCIO DELL'AUTORIZZAZIONE ..... 19

ART.14 – MODALITÀ PER IL RILASCIO DELL'AUTORIZZAZIONE ..... 20

ART.15 – OBBLIGHI DEL TITOLARE DELL'AUTORIZZAZIONE ..... 21

ART.16 – TARGHETTE DI IDENTIFICAZIONE ..... 22

ART.17 – VIGILANZA ..... 22

ART.18 – RIMOZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI ABUSIVI ..... 23

ART.19 – NORME TRANSITORIE ..... 23

**TITOLO III LE PUBBLICHE AFFISSIONI ..... 24**

ART.20 – DEFINIZIONE DI AFFISSIONE ..... 24

ART.21 – REQUISITI GENERALI DEGLI IMPIANTI PER LE AFFISSIONI ..... 24

ART.22 – CARATTERISTICHE TECNICHE DI RIFERIMENTO DEGLI IMPIANTI DI AFFISSIONE ..... 25

ART.23 – QUANTITÀ E RIPARTIZIONE DELLE SUPERFICI ..... 25
ART.24 – PIANO DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI ..... 25
ART.25 - ASSEGNAZIONE DEGLI SPAZI PER LE AFFISSIONI DIRETTE ..... 26
ART.26 – ENTRATA IN VIGORE DEL PIANO DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI ..... 27

**QUADRO NORMATIVO DI RIFERIMENTO ..... 28**

**ALLEGATI ..... 29**

# TITOLO I DISPOSIZIONI GENERALI

## *ART. 1 – PRINCIPI GENERALI*

Il presente Regolamento del Piano Generale degli Impianti Pubblicitari, successivamente denominato PGIP, è adottato ai sensi e per gli effetti delle vigenti disposizioni legislative e delle linee guida indicate dall'Amministrazione comunale in tema di collocazione degli impianti pubblicitari lungo ed in vista delle strade.

Il PGIP individua le tipologie degli impianti pubblicitari e disciplina la loro localizzazione sul territorio comunale, tenuto conto delle esigenze di carattere sociale ed economico, delle esigenze di tutela ambientale e paesaggistica, delle esigenze di traffico e di sicurezza della circolazione stradale, della qualità dell'ambiente e dell'immagine della città.

Le norme trovano applicazione nel campo dei mezzi della comunicazione pubblicitaria istituzionale e commerciale, così come classificata secondo il d.lgs. 15/11/'93, n. 507, con esclusione della pubblicità effettuata con veicoli, aeromobili, palloni frenati, messaggi sonori o mediante distribuzione di manifestini o altro materiale pubblicitario e/o comunque in forma ambulante. Sono altresì esclusi i segni orizzontali reclamistici [1] e le insegne di esercizio [2].

La segnaletica direzionale installata ai sensi dell'art. 134 del d.P.R. 495/92 e s.m.i., non è considerata mezzo pubblicitario [3] per cui il suo utilizzo non è regolamentato dalle norme del Regolamento del PGIP ma esclusivamente da quanto prescritto dal Nuovo Codice della Strada [4].

## *ART. 2 – STRUTTURA DEL REGOLAMENTO DEL PGIP*

Il Regolamento è articolato in n. 3 parti denominate "Titoli" e nei relativi allegati.

Il "Titolo I" individua e definisce i criteri generali ai quali si farà riferimento per tutte le indicazioni riportate nei successivi Titoli.

Il "Titolo II" disciplina, all'interno dei diversi ambiti del territorio comunale così come individuati al precedente Titolo I, la collocazione dei mezzi pubblicitari in ambiente stradale [5].

Il "Titolo III" tratta invece la localizzazione sul territorio comunale degli impianti per le pubbliche affissioni ed il quantitativo, in osservanza del Regolamento comunale per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del servizio pubbliche affissioni [6].

---

[1] vedi art. 47 del d.P.R. n. 495/92, con le modifiche introdotte dal d.P.R. n. 610/96

[2] vedi art. 47 del d.P.R. n. 495/92, con le modifiche introdotte dal d.P.R. n. 610/96, comma 1

[3] vedi Risoluzione Min. Fin. n. 48/E/IV/7/609 del 1 Aprile 1996

[4] vedi art. 39 del c.d.s. e relativo Regolamento di esecuzione ed attuazione

[5] fatto salvo le esclusioni di cui all'art. 1

Il Regolamento del PGIP è suscettibile di variazioni e/o integrazioni, su segnalazione del funzionario responsabile del settore Urbanistica – Edilizia privata ed a seguito di approvazione da parte della Giunta Comunale. Tali modifiche, se apportate entro il termine di approvazione del bilancio di previsione annuale, avranno decorrenza a partire dal 1 gennaio dell'anno a cui il bilancio si riferisce.

## *ART. 3 – DEFINIZIONE E CLASSIFICAZIONE DELLE STRADE*

Poiché alcune norme contenute nel presente Regolamento sono applicabili o meno anche in funzione della tipologia della strada, per completezza si riportano le definizioni e la classificazione delle stesse come da art. 2 comma 2 del Nuovo Codice della Strada:

A. *AUTOSTRADE*

*"Strada extraurbana o urbana a carreggiate indipendenti o separate da spartitraffico invalicabile, ciascuna con almeno due corsie di marcia, eventuale banchina pavimentata a sinistra e corsia di emergenza o banchina pavimentata a destra, priva di intersezioni a raso e accessi privati, dotata di recinzione e di sistemi di assistenza all'utente lungo l'intero tracciato, riservata alla circolazione di talune categorie di veicoli a motore e contraddistinta da appositi segnali di inizio e fine. Deve essere attrezzata con apposite aree di servizio ed aree di parcheggio, entrambe con accessi dotati di corsie di decelerazione e di accelerazione [(7)]."*

B. *STRADE EXTRAURBANE PRINCIPALI*

*"Strada a carreggiate indipendenti o separate da spartitraffico invalicabile, ciascuna con elemento due corsie di marcia e banchina pavimentata a destra, priva di intersezioni a raso, con accessi alle proprietà laterali coordinati, contraddistinta dagli appositi segnali di inizio e fine, riservata alla circolazione di talune categorie di veicoli a motore; per eventuali altre categorie di utenti devono essere previsti opportuni spazi. Deve essere attrezzata con apposite aree di servizio, che comprendano spazi per la sosta, con accessi dotati di corsie di decelerazione e di accelerazione[(8)]."*

C. *STRADE EXTRAURBANE SECONDARIE*

*"Strada ad unica carreggiata con almeno una corsia per senso di marcia e banchina."*

D. *STRADE URBANE DI SCORRIMENTO*

*"Strada a carreggiate indipendenti o separate da spartitraffico, ciascuna con almeno due corsie di marcia, ed una eventuale corsia riservata ai mezzi pubblici, banchina pavimentata a destra e marciapiedi, con le eventuali intersezioni a raso semaforizzate; per la sosta sono previste apposite aree o fasce laterali estranee alla carreggiata entrambe con immissioni ed uscite concentrate [(9)]."*

---

[6] ex d.lgs. 15/11/'93, n. 507

[7] Lettera così modificata dall'art. 1 del d.lgs. 10 settembre 1993, n. 360, in vigore dal 1 settembre 1993

[8] Lettera così modificata dall'art. 1 del d.lgs. 10 settembre 1993, n. 360, in vigore dal 1 settembre 1993

[9] Lettera così modificata dall'art. 1 del d.Lgs 10 settembre 1993, n. 360, in vigore dal 1 settembre 1993

*E. STRADE URBANE DI QUARTIERE*

*"Strada ad unica carreggiata con almeno due corsie, banchine pavimentate e marciapiedi; per la sosta sono previste aree attrezzate con apposita corsia di manovra, esterna alla carreggiata."*

*F. STRADE LOCALI*

*"Strada urbana od extraurbana opportunamente sistemata, ai fini di cui al comma 1 art. 2 del Nuovo Codice della Strada, non facente parte degli altri tipi di strade."*

L'art. 2 del Nuovo Codice della Strada, comma 6, delega inoltre agli organi regionali competenti la classificazione delle strade comunali esistenti e di nuova costruzione. Secondo le modificazioni apportate dall'art. 13 del d.lgs. n. 360/1993 all'art. 23, c. 6, d.lgs. 285/93, all'interno dei centri abitati, ma limitatamente alle strade di tipo E ed F, per ragioni di interesse generale e di ordine tecnico, il comune ha la facoltà di concedere deroghe alle norme relative alle distanze minime per il posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari [(10)], nel rispetto delle esigenze di sicurezza della circolazione stradale. Relativamente alla classificazione delle strade si dovrà fare riferimento alla Tavola denominata "Classifica strade - rete progetto (SSK01101_1).PDF" di cui al Piano Urbano del Traffico.

## *ART. 4 – DEFINIZIONE E DELIMITAZIONE DEL CENTRO ABITATO*

Si definisce centro abitato l'insieme di edifici, delimitato lungo le vie di accesso dagli appositi segnali di inizio e fine. Per insieme di edifici si intende un raggruppamento continuo, ancorché intervallato da strade, piazze, giardini o simili, costituito da non meno di venticinque fabbricati e da aree di uso pubblico con accessi veicolari o pedonali sulla strada.[(11)]

Il comune ha provveduto con deliberazione G.C. del 16/10/1997 n° 571 alla delimitazione del centro abitato, ai sensi dell'art. 4 del d.lgs. 285/92. Ad essa è allegata idonea cartografia nella quale sono evidenziati i confini sulle strade di accesso.[(12)]

## *ART. 5 – SUDDIVISIONE DEL TERRITORIO COMUNALE IN ZONE OMOGENEE*

Dopo aver effettuato in loco un'analisi territoriale ed analizzando attentamente la tavola di azzonamento del P.R.G. , si ritiene che le aree omogenee in cui è necessario suddividere il territorio comunale al fine di applicare le norme per l'installazione dei mezzi pubblicitari, siano le seguenti.

<u>Zona A – Centro storico</u>

Sono le aree che comprendono le zone da tutelare dal punto di vista storico ambientale. Se una strada ricade solo parzialmente nella zona A, le norme sono da applicare all'intera sezione stradale comprese le aree di pertinenza.

[10] come previsto dall'art.51 c. 4 del d.P.R . 495/92

[11] vedi art. 3, c. 1, d.lgs 285/92

[12] come previsto dall'art. 4, d.lgs 285/92

In particolare rientrano in questa classificazione le aree denominate dal P.R.G. "centro storico limite". Nell'allegata cartografia (Allegato 1 – Zonizzazione) sono inoltre riportati, per comodità, anche gli edifici da tutelare ai sensi dell'art. 10 della l.r. 24/85 (grado di protezione 1 e 2) e gli edifici tutelati ai sensi della legge 1089/39. Gli impianti pubblicitari eventualmente collocati in prossimità di tali edifici o all'interno di zone vincolate dovranno ottenere il preventivo parere da parte dell'Ente di tutela interessato.
Nell'allegata cartografia tali zone sono riportate con retino puntinato e contorno punto-tratto blu.

Zona B – Industriale, commerciale, artigianale

Sono le zone contraddistinte dalla presenza di insediamenti residenziali - misti, per il terziario (commercio, servizi, ecc.) nonché le zone degli insediamenti consolidati con destinazione prevalentemente produttiva, anche con caratteristiche commerciali e terziarie.
In particolare rientrano in questa classificazione le aree denominate dal P.R.G. "D1, D2, D3, D4, D5 e D6".
Nell'allegata cartografia tali zone sono riportate con retino quadrettato blu.

Zona C - Centro Abitato

Questa zona individua tutte le aree perimetrate come centri abitati ai sensi del Nuovo Codice della Strada, considerate dal presente Regolamento come aree di edilizia prevalentemente consolidata che non presentano quindi particolari esigenze di regolamentazione dal punto di vista dell'inserimento di mezzi pubblicitari in ambiente stradale.
Nell'allegata cartografia tale zone sono riportate con contorno tratteggiato rosso. Nel caso in cui si renda necessaria una verifica esatta di tale perimetrazioni si dovrà fare comunque riferimento alla cartografia allegata alla deliberazione G.C. del 16/10/1997 n° 571.

Nell'allegata cartografia è inoltre individuate le aree soggetta a vincolo di tutela del Parco Regionale dei Colli Euganei ed a vincolo paesaggistico ai sensi della ex Legge n. 431/85.

### 5.1. Zone situate al di fuori del centro abitato

Il territorio comunale esterno alla delimitazione del centro abitato rappresenta un'area nella quale sono recepite integralmente le norme di cui all'art. 23 del d.lgs. 285/92 e relative norme di attuazione contenute nel d.P.R. 495/92 e s.m.i.
I mezzi pubblicitari da collocare nelle zone situate al di fuori del centro abitato saranno pertanto sottoposti al rispetto della normativa prevista dal Nuovo Codice della Strada ed alle prescrizioni individuate dal presente regolamento per ogni zona omogenea.

## *ART. 6 – DEFINIZIONE E CLASSIFICAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI*

Con la definizione di mezzo pubblicitario in ambiente stradale si intende ogni forma di comunicazione rivolta al pubblico e fisicamente effettuata a mezzo di strutture o manufatti collocati lungo o in vista delle strade. I mezzi sono classificati in funzione della loro tipologia in recepimento delle indicazioni

come da art. 47 del d.P.R. 495/92 e s.m.i.. La citata classificazione individua le seguenti categorie di mezzi pubblicitari:

1. **preinsegna** (art. 47 c. 2)

*"Scritta in caratteri alfanumerici completata da freccia di orientamento ed eventualmente da simboli e marchi realizzata su manufatto bifacciale e bidimensionale, utilizzabile su entrambe le facce supportato da idonea struttura di sostegno, finalizzata alla pubblicizzazione direzionale della sede dove si esercita una determinata attività ed installata in modo da facilitare il reperimento della sede stessa e comunque nel raggio di 5 km.Non puo' essere luminosa, né per luce propria, né per luce indiretta."* [13]

Le preinsegne hanno forma rettangolare e dimensioni contenute entro i limiti inferiori di 1 m x 0,20 m e superiori di 1,50 m x 0,30 m.E' ammesso l'abbinamento sulla stessa struttura di sostegno di un numero massimo di sei preinsegne che abbiano le stesse dimensioni.

2. **cartello** (art. 47 c. 4):

*"Elemento mono o bifacciale vincolato al suolo da idonea struttura di sostegno o ad una costruzione in muratura o altro, esistente, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, sia direttamente sia mediante utilizzo di altri elementi quali manifesti cartacei o simili."*

Mezzi pubblicitari individuati dal PGIP appartenenti a questa categoria:

**2.1 Cartello**

Elemento mono o bifacciale vincolato al suolo da idonea struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione di messaggi commerciali o istituzionali, sia direttamente sia mediante utilizzo di altri elementi quali manifesti cartacei o simili.

**2.2 Tabella**

Elemento monofacciale vincolato ad una costruzione in muratura o altro, esistente, finalizzato alla diffusione di messaggi commerciali o istituzionali, sia direttamente sia mediante utilizzo di altri elementi quali manifesti cartacei o simili.

3. **Striscione, stendardo, locandina** (art. 47 c. 5)

*"Si definisce striscione e stendardo l'elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidezza, mancante di una superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa, finalizzato alla promozione di manifestazioni, spettacoli o eventi culturali."*

Mezzi pubblicitari individuati dal PGIP appartenenti a questa categoria:

**3.1 Striscione**

[13] Hanno forma rettangolare e dimensioni contenute entro i limiti inferiori di 1 x 0,20 m e superiori di 1,50 x 0,30 m.E' ammesso l'abbinamento su una stessa struttura di sostegno di sei preinsegne per ogni senso di marcia a condizione che le stesse abbiano le stesse dimensioni e costituiscano oggetto di un'unica autorizzazione

Elemento bidimensionale mono o bifacciale realizzato in materiale plastico (pvc privo di rigidezza) o in tela di cotone, senza aggiunte di carta o materiali non resistenti agli agenti atmosferici. Installato trasversalmente alla sede stradale a mezzo di cavi di fissaggio a parete o appositi supporti. Privo di luce.

**3.2 Stendardo**

Elemento bidimensionale mono o bifacciale realizzato in materiale plastico (pvc privo di rigidezza) o in tela di cotone. Eventualmente dotato di un'apposita tasca per la collocazione di un manifesto cartaceo.

**4. Impianto pubblicitario di servizio** (art. 47 c. 7)

*"Si definisce impianto pubblicitario di servizio qualunque manufatto avente quale scopo primario un servizio di pubblica utilità nell'ambito dell'arredo urbano e stradale (fermate autobus, pensiline, transenne parapedonali, cestini, panchine, orologi, o simili) recante uno spazio pubblicitario che può essere anche luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta."*

Mezzi pubblicitari individuati dal PGIP appartenenti a questa categoria:

**4.1 Pensilina attesa autobus**

Struttura integrata con pensilina di attesa mezzi pubblici, ad essa rigidamente vincolata avente per scopo primario quello di proteggere l'utenza in attesa alle fermate autobus. Il messaggio pubblicitario potrà essere luminoso, illuminato ovvero privo di luce, mono o bifacciale ed interessare le pareti laterali della pensilina

**4.2 Palina di fermata dei mezzi di trasporto**

Struttura mono o bifacciale, posizionata a salvaguardia dell'utenza, avente per scopo primario quello di segnalare ed informare l'utenza sulle fermate e sugli orari. Detta struttura dovrà essere unica ove il luogo sia oggetto di fermata di più linee.

**4.3 Orologio**

Orologio montato su palo o colonna contenente anche un supporto per messaggi pubblicitari che potrà essere luminoso, illuminato o privo di luce.

**4.4 Cestino portarifiuti**

Struttura integrata a cestino portarifiuti; ad esso rigidamente vincolata finalizzata alla diffusione dei messaggi pubblicitari, direttamente con l'esposizione di elementi come pannelli serigrafati o simili.

**4.5 Segnaparcheggio**

Impianto pubblicitario avente per scopo principale l'informazione al pubblico relativa all'uso e alle tariffe praticate nel parcheggio.

**4.6 Transenna parapedonale**

Struttura pubblicitaria mono o bifacciale, solidamente vincolata a barriere parapedonali, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari, direttamente con l'esposizione di elementi come pannelli serigrafati o simili.

Il posizionamento di tali strutture in area di incrocio dovrà essere previsto nel rispetto dell'art. 23 c. 1 del C.d.S. (richiamato dall'art. 51 c. 8 reg. di esec. Del C.d.S.).

**4.7 Bacheca**

Impianto pubblicitario, con frontale trasparente, finalizzato a contenere al suo interno quotidiani, periodici o altri mezzi di stampa, alla diffusione di informazioni o propaganda dell'attività di enti pubblici e associazioni varie, all'esposizione di programmi per iniziative culturali, religiose, sportive, di pubblico spettacolo e simili, all'esposizione di menù, tariffe e prezzi di pubblici esercizi o alberghi nonché all'esposizione di prodotti.

**4.8 Impianto di promozione turistica**

Struttura pubblicitaria mono o bifacciale finalizzata alla conoscenza del territorio comunale nelle sue risorse artistiche, paesaggistiche, culturali, ecc.

**5 Impianti pubblicità e propaganda** (art. 47 c. 8)

*"Si definisce impianto di pubblicità e propaganda qualunque manufatto finalizzato alla pubblicità o alla propaganda sia di prodotti che di attività e non individuabile secondo definizioni precedenti , né come insegna di esercizio, né come preinsegna, né come cartello, né come striscione,locandina o stendardo, né come segno orizzontale reclamistico, né come impianto pubblicitario di servizio. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta".*

**5.1 Palina**

Elemento mono o bifacciale, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari in occasione di manifestazioni sportive, ricreative, socio-culturali, o per inaugurazioni, chiusure, fallimenti, vendite straordinarie, con esposizione limitata al periodo di svolgimento della manifestazione, spettacolo, o iniziativa a cui si riferisce oltreché alla settimana precedente e alle 24 ore successive.

**5.2 Totem**

Elemento multifacciale con idonea struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione di messaggi a carattere socio-culturale, commerciali, mediante esposizione diretta di elementi come manifesti o simili; può eventualmente essere utilizzato come impianto pubblicitario di servizio prevedendo funzioni di pubblica utilità (infopoint). Può essere luminoso, illuminato o privo di luce.

**5.3 Impianto a messaggio variabile o led luminosi**

Elemento mono o bifacciale vincolato al suolo o a parete da idonea struttura di sostegno, caratterizzato dalla presenza di un cassonetto specificatamente realizzato per la diffusione di messaggi propagandistici variabili. La variabilità del messaggio, con periodo minimo di 5 min. fuori dai centri abitati (art. 51 c. 11 Reg. Esec. Del C.d.S.), può essere realizzata mediante il movimento del messaggio e/o delle immagini trasmesse. Può essere illuminato e/o luminoso per luce propria.

**5.4 Teli su ponteggi**

Elemento bidimensionale monofacciale privo di rigidezza che occupa tutta la superficie di ponteggi o recinzioni di cantiere ed è a questi opportunamente ancorato.

*Decorazione artistica*

Dovrà riportare in via preferenziale o il prospetto dell'edificio oggetto dell'intervento o l'immagine di una opera d'arte che ha attinenza con l'edificio o un'immagine con alto contenuto artistico. Il messaggio pubblicitario sarà inserito organicamente nella gigantografia e non dovrà essere circoscritto in un riquadro che lo astrae da tutta la superficie dell'impianto; dovrà essere posizionato nella parte inferiore dell'impianto e dovrà occupare una superficie non superiore al 20% della superficie totale della gigantografia. Illuminato o privo di luce.

*Decorazione pubblicitaria*

Il messaggio pubblicitario può interessare tutto l'impianto o solo una parte di esso purché inserito armonicamente nella gigantografia. Illuminato o privo di luce.

**5.5 Indicatori commerciali di strada**

Impianto da collocare esclusivamente in ambito di aree pedonali, utile per l'indicazione commerciale relativa alle traverse dell'asse pedonale principale. Gli indicatori commerciali di strada dovranno recare solo la ragione sociale e la specificazione dell'attività commerciale o artigianale senza ulteriori messaggi di carattere pubblicitario e merceologico. In alto dovrà essere riportato lo stemma del Comune ed il nome della strada, integrato all'occorrenza da freccia direzionale.

### 6.1 Durata dell'esposizione

I mezzi pubblicitari considerati dal PGIP e come precedentemente definiti, ad eccezione degli impianti per l'affissione pubblica e gli impianti per le affissioni dirette, sono inoltre classificati in funzione della durata del periodo di esposizione in:

**Mezzi Temporanei**

Appartengono a questa categoria i mezzi esplicitamente finalizzati all'esposizione di pubblicità relazionata a speciali eventi di durata limitata (3 mesi massimo) quali manifestazioni, spettacoli, mostre, fiere, vendite, offerte promozionali, ecc.. L'esposizione dei messaggi su questi mezzi, che possono essere anche solidamente ancorati al suolo in maniera permanente o ad altre strutture in elevazione, è ammessa solo ed unicamente durante il periodo di svolgimento della manifestazione o evento a cui si riferiscono, oltre che durante i sette giorni precedenti e le 24 ore successive alla stessa.

**Mezzi Permanenti**

E' definito permanente il mezzo che, indipendentemente dalla tipologia della struttura impiegata, abbia un'esposizione del messaggio di durata superiore ai 3 mesi per ciascuna autorizzazione richiesta.

### 6.2 Destinazione d'uso

Un'ultima classificazione dei mezzi pubblicitari identifica gli stessi in funzione della loro destinazione d'uso, ovvero:

**Istituzionali / Sociali**

appartengono a questa categoria i mezzi preposti alla comunicazione, informazione e diffusione di messaggi o iniziative di pubblico interesse, normalmente effettuati da Enti pubblici o di diritto pubblico o comunque da altro (associazioni, circoli, ecc.. regolamentati da statuto) e comunque senza fine di lucro.

**Commerciali**

sono tutti i mezzi pubblicitari adibiti all'esposizione di messaggi pubblicitari, ovvero intesi alla divulgazione di informazioni, comunicazioni e quant'altro utile alla promozione di un'attività, un prodotto o un servizio.

# TITOLO II PUBBLICITÀ ESTERNA

## *ART. 7 – REQUISITI DEGLI IMPIANTI PER PUBBLICITÀ ESTERNA*

I requisiti minimi che dovranno avere gli impianti per la pubblicità esterna sono i seguenti:

sicurezza
decoro
funzionalità
conformità alla normativa.

### 7.1 Sicurezza

I nuovi mezzi pubblicitari dovranno essere progettati, realizzati e posati in opera in modo tale da non arrecare pericolo o disturbo alla sicurezza stradale, sia veicolare che pedonale.

### 7.2 Decoro

I nuovi mezzi pubblicitari dovranno essere progettati in modo tale che la scelta dei materiali , dei colori e dei contenuti utilizzati nel bozzetto pubblicitario, tengano conto del contesto architettonico – paesaggistico - ambientale in cui dovranno essere inseriti.

### 7.3 Funzionalità

I nuovi mezzi pubblicitari dovranno essere progettati, realizzati e posati in opera tenendo conto che diffondendo un messaggio pubblicitario devono essere facilmente visibili,essendo sottoposti agli agenti atmosferici e ad incidenti accidentali devono essere facilmente manutenibili ed essendo esposti all'esterno devono risultare elementi di arredo urbano e non elementi di disturbo rispetto all'esistente.

### 7.4 Conformità alla normativa

I nuovi mezzi pubblicitari dovranno essere progettati, realizzati e posati in opera rispettando la normativa vigente di riferimento oltreché rispettare le norme previste dal presente PGIP.

## *ART. 8 – CARATTERISTICHE TECNICHE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI*

### 8.1 Strutturali - Costruttive

Tutti gli impianti da installare dovranno di massima essere conformi alle seguenti caratteristiche costruttive:

le strutture (supporti, montanti o sostegni in genere) avranno sezione circolare o similare e dovranno essere realizzate preferibilmente in metallo, verniciati a seguito di trattamenti protettivi quali ad

esempio la zincatura. Il colore di verniciatura delle strutture sarà oggetto delle prescrizioni inserite nell'atto autorizzativo. I cartelli utilizzati tramite l'affissione di manifesti dovranno essere dotati di una cornice metallica e di una superficie, per l'affissione del manifesto, in lamiera zincata zenzimir. Le bacheche con anta apribile, siano essi luminose o no, dovranno essere tamponate con policarbonato antisfondamento di spessore minimo mm 5. Nel caso di impianti privati potrà essere inserito sulla sommità dell'impianto un apposito spazio (cimasa) per la collocazione del marchio o logotipo della società titolare dell'autorizzazione ed eventualmente del logo e nome del comune. Tale spazio non dovrà superare una superficie massima di $cm^2$ 300, ad eccezione dei cartelli utilizzati per le pubbliche affissioni e regolamentati al successivo titolo.

Le strutture di sostegno e di fondazione devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento, saldamente realizzate ed ancorate, sia globalmente che nei singoli elementi.

Qualora le suddette strutture costituiscano manufatti la cui realizzazione e posa in opera sia regolamentata da specifiche norme, l'osservanza delle stesse e l'adempimento degli obblighi da queste previste deve essere documentato prima del ritiro dell'autorizzazione. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari devono essere realizzati con materiali non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici.

### 8.2 Estetiche

Tutti gli impianti devono avere sagoma rettangolare, che in ogni caso non può essere quella di disco, triangolo o ottagono. L'uso del colore rosso è ammesso con particolare cautela. Nessun impianto potrà avere luce intermittente, né di intensità luminosa superiore a 150 candele per $m^2$, o che comunque provochi abbagliamento. Tutti gli impianti luminosi devono avere una sagoma rettangolare che, in ogni caso, non può essere quella di disco, triangolo o ottagono. L'utilizzo della croce rossa luminosa è consentita esclusivamente nelle fattispecie previste dalle specifiche normative. L'impianto elettrico di ciascuna struttura pubblicitaria dovrà essere dotato di una protezione contro i contatti indiretti mediante trasformatore di isolamento di Classe II, di protezione contro i cortocircuiti e i sovraccarichi a mezzo di interruttori magneto - termici che isolino l'impianto elettrico dell'impianto pubblicitario in caso di anomalia, in modo tale da evitare ogni tipo di interferenza sulla linea di alimentazione. Ogni eventuale scavo che si renda necessario eseguire per l'esecuzione dei collegamenti sarà a carico della ditta richiedente la quale si impegna a ripristinare il suolo a regola d'arte.

## *ART. 9 – DISCIPLINA DELLE INSTALLAZIONI NELLE ZONE OMOGENEE*

In questo articolo vengono individuate le tipologie dei mezzi ed impianti pubblicitari che possono essere collocati in ciascuna zona territoriale omogenea, come precedentemente identificata, all'interno o all'esterno del centro abitato. Su tutto il territorio comunale è permessa l'installazione di transenne parapedonali, ai sensi di quanto previsto dall'art. 51 del d.P.R. 495/92. Per quanto riguarda i messaggi pubblicitari esposti su tutto il territorio comunale dovranno essere assolutamente rispettati i principi di rispetto della dignità, del pubblico pudore, della decenza e di rispetto per la posizione delle persone che frequentano tale zona. L'Amministrazione Comunale si riserva la facoltà di consultare l'Autorità

sulla Pubblicità per tutte quelle situazioni che presentano motivazioni di oltraggio ai principi di cui sopra ed esposti sull'intero territorio comunale.

LEGENDA

| | |
|---|---|
| • | ammesso |
| n.a. | non ammesso |
| --- | non esistente |

***Zona A – Centro storico***

| Art. 47 d.lgs 285/92 | Art. 6 PGIP | Descrizione tipo mezzo | Destinazione commerciale | Destinazione istituzionale | Durata temporanea | Durata permanente | Note |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| comma 2 | 1 | Preinsegna | n.a. | --- | n.a. | n.a. | In sostituzione permesso l'utilizzo del mezzo 5.5 Indicatori commerciali di strada |
| comma 4 | 2.1 | Cartello | n.a. | n.a. | n.a. | n.a. | |
| | 2.2 | Tabella | n.a. | n.a. | n.a. | n.a. | |
| comma 5 | 3.1 | Striscione | --- | • | • | --- | Superficie massima ammessa $m^2$ 4 per facciata. |
| | 3.2 | Stendardo | n.a. | • | • | --- | Superficie massima ammessa $m^2$ 1,5 per facciata. |
| comma 7 | 4.1 | Pensilina bus | • | • | n.a. | • | E' ammessa una superficie pubblicitaria commerciale totale fino al 70% degli spazi disponibili nelle facciate laterali, collocata solo parallelamente al senso di marcia. |
| | 4.2 | Palina bus | • | • | n.a. | • | Superficie massima dello spazio pubblicitario $m^2$ 0,7 da posizionare solo sul lato non visibile dal senso di provenienza del mezzo pubblico. |
| | 4.3 | Orologio | • | • | n.a. | • | E' ammesso con superficie dello spazio < 0,35 $m^2$. |
| | 4.4 | Cestino | • | • | n.a. | • | Superficie massima dello spazio $m^2$ 0,35 |
| | 4.5 | Segnaparcheggio | n.a. | n.a. | n.a. | n.a. | |
| | 4.6 | Transenna | n.a. | n.a. | n.a. | n.a. | |
| | 4.7 | Bacheca | n.a. | • | • | • | Superficie massima dello spazio $m^2$ 0,7 per facciata |
| | 4.8 | Prom. turistica | n.a. | • | • | n.a. | Superficie massima ammessa $m^2$ 1,5 |
| comma 8 | 5.1 | Palina | n.a. | • | • | --- | Superficie massima dello spazio $m^2$ 1. |
| | 5.2 | Totem | n.a. | • | • | --- | E' ammessa una superficie massima < 3 $m^2$ per facciata. |
| | 5.3 | Variabile/Led | • * | • | • | • | Superficie massima ammessa $m^2$ 2,5 |
| | 5.4 | Teli ponteggio | n.a. | • | • | --- | Ammessa solo la decorazione artistica. (ved. Art. 6 PGIP) |
| | 5.5 | Ind. comm. di strada | • | • | n.a. | • | E' ammessa una dimensione di cm 60 x 10 per ogni singola voce e fino ad un massimo di n. 10 spazi. |

* ammesso solo se utilizzato anche per la diffusione di informazioni istituzionali e/o di pubblica utilità. In tal caso il mezzo è considerato impianto di servizio (art. 47 c. 7 del Reg. C.d.S.) e pertanto non deve rispettare le distanze di cui al successivo art. 10.

### *Zona B - Industriale, artigianale, commerciale*

| Art. 47 d.lgs 285/92 | Art. 6 PGIP | Descrizione tipo mezzo | Destinazione commerciale | Destinazione istituzionale | Durata temporanea | Durata permanente | Note |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| comma 2 | 1 | Preinsegna | • | --- | n.a. | • | E' ammessa la dimensione massima di cm 150 x 30 per ogni spazio |
| comma 4 | 2.1 | Cartello | • | • | n.a. | • | Superficie massima ammessa m² 18 per facciata, se all'interno del centro abitato. |
| | 2.2 | Tabella | • | • | n.a. | • | Superficie massima ammessa m² 18 per facciata, se all'interno del centro abitato. In ogni caso il totale degli spazi non deve superare il 40% della superficie della facciata. |
| comma 5 | 3.1 | Striscione | --- | • | • | --- | |
| | 3.2 | Stendardo | • | • | • | --- | Superficie massima ammessa m² 2 per facciata |
| comma 7 | 4.1 | Pensilina bus | • | • | • | • | E' ammessa una superficie pubblicitaria commerciale totale fino al 70% degli spazi disponibili nelle facciate laterali, collocata solo parallelamente al senso di marcia. |
| | 4.2 | Palina bus | • | • | n.a. | • | Superficie massima dello spazio pubblicitario m² 0,7 da posizionare solo sul lato non visibile dal senso di provenienza del mezzo pubblico. |
| | 4.3 | Orologio | • | • | n.a. | • | Superficie massima ammessa m² 1 per facciata |
| | 4.4 | Cestino | • | • | • | • | Superficie massima ammessa m² 1 per facciata |
| | 4.5 | Segnaparcheggio | • | • | • | • | Superficie massima dello spazio pubblicitario m² 0,7 |
| | 4.6 | Transenna | • | • | • | • | Superficie massima dello spazio pubblicitario m² 0,7 |
| | 4.7 | Bacheca | • | • | • | • | Superficie massima dello spazio pubblicitario m² 1,5 per facciata. |
| | 4.8 | Prom. turistica | • | • | • | • | Superficie massima dello spazio pubblicitario m² 3 |
| comma 8 | 5.1 | Palina | • | • | • | n.a. | Superficie massima dello spazio pubblicitario m² 1,4. Nei tratti di strada individuati dall'Amministrazione Comunale. |
| | 5.2 | Totem | • | • | • | • | Superficie massima dello spazio pubblicitario m² 6,5 per facciata |
| | 5.3 | Variabile/Led | • | • | • | • | Superficie massima ammessa m² 18 per facciata |
| | 5.4 | Teli ponteggio | • | • | • | n.a. | |
| | 5.5 | Ind. comm. di strada | • | • | n.a. | • | E' ammessa una dimensione di cm 60 x 10 per ogni singola voce e fino ad un massimo di n. 10 spazi. |

### *Zona C - Centro abitato*

| Art. 47 d.lgs 285/92 | Art. 6 PGIP | Descrizione tipo mezzo | Destinazione commerciale | Destinazione istituzionale | Durata temporanea | Durata permanente | Note |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| comma 2 | 1 | Preinsegna | • | --- | n.a. | • | E' ammessa la dimensione massima di cm 150 x 30 per ogni spazio |
| comma 4 | 2.1 | Cartello | • | • | n.a. | • | Superficie massima ammessa $m^2$ 18 per facciata, se all'interno del centro abitato. |
| | 2.2 | Tabella | • | • | n.a. | • | Superficie massima ammessa $m^2$ 18 per facciata, se all'interno del centro abitato. In ogni caso il totale degli spazi non deve superare il 20% della superficie della facciata. |
| comma 5 | 3.1 | Striscione | --- | • | • | n.a. | |
| | 3.2 | Stendardo | • | • | • | --- | Superficie massima ammessa $m^2$ 2 per facciata |
| comma 7 | 4.1 | Pensilina bus | • | • | • | • | E' ammessa una superficie pubblicitaria commerciale totale fino al 70% degli spazi disponibili nelle facciate laterali, collocata solo parallelamente al senso di marcia. |
| | 4.2 | Palina bus | • | • | n.a. | • | Superficie massima dello spazio pubblicitario $m^2$ 0,7 da posizionare solo sul lato non visibile dal senso di provenienza del mezzo pubblico. |
| | 4.3 | Orologio | • | • | n.a. | • | Superficie massima ammessa $m^2$ 1 per facciata |
| | 4.4 | Cestino | • | • | • | • | Superficie massima ammessa $m^2$ 1 per facciata |
| | 4.5 | Segnaparcheggio | • | • | • | • | Superficie massima dello spazio pubblicitario $m^2$ 0,7 |
| | 4.6 | Transenna | • | • | • | • | Superficie massima dello spazio pubblicitario $m^2$ 0,35 |
| | 4.7 | Bacheca | • | • | • | • | Superficie massima dello spazio pubblicitario $m^2$ 0,7 per facciata. |
| | 4.8 | Prom. turistica | • | • | • | • | Superficie massima dello spazio pubblicitario $m^2$ 3 |
| comma 8 | 5.1 | Palina | • | • | • | n.a. | Superficie massima dello spazio pubblicitario $m^2$ 0,7. Nei tratti di strada individuati dall'Amministrazione Comunale. |
| | 5.2 | Totem | • | • | • | n.a. | E' ammessa una superficie massima < 3 $m^2$ per facciata. |
| | 5.3 | Variabile/Led | • | • | • | • | Superficie massima ammessa $m^2$ 6 per facciata. |
| | 5.4 | Teli ponteggio | • | • | • | n.a. | |
| | 5.5 | Ind. comm. di strada | • | • | • | • | E' ammessa una dimensione di cm 60 x 10 per ogni singola voce e fino ad un massimo di n. 10 spazi. |

## *ART.10 – DEROGHE CONCESSE ALLE DISTANZE PREVISTE DALL'ART. 51 D.P.R. 495/92*

Sulla base di quanto contenuto nell'art. 23 comma 6 del Nuovo Codice della Strada, i comuni hanno la facoltà di concedere deroghe, all'interno dei centri abitati e limitatamente alle strade di tipo E ed F, alle norme relative alle distanze minime per il posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari, sempre nel rispetto delle esigenze di sicurezza della circolazione stradale. Il Regolamento di esecuzione ed attuazione del Nuovo Codice della Strada, art. 51 comma 4, stabilisce inoltre che la distanza dal limite della carreggiata, all'interno dei centri abitati, è fissata dal presente regolamento, semprechè siano rispettate le disposizioni dell'art. 23 comma 1 del Nuovo Codice della Strada.
Le distanze si applicano nel senso delle singole direttrici di marcia. Nel caso in cui esistano, a distanza inferiore di quella prevista dalla carreggiata, altre costruzioni o alberi è ammesso il posizionamento in allineamento agli stessi. Le distanze in deroga applicate all'interno del centro abitato per i mezzi pubblicitari, ad esclusione dei mezzi come definiti dall'art. 47 c. 7, sono rappresentate nella seguente tabella. A queste deroghe fanno eccezione, all'interno del centro abitato, le eventuali strade di tipo "A", "B", "C" e "D" per le quali, pertinenze comprese, valgono le norme del Codice della Strada e del relativo Regolamento di attuazione.

Tabella per l'applicazione delle distanze all'interno del centro abitato

| Entro centro abitato - Strade E ed F<br>*(distanze minime ammesse espresse in metri)* | | |
|---|---|---|
| ***Distanze*** | ***Impianti paralleli al senso di marcia dei veicoli*** | ***Impianti perpendicolari al senso di marcia dei veicoli*** |
| Dal limite della carreggiata | 0,80 | 1,5 |
| Dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari | 5 / 15 * | 20 |
| Prima dei segnali stradali di pericolo e di prescrizione | 15 | 25 |
| Dopo i segnali stradali di pericolo e di prescrizione | 5 | 15 |
| Prima dei segnali di indicazione | 15 | 20 |
| Dopo i segnali di indicazione | 5 | 15 |
| Dal punto di tangenza delle curve | 10 | 20 |
| Prima delle intersezioni | 30 | 30 |

| | | |
|---|---|---|
| Dopo le intersezioni | 25 | 25 |
| Dagli imbocchi delle gallerie | 10 | 100 |

* Distanza da rispettare tra ogni gruppo di impianti composto al massimo da n. 3 elementi consecutivi ognuno avente superficie inferiore o uguale a 6 $m^2$. Per superfici superiori la distanza tra ogni gruppo dovrà essere di m 15.

## *ART.11 – CRITERI PER L'INSTALLAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI FUORI DAL CENTRO ABITATO*

Il territorio comunale esterno alla delimitazione del centro abitato rappresenta un'area nella quale sono recepite integralmente le norme di cui all'art. 23 del D. Lgs. 285/1992 (Nuovo Codice della Strada) e relativo Regolamento di esecuzione ed attuazione DPR 16 Dicembre 1992 n. 495, con le modifiche introdotte dal DPR 16 Settembre 1996 n. 610. I mezzi pubblicitari ricadenti all'interno del perimetro delle zone omogenee individuate dal PGIP, seppure esterni al centro abitato, saranno assoggettati a doppia normativa, ovvero al rispetto delle prescrizioni indicate dal Codice della Strada e della disciplina delle installazioni nelle zone omogenee.

## *ART.12 – UBICAZIONE MEZZI PUBBLICITARI NELLE STAZIONI DI SERVIZIO E NELLE AREE DI PARCHEGGIO*

Nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio possono essere collocati, fatte salve le prescrizioni previste per le zone omogenee, cartelli e mezzi pubblicitari la cui superficie complessiva non superi il 5% delle aree occupate dalle stazioni di servizio e dalle aree di parcheggio. Le strutture non dovranno essere collocate lungo il fronte stradale, lungo le corsie di accelerazione e decelerazione e in corrispondenza degli accessi.

Nelle aree di parcheggio è ammessa, in eccedenza alle superfici pubblicitarie computate in misura percentuale, la collocazione di altri mezzi pubblicitari abbinati alla prestazione di servizi per l'utenza della strada entro il limite di 2 mq per ogni servizio prestato..

## *ART.13 – AUTORITÀ COMPETENTE AL RILASCIO DELL'AUTORIZZAZIONE*

In base a quanto previsto dall'art. 4 capo II della L. 241/90 l'unità organizzativa responsabile dell'istruttoria e di ogni altro adempimento sarà l'Area Tecnica – Unità Viabilità. Il responsabile di questa unità organizzativa provvede ad assegnare a sé o ad altro dipendente addetto all'unità, la responsabilità dell'istruttoria e di ogni altro adempimento inerente il singolo procedimento nonché, eventualmente, dell'adozione del provvedimento finale[14].

[14] Art. 5 capo II L. 241/90

I compiti assegnati a questo ufficio sono i seguenti:

- esaminare le domande in ordine progressivo al numero di protocollo di registrazione d'ufficio;
- acquisire il parere del locale ufficio edilizia privata e urbanistica;
- accertare la conformità della documentazione tecnica a quanto previsto nel presente PGIP ed eventualmente richiedere, come integrazione, la modulistica necessaria;
- proporre le eventuali modifiche al presente PGIP e ritenute necessarie per rendere più funzionale l'utilizzo di questo strumento;
- convocare direttamente il richiedente e/o la ditta installatrice nell'eventuale necessità di acquisire chiarimenti;
- richiedere, per i casi di installazioni da collocarsi su edifici di particolare interesse storico-artistico, l'eventuale campionatura del materiale impiegato e del colore prescelto;
- prescrivere le modifiche ritenute necessarie affinché gli impianti possano inserirsi adeguatamente ed armoniosamente negli edifici e nell'ambiente;
- esprimere parere ampiamente motivato, specialmente in caso di rigetto della domanda, in conformità a quanto disposto dal presente PGIP e dalle norme vigenti;
- istituire e mantenere il Registro delle autorizzazioni [(15)];
- indire di regola una conferenza di servizi, qualora sia opportuno effettuare un esame contestuale di vari interessi pubblici coinvolti nel procedimento amministrativo o quando si debbano acquisire intese, concerti, nullaosta o assensi comunque denominati di altre amministrazioni pubbliche. In tal caso, le determinazioni concordate nella conferenza sostituiscono a tutti gli effetti i concerti, le intese, i nullaosta e gli assensi richiesti [(16 )].

## *ART.14 – MODALITÀ PER IL RILASCIO DELL'AUTORIZZAZIONE*

Il soggetto interessato al rilascio di un'autorizzazione per l'installazione di altri mezzi pubblicitari, deve presentare la relativa domanda all'Area Tecnica – Unità viabilità, allegando in duplice copia:

- una planimetria dell'area interessata dall'intervento, con indicate tutte le misure necessarie per la valutazione della sicurezza per la circolazione stradale (distanze da semafori, intersezioni, altri impianti pubblicitari, dalla carreggiata, da segnali di indicazione, di pericolo, di prescrizione, da imbocchi di galleria);
- un rilievo fotografico del contesto urbano nello stato attuale e con l'inserimento del mezzo pubblicitario. Per le posizioni su edifici, le fotografie devono essere tali da consentire una completa visione di basamento e facciata, con gli eventuali altri impianti pubblicitari esistenti.
- autodichiarazione redatta ai sensi del D.P.R. 28 Dicembre 2000, n. 445, con la quale si attesti che il manufatto che si intende collocare è realizzato e sarà posto in opera , tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento, in modo da garantire la stabilità e la conformità alle norme previste a tutela della circolazione dei veicoli e delle persone, con assunzione di ogni conseguente responsabilità;

[15] Art. 53 c. 9 d.p.r. 495/92

- scheda tecnica contenente il disegno tecnico dell'impianto con relative misure e una relazione sulle caratteristiche del mezzo pubblicitario precisando il tipo di struttura e i materiali utilizzati;
- se l'impianto in progetto utilizzerà circuiti elettrici, il progetto va completato con l'autodichiarazione della sua conformità a tutta la normativa vigente in materia;
- copia del bozzetto grafico a colori del messaggio pubblicitario;
- autorizzazione del proprietario del terreno su cui si intende installare il mezzo pubblicitario (nel caso di proprietà comunale sarà da versare una tassa per l'occupazione del suolo pubblico in conformità a quanto previsto dal Regolamento in materia e l'autorizzazione dovrà avere validità almeno triennale);
- effettuazione del versamento sul c/c del Comune relativamente ai diritti dovuti per lo svolgimento delle operazioni tecnico-amministrative in conformità a quanto previsto dal Prezziario annuale del Comune .[17]

Salvo diversa indicazione, l'autorizzazione all'installazione di cartelli o di mezzi pubblicitari permanenti ha validità per un periodo di tre anni ed è rinnovabile presentando una richiesta scritta tramite raccomandata a/r, sei mesi prima della scadenza.

## *ART.15 – OBBLIGHI DEL TITOLARE DELL'AUTORIZZAZIONE*

E' fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione di:

- rispettare in ogni caso tutte le norme di sicurezza prescritte dai Regolamenti Comunali, dal Nuovo Codice della Strada e dal presente PGIP;
- verificare periodicamente il buono stato di conservazione dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari, delle relative strutture di sostegno ed effettuare tempestivamente tutti gli interventi necessari al loro ripristino in caso di danneggiamento, usura, pulizia da fregi o graffiti;
- adempiere nei tempi richiesti a tutte le prescrizioni impartite dall'Ente competente ai sensi dell'art. 405, comma 1 del Regolamento di esecuzione ed attuazione dell'art. 228 del Nuovo Codice della Strada, al momento del rilascio dell'autorizzazione od anche successivamente per intervenute e motivate esigenze;
- procedere alla rimozione nel caso di scadenza naturale, decadenza o revoca dell'autorizzazione o insussistenza delle condizioni di sicurezza previste all'atto dell'installazione o di motivata richiesta da parte dell'Ente competente al rilascio;
- stipulare idonea polizza assicurativa per la responsabilità civile verso terzi avente durata pari al periodo autorizzato.

È fatto inoltre obbligo, al titolare dell'autorizzazione rilasciata per la posa di mezzi temporanei, di provvedere alla rimozione degli stessi entro le ventiquattro ore successive alla conclusione della manifestazione o dello spettacolo per il cui svolgimento sono stati autorizzati, ripristinando il preesistente stato dei luoghi ed il preesistente grado di aderenza delle superfici stradali qualora i mezzi non facciano parte di circuiti fissi adibiti all'esposizione di spazi temporanei.

---

[16] Art 14 capo IV L. 241/90

[17] vedi art. 53, c. 7, del D.P.R. 495/92

## *ART.16 – TARGHETTE DI IDENTIFICAZIONE*

Su ogni cartello o mezzo pubblicitario autorizzato dovrà essere saldamente fissata, a cura e spese del titolare dell'autorizzazione, una targhetta preferibilmente metallica ed incisa oppure serigrafata in modo indelebile, posta in posizione facilmente accessibile e visibile, sulla quale sono riportati i seguenti dati

- amministrazione rilasciante;
- soggetto titolare;
- numero dell'autorizzazione;
- progressiva chilometrica del punto di installazione (se su strade Statali o Provinciali);
- data di scadenza dell'autorizzazione.

La targhetta di cui sopra deve essere sostituita ad ogni rinnovo dell'autorizzazione ed ogni qualvolta intervenga una variazione di uno dei dati su essa riportati.

## *ART.17 – VIGILANZA*

Gli enti proprietari delle strade sono tenuti a vigilare, per mezzo del proprio personale competente in materia di viabilità, sulla corretta realizzazione e sull'esatto posizionamento dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari rispetto a quanto autorizzato. Gli stessi enti sono obbligati a vigilare anche sullo stato di conservazione e sulla buona manutenzione dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari oltreché sui termini di scadenza delle autorizzazioni concesse. Qualunque inadempienza venga rilevata da parte del personale incaricato della vigilanza, dovrà essere contestata a mezzo di specifico verbale al soggetto titolare dell'autorizzazione che dovrà provvedere entro il termine fissato. Decorso tale termine l'ente proprietario, valutate le osservazioni avanzate entro dieci giorni dal soggetto, può provvedere d'ufficio, rivalendosi per le spese sul soggetto titolare dell'autorizzazione, oppure procedere alla rimozione dell'impianto in causa.

La vigilanza può essere , inoltre, svolta da tutto il personale di cui all'articolo 12, comma 1 del Codice il quale trasmette le proprie segnalazioni all'ente proprietario della strada per i provvedimenti di competenza.

Limitatamente al disposto dell'art. 23, comma 3, del Nuovo Codice della Strada la vigilanza può essere svolta, nell'ambito delle rispettive competenze, anche da funzionari dei Ministeri dell'Ambiente e dei Beni Culturali, i quali trasmettono le proprie segnalazioni all'Ente proprietario della strada per i provvedimenti di competenza.

Tutti i messaggi pubblicitari / mezzi temporanei e propagandistici che possono essere variati senza autorizzazione ai sensi dell'art. 53, comma 8 e 9, se non rispondenti al disposto dell'art. 23, comma 1, del Nuovo Codice della Strada, devono essere rimossi entro le **quarantotto ore** successive alla notifica del verbale di contestazione, a cura e spese del soggetto titolare dell'autorizzazione o del concessionario. In caso di inottemperanza si procede d'ufficio rivalendosi per le spese sul soggetto titolare dell'autorizzazione o del concessionario. Tutti i mezzi/messaggi, esposti difformemente dalle autorizzazioni rilasciate, dovranno essere rimossi previa contestazione scritta, a cura e spese del soggetto titolare dell'autorizzazione, entro il termine fissato (massimo otto giorni dalla diffida

pervenuta). In caso di inottemperanza si procede d'ufficio, rivalendosi per le spese sostenute sul soggetto titolare dell'autorizzazione.

## *ART.18 – RIMOZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI ABUSIVI*

Gli impianti installati senza aver inoltrato e/o ottenuto la prevista autorizzazione all'installazione, sono abusivi. Sono da ritenersi abusivi anche quegli impianti con i termini autorizzativi scaduti o per i quali si è provveduto alla revoca dell'autorizzazione o non conformi alle disposizioni del presente PGIP. Ai sensi della Legge 7 Dicembre 1999, n. 472, art. 30, in caso di installazioni abusive o in contrasto con quanto contenuto nel PGIP il Comune diffida l'autore della violazione ed il proprietario o possessore del suolo privato, nei modi di legge, a rimuovere il mezzo pubblicitario a loro spese e non oltre il termine di dieci giorni dalla data di comunicazione dell'atto. Decorso il suddetto termine, il Comune provvede ad effettuare la rimozione del mezzo pubblicitario ed alla sua custodia ponendo i relativi oneri a carico dell'autore della violazione e, in via tra loro solidale, del proprietario o possessore del suolo. Nel caso in cui i mezzi pubblicitari siano installati su suolo demaniale ovvero rientrante nel patrimonio del comune o nel caso in cui la loro ubicazione lungo strade e fasce di pertinenza costituisca pericolo per la circolazione, in quanto in contrasto con le disposizioni contenute nel PGIP, il Comune esegue senza indugio la rimozione del mezzo pubblicitario. Successivamente alla stessa il Comune trasmette la nota delle spese al Prefetto che emette ordinanza – ingiunzione di pagamento. Tale ordinanza costituisce titolo esecutivo ai sensi di legge.

## *ART.19 – NORME TRANSITORIE*

I mezzi pubblicitari installati sulla base di autorizzazioni/convenzioni in essere, all'entrata in vigore del presente PGIP e non rispondenti alle disposizioni dello stesso, dovranno essere adeguati alla nuova normativa al momento della richiesta di rinnovo delle stesse e comunque entro tre anni dall'efficacia del presente Regolamento; nel caso in cui non rispondessero ai nuovi requisiti, dovranno essere rimossi e collocati in altro tratto stradale disponibile solo dopo il rilascio di una nuova autorizzazione per la diversa posizione.

# TITOLO III LE PUBBLICHE AFFISSIONI

## *ART.20 – DEFINIZIONE DI AFFISSIONE*

Con il termine “affissioni” si individuano gli impianti pubblicitari, sia collocati su suolo pubblico sia su suolo privato, utilizzati da parte del Comune o Concessionario, al fine di garantire specificatamente l'affissione di manifesti di qualunque materiale costituiti, contenenti comunicazioni aventi finalità istituzionali, sociali.

Tali impianti rientrano tra le strutture adibite all’erogazione del servizio delle affissioni, obbligatoriamente istituito nei comuni che abbiano una popolazione residente superiore a tremila abitanti. Le affissioni sono suddivise in:

Pubbliche affissioni

Appartengono a questa categoria tutti gli impianti che sono gestiti direttamente dal comune o dal Concessionario ed adibiti al servizio pubblico

Affissioni dirette

Appartengono a questa categoria tutti gli impianti attribuiti a soggetti privati

## *ART.21 – REQUISITI GENERALI DEGLI IMPIANTI PER LE AFFISSIONI*

Gli impianti per le affissioni dovranno rispondere a requisiti minimi in termine di sicurezza, decoro e funzionalità. Gli impianti per le affissioni dovranno essere progettati, realizzati e posati in opera in modo tale da non arrecare pericolo o disturbo alla sicurezza stradale, sia veicolare che pedonale.

Dal punto di vista estetico, gli impianti per le affissioni dovranno essere progettati in modo tale che sia la scelta dei materiali che dei colori, rispettino il contesto architettonico, paesaggistico ed ambientale nel quale saranno collocati.

Gli impianti per le affissioni dovranno avere anche requisiti di funzionalità riferiti soprattutto alla semplicità di manutenzione degli stessi, elemento essenziale affinché il deterioramento naturale o accidentale degli stessi non sia causa di degrado della struttura ed il conseguente peggioramento dell’immagine del contesto urbano.

## *ART.22 – CARATTERISTICHE TECNICHE DI RIFERIMENTO DEGLI IMPIANTI DI AFFISSIONE*

Gli impianti pubblicitari utilizzati per l'affissione di manifesti dovranno essere dotati di una cornice metallica e di una superficie sulla quale affiggere il manifesto, realizzata in lamiera trattata con procedimenti antiossidanti quali zincatura, aluzinc, zenzimir o similari.

Gli impianti possono essere dotati di uno spazio, normalmente collocato sulla sommità (cimasa), utilizzabile per riportare diciture quali il nome del Comune, lo stemma comunale, il numero identificativo dell'impianto, la destinazione d'uso (istituzionale, commerciale, ecc.) e in caso di soggetto privato può riportare il marchio o logotipo della società titolare della concessione.

Le strutture di sostegno e di fondazione devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento; devono essere saldamente realizzate ed ancorate al terreno sia nel loro complesso sia nei singoli elementi che le compongono.

La scelta della tipologia degli impianti pubblicitari dovrà rientrare in un progetto unitario che consideri il mantenimento di uniformità estetica, colorazione, materiali, ecc. soprattutto nel caso di integrazioni rispetto all'esistente.

## *ART.23 – QUANTITÀ E RIPARTIZIONE DELLE SUPERFICI*

Il D.Lgs. 507/93 indica che le superfici destinate alle pubbliche affissioni sono stabilite dal Regolamento Comunale in misura proporzionale al numero degli abitanti e comunque non inferiore a mq 18 ogni mille abitanti nei comuni con popolazione superiore a trentamila abitanti, e a mq 12 negli altri comuni.

Ai sensi del combinato disposto dagli art. 3 e 18 del d.lgs. 507/93, la superficie complessiva degli impianti destinati alle pubbliche affissioni, con riferimento alla popolazione di circa 17667 unità (rilevata la 31.12.2008), non deve essere inferiore a $m^2$ 212.

Sulla base di una verifica effettuata sul territorio, i quantitativi e la ripartizione delle superfici di affissione risultano essere pari a:

| | | |
|---|---|---|
| Superficie totale | 259 $m^2$ | pari a $m^2$ 15 ogni 1.000 abitanti |
| affissioni istituzionali / sociali | 9 % | 22,4 $m^2$ |
| affissioni commerciali | 91 % | 236,6 $m^2$ |

## *ART.24 – PIANO DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI*

Al fine dell'applicazione della normativa relativamente al computo delle superfici per le pubbliche affissioni e della relativa ripartizione tra le diverse destinazioni d'uso, si dovrà predisporre un Piano delle pubbliche affissioni che avvalendosi di un censimento iniziale, verifichi lo stato delle installazioni ed adegui i parametri alle indicazioni di cui all'articolo precedente.

Gli impianti per le affissioni dovranno essere classificati in funzione della loro destinazione d'uso in:

**Impianti per affissioni istituzionali / sociali**

Rientrano in questa tipologia gli impianti preposti alla comunicazione, informazione e diffusione di messaggi o iniziative di interesse pubblico, effettuati da enti pubblici o di diritto pubblico o altri enti senza fine di lucro e gli impianti che sono utilizzati per le affissioni degli avvisi funebri e dei relativi ringraziamenti.

**Impianti per affissioni commerciali**

Rientrano in questa tipologia gli impianti adibiti all'esposizione periodica di messaggi pubblicitari.

**Impianti per affissione diretta**

Rientrano in questa tipologia gli impianti assegnati ai privati

Gli impianti saranno riservati ad uno specifico utilizzo che sarà evidenziato dalla dicitura:
"Riservato Affissioni Commerciali … oppure Istituzionali … oppure … Dirette" riportata sulla parte superiore dell'impianto stesso.

Nel progetto di adeguamento i formati utilizzati dovranno essere i seguenti:
Tabelle murali: sono composte da pannelli adeguatamente fissati al muro. Il loro utilizzo è limitato ad una sola facciata.
Le dimensioni di esposizione (base x altezza) sono le seguenti:
cm 140 x 100; cm 100 x 140; cm 140 x 200; cm 200 x 140; cm 600 x 300 (poster)

Cartelli: sono composti da pannelli adeguatamente fissati su pali di sostegno a terra. Possono essere utilizzati su di una sola facciata o su entrambe le facce.
Le dimensioni di esposizione (base x altezza), sono le seguenti:
cm 140 x 100; cm 100 x 140; cm 140 x 200; cm 200 x 140; cm 600 x 300 (poster)

Gli impianti inseriti nel Piano delle pubbliche affissioni saranno gli unici spazi sui quali, successivamente all'approvazione del Piano in via definitiva, sarà permessa l'affissione di manifesti.

## *ART.25 - ASSEGNAZIONE DEGLI SPAZI PER LE AFFISSIONI DIRETTE*

Ai sensi dell'art. 3 del d.lgs. 507/93, verrà attribuita a soggetti privati, la facoltà di installare impianti per l'effettuazione di affissioni dirette. La superficie complessiva assegnabile a tale scopo è stabilita dal Piano delle pubbliche affissioni e comunque non inferiore al 20% del totale della superficie adibita al servizio pubblico. Detta superficie non è compresa in quella destinata al servizio pubblico ed è riferita esclusivamente agli impianti di medio (cm 140x200 o 200x140) e grande formato (cm 600x300). Tali impianti devono essere forniti e collocati a cura e spese del privato richiedente nel rispetto di tutte le norme previste nel presente PGIP.

## *ART.26 – ENTRATA IN VIGORE DEL PIANO DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI*

Il Piano delle Pubbliche Affissioni, una volta adottato dall'Amministrazione Comunale, entrerà in vigore dalla data di esecutività indicata dal relativo provvedimento di approvazione. Il Piano delle Pubbliche Affissioni potrà essere sottoposto a revisione per effetto di variazioni demografiche rilevanti, di espansione del centro abitato, dello sviluppo della viabilità e di ogni altra causa rilevante che possa determinare una variazione nella dislocazione degli impianti per le affissioni pubbliche e/o dirette.

# QUADRO NORMATIVO DI RIFERIMENTO

- D.Lgs. n. 507 del 15/11/1993 e s.m.i. (Revisione ed armonizzazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, della tassa per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche dei comuni e delle province nonché della tassa per lo smaltimento dei rifiuti solidi urbani a norma dell'art. 4 della legge 23 ottobre 1992, n. 421, concernente il riordino della finanza territoriale)
- D.Lgs. n. 285 del 30/04/1992 e s.m.i. (Nuovo Codice della Strada)
- D.P.R. n. 495 del 16/12/1992 e s.m.i. (Regolamento di esecuzione e attuazione del C.d.S.)
- D.Lgs. n. 360 del 10/09/1993 e s.m.i. (Disposizioni correttive ed integrative al C.d.S.)
- D.P.R. n. 610 del 16/091996 e s.m.i. (Regolamento recante modifiche al Decreto del Presidente della Repubblica 16 dicembre 1992, n. 495, concernente il regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo C.d.S.)
- L. n. 472 del 07/12/1999 e s.m.i. (Interventi nel settore dei trasporti)
- D.Lgs. n. 490 del 29/10/1999 e s.m.i. (Testo unico delle disposizioni legislative in materia di beni culturali e ambientali)
- D.Lgs. n. 42 del 22 gennaio 2004 e s.m.i. (Codice dei beni culturali e del paesaggio)
- Direttiva Ministero LLPP del 24/10/2000
- Regolamento comunale per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e per l'effettuazione del servizio sulle pubbliche affissioni
- Delimitazione dei centri abitati
- Altre fonti generali e regolamentari in materia di installazione degli impianti pubblicitari (direttive ministeriali, prassi, giurisprudenza, ecc.)

# ALLEGATI

Allegato 1: Zonizzazione (cartografia composta da n. 1 tavola)