



CITTA' DI GRAVELLONA TOCE

Provincia del Verbano Cusio Ossola

P.zza Resistenza,10 – Tel. 0323/848386 – Fax 0323/864168 – C.F. 00332450030

REGOLAMENTO SULLA PUBBLICITÀ

INDICE:

Capo I Disposizioni generali

- Art. 1 - Finalità del regolamento
- Art. 2 - Definizione dei mezzi pubblicitari
- Art. 3 - Particolari forme di pubblicità

Capo II Classificazione, definizione e norme specifiche

- Art. 4 - Insegne pubblicitarie e di esercizio
- Art. 5 - Preinsegna
- Art. 6 - Sorgente Luminosa
- Art. 7 - Cartelli Pubblicitari
- Art. 8 - Striscioni, locandine e stendardi
- Art. 9 - Segni Orizzontali reclamistici
- Art. 10 - Impianti pubblicitari di servizio
- Art. 11 - Impianti di pubblicità o propaganda
- Art. 12 - Manifesto
- Art. 13 - Targhe
- Art. 14 - Bacheche
- Art. 15 - Tende
- Art. 16 - Impianto a messaggio variabile
- Art. 17 - Impianto di insegne o targhe coordinate
- Art. 18 - Vetrofanie e vetrografie
- Art. 19 - Pubblicità sui veicoli
- Art. 20 - Pubblicità sonora e fonica
- Art. 21 - Cartelli pubblicitari temporanei
- Art. 22 - Pubblicità nei cantieri edili

- Art. 23 - Gigantografie sui ponteggi di catieri edili
Art. 24 - Mezzi Pubblicitari nelle stazioni di servizio e nei parcheggi
Art. 25 - Segnali turistici e di territorio
Art. 26 - Caratteristiche e dimensioni degli impianti per affissioni
Art. 27- Volantini, opuscoli e simili

Capo III Norme comuni a tutte le forme di pubblicità

- Art. 28 - Disciplina di inserimento impianti
Art. 29 - Progetti Particolareggiati
Art. 30 - Collocazione vietata
Art. 31 - Collocazione fuori dal centro abitato
Art. 32 - Collocazione entro il centro abitato
Art. 33 - Posizionamento parallelo al senso di marcia
Art. 34 - Caratteristiche dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari

Capo IV Locazione di forme pubblicitarie all'interno dei centri storici o zone di interesse storico, artistico, culturale e ambientale

- Art. 35 - Norme generali all'interno di zone da tutelare

Capo V Procedure per il rilascio dell'autorizzazione

- Art. 36 - Autorizzazioni
Art. 37 - Autorizzazioni specifiche
Art. 38 - Rilascio dell'autorizzazione
Art. 39 - interventi di sostituzione e modifica insegne
Art. 40 - Validità e rinnovo dell'autorizzazione
Art. 41- Obblighi dei titolari dell'autorizzazione
Art. 42 - Decadenza dell'autorizzazione

Capo VI Vigilanza e sanzioni

- Art. 43 - Vigilanza
Art. 44 - Sanzioni amministrative e accessorie

Capo VII Disposizioni finali e transitorie

- Art. 45 - Norme Transitoria
Art. 46 - Abrogazioni
Art. 47 - Entrata in vigore del Regolamento

CAPO I - DISPOSIZIONI GENERALI

ART. 1 – FINALITA' DEL REGOLAMENTO

Il presente regolamento disciplina, con riferimento all'intero territorio comunale, la materia concernente i mezzi pubblicitari e gli impianti di pubblicità e propaganda, come di seguito definiti, su aree pubbliche o di uso pubblico, entro il centro abitato e fuori dallo stesso, ove di competenza comunale.

Si prefigge anche lo scopo, sempre con riferimento all'attività impiantistica pubblicitaria, di tutelare i valori storico-architettonici dell'ambiente urbano e quelli paesaggistici del territorio comunale.

L'Amministrazione Comunale predisporrà, in conformità al presente Regolamento, un Piano generale degli impianti che disciplini la collocazione degli impianti pubblicitari all'interno del territorio Comunale, al fine di effettuare un corretto riordino dell'esposizione pubblicitaria sull'assetto urbanistico della città e che consenta di affidare in Concessione la gestione del servizio di installazione e manutenzione dei mezzi pubblicitari previsti dal piano suddetto.

Per quanto concerne l'applicazione dell'Imposta Comunale sulla Pubblicità e del Diritto sulle Pubbliche Affissioni, come anche per l'effettuazione del servizio delle Pubbliche Affissioni e della eventuale Gestione in Concessione, si rinvia alle disposizioni dello specifico Regolamento comunale.



ART. 2 – DEFINIZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI (ART. 23 CODICE DELLA STRADA)

Ai fini dell'applicazione del presente regolamento per mezzi pubblicitari si intendono tutti quelli definiti dall'art. 47 del D.P.R. n. 495/92 (ART. 23 C.S.) e successive modifiche ed integrazioni, come di seguito riportati:

- a) Insegna di esercizio
- b) Preinsegna
- c) Sorgente luminosa
- d) Cartello
- e) Striscione, locandina e stendardo
- f) Segno orizzontale reclamistico
- g) Impianto pubblicitario di servizio
- h) Impianto di pubblicità o propaganda

I mezzi elencati al comma precedente ai punti b) e) f) g) h) vengono indicati per brevità con il termine "altri mezzi pubblicitari".

ART. 3 – PARTICOLARI FORME DI PUBBLICITA'

Costituiscono forme particolari di pubblicità e pertanto soggette a particolare regolamentazione, definite e disciplinate secondo le disposizioni del presente regolamento:

- a) Manifesto
- b) Targhe
- c) Bacheche
- d) tende a servizio delle attività commerciali e pubblici esercizi
- e) Impianto a messaggio variabile
- f) Impianto di insegne o targhe coordinate
- g) Vetrofanie, vetrografie
- h) Pubblicità sui veicoli
- i) Pubblicità sonora e fonica
- j) Cartelli pubblicitari temporanei
- k) Pubblicità nei cantieri edili
- l) Gigantografie su ponteggi nei cantieri edili
- m) Mezzi pubblicitari nelle stazioni di servizio e nei parcheggi
- n) Segnali turistici e di territorio
- o) Impianti per le affissioni
- p) Segnaletica stradale pubblicitaria
- q) Volantinaggio o similari

CAPO II - CLASSIFICAZIONE, DEFINIZIONE E NORME SPECIFICHE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

ART. 4 - INSEGNE PUBBLICITARIE E DI ESERCIZIO

4.1. Definizioni

- a) Definizione ex art. 47 del D.P.R. 495/92 e s.m.i.: Si definisce **"insegna di esercizio"** la 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.

Per pertinenze accessorie si intendono gli spazi ed aree limitrofe alla sede dell'attività e poste a servizio, anche non esclusivo, di essa.

In caso di pertinenze accessorie comuni a più attività, è necessario utilizzare un mezzo pubblicitario unitario.

- b) Si definisce **"insegna pubblicitaria"** la scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da simboli e da marchi, realizzata e supportata con materiali di qualsiasi natura, non installata nella sede dell'attività a cui si riferisce né nelle pertinenze accessorie alla stessa. Può essere luminosa sia per luce propria che per luce indiretta.

- c) Le insegne di esercizio e pubblicitarie si classificano, secondo la propria collocazione, in:

- 1) insegna su palina o collocata su supporto proprio.
- 2) insegna frontale
- 3) insegna a bandiera orizzontale (in oggetto da una costruzione)
- 4) insegna a bandiera verticale (in oggetto da una costruzione)
- 5) insegna a tetto o sulle facciate di edifici destinati ad attività industriali, commerciali o a funzioni direzionali;
- 6) insegne realizzate con tecniche pittoriche direttamente sul muro o su altri elementi delle facciate.
- 7) **Insegne pubblicitarie tipo "totem"**, ovvero un mezzo pubblicitario tridimensionale, ancorato direttamente al terreno, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici sia direttamente, sia tramite sovrapposizione di altri elementi, quali manifesti, adesivi, ecc. Possono essere luminosi, illuminati o non luminosi.

4.2. Caratteristiche principali

4.2.a Le dimensioni massime ammissibili per le insegne **all' interno del centro abitato**:

- a) per le insegne a bandiera, frontali, su palina collocate parallelamente all' asse stradale è ammessa una dimensione massima di 10 mq;
- b) per le insegne a bandiera, frontali, su palina collocate ortogonalmente all' asse stradale è ammessa una dimensione massima di 1 mq;
- c) per le insegne a tetto o sulle facciate dei fabbricati, comprese quelle pittoriche, è ammessa una dimensione massima di 20 mq.
- d) Per gli impianti "totem" Le dimensioni massime sono pari a mq. 1 di base per m 3.00 di altezza.

4.2.b Le dimensioni massime ammissibili per le insegne **poste fuori dal centro abitato**:

- le insegne a bandiera, frontali, su palina non devono superare la superficie di mq. 6, ad eccezione delle insegne di esercizio poste parallelamente al senso di marcia dei veicoli o in aderenza ai fabbricati, che possono raggiungere la superficie di mq. 20; qualora la superficie di ciascuna facciata dell'edificio ove ha sede l'attività sia superiore a mq. 100, è possibile incrementare la superficie dell'insegna di esercizio nella misura del 10% della superficie di facciata eccedente mq. 100, fino al limite di mq. 50.

4.2.c Caratteristiche particolari delle insegne **poste fuori ed all'interno del centro abitato**:

- Non sono ammesse insegne a tetto su fabbricati destinati alla residenza.
- Le insegne a bandiera sia orizzontali che verticali aggettanti su percorsi esclusivamente pedonali devono essere installate, nel rispetto delle distanze minime di cui al Titolo III successivo, in modo tale che la distanza da terra al bordo inferiore sia uguale o superiore a ml. 3,00.
- Le insegne a bandiera sia orizzontali che verticali aggettanti su piste ciclabili, su sedi stradali o passaggi accessibili da automezzi devono essere installate in modo tale che la distanza da terra al bordo inferiore sia uguale o superiore a m. 4,70.
- Per le insegne a bandiera, la distanza del bordo verticale esterno rispetto al filo del muro dell'edificio non può superare i 2/3 dell' ampiezza del marciapiede ed in valore assoluto m. 1,20.
- Le insegne frontali devono essere installate nel vano compreso tra gli stipiti e l' architrave delle aperture, od immediatamente sopra lo stesso, fermo restando il mantenimento dei requisiti minimi di aeroilluminazione del locale. Devono, inoltre, avere una sporgenza massima, rispetto al filo esterno del muro, di cm. 15 ed essere contenute all'interno della larghezza del vano stesso.
- Ove consentite, le insegne a tetto non possono sporgere dalla sagoma dell' edificio.
- Le insegne montate su supporto proprio o su palina, se collocate su area privata devono rispettare un' altezza da terra misurata dalla quota del terreno al bordo superiore non maggiore a ml. 6,00; se aggettanti su suolo pubblico devono rispettare le condizioni indicate ai punti 2 e 3 precedenti.
- È vietata l' installazione di insegne sui parapetti dei balconi

ART. 5 - PREINSEGNA

5.1. Definizioni

Definizione ex art. 47 del D.P.R. 495/92 e s.m.i.: si definisce **"preinsegna"** la scritta in caratteri alfanumerici, completata da freccia di orientamento, ed eventualmente da simboli e da marchi, realizzata su manufatto bifacciale e bidimensionale, utilizzabile su una sola o entrambe le facce, supportato da un' idonea struttura di sostegno, finalizzata alla pubblicizzazione direzionale della sede ove si esercita una determinata attività ed installata in modo da facilitare il reperimento della sede stessa e comunque nel raggio di 5 Km. Non può essere luminosa, né per luce propria né per luce indiretta.

5.2. Caratteristiche principali

Le preinsegne, qualificabili anche con il termine di "segnaletica stradale pubblicitaria" o "Frecce segnaletiche", possono contenere informazioni turistiche, commerciali, industriali, alberghiere, territoriali, di luogo e di pubblico interesse, ed avranno le seguenti caratteristiche:

1. dovranno essere realizzati in pannelli metallici monofacciali o bifacciali, non luminosi, di forma rettangolare e nelle misure di centimetri 25 x 125 ciascuna, o comunque dimensioni comprese fra 0,20 m x 1,00 m. e 0,3 m x 1,50 m.
2. I colori devono essere conformi a quanto previsto dal Codice della Strada in relazione all'attività esercitata, preferibilmente nei colori standard giallo e grigio scuro
3. È ammesso l'abbinamento, su un'unica struttura di sostegno, di un numero massimo di sei preinsegne per ogni senso di marcia, a condizione che abbiano le stesse dimensioni e siano oggetto di un'unica autorizzazione. In ogni gruppo di frecce segnaletiche, potrà essere ammessa una sola freccia per ogni singola attività.
4. Le frecce segnaletiche di norma dovranno essere collocate:
 - a) Su appositi sostegni, stabilmente infissi nel terreno.
 - b) In corrispondenza di testate e/o porzioni di pareti o frontespizi o ciechi, senza precludere l'apertura di eventuali parti mobili aventi funzione aeroilluminante.
5. Solo in casi eccezionali, adeguatamente motivati e documentati in sede di progetto, quali ad esempio l'esistenza di oggettive impossibilità di altra collocazione e/o la presenza di particolari caratteristiche, sarà possibile autorizzare una diversa collocazione
6. Frecce segnaletiche o qualsiasi altro loro elemento non possono sporgere sul suolo pubblico per più di 4 centimetri rispetto al filo del fabbricato.
7. Le parti costituenti frecce segnaletiche che, per un qualsiasi documentato motivo, dovessero sporgere oltre 4 centimetri rispetto al filo del fabbricato, devono essere collocate ad almeno centimetri 250 rispetto alla quota del marciapiede antistante, ed in ogni caso non possono sporgere sul suolo pubblico per più di centimetri 15.
8. Nei luoghi ove l'installazione prevista prospetti su di un marciapiede a raso o su spazio pubblico privo di marciapiede non sarà ammessa alcuna sporgenza oltre i centimetri 4. La sporgenza massima ammessa di centimetri 15 potrà essere realizzata solo ad una altezza minima di centimetri 350 rispetto al suolo.
9. Ciascuna freccia deve riportare scritte in caratteri chiari e ben leggibili in lingua italiana od europea, disposti su non più di due righe sovrapposte. Eventuali marchi o logotipi potranno essere in altri colori e dovranno essere di modeste dimensioni. Il simbolo indicatore di direzione deve essere realizzato sotto forma di freccia o di triangolo, ben visibile e collocato ad una estremità del pannello.
10. Le frecce segnaletiche non devono costituire intralcio alla circolazione, non devono impedire la corretta visione della segnaletica stradale e degli impianti semaforici. In prossimità delle intersezioni o di punti di potenziale pericolosità viabilistica, le frecce segnaletiche devono conformarsi a principi di minimo impatto visivo.
11. È vietata l'installazione di nuove frecce segnaletiche, sporgenti su suolo pubblico oltre centimetri quattro, fatta eccezione per gli elementi indicanti servizi di pubblica utilità quali ad esempio farmacie e punti telefonici pubblici. Queste frecce segnaletiche potranno sporgere sul sedime pubblico solo nella misura necessaria a garantire la loro funzionalità.

ART. 6 - SORGENTE LUMINOSA

6.1. Definizioni

Definizione ex art. 47 del D.P.R. 495/92 e s.m.i.: si definisce **"sorgente luminosa"** qualsiasi corpo illuminante o insieme di corpi illuminanti che, diffondendo luce in modo punti forme o lineare o planare, illumina aree, fabbricati, monumenti, manufatti di qualsiasi natura ed emergenze naturali.

6.2. Caratteristiche principali

- Sono ammessi impianti di illuminazione all'esterno dei fabbricati purchè di tipo particolarmente studiato per garantire un arredo coerente anche ad impianto spento, alle seguenti condizioni:
 1. dovranno inserirsi armonicamente nel contesto circostante
 2. collocazione di lampade di tipo "applique" senza braccio sul paramento murario, ad un'altezza minima di mt. 2.50 e sporgenza massima di cm. 20
 3. collocazione di lampade "a braccio" (faretti, lanterne, globi, ecc.) sul paramento murario, sopra le forature, ad un'altezza minima di m. 2.80 in presenza di marciapiedi rialzati o aree pedonali e m. 4.50 se aggettanti su piste ciclabili, su sedi stradali o passaggi accessibili da automezzi , con sporgenza massima di cm. 50
- Gli apparecchi di illuminazione privata collocati all'interno di vetrine non necessitano di apposita autorizzazione
- Qualora sia prevista l'installazione di più apparecchi di illuminazione privata , questi dovranno essere realizzati secondo un progetto unitario, di tipologia uniforme.
- In ogni caso il fascio luminoso proveniente dagli apparecchi di illuminazione privata non dovrà essere indirizzato direttamente od indirettamente verso il senso di marcia dei veicoli.
- Gli apparecchi di illuminazione privata non potranno in alcun modo costituire intralcio alla circolazione od impedire la corretta visione della segnaletica stradale e degli impianti semaforici.

ART. 7 – CARTELLI PUBBLICITARI

7.1 Definizioni

Definizione ex art. 47 D.P.R. n° 495/92 e s.m.i.: Si definisce **"cartello"** un manufatto bidimensionale supportato da una idonea 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. ad esclusione delle affissioni. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.

7.2 Caratteristiche principali

- I cartelli sono utilizzabili su entrambe le facce anche per immagini diverse.
- In funzione della loro collocazione, i cartelli si distinguono in:
 - a) isolati paralleli, quando abbiano struttura di sostegno propria e la loro faccia sia parallela all'asse stradale;
 - b) isolati ortogonali, quando abbiano struttura di sostegno propria e la loro faccia sia ortogonale all'asse stradale;
 - c) a parete.
- Le dimensioni massime non devono superare la superficie di mq. 6
- L'installazione di cartelli pubblicitari di dimensioni maggiori a mq. 6.00, quali ad esempio impianti tipo "Poster", potranno essere ammesse, esclusivamente all'interno del centro abitato e se facenti parte di progetti particolareggiati ai sensi art. 29 del presente regolamento, da sottoporre all'esame della Giunta Comunale.

Art. 8 – STRISCIONI, LOCANDINE E STENDARDI

8.1. Definizioni

Definizione ex art. 47 D.P.R. 495/92 e s.m.i.: 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 su terreno, può essere realizzata anche in materiale rigido.

8.2. Caratteristiche principali

- a) L'esposizione di striscioni è ammessa unicamente per la promozione pubblicitaria di manifestazioni e spettacoli.
- b) L'esposizione di locandine e stendardi è ammessa per la promozione pubblicitaria di manifestazione e spettacoli oltre che per il lancio di iniziative commerciali.
- c) Su tali mezzi, oltre al titolo, luogo e periodo di svolgimento dello spettacolo o della manifestazione, è consentito apporre il marchio e la denominazione di enti, associazioni, ditte o sponsor in generale.
- d) Striscioni e stendardi se posti su pali della illuminazione pubblica, collocati al limite della carreggiata, devono avere il bordo inferiore distante almeno mt. 5.10 da terra.
- e) Stendardi installati su pali della illuminazione pubblica, collocati all'interno del marciapiede, devono distare almeno mtl. 2.50 dal suolo se la loro proiezione ricade completamente sul marciapiede.
- f) In ogni caso il bordo inferiore di striscioni e stendardi posizionati al di sopra della carreggiata stradale deve risultare sempre superiore a m 5,10 rispetto al piano stradale.
- g) L'esposizione di striscioni, locandine e stendardi potrà avere esclusivamente a carattere temporaneo: è ammessa unicamente durante il periodo di svolgimento della manifestazione, iniziativa commerciale, o dello spettacolo cui si riferiscono, oltre che durante il mese precedente e le ventiquattro ore successive agli stessi.

- h) Le locandine possono essere distribuite esclusivamente all'interno dei pubblici esercizi e negozi.
- i) Le distanze dai cartelli e dagli altri mezzi pubblicitari sono così ridotte:
 - 1. Fuori centro abitato: m 50;
 - 2. Entro Centro Abitato: m 5.
- j) Gli striscioni e gli stendardi non possono avere altezza superiore a m 1,00 e devono essere ancorati agli edifici o altri sostegni, previa apposita autorizzazione ai sensi dell'art. 36 e 37 di cui al presente regolamento.

Art. 9 – SEGNI ORIZZONTALI RECLAMISTICI

9.1. Definizioni

Definizione ex art. 47 D.P.R. 495/92 e s.m.i.: si definisce **"segno orizzontale reclamistico"** la riproduzione sulla superficie stradale, con pellicole adesive, di scritte e caratteri alfanumerici, di simboli e marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici.

9.2. Caratteristiche principali

- a) I segni orizzontali reclamistici sono ammessi unicamente all'interno di aree di uso pubblico di pertinenza di complessi industriali e commerciali e lungo il percorso di manifestazioni sportive o su aree delimitate, destinate allo svolgimento di manifestazioni di vario genere, limitatamente al periodo di svolgimento delle stesse e alle 24 ore precedenti e successive.
- b) Per essi si applicano solo le distanze previste per le collocazioni di mezzi pubblicitari fuori ed entro i centri abitati unicamente rispetto ai segnali stradali orizzontali.
- c) Devono essere realizzati con materiali rimovibili, ma che assicurino un buon ancoraggio alla superficie stradale per tutto il periodo di utilizzo. Devono garantire, inoltre, una buona aderenza dei veicoli sugli stessi.
- d) E' fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione, rilasciata per la posa di segni orizzontali reclamistici, di provvedere alla rimozione degli stessi entro le 24 ore successive alla conclusione della manifestazione pubblicizzata, ripristinando lo stato dei luoghi e il grado di aderenza delle superfici stradali. Trascorso inutilmente tale termine, l'esposizione verrà considerata abusiva e quindi sanzionabile ai sensi della normativa vigente.

Art. 10 – IMPIANTI PUBBLICITARI DI SERVIZIO

10.1 Definizioni

Definizione ex art. 47 D.P.R. 495/92 e s.m.i.: si definisce **"impianto pubblicitario di servizio"**, qualunque manufatto avente quale scopo primario un servizio di pubblica utilità nell'ambito dell'arredo urbano e stradale (quali paline, pensiline per fermata autobus, transenne parapetonali, cestini per rifiuti, panchine, orologi e simili) recante uno spazio pubblicitario che può anche essere luminoso sia per luce diretta che indiretta

10.2 Caratteristiche principali

- a) La pubblicità sugli elementi di arredo urbano e stradale è vietata su tutto il territorio urbano, salvo apposite convenzioni
- b) La collocazione di impianti pubblicitari di servizio lungo i percorsi pedonali deve sempre garantire un passaggio libero conforme a quanto stabilito dal codice della strada e alle normative sull'abbattimento delle barriere architettoniche di cui alle leggi n. 13 del 9/1/89 e n. 104 del 5/2/92 e relativo regolamento di attuazione.

Art. 11 – IMPIANTI DI PUBBLICITA' O PROPAGANDA

11.1 Definizioni

Definizione ex art. 47 D.P.R. 495/92 e s.m.i.: 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 esercizio. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.

Art. 12 – MANIFESTO

12.1 Definizioni

Si considera "**manifesto**" l'elemento bidimensionale, realizzato in materiale di qualsiasi natura, ma prevalentemente cartaceo, privo di rigidità, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, posto in opera su strutture murarie o su altri supporti, comunque diverso dai cartelli e dagli altri mezzi pubblicitari.

12.2 Caratteristiche principali

- a) Non può essere luminoso né per luce propria né per luce indiretta.
- b) La collocazione di manifesti al di fuori degli spazi preordinati è vietata in ogni luogo del territorio comunale, eccetto quelli strettamente temporanei emessi da autorità giudiziaria, da pubblica amministrazione e, a seguito di incidenti o di calamità, dalle aziende o Enti erogatori di pubblici servizi.

Art. 13 - TARGHE

13.1 Definizioni

- a) **Targhe**: Si considera targa il manufatto rigido, di forma piana, realizzato con materiali di qualsiasi natura (metallo, plastica, legno, pietra, ecc.) recante una scritta in caratteri alfanumerici completata eventualmente da un simbolo o marchio, installata sull'ingresso che dà accesso ai locali della sede di esercizio dell'attività o nelle pertinenze accessorie, nel caso in cui l'attività stessa sia priva di vetrine.

- b) **Targhe pubblicitarie** simili alle targhe di cui al punto a) per dimensioni e caratteristiche, si differenziano per l'ubicazione che potrà avvenire in luoghi diversi dalla sede di esercizio o dalle pertinenze accessorie, nei soli casi in cui la sede stessa dell'attività sia poco o per nulla visibile dalla strada e/o da spazi pubblici e/o di uso pubblico.

13.2 Caratteristiche principali

- a) Le targhe e le targhe pubblicitarie avranno dimensioni massime di cm 50 x 70 e dovranno essere collocate negli stipiti della porta della sede dell'attività o dell'ingresso alle pertinenze accessorie, lateralmente alla porta, o ingresso, oppure sui battenti dei medesimi. Non potranno essere dotate di luce propria.
- b) Le targhe, se multiple, installate presso lo stesso condominio o stabile, devono essere coordinate fra loro, avere le stesse caratteristiche per forma, materiale, dimensioni ed armonizzarsi con l'architettura degli edifici su cui si collocano.

Art. 14 - BACHECHE

14.1. Definizioni

Per bacheche si intendono vetrinette con fronte apribile o a giorno, installate a muro o collocate a terra su supporto proprio destinate all'esposizione di quotidiani, periodici o altri mezzi di stampa o alla diffusione di informazioni o propaganda dell'attività di enti pubblici, partiti politici e associazioni varie, nonché all'esposizione di menu, tariffe e prezzi di pubblici esercizi e alberghi. Potranno essere ammesse installazione di bacheche a servizio di attività commerciali, previa autorizzazione.

14.2 Caratteristiche principali

- a) Le bacheche installate a muro non potranno sporgere dal filo esterno della muratura, per più di **10** cm ed avranno dimensioni massime di cm 100 x 200. Per sporgenze superiori a 4 cm, su suolo pubblico, deve essere garantito, a norma di legge, lo spazio necessario al transito dei disabili su sedia a ruote.
- b) Non potranno essere posizionate ortogonalmente al senso di marcia
- c) Per le bacheche a servizio di attività commerciale, ammesse nel numero massimo di due per esercizio, dovranno essere installate esclusivamente a parete in adiacenza all'esercizio di riferimento.

Art. 15 - TENDE

15.1. Definizioni

Le tende sono dei manufatti mobili o semimobili in tessuto o in materiali assimilabili posti esternamente, a protezione di vetrine e/o ingressi.

15.2 Caratteristiche principali

Per quanto riguarda l'installazione di tende a protezione di mostre, vetrine ed accessi pedonali si osservano le seguenti disposizioni:

- a) dovranno osservare un'altezza minima dalla quota dei marciapiede di mt. 2,20, a condizione che ciò non arrechi disturbo alla visibilità, ed una sporgenza inferiore di almeno cm 30 rispetto alla larghezza dei marciapiede e comunque non superiore a mt. 2.00.
- b) devono essere rientranti, o riavvolgibili a fine orario
- c) riferirsi esclusivamente ad attività commerciali poste al piano terra
- d) l'altezza delle scritte, di una o due righe, non deve essere comunque superiore a 20 cm.
- e) le scritte devono riprodurre solo l'attività esercitata, la ragione sociale, i marchi delle merci poste in vendita nei locali sede dell'attività
- f) devono essere poste solo sul pendente frontale parallelo all'edificio e non su quelli laterali o sulla falda della tenda
- g) La collocazione di tende aggettanti su aree pubbliche può essere vietata dall'Autorità comunale per motivi di inserimento ambientale e decoro urbano.

Art. 16 - IMPIANTO A MESSAGGIO VARIABILE O MULTIMEDIALE

16.1. Definizioni

Si definisce impianto a messaggio variabile qualunque manufatto finalizzato alla pubblicità e/o alla propaganda sia di prodotti che di attività, caratterizzato dalla variabilità del messaggio e/o delle immagini trasmesse, con caratteristiche diverse e di dimensioni variabili. La pubblicità multimediale consiste nell'installazione di apposite pannellature e schermi multimediali

16.2 Caratteristiche principali

- a) Può essere luminoso per luce diretta o per luce indiretta e deve avere dimensione massima di 24 mq all'interno dei centri abitati.
- b) Se l'impianto è collocato perpendicolarmente al senso di marcia, la variabilità del messaggio deve avere una frequenza minima di 90 secondi.
- c) Gli schermi di dimensione massima pari a (60 pollici), potranno essere autorizzati solo ed unicamente all'interno di isole o vie a prevalente frequentazione pedonale e comunque in ambiti urbani non caratterizzati da eccessivo passaggio di autoveicoli;
- d) È vietata in prossimità di strutture sanitarie ed assimilate, di luoghi cimiteriali e di luoghi di culto;
- e) Ulteriori limitazioni e/o regolamentazioni possono essere introdotte con apposito provvedimento di carattere generale del Sindaco;
- f) Ogni autorizzazione potrà, inoltre, contenere ulteriori prescrizioni specifiche.

Art. 17 - IMPIANTO DI INSEGNE O TARGHE COORDINATE

17.1. Definizioni

Per impianto di insegne o targhe coordinate si intende quel manufatto destinato alla collocazione di una pluralità di insegne (più di tre) o targhe di esercizio monofacciali o bifacciali.

17.2 Caratteristiche principali

- Dimensioni massime di 6 mq.
-

Art. 18 - VETROFANIE E VETROGRAFIE

18.1. Definizioni

- a) Per **vetrofanìa** si intende la riproduzione su superfici vetrate con pellicole adesive di scritte in caratteri alfanumerici di simboli e di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari e/o propagandistici.
- b) Per **vetrografia** si intende la riproduzione su superfici vetrate di caratteri alfanumerici di simboli e di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari e/o propagandistici, attraverso la lavorazione diretta sul supporto vetroso, tramite molatura o incisione, meccanica o mediante acidi,

18.2 Caratteristiche principali

- a) L'apposizione di vetrofanie e l'esecuzione di vetrografie è consentita solo se attinenti all'attività esercitata.
- b) in ogni caso devono essere collocate all'interno delle vetrine ubicate ai piani terra o nelle aperture poste al piano superiore aperte su percorsi o piazze, solo se costituiscono pertinenza di attività prive di vetrina al piano terra.
-

Art. 19 – PUBBLICITA' SUI VEICOLI

E' vietata la pubblicità effettuata mediante la sosta dei veicoli di cui agli artt. 54, comma 1 lettera g) e 56, comma 2 lettera d) del d.lgs. 285/92 e art. 203, comma 2 lettera q) e 204, comma 2 lettera q) del d.p.r. n. 495/92. Su detti veicoli in sosta la pubblicità dovrà essere rimossa ovvero coperta in modo tale che sia privata di efficacia.

1. L'apposizione sui veicoli di pubblicità non luminosa è consentita, salvo quanto previsto ai commi 3 e 4, unicamente se non effettuata per conto terzi a titolo oneroso e se realizzata con sporgenze non superiori a 3 cm rispetto alla superficie del veicolo sulla quale sono applicate, fermi restando i limiti di cui all'articolo 61 del codice.
2. Sulle autovetture ad uso privato è consentita unicamente l'apposizione dei marchio e della ragione sociale della ditta cui appartiene il veicolo.
3. La pubblicità non luminosa per conto terzi è consentita sui veicoli adibiti al trasporto di linea e non di linea, ad eccezione dei taxi, alle seguenti condizioni:

- a) che non sia realizzata mediante messaggi variabili
 - b) che non sia esposta sulla parte anteriore del veicolo
 - c) che sulle altre parti del veicolo sia posizionata, rispetto ai dispositivi di segnalazione visiva e di illuminazione ed alle targhe, in modo tale da non ridurre la visibilità e la percettibilità degli stessi
 - d) che sia contenuta entro forme geometriche regolari
 - e) che, se realizzata mediante pannelli aggiuntivi, gli stessi non sporgano di oltre 3 cm rispetto alla superficie sulla quale sono applicati.
- 4.** La pubblicità luminosa per conto terzi è consentita sui veicoli adibiti al servizio taxi, unicamente se effettuata mediante scritte con caratteri alfanumerici, alle seguenti condizioni:
- a) che sia realizzata con un pannello rettangolare piano bifacciale, saldamente ancorato al di sopra dell'abitacolo del veicolo e posto in posizione parallela al senso di marcia. Il pannello deve avere le dimensioni esterne di 75 x 35 cm e non deve essere realizzata mediante messaggi variabili.
 - b) che sia realizzata mediante l'applicazione sul lunotto posteriore di pellicola della misura 100x12.
 - c) che sia realizzata mediante applicazione di pellicola sulle superfici del veicolo ad esclusione di quelle vetrate.
- Le esposizioni pubblicitarie di cui alle lettere a) e c) sono alternative fra loro.
- 5.** La esposizione di scritte e messaggi pubblicitari rifrangenti è ammessa sui veicoli unicamente alle seguenti condizioni:
- a) che la pellicola utilizzata abbia caratteristiche di rifrangenza non superiori a quelle di classe I
 - b) che la superficie della parte rifrangente non occupi più di due terzi della fiancata del veicolo e comunque non sia superiore a 3 mq
 - c) che il colore bianco sia contenuto nella misura non superiore ad 1/6 della superficie
 - d) che sia esposta unicamente sui fianchi del veicolo a distanza non inferiore a 70 cm dai dispositivi di segnalazione visiva
 - e) che non sia realizzata mediante messaggi variabili.
- 6.** In tutti i casi, le scritte, i simboli e la combinazione dei colori non devono generare confusione con i segnali stradali e, in particolare, non devono avere forme di disco o di triangolo, né disegni confondibili con i simboli segnaletici regolamentari di pericolo, obbligo, prescrizione o indicazione.
- 7.** All'interno dei veicoli è proibita ogni scritta o insegna luminosa pubblicitaria che sia visibile, direttamente o indirettamente, dal conducente o che comunque possa determinare abbagliamento o motivo di confusione con i dispositivi di segnalazione visiva e di illuminazione dei veicoli stessi.
- 8.** Le disposizioni di cui ai commi precedenti non si applicano ai veicoli al seguito delle competizioni sportive autorizzate ai sensi dell'articolo 9 del codice della strada.
- 9.** Qualsiasi forma pubblicitaria che si avvalga di autoveicoli deve essere svolta in maniera e con velocità tale da non provocare intralci o limitazioni alla circolazione dei veicoli ed a quella pedonale, con divieto di sostare in prossimità di incroci stradali o impianti semaforici.
- 10.** La pubblicità luminosa su veicoli, è ammessa unicamente sui veicoli adibiti al servizio di taxi quando circolano entro i centri abitati, alle condizioni indicate nell'art. 57 del Regolamento al Codice della Strada approvato con D.P.R. 495/92.

Art. 20 – PUBBLICITA' SONORA E FONICA

1. La pubblicità fonica è autorizzata dal Comune, nel rispetto della normativa vigente e dei limiti stabiliti dalle disposizioni inerenti l'esposizione al rumore e dal piano di zonizzazione acustica.
2. La pubblicità fonica effettuata con autoveicoli, motoveicoli, rimorchi e ciclomotori all'interno dei centri abitati è autorizzata nei giorni feriali dalle ore 10:00 alle ore 12:00 e dalle ore 16:00 alle 18:00, con l'osservanza delle prescrizioni eventualmente indicate nell'autorizzazione amministrativa.
3. La pubblicità fonica effettuata con autoveicoli, motoveicoli, rimorchi e ciclomotori fuori dai centri abitati è consentita esclusivamente dalle ore 9:00 alle ore 13:00 e dalle ore 16:30 alle 19:30.
4. All'interno degli impianti sportivi e sul suolo pubblico se rivolta alla promozione di manifestazioni sportive o di particolare interesse per la cittadinanza è ammessa la pubblicità fonica effettuata per conto altrui attraverso appositi apparecchi amplificatori e simili.
5. La pubblicità fonica è vietata nei Centri Storici e in prossimità di strutture sanitarie e assimilate, di luoghi culturali e/o di studio limitatamente agli orari di apertura degli stessi, di strutture cimiteriali e luoghi di culto.
6. Nei giorni festivi e negli orari non previsti sopra, è possibile concedere deroghe, durante lo svolgimento di manifestazioni di carattere sportivo, culturale, sociale, religioso e simili.
7. La pubblicità elettorale è disciplinata dalle disposizioni che regolano la materia.

Art. 21 – CARTELLI PUBBLICITARI TEMPORANEI

21.1 Definizioni

Per Cartelli pubblicitari temporanei si intendono manufatti pubblicitari mobili riferiti a manifestazioni, spettacoli (anche circensi) ed iniziative temporanee di carattere culturale e sportivo, aperte al pubblico, ed a iniziative commerciali di carattere temporaneo (durata massima 90 giorni consecutivi)

21.2 Caratteristiche principali

- a) E' consentita l'esposizione massima di n. 10 cartelli per manifestazione; questi non possono superare le dimensioni di mt 0.70x1.00, salvo debita autorizzazione in caso di motivate esigenze.
- b) La collocazione di tali cartelli è ammessa unicamente durante il periodo di svolgimento della manifestazione o dell'iniziativa cui si riferisce oltre che i 10 giorni precedenti e le 24 ore successive.

- c) I cartelli esposti su cavalletti relativi a messaggi pubblicitari riferiti alla attività della sede di esercizio sono autorizzati esclusivamente nelle aree cortilizie private dell'esercizio stesso, tenendo comunque conto degli appositi ancoraggi per la sicurezza
- d) Per le attività dei teatri e musei, statali o comunali, per le attività culturali e sportive in generale, e per le mostre che si svolgono all'interno degli edifici comunali è consentita la installazione di strutture tipo "sandwich" bifacciali e vetrinette o simili posate direttamente al suolo.

Art. 22 – PUBBLICITA' NEI CANTIERI EDILI

- a) Sulle strutture temporanee dei cantieri edili, quali ponteggi o recinzioni, è ammessa l'installazione di messaggi pubblicitari diversi dalle affissioni, attinenti le attività del cantiere, quindi in materiali opachi non cartacei, anche illuminati in modo indiretto. Tale pubblicità deve avvenire nel rispetto di quanto stabilito dall'art. 17, comma 1 bis, del d.lgs. 507/93.
- b) La superficie del mezzo pubblicitario non può essere maggiore del 50% del ponteggio o della recinzione, tale limite non si applica nel caso di disegni che riproducano la facciata dell'edificio oggetto dei lavori.

Art. 23 – GIGANTOGRAFIE SUI PONTEGGI DI CANTIERI EDILI

23.1 Definizioni

Si intendono gigantografie su ponteggi le immagini e/o i messaggi riprodotti su teli di protezione apposti su ponteggi in occasione dei lavori edilizi.

Per le finalità a cui sono destinati, tali veicoli comunicazionali, si distinguono nelle seguenti tipologie:

- a) **Artistica:** per tipologie artistiche si intendono le gigantografie, di qualunque formato e dimensione riproducenti (esclusivamente) immagini riferite alle decorazioni delle facciate, a riprese fotografiche, a riproduzioni di opere d'arte.
- b) **Pubblicitaria:** Per tipologie pubblicitarie si intendono le gigantografie, di qualunque formato e dimensione, riproducenti messaggi pubblicitari a mezzo scritte e/o immagini.
- c) **Mista:** Per tipologie miste si intendono le gigantografie che riproducono, in modo variamente combinato, tipologie artistiche con messaggi pubblicitari.

23.2 Caratteristiche principali

La collocazione delle suddette tipologie è consentita esclusivamente in occasione dello svolgimento di lavori edilizi ed è soggetta alle seguenti condizioni e limitazioni:

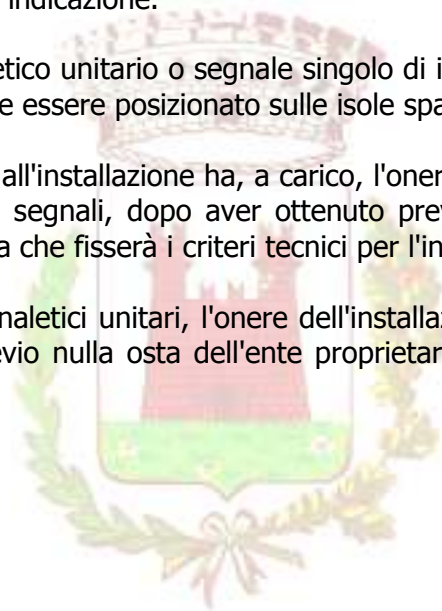
- a) Le domande per l'installazione di gigantografie su ponteggi devono essere accompagnate da un bozzetto riproducente (in adeguata scala) le immagini previste.
- b) L'impatto scenico riprodotto sulle gigantografie deve risultare compatibile con le caratteristiche dell'edificio e l'assetto urbano del contesto di riferimento. E ciò, particolarmente, in prossimità di luoghi con rilevanti pregi di carattere architettonico e/o naturalistico.
- c) I messaggi pubblicitari devono altresì risultare compatibili in termini di "competizione commerciale" con le attività presenti sull'edificio e nelle aree adiacenti.
- d) Le dimensioni delle gigantografie possono estendersi alla intera superficie del ponteggio nel caso di tipologie artistiche o di disegni che riproducano la facciata dell'edificio oggetto dei lavori.
- e) Qualora il periodo di installazione dei ponteggi ecceda la durata dei lavori a cui i medesimi sono preposti, per il periodo eccedente è consentita la collocazione di gigantografie ad esclusivo contenuto artistico.
- f) È vietata la collocazione sul territorio comunale di gigantografie a tipologia pubblicitaria.
- g) È consentita la collocazione di gigantografie a tipologia mista con il limite che la superficie destinata a messaggi pubblicitari, opportunamente confinata, non ecceda il 10% del totale della superficie autorizzata.

Art. 24 - MEZZI PUBBLICITARI NELLE STAZIONI DI SERVIZIO E NELLE AREE DI PARCHEGGIO

- a) Nelle aree di parcheggio possono essere collocati cartelli, insegne di esercizio ed altri mezzi pubblicitari la cui superficie complessiva non superi l'8% delle aree adibite a parcheggio. In deroga alla predetta limitazione, è ammessa la collocazione di altri mezzi pubblicitari abbinati alle prestazioni di servizi per l'utente della strada entro i limiti di mq. 2 per ogni servizio prestato.
- b) Lungo le corsie di accelerazione, di decelerazione, in corrispondenza degli accessi e lungo il fronte stradale delle aree di parcheggio e delle stazioni di servizio, è concessa l'installazione di un cartello o impianto fisso, con misure massime di mq. 4,50, riproducente il marchio di fabbrica e la ragione sociale relativa all'attività esercitata.
- c) Nelle stazioni di servizio, fatti salvi i limiti di cui ai commi 1 e 2, i messaggi pubblicitari da esporre devono avere un contenuto limitato all'attività esercitata o ai prodotti venduti.

Art. 25 - SEGNALI TURISTICI E DI TERRITORIO

- a) I segnali di cui all'art. 134 del regolamento c.d.s., possono essere autorizzati singolarmente o in un gruppo segnaletico unitario, quando ritenuti di interesse pubblico per l'utente della strada. Tale gruppo può contenere un massimo di otto segnali di indicazione di cui alle lettere a,b,c,d,e, dell'art. 134 del regolamento al c.d.s., nel rispetto dei criteri di cui all'art. 128 comma 8° lettere A,B,C,D,E,F, regolamento c.d.s..
- b) L'altezza dal suolo dei segnali laterali inseriti nei gruppi segnaletici unitari, quando trasversali all'asse della strada non deve essere inferiore a m.1,5; quando collocati parallelamente all'asse della strada in aderenza a fabbricati, recinzioni, pali telegrafici ecc. o sul margine interno del marciapiede, l'altezza minima dal suolo è di m.0,60.
- c) Quando installati singolarmente devono rispettare le norme dell'art. 81 del regolamento al c.d.s..
- d) Il gruppo segnaletico unitario e il segnale singolo, di norma va installato in posizione autonoma prima delle intersezioni, non deve interferire in alcun modo con i segnali di pericolo, prescrizione e indicazione.
- e) Nessun gruppo segnaletico unitario o segnale singolo di indicazione di cui all'art. 134 del regolamento c.d.s. deve essere posizionato sulle isole spartitraffico.
- f) Il soggetto interessato all'installazione ha, a carico, l'onere per la fornitura, l'installazione e la manutenzione dei segnali, dopo aver ottenuto preventiva autorizzazione dell'ente proprietario della strada che fisserà i criteri tecnici per l'installazione.
- g) Nel caso di gruppi segnaletici unitari, l'onere dell'installazione del telaio di supporto è a carico del Comune previo nulla osta dell'ente proprietario della strada se provinciale o statale.



Art. 26 - CARATTERISTICHE E DIMENSIONI DEGLI IMPIANTI PER LE AFFISSIONI

- a) L'affissione di manifesti, avvisi e fotografie, il cui formato si sviluppa su multipli di cm 70 x 100 è effettuata solamente su impianti per affissioni studiati nell'ambito di progetti di arredo urbano seguendo le tipologie ed i criteri di collocazione indicati in un Piano degli Impianti.
- b) Gli impianti di vario genere dovranno essere dotati di una targhetta mono o bifacciale, indicante il concessionario o il proprietario del mezzo pubblicitario, il numero identificativo dell'impianto stesso utile anche nel caso di informatizzazione del sistema nel suo complesso.

Art. 27 – DISTRIBUZIONE DI VOLANTINI, OPUSCOLI E ALTRI SIMILI OGGETTI

- a) A tutela del decoro del contesto urbano nelle strade, nelle piazze, nei giardini e nei parchi comunali e, in generale, negli spazi pubblici o aperti al pubblico, sono vietati il lancio e la diffusione non regolata di volantini pubblicitari, opuscoli o altro materiale divulgativo.
- b) Il volantinaggio deve essere preventivamente autorizzato dall'Ufficio competente previa presentazione da parte dell'interessato di domanda in marca da bollo con l'indicazione della modalità di distribuzione degli opuscoli o volantini o altri simili materiali divulgativi, del numero dei giorni e del numero di persone impiegati per la distribuzione.
- c) Gli opuscoli, i volantini ed altri simili materiali divulgativi sono distribuiti esclusivamente mediante:
 - consegna individuale a mano alle persone;
 - collocazione ordinata nelle apposite cassette postali site presso le abitazioni private, gli esercizi pubblici ecc.;
 - prelevamento da appositi contenitori, la cui collocazione su eventuale suolo pubblico deve essere oggetto di autorizzazione.
- d) La libera distribuzione di volantini è comunque ammessa, previa comunicazione all'Ufficio competente, per motivi di pubblico interesse, in circostanze eccezionali e straordinarie, da parte di Amministrazioni Pubbliche, di Enti pubblici o di soggetti gestori di servizi pubblici al fine di effettuare comunicazioni urgenti o particolari rivolte alla cittadinanza.
- e) I soggetti che, nell'esercizio delle attività di distribuzione di materiale pubblicitario, violino le disposizioni di cui ai precedenti commi, con azioni comportanti la diffusione indiscriminata di opuscoli, volantini ed altri simili materiali divulgativi, sono puniti con sanzione amministrativa pecuniaria ai sensi del Codice della Strada.
- f) I soggetti committenti la distribuzione di materiale pubblicitario mediante consegna di volantini, opuscoli e simili materiali divulgativi vigilano affinché tali strumenti siano diffusi nel rispetto di quanto previsto dai precedenti commi

CAPO III - NORME COMUNI A TUTTE LE FORME DI PUBBLICITA'

Art. 28 – DISCIPLINA DI INSERIMENTO IMPIANTI

L'installazione degli impianti sarà ordinata ai seguenti criteri:

1. **Sicurezza:** i mezzi pubblicitari non devono costituire pericolo o disturbo per la sicurezza stradale, sia per quanto concerne la circolazione veicolare sia per quella pedonale. L'Amministrazione comunale è esonerata da ogni responsabilità civile e penale per danni arrecati a cose o persone in conseguenza della installazione, permanenza, manutenzione e rimozione degli impianti pubblicitari di proprietà privata installati su suolo ed aree pubbliche. I soggetti autorizzati ad installare gli impianti stipuleranno idoneo contratto per la copertura assicurativa del rischio da responsabilità civile.
2. **Decoro:** i mezzi pubblicitari dovranno inserirsi nel contesto cittadino come elementi di arredo urbano che ne arricchiscano il panorama. A tal fine l'Ufficio comunale competente al rilascio delle autorizzazioni verifica che gli impianti da installare siano omogenei dal punto di vista formale e cromatico, evitando il posizionamento di impianti di formati diversi in uno stesso sito.

- 3. Funzionalità:** i mezzi pubblicitari non dovranno costituire impedimento ad un funzionale e razionale utilizzo del territorio e, nello stesso tempo, dovranno soddisfare nel miglior modo possibile le esigenze particolari della realtà locale.

Art. 29 – PROGETTI PARTICOLAREGGIATI

L'Amministrazione potrà consentire l'esecuzione di progetti particolareggiati interessanti specifiche porzioni del centro abitato, anche in deroga alle norme del presente regolamento.

In presenza di Piano Particolareggiato vigente o adottato all'entrata in vigore del presente regolamento, si osservano altresì le specifiche disposizioni in esso contenute.

Art. 30 – COLLOCAZIONE VIETATA

- 1.** Il posizionamento di cartelli ed altri mezzi pubblicitari, ad eccezione delle targhe, delle bacheche e delle insegne di esercizio, è vietato fuori ed entro i centri abitati nei seguenti punti:
- nelle isole spartitraffico delle intersezioni canalizzate;
 - lungo le aiuole o banchine spartitraffico fra le carreggiate;
 - sulle pertinenze di esercizio delle strade;
 - in corrispondenza delle intersezioni;
 - lungo le curve e su tutta l'area compresa tra la curva stessa e la corda tracciata tra i due punti di tangenza;
 - sulle scarpate stradali sovrastanti la carreggiata in terreni di qualsiasi natura e pendenza superiore a 45°;
 - in corrispondenza dei raccordi verticali concavi e convessi segnalati;
 - sui ponti e sottoponti non ferroviari;
 - sui cavalcavia stradali e loro rampe;
 - sui parapetti stradali, sulle barriere di sicurezza e sugli altri dispositivi laterali di protezione e segnalamento ad eccezione delle transenne parapetonali in centro abitato, disciplinate ai sensi dell' art. 9 del presente regolamento;
 - all'interno ed al confine dei parchi e delle aree verdi comunali;
 - sui bordi dei marciapiedi e dei cigli stradali;
 - a ridosso di ospedali, chiese, cimiteri, scuole e sulle loro recinzioni o mura di cinta.
- 2.** Il posizionamento dei cartelli pubblicitari deve comunque avvenire in modo da non occultare targhe toponomastiche e quant'altro destinato alla pubblica visibilità.
- 3.** La collocazione degli impianti fissi per le affissioni è sempre vietata in aree private.

Art. 31 – COLLOCAZIONE FUORI DAL CENTRO ABITATO

Il posizionamento di cartelli ed altri mezzi pubblicitari fuori dai centri abitati, salvo quanto espressamente riportato per le specifiche tipologie descritte negli articoli precedenti, è disciplinato dall' art. 51 comma 2 del regolamento di attuazione del Codice della strada, di cui si riporta, per semplicità di consultazione, il testo vigente:

"Il posizionamento di cartelli, di insegne di esercizio e di altri mezzi pubblicitari fuori dai centri abitati e dai tratti di strade extraurbane per i quali, in considerazione di particolari situazioni di carattere non transitorio, è imposto un limite di velocità non superiore a 50 Km/h, (.....) lungo o in prossimità delle strade dove ne è consentita l'installazione, è autorizzato nel rispetto delle seguenti distanze minime:

- *3 m dal limite della carreggiata;*
- *100 m dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari;*
- *250 m prima dei segnali stradali di pericolo e di prescrizione;*
- *150 m dopo i segnali stradali di pericolo e di prescrizione;*
- *150 m prima dei segnali di indicazione;*
- *100 m dopo i segnali di indicazione;*
- *100 m dal punto di tangenza delle curve come definite all' art. 3 comma 1 punto 20 del Codice della Strada;*
- *250 m prima delle intersezioni;*
- *100 m dopo le intersezioni;*
- *200 m dagli imbocchi delle gallerie.*

Le distanze si applicano nel senso delle singole direttrici di marcia.

Art. 32 – COLLOCAZIONE ENTRO IL CENTRO ABITATO

1. Il posizionamento di cartelli entro i centri abitati è disciplinato dall' art 51 comma 4 del Regolamento di Attuazione del Codice della strada, di cui si riporta, per semplicità di consultazione, il testo vigente:

"Il posizionamento di cartelli, di insegne di esercizio e di altri mezzi pubblicitari entro i centri abitati ed entro i tratti di strade extraurbane per i quali, in considerazione di particolari situazioni di carattere non transitorio, è imposto un limite di velocità non superiore a 50 Km/h, [...] è autorizzato ed effettuato di norma nel rispetto delle seguenti distanze minime fatta salva la possibilità di deroga prevista dall' art. 23, comma 6 del codice:

- *50 m, lungo le strade urbane di scorrimento e le strade urbane di quartiere, prima dei segnali stradali di pericolo e di prescrizione, degli impianti semaforici e delle intersezioni;*
- *30 m, lungo le strade locali, prima dei segnali stradali di pericolo e di prescrizione, degli impianti semaforici e delle intersezioni;*
- *100 m dagli imbocchi delle gallerie;*
- *25 m dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari dai segnali di indicazione e dopo i segnali stradali di pericolo e di prescrizione, gli impianti semaforici e le intersezioni".*

2. È consentito, inoltre, il posizionamento ad una distanza non inferiore a metri 3 dal limite della carreggiata lasciando comunque libero il marciapiede.
3. Esclusivamente per insegne e tende le autorizzazioni verranno concesse in deroga ai limiti di cui ai commi precedenti, in virtù dell' art. 23 comma 6 del codice della strada.
4. La collocazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari a messaggio variabile, se posti in posizione ortogonale al senso di marcia dei veicoli è ammessa esclusivamente per quelli aventi un periodo di variabilità inferiore a 10 minuti. (il periodo di variabilità è fissato dai regolamenti comunali).
5. Il posizionamento di cartelli e mezzi pubblicitari di qualsiasi natura all' interno del centro storico ed in prossimità di edifici di interesse storico, artistico e di bellezze naturali è disciplinato dal successivo Capo IV.

Art. 33 – POSIZIONAMENTO PARALLELO AL SENSO DI MARCIA

1. La distanza di metri 3 dal limite della carreggiata non deve essere rispettata per le insegne collocate parallelamente al senso di marcia dei veicoli o in aderenza, per tutta la loro superficie, a fabbricati esistenti purché venga lasciato libero il marciapiede.
2. Per le insegne di esercizio posizionate parallelamente al senso di marcia non si applicano le norme relative alle distanze di cui ai precedenti art. 27 e 28.
3. Per i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari, posizionati parallelamente al senso di marcia non si applicano le norme relative alle distanze di cui ai precedenti art. 27 e 28 ad eccezione delle seguenti:
 - devono comunque essere collocati ad una distanza pari a metri 3 dal limite della carreggiata fuori dai centri abitati, ad eccezione delle insegne di cui al comma 1;
 - entro i centri abitati devono essere collocati ad una distanza minima di m 2 dal limite della carreggiata e lasciando comunque libero il marciapiede, ad eccezione delle insegne di cui al comma 1;
 - deve comunque essere rispettata la distanza di 25 metri dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari.
 - devono comunque essere rispettate le distanze dalle intersezioni ad eccezione delle insegne di cui al comma 1.
4. È ammessa la collocazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari a messaggio variabile posti parallelamente al senso di marcia.

Art. 34 - CARATTERISTICHE DEI CARTELLI E DEGLI ALTRI MEZZI PUBBLICITARI

1. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari devono essere realizzati con materiali non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici.
2. Le strutture di sostegno e di fondazione devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento, ed anche di eventuali cedimenti del suolo, saldamente realizzate ed ancorate ad una profondità congrua, sia globalmente che nei singoli elementi.
3. Qualora le suddette strutture costituiscano manufatti la cui realizzazione e posa in opera è regolamentata da specifiche norme, l'osservanza delle stesse e l'adempimento degli obblighi da queste previste, deve essere documentata prima del ritiro dell'autorizzazione di cui al successivo articolo 33 del presente regolamento.
4. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari devono avere sagoma regolare, che in ogni caso non può essere quella di disco, di un triangolo o di un ottagono. L'uso del colore rosso, deve essere limitato esclusivamente alla riproduzione di marchi depositati e non potrà comunque superare 1/5 dell'intera superficie del cartello o altro mezzo pubblicitario.
5. Il bordo inferiore dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari posti in opera deve essere, in ogni suo punto, ad una quota superiore di m 1,5 rispetto a quella della banchina stradale misurata nella sezione stradale corrispondente e fatte salve le prescrizioni di cui alla legislazione a tutela dei portatori di handicap.

CAPO IV - LOCAZIONE DI FORME PUBBLICITARIE ALL'INTERNO DEI CENTRI STORICI O DI ZONE DI INTERESSE STORICO, ARTISTICO, CULTURALE ED AMBIENTALE

Art. 35 - NORME GENERALI SULLA PUBBLICITÀ ALL'INTERNO DI ZONE DA TUTELARE

1. Il posizionamento di cartelli e mezzi pubblicitari è vietato sulle facciate di edifici di interesse storico o artistico, ed entro la distanza minima di 50 metri da detti edifici qualora siano sprovvisti di muri di recinzione che ne impediscano comunque la vista dall'esterno, e in ogni caso entro 10 metri dai suddetti muri, con la sola esclusione di insegne poste in aderenza a fabbricati adiacenti e di quelle di cui al comma 1 lettera d).
2. Il posizionamento di cartelli e mezzi pubblicitari è vietato su manufatti di interesse storico, artistico, culturale, simbolico (es. monumenti) ed entro la distanza minima di 50 metri da detti manufatti qualora siano sprovvisti di muri di recinzione che ne impediscano comunque la vista dall'esterno, e in ogni caso entro 10 metri dai suddetti muri, con la sola esclusione di eventuali targhe a completamento e descrizione del manufatto stesso.

3. Il Comune, all' interno dei vecchi nuclei, e in prossimità degli edifici e manufatti di cui al presente Capo, potrà imporre particolari indicazioni di carattere estetico.
4. In via eccezionale l' autorizzazione per la ubicazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari in deroga al presente Capo potrà essere sottoposta al parere della Commissione Edilizia e subordinata al parere favorevole della Commissione locale per il Paesaggio o degli Enti Competenti.
5. L' elenco di edifici di interesse storico, artistico e bellezze naturali del territorio comunale, potrà essere aggiornato dal Comune con appositi atti amministrativi.

CAPO V - PROCEDURE PER IL RILASCIO DELL'AUTORIZZAZIONE

Art. 36 - AUTORIZZAZIONI

1. Chiunque intenda installare impianti pubblicitari, all'interno del territorio comunale deve presentare una istanza volta ad ottenere regolare autorizzazione amministrativa ai sensi del presente Regolamento, del Codice della Strada, e nel rispetto dei disposti del Regolamento per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e dei diritti sulle pubbliche affissioni.
2. In conformità a quanto prescritto dall'art. 53 del D.P.R. 16/12/1992 N. 495 (ART. 23 C.S.):
 - 2.1 L'autorizzazione al posizionamento *di cartelli, di insegne di esercizio e di altri mezzi pubblicitari*, così come definiti al Capo I, art. 2, **fuori dai centri abitati**, lungo le strade o in vista di esse, è rilasciata:
 - a) Per le strade e le autostrade statali dalla direzione compartimentale dell'A.N.A.S. competente per territorio o dagli uffici speciali per le autostrade;
 - b) Per le autostrade in Concessione dalla società concessionaria;
 - c) Per le strade Regionali, provinciali, comunali e di proprietà di altri enti, dalle rispettive amministrazioni;
 - d) Per le strade militari dal Comando territoriale competente;
 - 2.2 L'autorizzazione alla collocazione *di cartelli e di altri mezzi pubblicitari* così come definiti al Capo I, art. 2, lungo le strade o in vista di esse, **all'interno dei centri abitati** è di competenza dei Comuni, salvo il preventivo nulla osta tecnico dell'ente proprietario se la strada è statale, "regionale" o provinciale.
3. La domanda per l'installazione di impianti pubblicitari di cui al precedente punto 1.2, da compilarsi sugli appositi moduli, sconta l'imposta di bollo, nella misura stabilita dalle leggi fiscali e deve essere presentata al competente Ufficio Tecnico Comunale corredata dei seguenti documenti:
 - a) Progetto quotato in scala 1:20 dell'opera e relativa descrizione tecnica, dai quali siano individuabili gli elementi essenziali dell'opera e la sua eventuale collocazione sul fabbricato, compreso il disegno del possibile supporto, debitamente firmato dal titolare dell'impresa esecutrice o dall'interessato, se l'opera è realizzata in economia. La suddetta documentazione non è richiesta per targhe e vetrofanie.
 - b) Rilievo dello stato di fatto in scala 1:20 per le vetrine e le bacheche.
 - c) Bozzetto colorato del messaggio pubblicitario da esporre. Se la domanda riguarda cartelli o altri mezzi pubblicitari a messaggio variabile, devono essere allegati i bozzetti di tutti i messaggi previsti.
 - d) Documentazione fotografica che illustri il punto di collocazione nell'ambiente circostante; in caso di impianto su suolo è necessario produrre una planimetria catastale del luogo interessato.

- e) Autodichiarazione con la quale si attesta che l'opera, escluse targhe e vetrofanie, sarà realizzata rispettando la normativa in materia, che il manufatto sarà calcolato e posto in opera tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento, in modo da garantirne la stabilità e sarà realizzato con materiale resistente agli agenti atmosferici.
 - f) Autodichiarazione dalla quale emerga che l'attività oggetto di richiesta è regolarmente autorizzata, ovvero che il titolare è iscritto agli albi professionali istituiti e che la destinazione d'uso dei locali è legittima.
 - g) Nulla osta del proprietario dell'immobile o dell'amministratore condominiale o autodichiarazione di proprietà.
 - h) Eventuali pareri esterni già acquisiti
 - i) Istanza di nulla osta indirizzato all'Amministrazione Comunale in caso di posa su area di proprietà Comunale;
- 4.** Ogni domanda deve riferirsi ad una sola attività industriale, commerciale, artigianale, artistica o professionale e potrà comprendere più impianti individuati esattamente sugli elaborati allegati alla richiesta.
- 5.** L'istanza per la installazione di mezzi pubblicitari a carattere sanitario deve essere presentata, previa autorizzazione del messaggio pubblicitario da parte dei rispettivi ordini o collegi professionali locali, nel rispetto della normativa di riferimento.

Art. 37 - AUTORIZZAZIONI SPECIFICHE

37.1 Autorizzazione per pubblicità temporanea

Nel caso di pubblicità temporanea realizzata con strutture fisse o mobili, per una durata non superiore a novanta (90) giorni consecutivi, costituita da: segni orizzontali reclamistici, striscioni, locandine, stendardi e plance, si applicano le disposizioni di cui all'art. 51 del Reg. Es. del Codice della Strada, sostituito dall'art. 41 del D.P.R. 16.09.1996, n. 610

Per forme particolari di pubblicità, così come definite al capo I art. 3, a carattere temporaneo, per una durata non superiore a 30 giorni consecutivi, da effettuarsi all'interno del centro abitato e non configurabili quali "mezzi pubblicitari collocati sulle strade o in vista di esse" così come definiti dall'art. 47 del DPR n. 495/92 (art. 23 C.S.) e quindi assoggettati all'ottenimento di Autorizzazione di cui all'art.36 precedente, potrà essere ammessa semplice comunicazione, da presentarsi almeno 10 giorni prima del previsto posizionamento, e corredata da:

- a) planimetria con indicazione del sito;
- b) relazione con breve descrizione dei materiali, colori, forme, ecc...;
- c) bozzetto con dimensioni;
- d) autodichiarazione per la stabilità, ove necessaria per il tipo di mezzo pubblicitario utilizzato.

Al titolare è fatto obbligo di provvedere alla rimozione del materiale e dei segnali entro le 24 ore successive alla scadenza del periodo autorizzativo ai sensi del 2° comma dell'art. 54 del Reg. Es. del Codice della Strada.

Rimane comunque fatto salvo l'ottenimento di pareri o autorizzazioni esterni ove dovuti.

37.2 Affissioni dirette

I manifesti e le locandine affisse esclusivamente all'interno delle vetrine dei negozi, previo accordo con i proprietari, non necessitano di autorizzazione amministrativa ma devono assolvere l'imposta di pubblicità, se dovuta, e riportare comunque il timbro del concessionario.

I manifesti e le locandine riferiti a spettacoli viaggianti, manifestazioni politiche e sportive potranno essere affissi a cura degli interessati esclusivamente, previa autorizzazione amministrativa rilasciata dall'ufficio competente e pagamento dell'imposta di pubblicità.

Manifesti e locandine dovranno essere rimossi entro le 24 ore successive alla conclusione della manifestazione pubblicizzata.

Trascorso inutilmente tale termine, l'esposizione verrà considerata abusiva e quindi sanzionabile ai sensi del D.Lgs n. 507/93.

Art. 38 - RILASCIO DELL'AUTORIZZAZIONE

L'istruttoria delle pratiche é affidata al Responsabile del procedimento individuato con provvedimento dirigenziale che dovrà raccogliere i pareri degli altri uffici comunali interessati.

L'autorizzazione è rilasciata all'interessato entro 60 giorni dalla data di presentazione della relativa richiesta. E' in ogni caso negato il rilascio o il rinnovo della autorizzazione nel caso in cui il richiedente abbia pendenze in materia di pubblicità con il Comune.

Il termine rimane sospeso nel caso in cui l'Amministrazione Comunale inviti i richiedenti, a mezzo di comunicazione scritta, a produrre ulteriore documentazione o ad integrare quella depositata, che dovrà essere prodotta entro i tempi indicati. In caso di mancato ricevimento di quanto richiesto, la domanda presentata si intende respinta.

Art. 39 - INTERVENTI DI SOSTITUZIONE E MODIFICA DELLE INSEGNE

Qualora il soggetto titolare dell'autorizzazione, decorsi almeno tre mesi dal rilascio della stessa, intenda variare il messaggio pubblicitario dell'insegna, deve farne domanda allegando il bozzetto del nuovo messaggio. La nuova autorizzazione sarà rilasciata dal competente ufficio.

Art. 40 – VALIDITÀ E RINNOVO DELL'AUTORIZZAZIONE

1. L'autorizzazione di cui ai paragrafi precedenti ha validità massima di anni tre, in conformità a quanto previsto dall'art. 53, comma 6, del D.P.R. 16/09/1996 n. 610.
2. Allo scadere dell'autorizzazione, gli impianti devono essere rimossi entro il termine perentorio di trenta giorni. Scaduto tale termine, il mezzo pubblicitario si intenderà non autorizzato e si applicherà quanto previsto del presente Regolamento.

3. L'autorizzazione è rinnovabile a condizione che venga presentata domanda dal medesimo soggetto titolare dell'autorizzazione, da prodursi almeno trenta giorni prima della data di scadenza.
4. La domanda deve essere semplicemente corredata della dichiarazione del titolare che attesti il perdurare dei requisiti di cui all'autorizzazione originale e le condizioni di perfetta manutenzione del manufatto.
5. Il mancato rispetto delle condizioni di cui al comma 3, comporta l'impossibilità di rinnovo e, pertanto, l'applicazione di quanto prescritto al comma 2.

Art. 41 - OBBLIGHI DEI TITOLARE DELL'AUTORIZZAZIONE

E' fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione di:

- a) verificare il buono stato di conservazione dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari e delle loro strutture di sostegno
- b) effettuare tutti gli interventi necessari al loro buon mantenimento
- c) adempiere nei tempi richiesti a tutte le prescrizioni impartite dal Comune ai sensi dell'art. 405 comma 1 del D.p.r. 495/1992, al momento del rilascio dell'autorizzazione o anche successivamente per intervenute e motivate esigenze
- d) procedere alla rimozione nel caso di decadenza o revoca dell'autorizzazione o di insussistenza delle condizioni di sicurezza previste all'atto dell'installazione o di motivata richiesta da parte dell'ente competente al rilascio
- e) su ogni cartello o mezzo pubblicitario autorizzato dovrà essere saldamente fissata una targhetta non deteriorabile, posta in posizione facilmente accessibile, sulla quale sono riportati, con caratteri incisi, i seguenti dati: amministrazione rilasciante, soggetto titolare, numero dell'autorizzazione: progressione chilometrica del punto di installazione, data di scadenza.

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

Qualora l'applicazione della targhetta risulta difficoltosa, è ammesso che i dati identificativi siano riportati con scritte a carattere indelebile.

L'autorizzazione non esonera il titolare dall'obbligo di attenersi strettamente, sotto la propria responsabilità, alle leggi e ai regolamenti vigenti, nonché ad ogni eventuale diritto di terzi o a quanto prescritto dai regolamenti condominiali.

L'autorizzazione alla collocazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari è subordinata alla regolare approvazione, da parte dei competenti organi, dell'insediamento e dell'esercizio dell'attività cui il messaggio pubblicitario è riferito, nei locali indicati.

E' fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione, rilasciata per la posa di segni orizzontali reclamistici, di striscioni, locandine e stendardi, di provvedere alla rimozione degli stessi entro le 24 ore successive alla conclusione della manifestazione pubblicizzata, ripristinando il preesistente stato dei luoghi ed il preesistente grado di aderenza delle superfici stradali.

Art. 42 - DECADENZA DELL'AUTORIZZAZIONE

Costituiscono cause di decadenza dell'autorizzazione:

- a) La cessazione o il trasferimento dell'attività pubblicizzata.
- b) L'annullamento o la revoca, l'inesistenza o l'irregolarità della autorizzazione all'esercizio dell'attività.
- c) La non rispondenza del messaggio pubblicitario autorizzato alle attività cui esso inerisce.
- d) La mancata osservanza delle condizioni alle quali fu subordinata l'autorizzazione.
- e) La mancata realizzazione dell'opera entro novanta giorni dal rilascio dell'autorizzazione.
- f) Il mancato ritiro dell'autorizzazione entro trenta giorni dalla data della notifica, salvo proroga motivata richiesta dagli interessati.
- g) Lo stato di degrado del manufatto pubblicitario.
- h) La mancata utilizzazione dell'impianto pubblicitario.
- i) mancata realizzazione delle opere entro 180 giorni dalla data del rilascio, o in caso di mancato ritiro dell'autorizzazione stessa entro 60 giorni dalla comunicazione dell'avvenuto rilascio.

Per le autorizzazioni decadute si applica quanto previsto al comma 2 dell'art. 40.



CAPO VI – VIGILANZA E SANZIONI

Art. 43 – VIGILANZA

Il Comune è tenuto a vigilare mediante la Polizia Municipale sulla corretta realizzazione e sull'esatto posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari autorizzati, nonché sul loro stato di conservazione e di buona manutenzione e sui termini di scadenza delle autorizzazioni concesse.

Art. 44 - SANZIONI AMMINISTRATIVE ED ACCESSORIE

- 1.** Le sanzioni amministrative sono applicate nelle misure, nei termini con le modalità stabilite dall'art. 24 D. L.vo 507/93 e dal Codice della strada, fatta salva la cumulabilità con le sanzioni tributarie ex art. 23 D L.vo n. 507/93.

- 2.** Le sanzioni amministrative per le violazioni delle disposizioni del presente Regolamento si applicano a carico del proprietario del mezzo pubblicitario e, in solido, a carico dei soggetti indicati nell'art. 6 comma 2 del D. L.vo 507/93 e di chi ha installato il mezzo o ha consentito l'installazione dello stesso.
- 3.** L'ammontare delle sanzioni amministrative è determinato, anche in via generale, dal Responsabile del procedimento, con proprio provvedimento, nelle seguenti misure:
- 4.** da Euro 206,00 a Euro 1.549,00, oltre alle spese di procedimento e di notificazione della violazione.
- 5.** Resta ferma la cumulabilità con le sanzioni previste dal Codice della strada e dalle norme tributarie vigenti.
- 6.** La sanzione amministrativa è determinata in misura ridotta più favorevole pari ad Euro 412,00 (corrispondente al doppio del minimo), qualora il soggetto passivo provveda al pagamento della sanzione medesima entro sessanta giorni dalla contestazione o dalla notificazione del verbale, ex art. 16 della L. 24.11.1981, n. 689.
- 7.** Nel caso di violazione di diverse disposizioni del presente Regolamento, o di più violazioni di una stessa disposizione, si applica la sanzione massima aumentata fino al triplo. ai sensi dell'art. 8 della L. 24.11.1981, n. 689.
- 8.** I funzionari dell'Ufficio comunale preposto e gli agenti della Polizia Locale o Municipale, nell'esercizio delle loro funzioni, accertano con apposito verbale le violazioni comportanti l'applicazione di sanzioni amministrative e provvedono altresì a compiere tutti gli adempimenti procedurali di legge necessari per l'applicazione e la riscossione delle sanzioni medesime, con notificazione agli interessati, entro 150 giorni dall'accertamento, degli estremi delle violazioni riportati a verbale.
- 9.** L'organo competente a irrogare le sanzioni amministrative, con formale provvedimento, è il Dirigente del Servizio comunale individuato a norma dell'art. 107 del D.Lgs 18.08.2000, n. 267
- 10.** L'amministrazione comunale dispone altresì la rimozione degli impianti pubblicitari abusivi facendone menzione nel suddetto verbale. In caso di inottemperanza all'ordine di rimozione entro il termine stabilito, l'Amministrazione comunale provvederà d'ufficio, addebitando ai responsabili le spese sostenute a norma dell'art. 24, comma 2 del D. Lgs 15.11.1993, n. 507. Il Comune, o il concessionario (affidatario) del servizio, può altresì effettuare l'immediata copertura della pubblicità abusiva con successiva notifica di apposito avviso motivato.
- 11.** I mezzi pubblicitari esposti abusivamente possono essere sequestrati a garanzia del pagamento delle spese di rimozione e di custodia, nonché dell'Imposta e degli interessi.
- 12.** Sono altresì rimossi i veicoli di cui all'art. 54, lett. g) del D. Lgs. 285/92 ed art. 203, comma II, lette q) del D.P.R. n. 495/92, qualora gli stessi siano in sosta su area pubblica o aperta al pubblico e non abbiano ottemperato all'obbligo di rimuovere o coprire la pubblicità come previsto dal precedente art. 9, comma 9 del presente Regolamento.
- 13.** I proventi delle sanzioni amministrative sono devoluti al Comune e destinati al potenziamento e miglioramento del servizio e degli impianti della pubblica affissione del Comune, nonché all'aggiornamento del Piano generale degli impianti pubblicitari.

CAPO VII - DISPOSIZIONI FINALI E TRANSITORIE

Art. 45 - NORMA TRANSITORIA

Tutti gli impianti pubblicitari installati e regolarmente autorizzati all'entrata in vigore del presente Regolamento, ma non rispondenti alle disposizioni dello stesso, devono essere adeguati entro 12 mesi dalla sua entrata in vigore, a cura e spese del titolare dell'autorizzazione. Il mancato adeguamento entro il termine suddetto comporterà la decadenza del titolo autorizzatorio e il conseguente obbligo della rimozione immediata dell'impianto.

A seguito dell'avvenuto adeguamento, l'autorizzazione potrà, su richiesta del titolare dell'impianto, essere rinnovata per un periodo di altri tre anni dalla data di entrata in vigore del presente Piano, fermo restando l'obbligo del pagamento dell'imposta sulla pubblicità con la tariffa del vuoto per pieno e la corresponsione del canone C.O.S.A.P., se dovuto.

I titolari degli impianti, nei tempi previsti nel presente articolo, dovranno quindi rivolgere apposita istanza all'Ufficio preposto, secondo le modalità indicate all'art. 33, atta ad ottenere conferma dell'autorizzazione o del nulla osta per ciascun impianto.

L'Amministrazione Comunale provvederà a comunicare l'esito dell'istanza entro 90 giorni dal suo ricevimento.

L'Amministrazione comunale determinerà, con proprio provvedimento, la localizzazione di nuovi impianti affissivi da affidare ai privati per affissioni dirette. I nuovi impianti, da affidare ai privati, verranno assegnati con regolari gare d'appalto.

Art. 46 - ABROGAZIONI

Con l'entrata in vigore il presente regolamento sostituisce il Regolamento Comunale sulla pubblicità approvato con D.C.C. n. 44 del 16.04.2009.

Art. 47 - ENTRATA IN VIGORE DEL REGOLAMENTO

Il presente regolamento entra in vigore dopo l'approvazione degli organi competenti e la pubblicazione per 15 giorni all'Albo Pretorio dei Comune; da tale data sono abrogate ove incompatibili tutte le disposizioni contenute in altri Regolamenti Comunali che disciplinano la materia.

Per quanto non espressamente disposto o richiamato in esso, si rinvia alla normativa generale.