



Comune di CUGGIONO (MI)

Piano Generale degli Impianti Pubblicitari (PGIP)

Approvato con Delibera di C.C. n. 31 del 24/10/2025

TITOLO I - DISPOSIZIONI GENERALI	4
Art. 1 Principi Generali	4
Art. 2 Quadro normativo di riferimento	4
Art. 3 Campo di applicazione	5
Art. 4 Definizione e classificazione delle strade	5
Art. 5 Definizione e delimitazione del centro abitato	6
Art. 6 Suddivisione del territorio comunale in zone omogenee	7
Art. 7 Vincoli storici, artistici e di tutela paesaggistica	7
Art. 8 Prescrizioni generali di installazione per il Centro Abitato	8
TITOLO II – LA PUBBLICITA' ESTERNA.....	9
Art. 9 Classificazione dei mezzi pubblicitari.....	9
Art. 10 Classificazione degli impianti pubblicitari – Durata del messaggio	12
Art. 11 Classificazione dei messaggi pubblicitari – Tipo di messaggio	13
Art. 12 Definizione di pubblicità esterna	13
Art. 13 Requisiti generali degli impianti per la pubblicità esterna.....	14
Art. 14 Caratteristiche tecniche di riferimento degli impianti di pubblicità esterna.....	14
Art. 15 D deroghe alle distanze previste dal nuovo codice della strada	16
Art. 16 Definizione generale di installazione	16
Art. 17 Disciplina di installazione nelle zone omogenee – Abaco delle distanze	19
Art. 18 Ubicazione stazioni di servizio e aree di parcheggio pubbliche e private.....	20
Art. 19 Segni orizzontali reclamistici	20
Art. 20 Pubblicità sui veicoli	20
Art. 21 Pubblicità fonica	21
Art. 22 Segnaletica verticale di indicazione - ART. 134 lettera D.LGS 495/92.....	22
Art. 23 sponsorizzazione aree verdi	22
TITOLO III- LE INSEGNE DI ESERCIZIO	22
Art. 24 definizione	22
Art. 25 caratteristiche tecniche.....	23
Art. 26 deroghe specifiche	24
Art. 27 criteri di collocazione	24
TITOLO IV- PUBBLICHE AFFISSIONI.....	26
Art. 28 Definizione di affissione	26
Art. 29 Requisiti generali degli impianti per le affissioni	26

Art. 30 Posizionamento degli impianti di affissione	26
Art. 31 Superfici	27
Art. 32 Ripartizione delle pubbliche Affissioni	27
Art. 33 Definizione e gestione degli impianti in affissione diretta	27
Art. 34 Prescrizione di installazione	27
TITOLO V- NORME AMMINISTRATIVE.....	28
Art. 35 Autorità competente per il rilascio delle autorizzazioni	28
Art. 36 Definizione del settore incaricato al rilascio delle autorizzazioni	28
Art. 37 Modalità per la presentazione delle istanze di autorizzazione	29
Art. 38 Istruttoria della domanda	29
Art. 39 Integrazione alla domanda	30
Art. 40 Durata	30
Art. 41 Rinnovi	31
Art. 42 titolarità e subentro nelle autorizzazioni	31
Art. 43 Obblighi del titolare dell'autorizzazione	31
Art. 44 Revoca dell'autorizzazione per la pubblicità permanente	32
Art. 45 Esposizioni soggette a semplice comunicazione	33
Art. 46 controllo	34
Art. 47 Rimozione	34
TITOLO VI – SANZIONI E DISPOSIZIONI FINALI	35
Art. 48 Adeguamento di impianti e mezzi pubblicitari e nuove istanze per posa nuovi impianti	35
Art. 49 Impianti pubblicitari abusivi	36
Art. 50 Sanzioni amministrative	36
Art. 51 Norme finali	36
ALLEGATI	38

Introduzione

Il presente Piano Generale degli impianti pubblicitari è articolato in sei parti:

- ✎ Nella prima parte - DISPOSIZIONI GENERALI - si definiscono il campo di applicazione, i riferimenti normativi per l'inquadramento del presente Piano Generale degli Pubblicitari di seguito definito "PGIP"
- ✎ Nella seconda parte – PUBBLICITA' ESTERNA - si determinano gli ambiti del territorio comunale nei quali possono essere localizzati i mezzi di pubblicità esterna, come dalle definizioni del D.L.vo 285/1992 (Nuovo Codice della Strada) e relativo Regolamento di esecuzione ed attuazione DPR 16 Dicembre 1992 n. 495, all'art. 47, con le modifiche introdotte dal DPR 16 Settembre 1996 n. 610, e se ne disciplina l'installazione sull'intero territorio comunale.
- ✎ Nella terza parte – INSEGNE DI ESERCIZIO – vengono definite le insegne di esercizio, che pur comprese nella pubblicità esterna, necessitano di una regolamentazione diversa.
- ✎ Nella quarta parte - PUBBLICHE AFFISSIONI - si definiscono le caratteristiche, e superfici nel territorio comunale degli impianti per le affissioni pubbliche, in osservanza delle norme previste dal "Regolamento comunale" e dalle normative vigenti
- ✎ Nella quinta parte - NORME AMMINISTRATIVE - si definiscono i procedimenti amministrativi per l'ottenimento delle autorizzazioni.
- ✎ Nella sesta parte – SANZIONI E DISPOSIZIONI FINALI – sono indicate le attività sanzionatorie e accessorie in violazione del PGIP.

Il Piano è completato dalle norme che ne programmano l'attuazione nel tempo, dispongono l'adeguamento degli impianti esistenti, disciplinano i termini e le modalità per la rimozione degli impianti in contrasto con lo stesso e con le disposizioni di legge e regolamenti vigenti in materia.

Il Piano è redatto recependo le norme vigenti in materia, quali il L.160/2019, il D.lgs. 285/92 e il regolamento di attuazione D.P.R. 495/92, il D.lgs. 241/90, il D.lgs. 42/04 con le successive modifiche e integrazioni, nonché il "Regolamento Canone Unico Patrimoniale" approvato con delibera C.C. 8 del 29/03/2021.

Il Piano è comunque suscettibile di variazioni e/o integrazioni, con cadenza annuale, da parte dell'organo competente. Tali modifiche, che dovranno essere apportate entro il 31 Ottobre di ogni anno, si intenderanno decorrenti dal primo giorno dell'anno successivo a quello in cui vengono approvate.

TITOLO I - DISPOSIZIONI GENERALI

ART. 1 PRINCIPI GENERALI

La pubblicità esterna sarà effettuata nel territorio comunale in conformità al presente PGIP, che individua e classifica le tipologie dei mezzi pubblicitari, ne disciplina la loro collocazione sul territorio comunale tenendo conto delle:

- ✎ Esigenze di carattere sociale ed economico
- ✎ Esigenze di tutela ambientale e paesaggistica
- ✎ Esigenze di traffico e di sicurezza della circolazione stradale
- ✎ Qualità dell'ambiente e dell'immagine della città
- ✎ Rispetto delle prescrizioni e dei vincoli imposti dai vigenti strumenti urbanistici e dalle norme generali in materia di installazione dei mezzi pubblicitari collocati ed in vista delle strade

Tali obiettivi si conseguono mediante la determinazione di una Normativa specifica finalizzata all'individuazione di distanze minime da rispettare per la collocazione di mezzi pubblicitari dagli elementi rilevanti per la sicurezza stradale, tali da garantire il giusto equilibrio tra le esigenze di salvaguardia della sicurezza e il diritto di libera iniziativa economica privata. Al tempo stesso la determinazione delle caratteristiche estetiche, costruttive e dimensionali dei mezzi pubblicitari, è stata effettuata sulla base delle esigenze di decoro e al contempo alla massimizzazione delle entrate.

Tutti i meccanismi di interazione tra i soggetti economici interessati alla diffusione di messaggi pubblicitari e l'amministrazione sono improntati su principi di massima trasparenza e semplificazione dei procedimenti.

I criteri generali che sorreggono il presente strumento normativo traggono origine dalla necessità di regolamentare i comportamenti tra i singoli operatori economici che diffondono messaggi pubblicitari e l'Amministrazione, nel rispetto degli obiettivi preposti.

Nella determinazione delle Norme, vengono fissati i principi di comportamento che sia gli operatori, sia l'Amministrazione devono seguire e rispettare per il conseguimento degli obiettivi durante il periodo di adeguamento e nel corso di utilizzo del presente strumento. Di seguito sono elencati i canoni generali utilizzati.

- ✎ Le istanze che pervengono debbono essere analizzate secondo ordine cronologico di ricevimento;
- ✎ Un mezzo pubblicitario si considera abusivo fino a prova contraria;
- ✎ Un mezzo pubblicitario si considera autorizzato quando in possesso di idoneo titolo autorizzativo rilasciato esclusivamente ai sensi del PGIP; sono parimenti considerati autorizzati i mezzi in possesso di autorizzazione in corso di validità, rilasciata ai sensi del comma 4 dell'art. 23 del D.lgs. 30 aprile 1992 n. 285;

ART. 2 QUADRO NORMATIVO DI RIFERIMENTO

Le norme di riferimento per la disciplina della materia sono le seguenti:

- ✎ 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 ed attuazione del C.d.S.)

- ▲ D.lgs. n. 360 del 10/07/1993 e s.m.i. (Disposizioni correttive ed integrative al C.d.S.)
- ▲ D.P.R. n. 610 del 16/09/1996 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)
- ▲ (l'art. 184 del D.lgs. n. 42 del 22 gennaio 2004 ha abrogato il Testo unico a favore del Codice)
- ▲ D.lgs. n. 42 del 22 gennaio 2004 e s.m.i. (Codice di beni culturali e del paesaggio)
- ▲ Direttiva Ministero LLPP del 24/10/2000
- ▲ D.P.R. n. 31 del 13/02/2017 e s.m.i. (Regolamento recante individuazione degli interventi esclusi dall'autorizzazione paesaggistica o sottoposti a procedura autorizzatoria semplificata)
- ▲ L. n. 120 del 29/07/2010 (Disposizioni urgenti per la stabilizzazione finanziaria);
- ▲ L. n. 111 del 15/07/2011 (Disposizioni in materia di sicurezza stradale);
- ▲ Regolamento del servizio comunale per l'applicazione del Canone Unico L.160/2019 approvato con Delibera Consiglio Comunale n° 03 del 29/04/2021.;
- ▲ Delimitazione del centro abitato (delibera GC n° 17 del 28/02/2012);
- ▲ L.241 del 07/08/1990 e s.m.i. (nuove norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi);
- ▲ Protocollo di Intesa tra ANCI e IAP sottoscritto in data 06/03/2014;
- ▲ Altre fonti generali e regolamentari in materia di installazione degli impianti pubblicitari (direttive ministeriali, prassi, giurisprudenza, ecc.);

ART. 3 CAMPO DI APPLICAZIONE

Le norme contenute nel PGIP trovano applicazione nel campo dei mezzi della comunicazione pubblicitaria con messaggi di tipo istituzionale e/o commerciale.

ART. 4 DEFINIZIONE E CLASSIFICAZIONE DELLE STRADE

Le strade sono classificate, riguardo le loro caratteristiche costruttive, tecniche e funzionali, nei seguenti tipi:

"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 recinzioni 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."

"B" Strade extraurbane principali

"Strada a carreggiate indipendenti o separate da spartitraffico invalicabile, ciascuna con almeno due corsie 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 comprendono spazi per la sosta, con accessi dotati di corsie di decelerazione e di accelerazione."

"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."

"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."

F-bis. Itinerario ciclopedonale

"Strada locale, urbana, extraurbana o vicinale, destinata prevalentemente alla percorrenza pedonale e ciclabile e caratterizzata da una sicurezza intrinseca a tutela dell'utenza debole della strada."

L'art. 2, c. 6, del D.P.R n. 495 del 16/12/1992 (Regolamento di esecuzione ed attuazione del Nuovo Codice della Strada) delega agli organi regionali competenti la classificazione delle strade comunali esistenti e di nuova costruzione. Ai sensi dell'art. 23, c. 6, del D.lgs. 285/93 (Nuovo Codice della Strada), all'interno dei centri abitati il comune ha la facoltà di concedere deroghe alle norme relative alle distanze minime per il posizionamento dei mezzi pubblicitari, nel rispetto delle esigenze di sicurezza della circolazione stradale.

Carreggiata: parte della strada destinata allo scorrimento dei veicoli; essa è composta da una o più corsie di marcia ed, in genere, è pavimentata e delimitata da strisce di margine.

Marciapiede: parte della strada, esterna alla carreggiata, rialzata o altrimenti delimitata e protetta, destinata ai pedoni.

Parcheggio: area o infrastruttura posta fuori della carreggiata, destinata alla sosta regolamentata o non dei veicoli. L'area di parcheggio non rientra nella classificazione di strada.

ART. 5 DEFINIZIONE E DELIMITAZIONE DEL CENTRO ABITATO

È definito 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.

Il comune ha provveduto con delibera n° n° 17 del 28/02/2012 alla delimitazione del centro abitato, ai sensi dell'art. 4 del D.lgs. 285/92 (Nuovo Codice della Strada) e ad essa è allegata idonea cartografia.

La delimitazione del centro abitato, ai fini dell'applicazione delle norme contenute nel presente PGIP, è quella rappresentata nella Cartografia di zonizzazione.

ART. 6 SUDDIVISIONE DEL TERRITORIO COMUNALE IN ZONE OMOGENEE

Il territorio comunale, ai fini della disciplina dell'installazione dei mezzi pubblicitari collocati lungo ed in vista delle strade nel centro abitato, viene suddiviso, in funzione delle caratteristiche di destinazione d'uso ed ambientali dell'area, nelle seguenti zone omogenee:

Zona A di attenzione

Si definisce zona di attenzione l'area facente parte di insediamenti di antico impianto, le aree sottoposte a vincolo e quelle limitrofe ad emergenze architettoniche (D.Lgs 42/2004 Parte IIa – ex L. 1089/39). In dettaglio le due aree definite sono:

Area Centro, compresa nel perimetro formato da via E. Villorosi, via G. Leopardi, via San Rocco, via Santa Maria, via Cavour, via San Fermo, viale Rossetti, via Garibaldi, via San Martino, via C. Colombo, via Magenta, confine del parco di Villa Annone, via C. Cicogna, via G. Beolchi, via B. Gualdoni, via C. Zenoni, via G. Marinoni, vicolo San Gregorio, via San Rocco (tratto), via F.lli Piazza, via Concordato, via G. Leopardi, via Matteotti (escluso). In cartografia il perimetro è indicato di colore ROSSO.

Area Castelletto compresa nel perimetro formato da via Stucchi (esclusa), via Don Angelo Ferrario (esclusa), via Carlo Cornelli, piazza Santi Giacomo e Filippo, via al Ponte, piazza Castelletto. In cartografia il perimetro è indicato di colore ROSSO.

Zona B - Zona di insediamento industriale

È la zona posta a nord del territorio e comprende l'area industriale / commerciale formata da via IV novembre, l'area di via De Agostini, via IV novembre, via F. Somma a congiungersi con via IV novembre. In cartografia il perimetro è di colore BLU

Zona C – Zone a regolamentazione selettiva

Rientra in questa zona la restante parte di territorio comunale non ricompresa nelle zone "A" o "B".

La regolamentazione prevista per ogni zona omogenea disciplina l'installazione dei mezzi pubblicitari collocati lungo ed in vista delle strade comunali dentro e fuori centro abitato e delle strade non comunali ricadenti all'interno della perimetrazione del centro abitato.

Le aree del territorio comunale comprese all'interno delle zone così come sopra illustrate, sono indicate in dettaglio nell'allegata cartografia ALLEGATO 10.

Eventuali strade di nuova costruzione realizzate dopo l'approvazione e l'entrata in vigore del presente Piano, se non espressamente sottoposte a una particolare normativa, saranno considerate ricomprese nella Zona C e pertanto verrà applicata la disciplina per l'installazione dei mezzi pubblicitari relativa a tale area.

ART. 7 VINCOLI STORICI, ARTISTICI E DI TUTELA PAESAGGISTICA

Ai sensi dell'art 49 del D.lgs. n. 42/04 e s.m.i. è vietato collocare o affiggere cartelli e altri mezzi pubblicitari sugli edifici e nelle aree tutelate come beni culturali o in prossimità di essi. La Commissione Paesaggio Comunale (ove costituita), il Consorzio Parco del Ticino (in aree esterne alla "zona IC" di iniziativa comunale, ed in ultima valutazione il Soprintendente (di seguito "Soggetto Competente", valutata la compatibilità della collocazione o della tipologia del mezzo pubblicitario con l'aspetto, il decoro e la pubblica fruizione dei beni culturali tutelati, può rilasciare o negare il nulla osta all'installazione del mezzo pubblicitario.

Nel caso di utilizzo ai fini pubblicitari delle coperture dei ponteggi predisposti per l'esecuzione degli interventi di restauro e di risanamento conservative dei beni indicate al primo comma, il Soggetto Competente rilascia o nega il nullaosta per l'effettuazione della pubblicità, per un periodo non superiore alla durata dei lavori. A tal fine alla richiesta di nulla osta deve essere allegato il contratto di appalto dei lavori medesimi.

Per "prossimità" ai beni culturali e paesaggistici si intendono tutti quei luoghi nei quali il posizionamento di cartelli o mezzi pubblicitari disturba o interrompe la veduta dell'edificio/monumento/componente paesaggistica ossia interferisce con la medesima.

Ai sensi dell'art.4 b) del Decreto del Presidente della Repubblica n.31 del 13 febbraio 2017, qualora nel provvedimento di vincolo, ovvero nel piano paesaggistico, siano contenute le specifiche prescrizioni d'uso intese ad assicurare la conservazione e la tutela del bene paesaggistico, sono esonerati dall'obbligo di autorizzazione paesaggistica la categoria di interventi previsti per opere B 36 - Cartelli Pubblicitari; diversamente è necessaria istanza di autorizzazione semplificata, come disciplinata dal citato D.P.R. 31/2017. Sono fatte salve le disposizioni delle normative vigenti in materia.

ART. 8 PRESCRIZIONI GENERALI DI INSTALLAZIONE PER IL CENTRO ABITATO

All'interno del centro abitato, in conformità a quanto previsto al comma 6 dell'art. 23 del D.lgs. 285/92 e successive modificazioni ed integrazioni la collocazione degli impianti pubblicitari è consentita nel rispetto di quanto previsto dall'art. 51 comma 4 del D.P.R. 495/92. Nei successivi articoli per le varie tipologie di impianti pubblicitari sono previste specifiche deroghe ai sensi dei commi 4 e 6 dell'art. 51 del D.P.R. 495/92 e successive modificazioni ed integrazioni. Il posizionamento dei mezzi pubblicitari dovrà inoltre essere effettuato nel rispetto dei seguenti criteri di carattere generale:

- che siano rispettate le esigenze di sicurezza della circolazione stradale;
- che siano collocati preferibilmente in allineamento con i pali pubblici ed altri elementi esistenti;
- che non siano di ostacolo alla visibilità dei segnali e degli impianti semaforici entro lo spazio di avvistamento.

Ai sensi del 1° comma dell'articolo 23 del D.lgs. 285/92, lungo le strade o in vista di esse è vietato collocare insegne, cartelli, manifesti, impianti di pubblicità o propaganda, segni orizzontali reclamistici e sorgenti luminose, visibili dai veicoli transitanti sulle strade, che per dimensioni, forma, colori, disegno e ubicazione possano generare confusione con la segnaletica stradale, ovvero possano renderne difficile la comprensione o ridurre la visibilità o l'efficacia, ovvero arrecare disturbo visivo agli utenti della strada o distrarne l'attenzione con conseguente pericolo per la sicurezza della circolazione; in ogni caso, detti impianti non devono costituire ostacolo o, comunque, impedimento alla circolazione dei pedoni e delle persone invalide.

Sono altresì vietati i mezzi rifrangenti, diversi dalla segnaletica direzionale, nonché le sorgenti e le pubblicità luminose che possono produrre abbagliamento.

Le distanze di rispetto per la conformità di un impianto pubblicitario sono esclusivamente quelle identificate nell'Allegato 8 "Abaco delle Distanze" e devono essere considerate per singola direttrice di marcia e solo dal lato del posizionamento dell'impianto pubblicitario.

Per i mezzi Pubblicitari definiti dall'art.47 comma 2,4,5,6,8 sono comunque vietate

- a) sulle cunette e sulle pertinenze di esercizio, larghe meno di 2 metri, delle strade che risultano comprese tra carreggiate contigue;

- b) in corrispondenza delle intersezioni;
- c) lungo le curve come definite all'articolo 3, comma 1, punto 20), del codice e su tutta l'area compresa tra la curva stessa e la corda tracciata tra i due punti di tangenza (nella parte interna della curva);
- d) sulle scarpate stradali sovrastanti la carreggiata in terreni di qualsiasi natura e pendenza superiore a 45°;
- e) in corrispondenza dei raccordi verticali concavi e convessi segnalati;
- f) sui ponti e sottoponti ferroviari;
- g) sui cavalcavia stradali e loro rampe;
- h) sui parapetti stradali, sulle barriere di sicurezza e sugli altri dispositivi laterali di protezione e di segnalamento.

TITOLO II – LA PUBBLICITA' ESTERNA

ART. 9 CLASSIFICAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI

Con la denominazione di mezzo pubblicitario in ambiente stradale si intende ogni forma di comunicazione rivolta al pubblico e fisicamente effettuata a mezzo di strutture e manufatti collocati lungo o in vista delle strade. I mezzi pubblicitari così definiti sono classificati in funzione della loro tipologia, come da art. 47 del D.P.R 495/92 e s.m.i.

Al fine di meglio definire le diverse tipologie di mezzi, la classificazione individuata dal presente PGIP è la seguente:

1. Insegna di esercizio (art. 47 c. 1 D.P.R 495/92)

“Scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da simboli e da marchi, realizzata e supportata con materiali di qualsiasi natura, installata nella sede dell'attività a cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie alla stessa. Può essere luminosa sia per luce propria che per luce indiretta.”

Normato al TITOLO III – Insegne di esercizio.

2. Preinsegne (art. 47 c. 2 D.P.R 495/92)

“Scritta in caratteri alfa numerici, completata da freccia di orientamento, ed eventualmente da simboli e da marchi, realizzata su manufatto bifacciale e bidimensionale, utilizzabile su una sola o 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 10 km. Non può essere luminosa, né per luce propria, né per luce indiretta.”

Mezzi pubblicitari individuati dal PGIP appartenenti a questa categoria:

2.1 Preinsegna/segnaletica ordinaria: con forma rettangolare e aventi dimensioni 1,5 m x 0,3 m oppure 1,25 m x 0,25 m. È ammesso l'abbinamento sulla stessa struttura di sostegno di un numero massimo di sei segnali per ogni senso di marcia a condizione che le stesse abbiano le stesse dimensioni.

2.2 Preinsegna/segnaletica formato ridotto: Mezzo di dimensioni ridotte nel limite superiore di 1 m x 0,2 m e inferiore di 0,6 m x 0,1 m, integrato da freccia direzionale, destinato ad una fruizione prevalentemente pedonale. È ammesso l'abbinamento sulla stessa struttura di sostegno di un numero massimo di sei segnali per ogni senso di marcia a condizione che le stesse abbiano le stesse dimensioni. La struttura di sostegno può essere completata con uno spazio per lo stemma ed il nome del Comune.

3. Cartello (art. 47 c. 2 D.P.R 495/92)

*“Manufatto bidimensionale supportato da un'ideale struttura di sostegno, con una sola o entrambe le facce finalizzate alla diffusione di messaggi **pubblicitari** o **propagandistici**, sia direttamente, sia tramite sovrapposizione di altri elementi quali manifesti, adesivi, ecc. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta”.*

Mezzi pubblicitari individuati dal PGIP appartenenti a questa categoria:

- 3.1** Cartello: come da definizione dell'art. 47 c. 4 D.P.R. 495/92 di dimensioni per singola faccia sino a 6 mq;
- 3.2** Cartello Poster: come da definizione dell'art. 47 c. 4 D.P.R. 495/92 di dimensioni per singola faccia tra i 12 e i 18mq;
- 3.3** Tabella: Mezzo bidimensionale mono facciale vincolato ad una costruzione in muratura o altro elemento esistente (recinzioni, cancellate, muri, pareti cieche, ecc.), finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari sia direttamente sia mediante utilizzo di altri elementi quali manifesti cartacei o simili. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.
- 3.4** Palina temporanea: Mezzo pubblicitario costituito da una struttura autoportante, non murata a terra, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari di carattere temporaneo, sia mediante l'utilizzo di pannelli rigidi, sia mediante altri elementi quali manifesti cartacei o simili. Con possibilità di allineamento sequenziale di massimo 10 (dieci) elementi.

4. Striscione, locandina, stendardo (art. 47 c. 5 D.P.R. 495/92)

“Si definisce striscione, locandina e stendardo l'elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, mancante di una superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa. Può essere luminoso per luce indiretta. La locandina, se posizionata sul terreno può essere realizzata anche in materiale rigido.”

Mezzi pubblicitari individuati dal PIGP appartenenti a questa categoria:

- 4.1** Striscione: Mezzo bidimensionale mono facciale o bifacciale privo di rigidità, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari in occasione di manifestazioni o spettacoli, 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 allo stesso. Realizzato in materiale plastico (PVC) o in tela di cotone, senza aggiunte di carta o materiali non resistenti agli agenti atmosferici. Installato trasversalmente alla sede stradale per mezzo di cavi di fissaggio a parete o appositi supporti. Può essere luminoso per luce indiretta.
- 4.2** Gonfalone o Bandiera: Mezzo bidimensionale mono o bifacciale privo di rigidità, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari in occasione di manifestazioni, spettacoli, oltre che per il lancio di iniziative commerciali, 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 alla stessa. Se posizionato sul terreno può essere realizzato anche in materiale rigido. Rientrano tra tipologie di impianto gli impianti collocati su pali della luce. Può essere luminoso per luce indiretta.
- 4.3** Stendardo/Totem: Mezzo bidimensionale mono o bifacciale privo di rigidità, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari in occasione di manifestazioni, spettacoli, oltre che per il lancio di iniziative commerciali, 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 alla stessa. Realizzato in materiale plastico (PVC) o in tela di cotone, eventualmente dotato di un'apposita tasca per la collocazione di un manifesto cartaceo, Non vincolato al suolo

5. Segni orizzontali reclamistici (art. 47 c. 6)

“Si definisce segno orizzontale reclamistico la riproduzione sulla superficie stradale, con proiezioni o pellicole adesive, di scritte in caratteri alfanumerici, di simboli, di marchi, finalizzati alla diffusione di messaggi pubblicitari propagandistici.”

Mezzi pubblicitari individuati dal PGIP appartenenti a questa categoria:

5.1 Segno orizzontale reclamistico: Come da definizione dell'art. 47 c. 6 D.P.R. 495/92

6. 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 para pedonali, cestini, panchine, orologi o simili) recante uno spazio pubblicitario che può anche essere luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.”

Qualunque mezzo pubblicitario abbinato ad una qualsiasi struttura avente quale scopo primario un servizio di pubblica utilità rientra nella definizione di “Impianto pubblicitario di servizio”. La collocazione della struttura deve avvenire nel punto in cui il servizio, per il quale è preposto l'oggetto, venga svolto nel migliore dei modi. Su tali strutture possono essere abbinati degli spazi pubblicitari con superficie inferiore o uguale a 3 mq.

Mezzi pubblicitari individuati dal PGIP appartenenti a questa categoria:

6.1 Pensilina: Mezzo bidimensionale integrato a pensilina di attesa, struttura avente come scopo primario quello di proteggere l'utenza in attesa dell'autobus o altri mezzi di trasporto, ad essa rigidamente vincolato. Il mezzo può essere mono o bifacciale ed interessa le pareti laterali della pensilina. Può essere luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.

6.2 Palina di fermata mezzi di trasporto: Mezzo bidimensionale integrato a palina di fermata dei mezzi di trasporto; struttura avente come scopo primario quello di segnalare ed informare l'utenza sulle fermate e sugli orari, ad essa rigidamente vincolato. Il mezzo può essere mono o bifacciale, luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.

6.3 Orologio/Termometro: Mezzo bidimensionale integrato ad orologio e/o Termometro montato su struttura propria oppure a parete, ad essa rigidamente vincolato. Il mezzo può essere mono o bifacciale, luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.

6.4 Cestino portarifiuti o raccolta pile esauste: Mezzo bidimensionale integrato a cesto portarifiuti, ad esso rigidamente vincolato. Il mezzo può essere mono o bifacciale, luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.

6.5 Transenna para pedonale: Mezzo bidimensionale integrato a transenna para pedonale, struttura avente per scopo primario quello di proteggere i pedoni, ad essa rigidamente vincolato. Il mezzo può essere mono o bifacciale, luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.

6.6 Impianto informativo: Mezzo bidimensionale integrato a struttura avente come scopo primario la fornitura di informazioni relative alla conoscenza del territorio comunale, delle sue risorse artistiche, paesaggistiche, culturali, infopoint, ecc. eventualmente corredato di planimetria del territorio. Il mezzo può essere mono o bifacciale, luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.

6.7 Portabiciclette: Mezzo bidimensionale integrato a struttura avente come scopo primario la sosta e ancoraggio di biciclette possibilmente posizionato in aree di stallo, piazze e lungo piste ciclabili. Il mezzo può essere mono o bifacciale, luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.

7. Impianti di pubblicità o propaganda (art. 47 c.8)

“Si definisce impianto di pubblicità o 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.”

Mezzi pubblicitari individuati dal PGIP appartenenti a questa categoria:

7.1 Impianto di pubblicità e propaganda: Qualsiasi mezzo non rientrante nelle classificazioni come individuate in precedenza, avente una o più facciate per l'esposizione di messaggi pubblicitari o propagandistici. Dotato di apposita struttura di sostegno, tipicamente appoggiato al terreno e non solidamente ancorato in via definitiva, finalizzato alla diffusione di messaggi a carattere socio-culturali, commerciali, ecc. mediante esposizione diretta di pannelli serigrafati o stampati oppure di elementi come manifesti o simili. Luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.

7.2 Bacheca: Mezzo bidimensionale caratterizzato da uno spazio per l'esposizione dei messaggi accessibile per mezzo di un'anta frontale trasparente, con eventuale spazio pubblicitario fisso nella parte superiore, finalizzata a contenere al suo interno messaggi o informazioni istituzionali relative all'attività di enti pubblici e associazioni varie, all'esposizione di programmi per iniziative culturali, religiose, sportive, di pubblico interesse e simili, all'esposizione di menù o locandine immobiliari. Possono inoltre contenere messaggio o informazioni commerciali come tariffe e prezzi di pubblici esercizi o alberghi, locandine immobiliari o altre informazioni commerciali. Il mezzo può essere mono o bifacciale, luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta. Il mezzo può contenere uno spazio pubblicitario sovrastante ed essere utilizzato nelle vetrinette per collocare spazi di annunci immobiliari.

7.3 Impianto a messaggio variabile o led luminosi: Mezzo bidimensionale vincolato al suolo da idonea struttura di sostegno o a parete, caratterizzato dalla presenza di un cassonetto specificamente realizzato per la diffusione di messaggi variabili. La variabilità può essere realizzata mediante il movimento del messaggio e/o delle immagini trasmesse. Il mezzo può essere mono o bifacciale, luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.

7.4 Mezzo pittorico: mezzo bidimensionale temporaneo realizzato con materiale di qualsiasi natura avente come elemento caratterizzante una grande superficie occupante, esclusivamente installato su ponteggi o recinzioni di cantiere o altre strutture in elevazione ed a questi opportunamente ancorato. Il mezzo può essere esclusivamente mono facciale eventualmente luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta. Si suddivide in:

7.4.1. Mezzo pittorico con decorazione artistica: dovrà riportare in via preferenziale o il prospetto dell'edificio oggetto dell'intervento o l'immagine di un'opera d'arte che abbia attinenza con l'edificio o un'immagine con alto contenuto artistico. Il messaggio pubblicitario sarà inserito organicamente nella gigantografia e dovrà essere circoscritto in un riquadro che lo estrae 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 facciata del mezzo.

7.4.2. Mezzo pittorico con decorazione pubblicitaria: il messaggio pubblicitario interessa tutta la superficie disponibile e comunque non superiore al 70% della superficie totale della facciata del mezzo.

ART. 10 CLASSIFICAZIONE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI – DURATA DEL MESSAGGIO

Con la denominazione di impianto pubblicitario si intende ogni struttura adibita al contenimento dei mezzi pubblicitari. I mezzi pubblicitari considerati dal PGIP e come precedentemente definiti, ad eccezione degli impianti

appartenenti al servizio delle pubbliche affissioni ed affissioni dirette, sono ulteriormente classificati in funzione della durata del periodo di esposizione, nelle seguenti due categorie:

Impianti permanenti

Appartengono a questa categoria gli impianti pubblicitari la cui collocazione ha una durata superiore a 90 giorni consecutivi per ciascuna autorizzazione richiesta.

Impianti temporanei

Appartengono a questa categoria gli impianti ovvero le strutture la cui collocazione è esplicitamente finalizzata all'esposizione di mezzi di pubblicità relazionati a speciali eventi di durata limitata (fino a 90 gg. di esposizione consecutivi) quali manifestazioni, spettacoli, mostre, fiere, vendite, offerte promozionali commerciali, ecc. La collocazione di questa categoria di impianti, che possono essere anche solidamente ancorati al suolo o ad altre strutture in elevazione, è però ammessa solo ed unicamente per il periodo di svolgimento della manifestazione o evento a cui si riferiscono, oltre che nella settimana precedente e nelle 24 ore successive all'evento stesso.

In occasione di manifestazioni politiche, sindacali e di categoria, filantropiche, religiose, culturali e sportive, da chiunque organizzate, anche con il patrocinio o la partecipazione degli enti pubblici territoriali, nonché in occasione di spettacoli viaggianti ed in occasione di manifestazioni commerciali la cui necessità sia collegata ad un evento ad esse riferite, sono autorizzabili altre forme pubblicitarie da concordare con l'amministrazione comunale la quale valuterà il progetto proposto secondo le esigenze di rispetto ambientale e delle caratteristiche storiche ed urbanistiche degli edifici circostanti. Tali forme pubblicitarie sono autorizzabili unicamente nel periodo compreso tra 7 giorni prima dell'evento a 24 ore dopo il termine dell'evento.

Nota: in questa categoria rientrano le iniziative organizzate da O.M.. Deve essere indicato chi valuterà il progetto. Non è necessaria nessuna autorizzazione tramite il Settore Tecnico.

ART. 11 CLASSIFICAZIONE DEI MESSAGGI PUBBLICITARI – TIPO DI MESSAGGIO

Un'ultima classificazione dei mezzi pubblicitari identifica gli stessi in funzione del tipo di messaggio esposto ovvero:

Istituzionali/Sociali o comunque privi di rilevanza economica

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

ART. 12 DEFINIZIONE DI PUBBLICITÀ ESTERNA

Con il termine "pubblicità esterna" si individuano gli impianti pubblicitari, sia collocati su suolo pubblico sia su suolo privato, utilizzati per la diffusione di messaggi pubblicitari di tipo commerciale o istituzionale e non classificati come insegne di esercizio, di cui all'art. 47 c. 1 D.P.R. 495/92, di cui al TITOLO III- LE INSEGNE DI ESERCIZIO, o come impianti per il servizio delle pubbliche affissioni di cui al TITOLO IV - LE PUBBLICHE AFFISSIONI

ART. 13 REQUISITI GENERALI DEGLI IMPIANTI PER LA PUBBLICITÀ ESTERNA

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

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

Gli impianti pubblicitari 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 e di conseguente peggioramento dell'immagine del contesto urbano.

Al fine di evitare eccessive concentrazioni di impianti sulla stessa ubicazione (aggregati), la valutazione delle richieste in merito alla collocazione di nuovi impianti dovrà tenere in considerazione il grado di affollamento dell'area circostante entro il quale l'impianto dovrà essere collocato. Il grado di affollamento viene stabilito in base alle disposizioni dell'Abaco delle distanze allegato B del presente PGIP.

I messaggi esposti in tutto il territorio comunale dovranno assolutamente considerare i principi del rispetto della dignità, del pubblico pudore, della decenza e del contesto urbano nel quale il messaggio è esposto.

L'amministrazione Comunale si riserva la facoltà di non rilasciare autorizzazioni per tutte quelle situazioni che rappresentano motivazioni comprovate di oltraggio ai principi di cui sopra.

ART. 14 CARATTERISTICHE TECNICHE DI RIFERIMENTO DEGLI IMPIANTI DI PUBBLICITÀ ESTERNA

- 1) La tipologia degli impianti pubblicitari dovrà rispettare le caratteristiche estetiche riconoscitive dei rispettivi proprietari degli impianti, mantenendo il più possibile una colorazione delle strutture omogenea.
- 2) Le parti di impianto destinate ad accogliere le affissioni devono essere dotate di una cornice metallica e costituite da una plancia in lamiera zincata destinata all'affissione.
- 3) Le vetrine apribili (siano esse luminose o no) devono essere chiuse con vetro stratificato di spessore minimo sei millimetri o in polycarbonato di spessore minimo cinque millimetri e dotate di serratura.
- 4) I manufatti destinati alla pubblicità temporanea, quali striscioni e gonfaloni, devono essere realizzati in materiale resistente agli agenti atmosferici oltre che saldamente ancorati alle strutture in modo tale da evitare l'effetto vela; inoltre devono essere installati su strutture appositamente destinate.
- 5) Gli impianti devono rispondere, nella struttura e nel loro insieme, alla capacità di resistenza ai sovraccarichi, agli urti ed in generale ai fenomeni dinamici in tutte le prevedibili condizioni di esercizio, senza deformazioni incompatibili.
- 6) Le strutture di sostegno e di fondazione devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento ed al carico della neve; devono essere di materiale indeformabile e saldamente realizzate ed ancorate al terreno sia nel loro complesso sia nei singoli elementi.

- 7) Qualora le suddette strutture costituiscano manufatti la cui realizzazione e posa in opera sia regolamentata da specifiche norme (opere in ferro, in cemento armato etc.), l'osservanza di dette norme e l'adempimento degli obblighi di legge da queste previsti deve essere documentato prima del ritiro dell'autorizzazione.
- 8) La struttura e gli elementi che lo costituiscono deve rispondere alle caratteristiche di resistenza al fuoco nel rispetto delle prescrizioni tecniche vigenti in materia.
- 9) I cartelli, le insegne d'esercizio e gli altri mezzi pubblicitari, devono essere realizzati in materiale avente le caratteristiche di consistenza, durevolezza, sicurezza e resistenza agli agenti atmosferici. I materiali degli elementi che lo compongono, devono conservare le proprie caratteristiche chimico-fisiche, sotto l'azione delle sollecitazioni termiche degli agenti fisici normalmente operanti e prevedibili nell'ambiente in cui si trovano, conservando inalterate le proprie caratteristiche. Tale requisito deve essere soddisfatto sotto l'azione degli agenti chimici e biologici presenti normalmente nell'ambiente (aria, acqua, ecc.), nonché sotto l'azione degli usuali prodotti per la pulizia delle superfici.
- 10) Tutti gli impianti devono obbligatoriamente avere una targhetta identificativa con tutti gli estremi e contatti della ditta proprietaria al fine di poter avere contatti rapidi in caso di necessità.
- 11) Tutti gli elementi che compongono l'impianto non devono presentare porosità o cavità superficiali che non siano facilmente pulibili ed ispezionabili ed evitare il ristagno di acqua e l'accumulo di sporco.
- 12) L'insieme degli elementi che compongono un manufatto deve avere caratteristiche atte a dissuadere, impedire e resistere agli atti di vandalismo, come pure consentire che vi si possa facilmente porre rimedio.
- 13) Tutti i manufatti devono possedere l'attitudine a non sporcarsi troppo facilmente sotto l'azione di sostanze imbrattanti di uso corrente e permettere una facile operazione di pulizia senza deterioramenti permanenti; devono inoltre possedere l'attitudine a consentire, in modo agevole, il ripristino dell'integrità, della funzionalità e dell'efficienza costituenti l'impianto pubblicitario stesso.
- 14) Gli impianti elettrici utilizzati devono essere concepiti e realizzati in modo tale da garantire il massimo grado di sicurezza per il rischio elettrico e per quello delle scariche accidentali; nonché rispondere alle norme CEI in materia ed essere conformi alle disposizioni espresse della L. n. 46/1990, del DPR n. 447/1991 e successive modifiche ed integrazioni, per la realizzazione degli impianti e l'impiego dei materiali secondo regola d'arte.
- 15) Il sistema di illuminazione può essere a luce diretta, indiretta o riflessa e comunque in conformità alle norme di cui alla legge 46/90, L.R. 17/2000 "Misure urgenti in tema di risparmio energetico ad uso di illuminazione esterna e di lotta all'inquinamento luminoso" e Regolamento di Attuazione.
- 16) Sono vietati i mezzi pubblicitari luminosi e visibili dai veicoli transitanti sulle strade che per forma, direzione, colorazione ed ubicazione possono ingenerare confusione con i segnali stradali e con le segnalazioni luminose di circolazione, oppure rendere difficile la comprensione, nonché le sorgenti luminose che producono abbagliamento con effetto strobo.

ART. 15 DEROGHE ALLE DISTANZE PREVISTE DAL NUOVO CODICE DELLA STRADA

Sulla base di quanto contenuto nell'art. 23 comma 6 del Nuovo Codice della Strada, *"il regolamento stabilisce le norme per le dimensioni, le caratteristiche, l'ubicazione dei mezzi pubblicitari lungo le strade, le fasce di pertinenza e nelle stazioni di servizio e di rifornimento di carburante. Nell'interno dei centri abitati, nel rispetto di quanto previsto dal comma 1, i comuni hanno la facoltà di concedere deroghe alle norme relative alle distanze minime per il posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari, 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 *"I comuni hanno la facoltà di derogare, all'interno dei centri abitati, all'applicazione del divieto di cui al comma 3, lettera a), (sulle corsie esterne alle carreggiate, sulle cunette e sulle pertinenze di esercizio delle strade che risultano comprese tra carreggiate contigue) limitatamente alle pertinenze di esercizio che risultano comprese tra carreggiate contigue e che hanno una larghezza superiore a 4 m. Per le distanze dal limite della carreggiata si applicano le norme del regolamento comunale. Le distanze si applicano nel senso delle singole direttrici di marcia. I cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari non devono in ogni caso ostacolare la visibilità dei segnali stradali entro lo spazio di avvistamento."* In attuazione al suddetto articolo il presente regolamento acconsente la collocazione di impianti pubblicitari su pertinenze di esercizio delle strade che risultano comprese tra carreggiate contigue e che hanno una larghezza superiore a 4 m, nel rispetto delle norme del presente PGIP.

Si prevede nell'allegato 8 "Abaco delle distanze" le distanze minime da rispettare per la collocazione degli impianti pubblicitari, eventuali prescrizioni e indicazioni di quantitativi massimi previsti, in deroga alle distanze previste dell'art.51 c.4 del DPR 495/92.

ART. 16 DEFINIZIONE GENERALE DI INSTALLAZIONE.

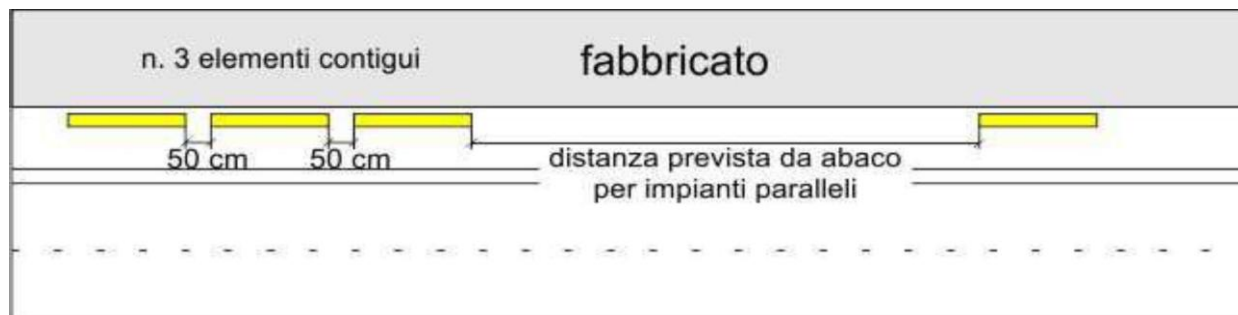
Gli impianti pubblicitari ad esclusione degli impianti pubblicitari di servizio, dovranno rispettare le seguenti linee generali di installazione:

- Per le installazioni in presenza di marciapiede deve essere garantita una larghezza di rispetto minima di 1,20 m e una altezza minima del bordo inferiore a sbalzo sul marciapiede di 2,20 m;
- La larghezza minima di rispetto di 1,20 m può essere ridotta nel caso di allineamento della struttura di sostegno ad un elemento fisso già esistente purché la nuova collocazione non riduca ulteriormente lo spazio di camminamento e risulti conforme alla normativa sulle barriere architettoniche.

Tutti gli impianti pubblicitari di servizio dovranno essere collocati in modo da non interferire con il normale traffico veicolare e/o pedonale.

Nel caso in cui, lateralmente alla sede stradale e in corrispondenza del luogo in cui viene chiesto il posizionamento di cartelli o di altri mezzi pubblicitari, già esistano a distanza inferiore a quella prevista dalla specifica scheda di abaco, costruzioni fisse, muri, filari di alberi, è ammesso il posizionamento stesso in allineamento con la costruzione fissa, con il muro e con i tronchi degli alberi. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari non devono, in ogni caso, ostacolare la visibilità dei segnali stradali entro lo spazio di avvistamento.

Per impianti pubblicitari paralleli al senso di marcia e posti in aderenza, per tutta la loro superficie, a fabbricati, muri, ecc. è vietato installare in allineamento un numero d'impianti superiore a tre elementi contigui ad eccezione delle transenne para pedonali. Gli elementi contigui dovranno comunque essere distanziati tra loro di almeno 50cm.

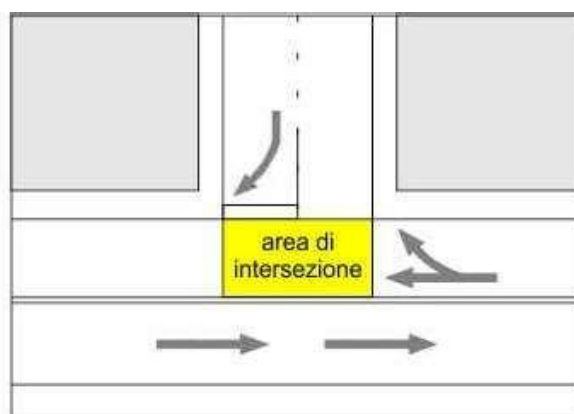
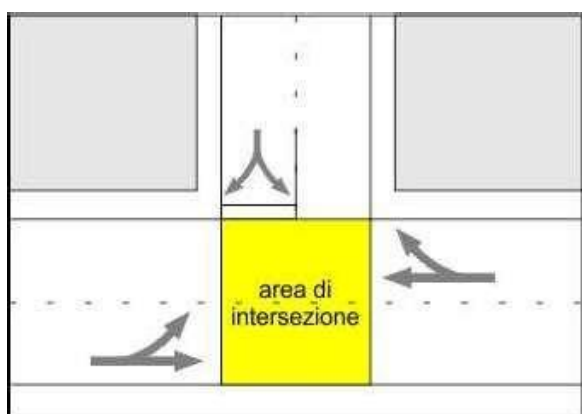


In caso di impianti luminosi o illuminati le distanze sopra indicate per il raggruppamento di impianti sono da aumentate del 50%.

Ai sensi del D.lgs. 30 aprile 1992, N. 285 Art. 3 comma 1 punti 1) e 26), si ricordano le definizioni di:

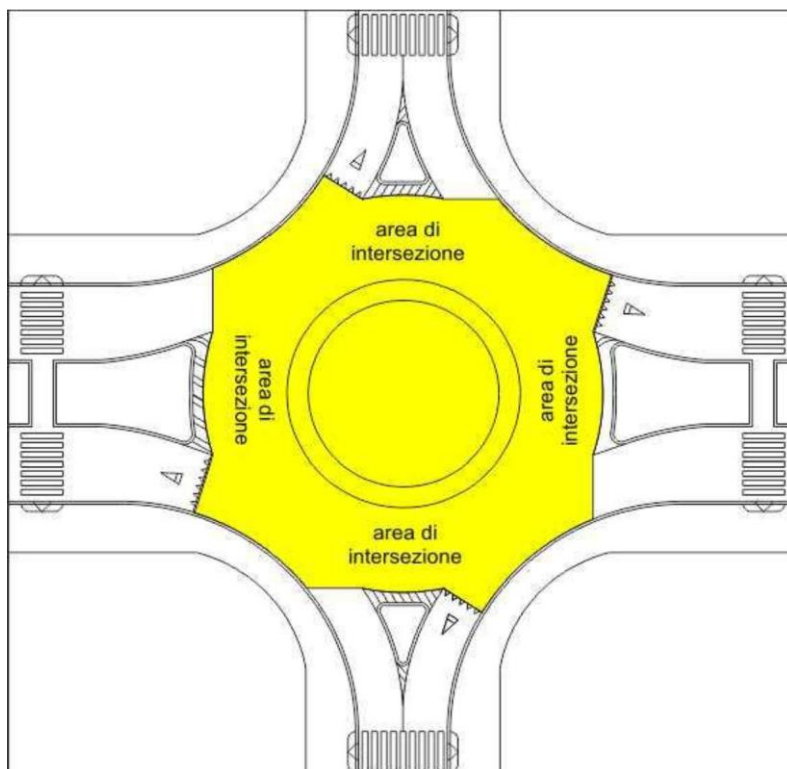
- **Intersezione a raso:** area comune a più strade, organizzata in modo da consentire lo smistamento delle correnti di traffico dall'una all'altra di esse;
- **Area di Intersezione:** parte della intersezione a raso, nella quale si intersecano due o più correnti di traffico;

Negli schemi successivi sono state individuate e delimitate in giallo le cosiddette aree di intersezioni dalle quali i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari devono rispettare le distanze minime previste dall'abaco alla voce "intersezioni"



Le rotatorie sono anch'esse considerate delle "intersezioni a raso" pertanto la collocazione dei mezzi pubblicitari è soggetta al rispetto delle prescrizioni dell'abaco degli impianti al pari di un'intersezione a raso ordinaria.

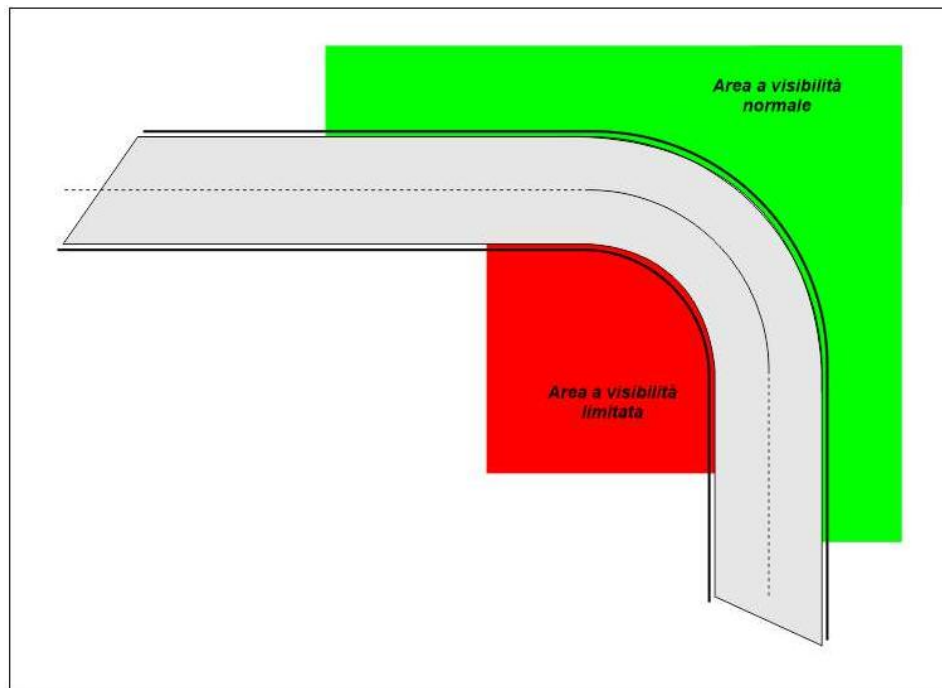
La distanza dall'intersezione per la rotatoria deve essere misurata dalla segnaletica orizzontale di arresto all'immissione nella rotatoria.



La collocazione delle transenne per pedonali, la cui funzione primaria è proteggere il pedone dal traffico veicolare e convogliare il flusso pedonale sugli appositi attraversamenti stradali segnalati, è consentita anche all'interno delle aree di intersezione e nella circonferenza esterna delle rotatorie purché vi sia il passaggio o la presenza di percorso destinato ai pedoni; l'installazione dovrà avvenire in gruppi unitari contigui in modo tale da coprire lo spazio esistente tra gli attraversamenti pedonali segnalati, al fine di contenere e convogliare il flusso di pedoni sugli stessi.

Nell'immagine seguente viene rappresentato un posizionamento corretto delle transenne per pedonali, a protezione dei marciapiedi e del convogliamento del flusso sugli attraversamenti pedonali adeguati. La copertura completa potrà avvenire su un'unica richiesta o più richieste di diversi operatori economici.

Ai sensi del D.lgs. 30 aprile 1992, N. 285 Art. 3 comma 1 punto 20) si ricorda la definizione di curva: raccordo longitudinale fra due tratti di strada rettilinei, aventi assi intersecantisi, tali da determinare condizioni di limitata visibilità. Pertanto il divieto di collocazione di mezzi pubblicitari lungo le curve di cui all'art. 51 comma 3 lettera c) del D.P.R. 495/92 deve intendersi solo e limitatamente all'area interna del raggio di curvatura, ove la collocazione di un mezzo pubblicitario creerebbe una condizione di limitata visibilità.



Per collocazione di un mezzo pubblicitario lungo o in vista di una strada, ai fini del presente Piano, si intendono tutti i mezzi pubblicitari collocati lungo una strada, di qualsiasi categoria essa sia, il cui messaggio pubblicitario è chiaramente rivolto e finalizzato all'avvistamento da parte degli utenti della strada stessa. In riferimento alla definizione di "in Vista di una strada" si ritiene di indicare quale parametro di distanza massima dalla strada inferiore a 10 metri.

Per gli impianti pubblicitari collocati a lato delle strade classificate di tipo "F bis – Itinerario ciclopeditonale" si applicano le distanze previste dalla scheda di Abaco relativa dagli elementi presenti nella singola direttrice di marcia della strada stessa del lato su cui è collocato l'impianto e la distanza dalla carreggiata può essere ridotta del 50% rispetto a quella indicata nell'Abaco.

ART. 17 DISCIPLINA DI INSTALLAZIONE NELLE ZONE OMOGENEE – ABACO DELLE DISTANZE

Sulla base delle zone omogenee, come individuate dall'Art. 6 Suddivisione del territorio comunale in zone omogenee è ammessa l'installazione di impianti di pubblicità esterna nel rispetto e nei limiti di quanto indicato nell'allegato 10 – Abaco delle distanze.

Le distanze che devono essere rispettate dagli impianti pubblicitari sono misurate dalle estremità degli impianti stessi e si applicano nella singola direttrice di marcia del lato su cui è collocato l'impianto; eventuali segnali e/o impianti collocati nel senso di marcia opposto o collocati su strade parallele rispetto a quella in esame non devono essere presi in considerazione.

La superficie del mezzo pubblicitario deve pertanto essere considerata per la singola faccia visibile dal senso di marcia del lato su cui è collocato l'impianto stesso. All'interno dell'abaco delle distanze vengono identificate le superfici massime per ogni mezzo pubblicitario (per singola faccia) ed eventuali limiti quantitativi al fine di contingentare la pubblicità nel territorio comunale.

ART. 18 UBICAZIONE STAZIONI DI SERVIZIO E AREE DI PARCHEGGIO PUBBLICHE E PRIVATE

Nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio, in zone esterne ai centri abitati, possono essere collocati cartelli, insegne di esercizio e altri e mezzi pubblicitari la cui superficie complessiva non supera l'8% delle aree occupate dalle stazioni di servizio e dalle aree di parcheggio se trattasi di strade di tipo C e F, e il 3% delle stesse aree se trattasi di strade di tipo A e B, , sempreché gli stessi non siano collocati lungo il fronte stradale, lungo le corsie di accelerazione e decelerazione e in corrispondenza degli accessi. Dal computo della superficie dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari sono esclusi quelli attinenti ai servizi prestati presso la stazione o l'area di parcheggio.

Nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio, in zone interne ai centri abitati, possono essere collocati cartelli, insegne di esercizio e altri e mezzi pubblicitari la cui superficie complessiva non supera il 20% delle aree occupate dalle stazioni di servizio e dalle aree di parcheggio, sempreché gli stessi non siano collocati lungo il fronte stradale, lungo le corsie di accelerazione e decelerazione. Dal computo della superficie dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari sono esclusi quelli attinenti ai servizi prestati presso la stazione o l'area di parcheggio.

Nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio, sia all'interno che all'esterno dei centri abitati, è ammessa la collocazione di altri mezzi pubblicitari abbinati alla prestazione di servizi per utenza della strada entro il limite di mq 2 per ogni servizio prestato.

La collocazione di mezzi pubblicitari all'interno delle suddette aree avverrà in deroga alle prescrizioni previste dall'abaco delle distanze purché nel rispetto delle norme generali di sicurezza della circolazione veicolare e pedonale all'interno delle aree con la presentazione di un progetto unitario di tutta l'area.

ART. 19 SEGNI ORIZZONTALI RECLAMISTICI

I segni orizzontali reclamistici devono essere realizzati con materiali rimovibili ma ben ancorati al suolo e alla superficie stradale garantendo una buona aderenza al passaggio dei veicoli stessi.

Sono ammessi unicamente:

- a) All'interno di aree ad uso pubblico di pertinenza di complessi industriali o commerciali;
- b) Lungo il percorso di manifestazioni sportive e su aree delimitate, destinate allo svolgimento di manifestazioni di vario genere limitatamente al periodo di svolgimento delle stesse ed alle ventiquattro ore precedenti e successive.

Dovranno essere utilizzati esclusivamente materiali certificati antisdrucchiolo.

Per i segni orizzontali reclamistici, collocati nel rispetto delle precedenti indicazioni, non si applicano i divieti indicati all'art. 51 c.3 del D.P.R 495/92, e le distanze previste dall'Abaco Allegato 8 del PGIP si applicano unicamente rispetto ai segnali stradali orizzontali.

ART. 20 PUBBLICITÀ SUI VEICOLI

L'apposizione sui veicoli tradizionali di pubblicità non luminosa è consentita unicamente se non effettuata per conto di terzi a titolo oneroso e se realizzata con sporgenze non superiori a cm 3 rispetto alla superficie del veicolo sulla quale sono applicate, fermo restando i limiti di cui all'art. 61 del D.lgs. 285/92.

La pubblicità non luminosa per conto di terzi è consentita sui veicoli adibiti al trasporto di linea e non di linea, ad eccezione dei taxi, e ai mezzi predisposti per la Pubblicità veicolare (camion Vela) alle seguenti condizioni:

- ▲ Non sia realizzata mediante messaggi variabili

- ▲ Non sia esposta sulla parte anteriore del veicolo
- ▲ Sia posizionata in modo da non ridurre la visibilità rispetto alla targa ed ai dispositivi di segnalazione visiva
- ▲ Sia contenuta entro forme geometriche regolari
- ▲ Sia realizzata con pannelli aggiuntivi e che gli stessi non sporgano di oltre 3 cm rispetto alla superficie sulla quale sono applicati oppure tramite pellicole adesive o carta.

La pubblicità non luminosa per conto terzi è consentita sui veicoli adibiti al servizio taxi unicamente se effettuata mediante scritte con caratteri alfanumerici, abbinati a marchi e simboli, ed alle seguenti ulteriori condizioni:

- Sia realizzata con pannello rettangolare piano bifacciale, saldamente ancorato al di sopra dell'abitacolo del veicolo e posto in posizione parallela al senso di marcia (dimensioni esterne di 75 x 35 cm).
- Non sia realizzata mediante messaggi variabili.
- Sia realizzata tramite l'applicazione di pannelli di spessore inferiore al 1 cm o di pellicole adesive sulle fiancate e sul lunotto posteriore del veicolo purché non ostacoli la visibilità.

L'apposizione di scritte e messaggi pubblicitari rifrangenti è ammessa sui veicoli unicamente alle seguenti condizioni:

- La pellicola utilizzata abbia caratteristiche di rifrangenza non superiori alla classe 1.
- La superficie della parte rifrangente non occupi più di due terzi della fiancata del veicolo e comunque non sia superiore ai 3 mq.
- Il colore bianco sia contenuto nella misura non superiore ad 1/6 della superficie.
- Sia esposta unicamente sui fianchi del veicolo a distanza non inferiore a 70 cm dai dispositivi di segnalazione visiva.
- Non sia realizzata mediante messaggi variabili.
- Dovranno essere corrisposte le relative tasse e/o canoni e/o imposte, se previste, nel Comune di residenza del proprietario dell'automezzo, ovvero, nel Comune dove la ditta ha la propria sede, una dipendenza o una succursale.

Il titolare della ditta proprietaria, locataria o concessionaria di auto pubblicitarie non possono operare nel territorio Comunale con sosta permanente e continuativa oltre le 12 ore.

Il divieto di effettuare pubblicità mediante la sosta prolungata di veicoli pubblicitari comporta la rimozione o la copertura della pubblicità stessa, in modo da renderla inefficace.

I veicoli pubblicitari che stazionano per tempi prolungati, oltre i 15 giorni, sono equiparati ad un cartello pubblicitario e pertanto soggetti alle disposizioni del presente Piano per tale tipologia di

Art. 21 Pubblicità fonica

Entro i centri abitati e per ogni zona omogenea come in precedenza definita è consentita nei giorni feriali nel rispetto delle seguenti limitazioni:

- ▲ Dalle ore 10:30 alle ore 12:00 e dalle ore 17:00 alle ore 19:00

Nei giorni festivi e fuori dagli orari sopra indicati, è possibile concedere deroghe durante lo svolgimento di manifestazioni di carattere sportivo, culturale, sociale, religioso o simili.

La pubblicità fonica è comunque vietata nel centro storico e nei pressi dei cimiteri, degli ospedali e delle case di cura, scuole, edifici pubblici, parchi, giardini pubblici e comunque in prossimità di particolari strutture pubbliche o private che possano ricevere disturbo dall'effettuazione di tale forma pubblicitaria.

La pubblicità fonica è autorizzata, fuori dai centri abitati, dall'ente proprietario della strada e, entro i centri abitati, dal Comune.

La pubblicità fonica a carattere elettorale è autorizzata del comune nel rispetto delle disposizioni dell'art. 7 della L. 130/1975 e s.m.i.

Nel caso in cui la stessa si svolga sul territorio di più comuni, l'autorizzazione è rilasciata dal prefetto della provincia in cui ricadono i comuni stessi.

In ogni caso la pubblicità fonica non deve superare i limiti massimi di esposizione al rumore fissati dal D.P.C.M., 1°Marzo 1991.

ART. 22 SEGNALETICA VERTICALE DI INDICAZIONE - ART. 134 LETTERA D. LGS 495/92

Tali tipologie di impianto possono essere collocate ovunque si necessita, a discrezione dell'ente proprietario della strada, al fine di orientare correttamente il flusso veicolare per indirizzare alle zone di concentrazione industriale, commerciale o artigianale. La presenza di un impianto già esistente della medesima tipologia e classificazione non ammette la collocazione di altri impianti di frecce direzionali ad una distanza inferiore di 50 metri nella medesima direttrice di marcia salvo il caso in cui l'impianto preesistente sia saturo ovvero siano installate sulla medesima struttura almeno 6 frecce direzionali. Le Tabelle esposte potranno esclusivamente riportare la ragione sociale dell'attività, il logo e la direzione con l'utilizzo dei colori standard della segnaletica (fondo nero scritta gialla per attività industriali – fondo bianco scritta nera per le attività alberghiere e ristorazione).

ART. 23 SPONSORIZZAZIONE AREE VERDI

Quale contropartita della sistemazione e/o gestione dell'area verde il Comune, ai sensi del vigente regolamento comunale in materia di sponsorizzazioni, autorizzerà lo Sponsor a pubblicizzare la propria attività o ragione sociale tramite appositi cartelli informativi da autorizzare, è esclusa la pubblicità conto terzi.

Il numero dei cartelli da collocarsi presso l'area verde è stabilito dalla Giunta Comunale sentito il competente Ufficio, in relazione alla conformazione e superficie dell'area verde gestita.

I cartelli dovranno avere dimensione massima di cm 100 x 50: dimensioni e tipologie di cartelli verranno specificate con successivo atto della Giunta Comunale, potranno variare da area ad area, considerando la loro localizzazione e la dimensione dell'area verde oggetto dell'intervento.

TITOLO III- LE INSEGNE DI ESERCIZIO

ART. 24 DEFINIZIONE

Per insegne, targhe e pannelli d'esercizio si intendono le scritte, tabelle e simili a carattere permanente, esposti esclusivamente nella sede e nelle pertinenze di un esercizio, di una industria, commercio, arte o professione che contengano il nome dell'esercente o la ragione sociale della ditta, la qualità dell'esercizio o la sua attività permanente, l'indicazione generica delle merci vendute o fabbricate o dei servizi che vengono prestati.

ART. 25 CARATTERISTICHE TECNICHE

Le insegne di esercizio possono essere luminose ([VIETATI CASSONETTI DA L.R. 17/2000](#)) per luce indiretta e si distinguono in insegne a parete e insegne a giorno. Le insegne a parete sono ancorate alla facciata di pertinenza dell'attività a cui si riferiscono e possono essere frontali o a bandiera. Le insegne frontali sono fissate parallelamente alla facciata di pertinenza dell'attività. Le insegne a bandiera sono fissate perpendicolarmente alla facciata di pertinenza dell'attività. Le insegne a giorno sono quelle non incluse nella precedente definizione. Sono installate nelle pertinenze accessorie all'attività a cui si riferiscono e possono essere collocate su pali o sulla sommità di cancelli, pensiline, coperture, facciate o tetti.

In ogni caso, le caratteristiche di insegne, targhe e pannelli d'esercizio devono essere tali da adempiere alla loro funzione, esclusiva o principale, che è l'identificazione immediata dell'attività. Le loro caratteristiche tecniche devono essere conformi al luogo e alle attività circostanti in base al contesto urbano ove vengono collocate. Rientrano nel novero delle insegne di esercizio anche:

- avvisi al pubblico superiori al metro quadro quando sono installati nella sede dell'attività;
- targhe professionali: manufatti rigidi, opachi, mono facciali, di superficie non superiore ai 1 mq. installati all'ingresso della sede dell'attività alla quale si riferisce;
- standardi (se utilizzati come insegna di esercizio): manufatti bifacciali opachi, bidimensionali, realizzati in stoffe e privi di rigidezza;
- vetrofanie: manufatti in pellicola adesiva da apporre su vetrina;
- pubblicità effettuata con veicoli (in conto proprio): manufatti mono facciali non luminosi installati su autoveicoli ad uso privato ed a titolo non oneroso, utilizzate per il trasporto di persone o cose dell'attività cui si riferiscono;
- monitor, schermi, video-wall ed altri impianti innovativi e tecnologicamente avanzati, ancor più se digitali, la cui trasmissione e/o riproduzione di immagini a messaggio variabile è governata "da remoto" mediante strumentazioni informatiche.

La realizzazione delle insegne può essere effettuata con tutti i materiali che si ritengono idonei compatibilmente con un corretto inserimento architettonico secondo i parametri stabiliti dal vigente Regolamento Edilizio. I materiali impiegati per le insegne pubblicitarie dovranno essere resistenti agli agenti atmosferici.

La dimensione dell'insegna dovrà essere opportunamente relazionata e tale da non alterare le caratteristiche dell'edificio, nonché, proporzionata alle misure della vetrina che la supporta ed alle dimensioni della sede stradale. Le insegne non dovranno superare nella dimensione orizzontale il 15% per lato della larghezza netta della porta o vetrina sottostante e dovranno essere posizionate in modo simmetrico; tale eccedenza non può essere utilizzata nel caso di unica insegna su più porte o vetrine, nel senso che una tale eventuale insegna deve essere ricompresa nei limiti laterali della prima e dell'ultima porta o vetrina;

Le insegne d'esercizio frontali, ad esclusione delle vetrofanie, sono ammesse solo al piano terra, salvo per edifici di carattere industriale o analogo quali capannoni o simili. Eventuali collocazioni potranno essere concesse previo parere da parte dell'ufficio Edilizia Privata e comunque in armonia con il fronte dell'edificio;

Ripetitività del messaggio:

- L'uso di messaggi riproposti su più insegne deve essere contenuto;
- Non sono consentite aggregazioni di insegne dai colori e dai contenuti differenti anche qualora sia necessario pubblicizzare marche dei prodotti distribuiti;
- La richiesta di installazioni di insegne coordinate deve essere presentata nel loro insieme;
- L'uso di diverse tipologie di insegne (es. vetrofanie, cassonetti e standardi) per uno stesso esercizio deve essere anch'esso coordinato;

Insegne speciali: sono sempre rispettate specifiche normative di legge che definiscano insegne obbligatorie; in particolare per dare visibilità al servizio pubblico garantito dalle farmacie, sono consentite, insegne luminose a forma di croce, anche "a bandiera", delle dimensioni massime di mq. 1 a prescindere dalla zona;

È obbligatoria la perfetta manutenzione ed efficienza dell'intera insegna, specie per quelle luminose, che devono mantenere illuminate tutte le lettere.

ART. 26 DEROGHE SPECIFICHE

Qualora il rispetto delle prescrizioni di cui al precedente articolo sia di ostacolo all'installazione di almeno un'insegna di esercizio nella sede o nelle pertinenze dell'attività, e tale impedimento risulti efficacemente dimostrato, l'amministrazione comunale, attraverso il Dirigente dell'ufficio preposto, potrà derogare dalle prescrizioni tecniche ivi contenute, fermo restando il rispetto delle tipologie e delle caratteristiche prescritte dalle presenti norme per ciascuna zona ed il rispetto delle prescrizioni di cui al comma precedente.

ART. 27 CRITERI DI COLLOCAZIONE

L'insegna deve essere collocata preferibilmente:

- entro gli spazi ad essa destinati seguendo il disegno del porta insegne (se esistente);
- sulle facciate che presentino decorazioni possono essere utilizzate solamente insegne a caratteri indipendenti. Le cornici in pietra e gli stipiti sono parte integrante delle aperture e non possono essere interrotte dall'insegna.
- nelle lunette dei portici dotate di griglie di ferro battuto non è consentito l'inserimento di insegne. Anche in assenza di vani porta insegne o di cornici vere e proprie, l'insegna dovrà sempre integrarsi al disegno delle aperture e della facciata.

Eventuali tende, purché anch'esse integrate con il disegno di facciata, potranno recare richiami all'insegna principale.

È consentito il posizionamento di insegne anche di sagoma irregolare nelle porzioni di facciata interposte fra le aperture, purché in aderenza e di superficie non superiore a 0,5 mq.

È vietata la collocazione di insegne a bandiera sporgenti su aree pubbliche o private ad uso pubblico non protette da pavimentazione rialzata (marciapiede) idonea ad impedire l'urto da parte di veicoli di qualsiasi genere, salvo per i casi espressamente previsti ex Legge (farmacie, concessioni statali quali i Monopoli di Stato)

Le insegne non possono in nessun caso cancellare il disegno di balconi e parti decorative, né trasformare l'immagine complessiva della facciata.

Criteri strutturali:

Le strutture di sostegno devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento ed al carico della neve, saldamente realizzate ed ancorate, sia nel loro complesso che nei singoli elementi, con riferimento al D.M. 12/2/82 ai fini del quale il Comune rientra nelle Zone A.

Qualora le suddette strutture costituiscano manufatti la cui realizzazione e posa in opera sia regolamentata da specifiche norme (opere in ferro, in c.a. ecc.), l'osservanza delle stesse e l'adempimento degli obblighi da queste previste deve essere documentato prima del ritiro dell'autorizzazione.

Materiali: a titolo esemplificativo si riportano alcuni materiali compatibili con l'edilizia storica, che sono da consigliarsi tuttavia anche per interventi in edilizia recente:

- Il legno, con l'avvertenza che anche il suo trattamento gioca un ruolo importante (da evitare per esempio il trattamento a traforo o comunque di tipo rustico in presenza di architetture prettamente urbane);
- La pietra e i marmi, possibilmente locali o assimilabili;
- I metalli: ottone, rame, bronzo, ferro e acciaio (non lucido);
- Il vetro, con caratteri preferibilmente monocromatici;
- I materiali plastici sono correttamente utilizzabili in alcuni casi: in lastra piana, come sostituto del vetro; in caratteri indipendenti scatolari, ma non a luce indiretta, e preferibilmente a superficie opaca e monocromatici; eventualmente a pannello scatolare, sotto condizione che si tratti di piccole superfici e che la struttura sia rigorosamente contenuta all'interno del filo di facciata o di cornice.

Materiali sconsigliati per l'edilizia storica, e da utilizzare con molta cautela:

- Materiali plastici, eccetto nei casi sopra esposti.
- Alluminio anodizzato e le leghe leggere degradabili.
- Insiemi complessi di materiali diversi e a diverso trattamento delle superfici.

Sono tassativamente da evitare tutti i materiali precari, soggetti a rapido degrado e qualora si operi in situazioni preesistenti è necessario ricorrere ai materiali originari, o a materiali compatibili con l'arredo esistente: materiali e grafica possono essere elemento di valorizzazione, ma anche di degrado.

TITOLO IV- PUBBLICHE

AFFISSIONI

ART. 28 DEFINIZIONE DI AFFISSIONE

Con il termine “affissioni” si individuano appositi impianti destinati all’esposizione, di manifesti di qualunque materiale costituiti, contenenti comunicazioni aventi finalità commerciali, istituzionali, sociali o comunque prive di rilevanza economica di Proprietà del Comune. Tali impianti rientrano tra le strutture adibite all'erogazione del servizio delle affissioni. Il servizio è istituito nei Comuni e gestito in modo diretto o tramite Concessionario. Le affissioni sono suddivise in:

- *Impianti di pubblica affissione destinati ad affissioni di natura istituzionale sociale e/o comunque privi di rilevanza economica e annunci mortuari:* tali impianti di proprietà comunale o del concessionario del servizio delle pubbliche affissioni, sono realizzati su standardi o plance aventi dimensioni multipli del formato del foglio cm70x100, mono o bifacciali e comunque non superiori ai quattro fogli per facciata.
- *Impianti di pubbliche affissioni destinati ad affissioni di rilevanza commerciale:* tali impianti di proprietà comunale o del concessionario del servizio sono realizzati su standardi o plance aventi dimensioni multiple del foglio cm 70x100 mono o bifacciali sino a 24 fogli (poster dimensioni nette di cm 600x300). Possono essere illuminati unicamente mediante luce indiretta.

ART. 29 REQUISITI GENERALI DEGLI IMPIANTI PER LE AFFISSIONI

Gli impianti per le affissioni dovranno rispondere a requisiti minimi di sicurezza, decoro e funzionalità secondo le caratteristiche degli impianti atti a eseguire tale servizio. 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 e strutturale, gli impianti per le affissioni dovranno rispettare le caratteristiche minime sopra descritte. Gli impianti previsti devono avere dimensioni 140x200, 200x140, 140x100, 100x140, 600x300 in modo da poter utilizzare in modo ottimale i fogli 70x100 e loro multipli e sottomultipli, poiché i manifesti delle diverse tipologie vengono forniti nelle dimensioni di cui sopra.

ART. 30 POSIZIONAMENTO DEGLI IMPIANTI DI AFFISSIONE

Qualora si decidesse di riqualificare interamente il parco impianti affissionali, la scelta delle postazioni degli impianti affissionali dovrà rientrare in un progetto unitario che consideri il territorio e la relativa distribuzione oltre al mantenimento di uniformità estetica, colorazione, materiali, ecc. soprattutto nel caso di integrazioni rispetto all'esistente.

Gli impianti devono 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 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.

Dal punto di vista estetico e strutturale gli impianti per le affissioni dovranno essere in metallo, permettere l'applicazione dei fogli nel modulo 70 x 100 cm o suoi multipli e rispettare una generale uniformità nelle forme e nei colori.

In riferimento agli impianti adibiti alle affissioni funebri, è possibile collocare uno spazio pubblicitario permanente fisso inerente al settore funebre purché sia facilmente estraibile e separabile dalla struttura adibita al servizio pubblico di affissione effettuando la relativa istanza secondo quanto previsto dal Titolo V Norme Amministrative del Presente PGIP.

ART. 31 SUPERFICI

La superficie complessiva degli impianti destinati alle pubbliche affissioni, con riferimento al censimento avvenuto a Ottobre 2024 risulta essere circa 176 mq.

ART. 32 RIPARTIZIONE 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 è la seguente:

- 44 % riservati all'affissione di manifesti di carattere commerciale;
- 50 % riservati all'affissione di manifesti funebri;
- 6 % riservati all'affissione di manifesti di natura istituzionale.

ART. 33 DEFINIZIONE E GESTIONE DEGLI IMPIANTI IN AFFISSIONE DIRETTA

Con l'abrogazione del Dpr 507/1993 e l'introduzione della Legge 160/2019 termina l'obbligo del servizio delle pubbliche affissioni. Il Comune di Cuggiono ha inteso il mantenimento di tale servizio ad esclusione delle AFFISSIONI DIRETTE ed è inteso a garantire specificatamente l'affissione, a cura del Comune o del concessionario del servizio, in appositi impianti a ciò destinati.

ART. 34 PRESCRIZIONE DI INSTALLAZIONE

I criteri di installazione degli impianti dovranno seguire le seguenti prescrizioni di carattere generale:

- a) posizionamento nel rispetto delle esigenze di sicurezza della circolazione stradale;
- b) collocazione preferibilmente in allineamento ad altri impianti esistenti;
- c) mantenimento della visibilità dei segnali e degli impianti semaforici entro lo spazio di avvistamento
- d) che non fronteggino vetrine, finestre e portoni di accesso ai fabbricati

Gli impianti affissionali poster 6 x 3 m dovranno essere collocati a distanza non inferiore a m. 10,00 dalle intersezioni, e non potranno fronteggiare le facciate finestrate dei fabbricati.

La collocazione degli impianti affissionali è preferibile in senso parallelo all'asse della carreggiata stradale secondo le disposizioni contenute nell'Abaco delle distanze.

TITOLO V- NORME AMMINISTRATIVE

ART. 35 AUTORITÀ COMPETENTE PER IL RILASCIO DELLE AUTORIZZAZIONI

L'autorità competente per il rilascio delle autorizzazioni in centro abitato o su strade comunali fuori centro abitato è il Comune di Cuggiono; il Provvedimento Autorizzativo Unico sarà rilasciato dal Responsabile del Settore Tecnico Comunale.

La delimitazione del centro abitato individua, lungo le strade statali, regionali, provinciali che attraversano i centri medesimi, i tratti di strada che costituiscono "strade comunali", ed individua pertanto i limiti territoriali di competenza e le responsabilità tra i comuni e gli altri proprietari di strade.

Per quanto riguarda la collocazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari in prossimità di aree vincolate, ai sensi dell'art. 153 del d.lgs. n. 42 del 22/01/2004 si rimanda interamente alle prescrizioni di cui all'Art. 7 Vincoli storici, artistici e di tutela paesaggistica del presente Piano.

Nel caso in cui i cartelli e/o gli altri mezzi pubblicitari collocati su una strada siano chiaramente rivolti anche verso un'altra strada appartenente ad ente diverso, l'autorizzazione è subordinata al preventivo nulla osta tecnico di quest'ultimo, richiesto direttamente dall'ente quale fase endoprocedimentale del procedimento.

I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari posti lungo sedi ferroviarie, quando siano visibili dalla strada, sono soggetti alle disposizioni del presente articolo e la loro collocazione viene autorizzata dalle Ferrovie dello Stato, previo nulla osta tecnico dell'ente proprietario della strada. (Si precisa che la distanza da mantenere dall'ultimo binario è metri 30)

Nei tratti Provinciali, Statali e Regionali, esterni al centro abitato, l'Ente competente per il rilascio dei provvedimenti autorizzativi è l'Ente Proprietario della Strada, pertanto in tali aree non vige il presente Piano Generale degli impianti ma il Regolamento dell'Ente preposto o il Codice della Strada.

ART. 36 DEFINIZIONE DEL SETTORE INCARICATO AL RILASCIO DELLE AUTORIZZAZIONI

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 è costituita presso il Settore Tecnico Comunale. Il Dirigente 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 di Autorizzazione. Il provvedimento finale è rilasciato dal Settore Tecnico Comunale

I compiti assegnati a questo ufficio sono i seguenti:

- ✧ Esaminare le domande in ordine progressivo al numero di protocollo di registrazione d'ufficio.
- ✧ 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 ritenute necessarie per rendere più funzionale l'utilizzo di questo strumento.
- ✧ Convocare direttamente il richiedente e/o la diretta installatrice nell'eventualità 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 tra gli edifici e nell'ambiente.
- ✧ Esprimere parere motivato, specialmente in caso di rigetto della domanda, in conformità a quanto esposto nel presente PGIP e dalle norme vigenti.

- ⚡ Istituire e mantenere il Registro delle autorizzazioni.
- ⚡ 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, nulla osta 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 nulla osta e gli assensi richiesti.

ART. 37 MODALITÀ PER LA PRESENTAZIONE DELLE ISTANZE DI AUTORIZZAZIONE

Il soggetto interessato al rilascio di un'autorizzazione per l'installazione di mezzi pubblicitari deve presentare relativa domanda in bollo esclusivamente tramite portale dedicato, salvo i casi di non funzionamento e potrà essere consegnata al Protocollo cartacea o mezzo PEC, con ogni allegato obbligatorio per la specifica tipologia di impianto richiesto.

La domanda deve contenere:

- a) Nel caso di persona fisica o impresa individuale, le generalità rispettivamente della persona o del titolare dell'impresa, la residenza e il domicilio legale, il codice fiscale del richiedente nonché la partita I.V.A., qualora lo stesso ne sia in possesso;
- b) Nel caso di soggetto diverso da quelli di cui alla lett. a), la denominazione o ragione sociale, la sede legale, il codice fiscale e il numero di partita I.V.A. qualora il richiedente ne sia in possesso nonché le generalità, il domicilio e il codice fiscale del legale rappresentante che sottoscrive la domanda;
- c) L'ubicazione e la determinazione della superficie del mezzo pubblicitario che si richiede di esporre;
- d) La durata, la decorrenza e la frequenza, quando necessaria, delle esposizioni pubblicitarie oggetto della richiesta.
- e) Il tipo di attività che si intende svolgere con la esposizione del mezzo pubblicitario, nonché la descrizione dell'impianto che si intende esporre.
- f) L'immagine fotografica dei luoghi e la planimetria quotata delle distanze da impianti e segnali esistenti;
- g) La domanda deve essere corredata dai documenti eventualmente previsti per la particolare tipologia di esposizione pubblicitaria.
- h) Le dichiarazioni sostitutive dell'atto di notorietà sono ammesse nei casi previsti dall'art. 46 del DPR45/2000 "Testo Unico sulla documentazione amministrativa" in riferimento alla stabilità dell'impianto e alla conformità alle distanze previste dall'Abaco delle distanze.

Analoga domanda deve essere presentata per effettuare modificazioni del tipo e/o della superficie dell'esposizione e per ottenere il rinnovo di mezzi pubblicitari preesistenti.

Anche se l'esposizione è esente dal pagamento del canone, il richiedente deve ottenere il titolo per l'esposizione.

Fermo ed impregiudicato quanto sopra, il richiedente è tenuto a produrre, su richiesta del Settore Tecnico Comunale, tutti i documenti ed a fornire tutti i dati ritenuti necessari al fine dell'esame della domanda.

Potrà essere formulata una singola istanza comprensiva di più postazioni purché facenti parte alla medesima tipologia e definizione di impianto pubblicitario.

ART. 38 ISTRUTTORIA DELLA DOMANDA

Il dirigente dell'Ufficio Comunale preposto, riceve la domanda presentata e la affida al responsabile del procedimento che, tramite lo Sportello Unico Edilizia effettua immediatamente i seguenti adempimenti:

- a) Comunicazioni al soggetto interessato di cui alla Legge 241/90 art.4-5-7-8;

- b) Trasmissione della pratica agli organi preposti per il rilascio dei pareri di competenza in materia di traffico, viabilità, lavori pubblici e arredo urbano.

Detti pareri devono essere rilasciati e trasmessi al entro i 20 gg. successivi, trascorsi i quali si intendono favorevoli.

Ottenuti i pareri di competenza o trascorsi 20 gg per il loro rilascio da parte degli uffici interpellati, il responsabile del procedimento predispone il provvedimento autorizzativo.

Entro 30 giorni il Dirigente rilascia l'autorizzazione. In caso di esito negativo, il diniego deve essere tecnicamente motivato, verrà data comunicazione **allo Sportello Unico Edilizia** che provvederà di conseguenza. In caso di motivi ostativi, prima di emettere il provvedimento finale si provvederà a darne comunicazione ai sensi dell'art.10 bis L.241/90 attendendo le controdeduzioni entro 10 giorni. Nel caso in cui le controdeduzioni non superino i motivi ostativi indicati si provvederà ad emettere provvedimento definitivo di diniego motivato con l'indicazione delle circostanze e dei fattori che lo hanno determinato (art. 3, L.241/90). Il diniego al rilascio dell'autorizzazione non concede diritto al rimborso delle spese per le operazioni tecnico-amministrative.

In caso di esito positivo l richiedente è tenuto ad eseguire il pagamento del canone nella misura indicata e a darne dimostrazione all'ufficio competente che potrà quindi procedere all'emanazione del provvedimento autorizzatorio.

L'autorizzazione comunale all'esposizione pubblicitaria è rilasciata facendo salvi gli eventuali diritti di terzi e non esime gli interessati dall'acquisizione del nulla osta di competenza di altri soggetti pubblici o privati.

Le autorizzazioni sono consegnate telematicamente ovvero ritirate presso gli sportelli di competenza qualora non sia operativa la procedura telematica. Esse sono efficaci dalla data riportata sulle stesse.

Il ritiro dovrà avvenire entro e non **oltre 30 giorni** dalla data di ricevimento della comunicazione di avvenuto rilascio.

ART. 39 INTEGRAZIONE ALLA DOMANDA

In caso in cui la domanda non sia corredata della documentazione prevista ovvero nel caso in cui l'Ufficio Comunale preposto ritenesse di dover acquisire ulteriore documentazione, il Responsabile del Procedimento, invia una comunicazione **allo Sportello Unico Edilizia** con l'indicazione dei documenti da integrare.

Qualora l'ulteriore documentazione richiesta non venga prodotta entro i 10 (dieci) gg. successivi, l'istanza verrà archiviata d'ufficio.

I termini per l'adozione del provvedimento finale previsti al precedente articolo, in caso di richiesta di integrazione verranno sospesi, decorreranno nuovamente dalla data del deposito della documentazione integrativa.

ART. 40 DURATA

L'autorizzazione per impianti permanenti ha durata di tre anni rinnovabile con le procedure dell'Art. 41 del PGIP. Le autorizzazioni per gli impianti temporanei non sono rinnovabili, in caso di prolungamento dell'evento alla quale si riferiscono dovrà essere inoltrata nuova ed apposita istanza, gli impianti devono essere rimossi entro le ventiquattrore successive alla conclusione della manifestazione o spettacolo per il cui svolgimento sono stati autorizzati.

L'autorizzazione per le insegne di esercizio normate al Titolo III decade alla chiusura dell'attività autorizzata qualora non vi sia un subentro nell'attività e il nuovo soggetto titolare non intendesse mantenere la precedente denominazione; eventuale cambio di attività e/o modifica alla grafica dovrà sempre essere nuovamente autorizzato dal Comune a mezzo dello Sportello Unico Edilizia.

ART. 41 RINNOVI

La variazione del messaggio pubblicitario esposto, purché non comporti variazione della struttura e/o delle dimensioni del mezzo pubblicitario, non è soggetta ad autorizzazione ma a semplice comunicazione.

L'autorizzazione alla scadenza si intende automaticamente rinnovata a condizione che vi siano state modifiche e il mezzo risulta conforme alle norme del Piano vigente, fatto salvo eventuale comunicazione di rimozione debitamente motivata da parte del Comune. Qualora vi siano state modifiche viabili e/o del mezzo bisognerà presentare apposita istanza di rinnovo in bollo 60 giorni prima della scadenza dell'autorizzazione.

Non è concesso il rinnovo dell'autorizzazione se il richiedente non è in regola con il pagamento del relativo canone ovvero se la pubblicità in atto è difforme da quella precedentemente autorizzata.

La cessazione della pubblicità da parte del Titolare dell'autorizzazione, comporta la rimozione integrale dell'impianto entro il termine Comunicato, nonché il ripristino delle condizioni preesistenti a cura e spese del soggetto titolare. La rimozione dovrà riguardare anche gli eventuali sostegni o supporti e comprendere il ripristino alla forma preesistente della sede del manufatto.

ART. 42 TITOLARITA' E SUBENTRO NELLE AUTORIZZAZIONI

Il provvedimento di autorizzazione all'esposizione pubblicitaria permanente o temporanea, che comporti o meno anche l'occupazione del suolo o dello spazio pubblico, non può essere oggetto di cessione a terzi.

Nell'ipotesi in cui il titolare della concessione trasferisca a terzi (cessione di proprietà o di usufrutto) l'attività in relazione alla quale è stata concessa l'esposizione pubblicitaria, il subentrante è obbligato ad attivare non oltre trenta giorni dal trasferimento, il procedimento per la voltura della autorizzazione a proprio nome inviando all'amministrazione apposita comunicazione contenente gli estremi della stessa.

Il rilascio del provvedimento di voltura della autorizzazione è subordinato alla regolarità del pagamento dei canoni pregressi relativi all'esposizione pubblicitaria oggetto di cessione. Tale condizione dovrà essere attestata dal subentrante mediante esibizione delle relative ricevute di versamento.

La voltura della autorizzazione non dà luogo a rimborso.

Ove il subentrante non provveda al corretto invio della comunicazione nel termine di cui al comma 2 del presente articolo, l'esposizione pubblicitaria è considerata abusiva.

Nei casi di semplice variazione della denominazione o della ragione sociale, purché restino invariati Partita IVA e Codice Fiscale, deve essere presentata una dichiarazione redatta ai sensi del D.P.R. 445/2000.

Qualora un soggetto sia titolare di più autorizzazioni relative a diversi punti vendita, può essere presentata un'unica comunicazione a cui deve essere allegato l'elenco degli esercizi coinvolti.

ART. 43 OBBLIGHI DEL TITOLARE DELL'AUTORIZZAZIONE

I lavori di installazione dell'impianto autorizzato dovranno essere ultimati entro i 90 gg successivi al rilascio dell'autorizzazione, pena la decadenza della stessa. Su richiesta motivata dell'interessato, possono essere concesse proroghe al termine suddetto da parte dell'ufficio comunale preposto. Sull'impianto autorizzato dovrà essere

saldamente fissata una targhetta metallica, posta in posizione facilmente accessibile, sulla quale saranno riportati con caratteri indelebili:

- a) la dicitura Ente Autorizzante: Comune di Cuggiono;
- b) soggetto titolare dell'Autorizzazione e recapiti;
- c) numero e data di rilascio dell'autorizzazione;
- d) data di scadenza dell'autorizzazione.

I dati predetti devono essere aggiornati ad ogni rinnovo, ovvero in caso di qualunque variazione intervenuta nel titolo autorizzativo.

È inoltre 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 e delle loro strutture di sostegno;
- ✧ Effettuare tempestivamente tutti gli interventi necessari al loro ripristino in caso di danneggiamento, usura, sfregi o graffiti;
- ✧ Adempiere nei tempi richiesti a tutte le prescrizioni impartite dall'Ente competente ai sensi dell'art. 405 c. 1 del D.P.R. 495/92, al momento del rilascio dell'autorizzazione ed anche successivamente per intervenute e motivate esigenze;
- ✧ Procedere alla rimozione nel caso di scadenza naturale 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;
- ✧ Effettuare la pulizia dell'area di pertinenza dell'impianto pubblicitario dopo le operazioni di manutenzione e/o attacchinaggio sull'impianto medesimo, facendosi carico, peraltro, di effettuare correttamente lo smaltimento dei materiali di risulta;
- ✧ Effettuare tempestivamente tutti gli interventi necessari per il mantenimento delle condizioni di sicurezza;
- ✧ Mantenere la vigenza e copertura delle polizze assicurative RC e produrne copia all'ente entro 5 giorni su richiesta dell'ente;
- ✧ Apporre sulla struttura la targhetta identificativa dell'impianto ex. Art. 55 D.p.r. 495/92.
- ✧ Effettuare i pagamenti annui dell'Imposta sulla pubblicità al Comune o al Concessionario;

È fatto inoltre obbligo al titolare dell'autorizzazione rilasciata per la posa di segni orizzontali reclamistici e 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.

ART. 44 REVOCA DELL'AUTORIZZAZIONE PER LA PUBBLICITÀ PERMANENTE

Per sopravvenute ragioni di pubblico interesse e in qualsiasi momento, l'autorizzazione può essere modificata, sospesa o revocata, con provvedimento motivato, nel rispetto delle norme generali sull'azione amministrativa stabilite dalla legge.

L'atto di modifica deve indicare anche l'ammontare del nuovo canone, in relazione alla variazione del mezzo.

La modifica d'ufficio e la sospensione sono comunicate con modalità telematica ovvero tramite raccomandata postale con avviso di ricevimento o con altro mezzo idoneo a garantire la conoscenza del nuovo

evento.

L'avvio del procedimento di revoca è comunicato al concessionario, ai sensi degli articoli 7 e 8 della legge 7 agosto 1990, n. 241.

Il provvedimento di revoca è notificato secondo le procedure di legge, con l'indicazione dell'autorità cui è possibile ricorrere e del termine per la presentazione del ricorso.

La rimozione della pubblicità è in capo al soggetto autorizzato entro la data che sarà precisata nell'ordine di rimozione.

Ove l'interessato non ottemperi all'ordine di rimozione nei termini stabiliti, l'impianto pubblicitario verrà considerato abusivo ad ogni effetto e saranno adottati i provvedimenti conseguenti, compreso l'addebito delle spese sostenute dal Comune per il ripristino dello stato preesistente.

L'autorizzazione potrà essere revocata, secondo gli aspetti indicati nella L.241/90, nei seguenti casi:

- ✦ Mancata installazione dell'impianto entro 60 gg. dal rilascio dell'autorizzazione e/o entro il termine di proroga concesso;
- ✦ Mancata persistenza dei requisiti autorizzativi dell'impianto e che sia impossibile trovare altre posizioni alternative compatibili;
- ✦ Mancata presentazione, entro i termini prescritti, delle istanze di adeguamento in base alle variazioni di prescrizioni alle installazioni di mezzi pubblicitari che si dovessero apportare;
- ✦ Motivi di interesse pubblico legati alla realizzazione di interventi pubblici sul territorio incompatibili con la permanenza dell'impianto ovvero alterazione dello stato dei luoghi intorno all'impianto che renda incompatibile la permanenza dell'impianto e che sia impossibile trovare altre postazioni alternative compatibili;
- ✦ Grave imperizia nella installazione dell'impianto pubblicitario tale da mettere in pericolo la pubblica incolumità;
- ✦ Reiterata mancanza di effettuazione di manutenzione ordinaria e straordinaria dell'impianto pubblicitario o reiterati episodi di imperizia nelle operazioni di attacchinaggio di manifesti a seguito di formale diffida comunale;
- ✦ Mancata comprovazione di vigenza delle polizze assicurative di RC;
- ✦ Mancato pagamento del Canone non ricognitorio approvato con delibera di Consiglio Comunale entro 15 giorni dai termini posti in diffida.

ART. 45 ESPOSIZIONI SOGGETTE A SEMPLICE COMUNICAZIONE

Sono soggette a semplice comunicazione da inviarsi all'Ufficio comunale competente, assolvendo ai previsti oneri tributari laddove previsti, senza preventiva acquisizione di autorizzazione o concessione comunale i manufatti per l'esposizione delle seguenti tipologie di pubblicità:

- **TARGA PROFESSIONALE:** manufatto con scritte in caratteri alfanumerici, completate da eventuali simboli e da marchi, utilizzabili su una sola facciata, integrata su supporto di metallo, pietra, legno o altri materiali, posta in opera lateralmente alla porta di ingresso dell'edificio della sede dell'attività svolta. Non può essere luminosa per luce propria. La targa non deve contenere messaggi pubblicitari ma unicamente il nome e cognome del professionista o dello studio professionale con eventuali titoli acquisiti, orari di apertura numeri telefonici e simili. Non sono ammesse targhe poste perpendicolarmente alla superficie su cui devono essere installate. Se il prospetto su cui verrà apposta la targa è munito di bacheca porta targhe ovvero di altro mezzo preposto l'installazione dovrà avvenire rispettando la geometria della stessa. Le Targhe possono avere una dimensione

massima di cm 50 x 30 e, nella zona A definita dall'allegato A Zonizzazione del presente PGIP devono essere in ottone, per il resto delle zone non vi sono vincoli di materiale e/o colorazioni.

- VETROFANIA: pellicola di materiale non rigido e di natura precaria, trasparente e non, applicata su vetro, riportanti scritte in caratteri alfanumerici o simboli, marchi anche di fatto, fotografie, grafici o disegni.
- VETROGRAFIA: smerigliatura, mussolatura, incisione ad acido, a mola ecc., pittura monocromatiche o colorate realizzata direttamente su vetrine.
- SCHERMI E PANNELLI A MESSAGGIO VARIABILE O ANIMATO POSTI ALL'INTERNO DELLE VETRINE:
 - Manufatto bidimensionale posizionato all'interno di vetrine di negozi supermercati attività commerciali ingegnere, anche rivolti verso l' esterno, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici inerenti all'attività svolta all'interno del negozio -locale commerciale ove è installato, caratterizzati dall'impiego di sistemi automatici di tipo meccanico o sistemi elettronico digitali che, opportunamente interfacciati con una stazione di comando computerizzata, possono originare messaggi scritti, immagini monocromatiche, a colori, fisse o in movimento.
- SCRITTE SU TENDE ED OMBRELLONI: scritte con caratteri alfanumerici, completate da eventuali simboli e da marchi posti in opera direttamente su tende ed ombrelloni.

ART. 46 CONTROLLO

Gli enti proprietari delle strade sono tenuti a controllare, a mezzo del proprio personale competente, sulla corretta realizzazione e sull'esatto posizionamento dei cartelli 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 oltre che sui termini di scadenza dalle autorizzazioni concesse. Qualunque inadempienza venga rilevata da parte del personale incaricato della vigilanza, deve essere contestata per mezzo di specifico verbale al soggetto titolare della autorizzazione che dovrà provvedere entro il termine fissato. Decorso tale termine l'ente proprietario, valutate le osservazioni avanzate dal soggetto, entro dieci giorni, provvede d'ufficio rivalendosi per le spese sul soggetto titolare dell'autorizzazione.

Limitatamente al disposto dell'art. 23 del D.lgs. 285/92, la vigilanza può essere svolta, nell'ambito delle rispettive competenze, anche dai 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 e propagandistici che possono essere variati senza autorizzazione ai sensi dell'art. 53, comma 8 del D.P.R. 495/92, se non rispondenti al disposto dell'art. 23 c. 1 del D.lgs. 285/92, devono essere rimossi entro i dieci giorni successivi alla notifica della diffida alla rimozione, 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 esposti difformemente dalle autorizzazioni rilasciate o non autorizzati dovranno essere rimossi, previa contestazione scritta, a cura e spese del soggetto titolare dell'autorizzazione o del concessionario, entro il termine di dieci giorni dalla diffida pervenuta. In caso di inottemperanza, si procederà d'ufficio.

ART. 47 RIMOZIONE

Gli impianti installati senza aver ottenuto la prevista autorizzazione all'installazione, sono abusivi. Sono da ritenersi abusivi anche quegli impianti per il quale si è provveduto alla revoca dell'autorizzazione o non vi è stato concesso il rinnovo di una precedente autorizzazione.

In caso di collocazione di impianti pubblicitari abusivi, l'ente proprietario della strada diffida l'autore della violazione e il proprietario o il possessore del suolo privato, nei modi di legge, a rimuovere il mezzo pubblicitario a loro spese entro e non oltre dieci giorni dalla data di comunicazione dell'atto. Decorso il suddetto termine, l'ente proprietario della strada provvede ad effettuare la rimozione del mezzo pubblicitario e 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 l'installazione degli impianti sia realizzata su suolo demaniale ovvero rientrante nel patrimonio degli enti proprietari delle strade, o nel caso in cui la loro ubicazione lungo le strade e le fasce di pertinenza costituisca pericolo per la circolazione, in quanto in contrasto con le disposizioni contenute nella vigente normativa, l'ente proprietario esegue senza indugio la rimozione dell'impianto pubblicitario. Successivamente alla stessa, l'ente proprietario trasmette nota delle spese sostenute al prefetto, che emette ordinanza-ingiunzione di pagamento. Tale ordinanza costituisce titolo esecutivo ai sensi di legge. Le strutture rimosse potranno essere ritirate effettuando il relativo pagamento delle spese di rimozione dal giorno successivo dell'avvenuta rimozione.

TITOLO VI – SANZIONI E DISPOSIZIONI FINALI

ART. 48 ADEGUAMENTO DI IMPIANTI E MEZZI PUBBLICITARI E NUOVE ISTANZE PER POSA NUOVI IMPIANTI

L'approvazione del PGIP non rende le collocazioni e posizioni degli impianti esistenti alla data di entrata in vigore dello stesso automaticamente autorizzate. È necessario che gli interessati si dotino di tutti gli atti autorizzativi per la posa di nuovi impianti secondo le procedure di cui al Capo V.

Dalla data di entrata in vigore del PGIP ed entro 120 giorni dall'approvazione, al fine dell'adeguamento degli impianti esistenti i soggetti interessati devono provvedere a:

- a) nel caso di impianti/mezzi pubblicitari totalmente conformi alle norme del presente PGIP, muniti di autorizzazione o in pendenza di rinnovo, ed in possesso della regolarità contributiva, comunicare mediante dichiarazione redatta ai sensi della L.445/90, che l'impianto risulti conforme trasmettendo nel contempo le coordinate GPS del posizionamento
- b) nel caso di impianti/mezzi pubblicitari conformi come posizionamento alle norme del presente PGIP ma non conformi come forma e colori, muniti di autorizzazione o in pendenza di rinnovo ed in possesso della regolarità contributiva, comunicare mediante dichiarazione, redatta ai sensi della L. 445/90, che l'impianto risulti conforme al posizionamento allegando le coordinate GPS del posizionamento e l'impegno a rendere conforme la colorazione e la dimensione, entro la scadenza dell'atto autorizzativo ;
- c) nel caso di impianti/mezzi pubblicitari non conformi come posizionamento alle norme del presente PGIP, muniti di autorizzazione o in pendenza di rinnovo ed in possesso della regolarità contributiva, provvedere alla presentazione di istanza di adeguamento, allegando la documentazione indicata dall'art. 37. Nell'istanza dovrà essere indicata la nuova posizione e se trattasi di spostamento e adeguamento di mezzo già autorizzato.
- d) nel caso di gli impianti/mezzi pubblicitari con autorizzazione scaduta ma conformi come posizionamento alle norme del presente PGIP ed in possesso della regolarità contributiva, dovranno presentare istanza di adeguamento, allegando la documentazione indicata all'art. 28. In tale caso di applicherà la sanzione prevista dall'art.50 c.4 del presente PGIP.
- e) nel caso di impianti/mezzi pubblicitari privi di autorizzazione, gli stessi devono essere rimossi entro il termine perentorio di 90 giorni dalla data di entrata in vigore delle presenti norme.

Decorso tale termine, l'Amministrazione, ai sensi dell'art. 23 comma 13 quater del Codice della strada, può provvedere d'ufficio a rimuovere l'impianto/mezzo addebitandone i costi al proprietario o, qualora lo stesso non fosse reperibile, al titolare del messaggio pubblicitario, con applicazione delle sanzioni previste dalla legge.

Se, tra gli impianti adeguabili, risulta un conflitto tra due posizioni oggetto di richiesta di adeguamento, la priorità viene concessa all'impianto avente la prima autorizzazione con data antecedente.

Alla data di entrata in vigore del PGIP, al fine di consentire l'adeguamento di cui ai precedenti commi, tutte le richieste di installazione di nuovi impianti/mezzi pubblicitari possono essere autorizzate solo se richieste successivamente ai **120 giorni** dall'approvazione, tutte le nuove istanze presentate verranno sospese ed esaminate a decorrere dal centoventesimo giorno dall'approvazione del presente PGIP.

ART. 49 IMPIANTI PUBBLICITARI ABUSIVI

Trascorsi 120 giorni dalla data di approvazione del PGIP sono considerati abusivi i mezzi pubblicitari installati in carenza di valido atto autorizzativo rilasciato dall'Amministrazione Comunale, così come previsto dal presente PGIP.

Gli enti procedono alla rimozione dei mezzi pubblicitari privi della prescritta autorizzazione o effettuati in difformità dalle stesse o per i quali non sia stato eseguito il pagamento del relativo canone, nonché all'immediata copertura della pubblicità in tal modo effettuata, previa redazione di processo verbale di constatazione redatto da competente pubblico ufficiale, con oneri derivanti dalla rimozione a carico dei soggetti che hanno effettuato l'esposizione pubblicitaria o per conto dei quali la pubblicità è stata effettuata.

ART. 50 SANZIONI AMMINISTRATIVE

Il Comune, a mezzo del Comando Polizia Locale e del Concessionario del servizio pubblicità, ove individuato, vigila sulla corretta osservanza delle disposizioni legislative e regolamentari riguardanti l'effettuazione della pubblicità e delle affissioni richiamate o stabilite dalle presenti NTA.

Le violazioni delle disposizioni di cui alle presenti NTA, comportano l'applicazione delle sanzioni previste dalle leggi e dai regolamenti vigenti in materia. Salvo quanto previsto dall'art. 23 del D.lgs. 30 aprile 1992 n 285, le violazioni alle disposizioni di cui al primo comma comportano l'applicazione delle sanzioni previste ai sensi dell'art. 7 bis nel T.U. degli Enti Locali D.lgs. n. 267 del 18/08/2000 nel rispetto dei principi fissati dal capo I sez. I e II della Legge 24 novembre 1981 n 689.

L'installazione di impianti in assenza o in difformità dell'autorizzazione comporta l'applicazione di quanto stabilito dagli artt. 44 e 37 del presente regolamento.

Nei casi di mancata richiesta di rinnovo entro i termini, ove l'installazione risulti conforme alla disciplina stabilita dal presente regolamento l'avente titolo può ottenere la sanatoria dell'intervento versando la somma di Euro 516,00, purché in regola con i contributi e il canone unico patrimoniale.

Per quanto attiene alle attività di rimozione si rimanda al precedente Art. 47 Rimozione del presente Piano.

ART. 51 NORME FINALI

Il PGIP, adottato con delibera del Consiglio Comunale entra in vigore dalla data stabilita con provvedimento di approvazione.

Da tale data sono abrogate, ove incompatibili, tutte le disposizioni contenute in altri regolamenti comunali che disciplinano la materia del seguente Piano.

Il PGIP è suscettibile di variazioni e/o integrazioni, su segnalazione del funzionario responsabile del Settore Lavori Pubblici 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.

Il Piano delle pubbliche affissioni potrà essere sottoposto a revisione triennale per effetto di variazioni demografiche rilevanti, di espansione del centro abitato, dello sviluppo della viabilità e di ogni altra causa che possa determinare una variazione nella dislocazione degli impianti per le pubbliche affissioni.

Per quanto non espressamente disciplinato si rinvia alle norme del codice della strada, norme di legge e regolamenti applicabili in materia.

ALLEGATI:

Allegato 1: cartografie censimento impianti pubblicitari

Allegato 2: schede censimento impianti pubblicitari

Allegato 3: tabelle riepilogo censimento pubblicitari

Allegato 4: schede rilevamento distanze impianti pubblicitari

Allagato 5: cartografie impianti pubbliche affissioni

Allegato 6: schede impianti pubbliche affissioni

Allegato 7: tabelle riepilogo censimento impianti affissioni

Allegato 8: abaco delle distanze sensibili

Allegato 9: schede tecniche impianti pubblicitari

Allegato 10: zonizzazione territorio comunale