



APPROVATO CON DELIBERA DI GIUNTA N° 36 DEL 06/03/2013

PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

Norme in deroga all'art. 23 del Nuovo Codice della Strada, D.Lgs. 30 aprile 1992 n. 285 integrato con il Regolamento di attuazione e di esecuzione D.P.R. 16 dicembre 1992 n. 495, aggiornato con il D.P.R. 16 settembre 1996 n. 610.
Modifica al precedente Piano degli Impianti Pubblicitari approvato con deliberazione della G.M. n° 26 del 26/01/2005.

Per l'UTC
dott.ssa Agata Occhipinti
arch. Baggio Dicari

L'incaricato di funzioni dirigenziali
AREA 9 - PIANIFICAZIONE DEL TERRITORIO
Geom. Leonardo Stagnitto

L'incaricato di funzioni dirigenziali
AREA 7 - SERVIZI ECONOMICI E FINANZIARI
Sig. Raffaele Tutula

L'incaricato di funzioni dirigenziali
AREA 5 - POLIZIA MUNICIPALE
magg. Antonio Fiorile

ASSESSORE ALL'URBANISTICA
Dott. Alberto Belluardo

ASSESSORE AL BILANCIO E PROGRAMMAZIONE
Dott. Dante di Tropani

ASSESSORE
POLIZIA MUNICIPALE E VIABILITA'
Emanuele Amenta

IL SINDACO
Avv. Giuseppe Alfano





INDICE

CAPO I – DISPOSIZIONI GENERALI	1
PARTE PRIMA – DISPOSIZIONI GENERALI	1
ART. 1 – QUADRO NORMATIVO DI RIFERIMENTO	1
ART. 2 – ARTICOLAZIONE	2
ART. 3 – CONTENUTI E CAMPO DI APPLICAZIONE	2
PARTE SECONDA – LA PUBBLICITA' ESTERNA	4
ART. 4 – DEFINIZIONE DEGLI IMPIANTI PRIVATI, TIPOLOGIE CONSENTITE	4
ART. 5 – PREINSEGNA	4
ART. 6 – INSEGNE	5
ART. 7 – CARTELLO	5
ART. 8 – STRISCIONE – LOCANDINA – STENDARDO	5
ART. 9 – SEGNO ORIZZONTALE RECLAMISTICO	6
ART. 10 – IMPIANTO PUBBLICITARIO DI SERVIZIO	6
ART. 11 – IMPIANTO DI PUBBLICITA' O PROPAGANDA	7
ART. 12 – PUBBLICITA' NEI CANTIERI E GIGANTOGRAFIE SU PONTEGGI	7
ART. 13 – CARATTERISTICHE TECNICHE E CRITERI STRUTTURALI DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI	9
ART. 14 – LE ZONE	10
ART. 15 – CENTRO STORICO	10
ART. 16 – ZONA URBANA	10
ART. 17 – ZONA PERIURBANA	11
ART. 18 – ZONA EXTRAURBANA	11
ART. 19 – ZONE TUTELE	11
ART. 20 – ZONE SPECIALI	11
ART. 21 – LIMITAZIONI E DIVIETI	12
ART. 22 – DEROGHE	13
ART. 23 – STRUTTURE PUBBLICITARIE	13
ART. 24 – AUTORIZZAZIONE ESCLUSIVA DEGLI IMPIANTI	13
ART. 25 – MODALITA' DI SVOLGIMENTO DELLE GARE PER L'AUTORIZZAZIONE ESCLUSIVA	14
PARTE TERZA – INSEGNE DI ESERCIZIO	15
ART. 26 – DEFINIZIONI GENERALI	15
ART. 27 – DISCIPLINA GENERALE DI COLLOCAZIONE	15
ART. 28 – DIVIETI	16
ART. 29 – MATERIALI	17
ART. 30 – INSEGNE DI PUBBLICO INTERESSE	17
ART. 31 – SCRITTE SU TENDA	17
ART. 32 – TARGHE PROFESSIONALI E DI ESERCIZIO	18
ART. 33 – INSEGNE SU CHIOSCHI	18
PARTE QUARTA – PUBBLICHE AFFISSIONI	19
ART. 34 – GENERALITÀ	19
ART. 35 – TIPOLOGIA DEGLI IMPIANTI DI PUBBLICA AFFISSIONE	19
ART. 36 – IDENTIFICAZIONE	20
ART. 37 – AFFISSIONE MANIFESTI ISTITUZIONALI, SOCIALI O PRIVI DI RILEVANZA COMMERCIALE	20
ART. 38 – AFFISSIONI MANIFESTI MORTUARI	20
ART. 39 – AFFISSIONI MANIFESTI COMMERCIALI	20
ART. 40 – DESTINAZIONE D'USO E SUPERFICIE COMPLESSIVA DEGLI IMPIANTI	20
ART. 41 – DISTRIBUZIONE DEGLI IMPIANTI NEL TERRITORIO COMUNALE	21



CAPO II – PROCEDURE PER IL RILASCIO DELLE CONCESSIONI E DELLE AUTORIZZAZIONI 22

ART. 42 – CONCESSIONI SU SUOLO PUBBLICO-----	22
ART. 43 – AUTORIZZAZIONI -----	22
ART. 44 – COMUNICAZIONE DI INIZIO E FINE LAVORI-----	24
ART. 45 – ISTRUTTORIA E RILASCIO DELL'AUTORIZZAZIONE-----	24
ART. 46 – VALIDITÀ DELL'AUTORIZZAZIONE-----	25
ART. 47 – RINNOVO DELL'AUTORIZZAZIONE -----	25
ART. 48 – OBBLIGHI DEL TITOLARE DELL'AUTORIZZAZIONE -----	26
ART. 49 – PRESCRIZIONI RELATIVE AGLI IMPIANTI ESISTENTI -----	26

CAPO III – VIGILANZA E SANZIONI----- 28

ART. 50 – VIGILANZA -----	28
ART. 51 – SANZIONI-----	28
ART. 52 – RIMOZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI ABUSIVI -----	28

CAPO IV – DISPOSIZIONI FINALI E TRANSITORIE ----- 30

ART. 53 – ABROGAZIONE DI PRECEDENTI DISPOSIZIONI -----	30
ART. 54 – NORMA DI RINVIO -----	30
ART. 55 – ENTRATA IN VIGORE-----	30



CAPO I – DISPOSIZIONI GENERALI

PARTE PRIMA – DISPOSIZIONI GENERALI

ART. 1 – QUADRO NORMATIVO DI RIFERIMENTO

1. Norme di rinvio:

- **D.Lgs. 30.04.1992 n. 285** "Nuovo codice della strada" e s.m.i.;
- **D.P.R. 16.12.1992 n. 495** "Regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo Codice della Strada";
- **D.Lgs. 10.09.1993 n. 360** "Disposizioni correttive ed integrative del Codice della Strada";
- **D.P.R. 16.09.1996 n. 610** "Regolamento recante modifiche al decreto del Presidente della Repubblica 16 dicembre 1992, n. 495, concernente il regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo Codice della strada";
- **L. 4/12/1996, n. 611** "Conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 4 ottobre 1996, n. 517, recante interventi nel settore dei trasporti";
- **D.Lgs. 15.11.1993 n. 507**;
- **Regolamento Comunale** per l'applicazione dell'Imposta comunale sulla Pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni e successive modificazioni approvato con deliberazione di Consiglio Comunale n. 112 del 27.11.2004;
- **Regolamento Comunale** per la disciplina ed applicazione del Canone Occupazione Spazi ed Aree Pubbliche e successive modificazioni approvato con deliberazione di Consiglio Comunale n. 24 del 19.10.2004.



ART. 2 – ARTICOLAZIONE

1. Il Piano Generale degli impianti pubblicitari è articolato in quattro parti:

- Parte I. Disposizioni generali
- Parte II. Pubblicità esterna
- Parte III. Insegne di esercizio
- Parte IV. Pubbliche affissioni

2. La prima parte fornisce gli elementi per la lettura del piano e le indicazioni di carattere generale.

3. La seconda parte individua:

- a. le zone del territorio comunale all'interno delle quali sono collocabili i mezzi di pubblicità esterna;
- b. le aree del territorio comunale all'interno delle quali non è consentito o sono comunque limitate le installazioni di mezzi di pubblicità esterna.

4. Nella terza parte vengono esaminate le caratteristiche tecnico-estetiche delle insegne, targhe e pannelli d'esercizio, ossia quei mezzi pubblicitari esposti esclusivamente nella sede e nelle pertinenze di un esercizio, di una industria, attività commerciale, 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, nonché la disciplina di collocazione in conformità alle norme contenute nel presente piano.

5. Nella quarta parte vengono definite le caratteristiche, i quantitativi e la localizzazione nel territorio comunale degli impianti per le affissioni pubbliche.

6. 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.

7. Il Piano è suscettibile di variazioni e/o integrazioni, con cadenza annuale, da parte della Giunta Comunale. 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.

ART. 3 – CONTENUTI E CAMPO DI APPLICAZIONE

1. Il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari, elaborato in conformità ai criteri stabiliti dal D.Lgs. 15 novembre 1993 n. 507 e successive modifiche e integrazioni, disciplina la materia concernente i mezzi pubblicitari lungo le strade o in vista di esse, su aree pubbliche o d'uso pubblico o su area privata, nonché le pubbliche affissioni, con esclusione della pubblicità effettuata con veicoli, aeromobili, palloni frenati, messaggi sonori o mediante distribuzione di manifestini o altro materiale pubblicitario e comunque in forma ambulante.

2. Il presente Piano si propone, mediante la sua adozione, di conseguire obiettivi finalizzati a:

- Salvaguardare la sicurezza dei cittadini e degli utenti della strada;
- Salvaguardare il decoro della città, l'ambiente e i beni artistici e culturali;
- Garantire ai soggetti economici il diritto di diffondere messaggi di carattere pubblicitario nell'esercizio di attività di impresa;
- Massimizzare gli introiti tributari.



3. Tali obbiettivi 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, come sopra evidenziato.

4. 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.

5. 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 i comportamenti tra gli operatori e l'Amministrazione, nel rispetto degli obbiettivi preposti.

6. 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 obbiettivi, tanto nel periodo di adeguamento che nel corso di utilizzo del presente strumento. Di seguito sono elencati i canoni generali utilizzati.

- a. Le istanze che pervengono dagli operatori debbono essere analizzate secondo ordine cronologico;
- b. Un mezzo pubblicitario si considera abusivo fino a prova contraria;
- c. Un mezzo pubblicitario si considera autorizzato quando in possesso di idoneo titolo autorizzativo rilasciato, esclusivamente, ai sensi del presente Piano.

7. La segnaletica direzionale di tipo industriale, commerciale, artigianale, installata ai sensi dell'Art. 134 del D.P.R. 16 Dicembre 1992 n. 495 con le modifiche introdotte dal D.P.R. 16 Settembre 1996 n. 610, non è da considerare mezzo pubblicitario (vedi Risoluzione Min. Fin. 01/04/1996 n. 48/E/IV/7/609, naturalmente ove conforme alle caratteristiche richiamate nella suddetta risoluzione) ma segnaletica stradale verticale ai sensi dell'art. 39 del D.Lgs. 285/92.

8. La finalità di tale segnaletica non risulta essere la pubblicizzazione di attività economiche ma la segnalazione di quelle che, per loro connotazione, ne hanno necessità in ambito stradale, al fine di agevolare la loro individuazione, migliorando, quindi, il deflusso del traffico veicolare. La caratteristica di tale segnaletica, non deve essere quella di rendere noto alla moltitudine delle persone la presenza di uno specifico soggetto economico, ma quella di consentirne l'immediata individuazione conoscendone già l'esistenza.

9. All'esterno delle aree omogenee non è consentito l'uso della segnaletica verticale non pubblicitaria, se non per quei soggetti che, trovandosi all'esterno di tali aree o avendo particolare rilevanza economica, (determinata da un sensibile flusso veicolare), richiedano l'uso di tale segnaletica; questa non potrà comunque essere collocata ad una distanza superiore a 2 km dalla sede del soggetto economico indicato. In alternativa, le aziende, potranno utilizzare le preinsegne, come di seguito definite, fermo restando che le stesse dovranno uniformarsi dal punto di vista estetico alla segnaletica verticale.

10. Il presente Regolamento si applica in tutto il territorio comunale.



PARTE SECONDA – LA PUBBLICITA' ESTERNA

ART. 4 – DEFINIZIONE DEGLI IMPIANTI PRIVATI, TIPOLOGIE CONSENTITE

1. Per impianti di pubblicità esterna si intendono tutti gli impianti di proprietà privata, collocati su aree private e/o pubbliche, adibiti alla diffusione di messaggi pubblicitari per la promozione di beni e/o servizi mediante l'esposizione di elementi come pannelli serigrafati (o altre tecniche simili effettuate direttamente sul pannello espositivo).

2. Gli impianti privati di pubblicità vengono classificati sulla base del disposto di cui all'art. 47 del Regolamento di esecuzione ed attuazione D.P.R. 16 Dicembre 1992 n. 495, con le modifiche introdotte dal D.P.R. 16 Settembre 1996 n. 610.

3. Gli impianti privati di pubblicità consentiti nel territorio del Comune di Comiso sono:

- a. Preinsegne;
- b. Insegne;
- c. Cartelli;
- d. Striscioni – locandine – stendardi;
- e. Segni orizzontali reclamistici;
- f. Impianti pubblicitari di servizio;
- g. Impianti di pubblicità e propaganda;
- h. Pubblicità nei cantieri e gigantografie su ponteggi.

ART. 5 – PREINSEGNA

1. 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 una 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.

2. La preinsegna non può essere luminosa né per luce propria né per luce indiretta.

3. E' ammessa l'installazione congiunta di più preinsegne di forma rettangolare e formato mt. 1,00 x 0,20 oppure 1,25 x 0,25 oppure 1,50 x 0,30 ciascuno, fino ad un massimo di sei elementi, per ogni senso di marcia a condizione che le stesse abbiano le stesse dimensioni e costituiscano oggetto di un'unica autorizzazione.

4. Per le preinsegne comunque disposte, sono da rispettare le distanze indicate dall'art. 51 comma 4 punti a), b), c), del Regolamento di esecuzione del C.d.S. (D.P.R. 16.12.1992 n. 495) per le Zone Centro storico – Zona Urbana – Zona Periurbana – Zone Speciali e quelle indicate dall' art. 51 comma 2 per la Zona Extraurbana.

5. E' comunque sempre vietato il posizionamento delle preinsegne nei punti indicati dall'art. 51 comma 3 del Regolamento di esecuzione del C.d.S. (D.P.R. 16.12.1992 n. 495) e nell'ambito e in prossimità di edifici o luoghi di interesse storico o artistico, ai sensi del Decreto Legislativo 22 Gennaio 2004 n. 42.



ART. 6 – INSEGNE

1. L'insegna, la targa, la tabella di esercizio è un manufatto atto ad identificare il luogo ove si esercita un'attività, arte o professione; di norma l'insegna riassume, nel modo più schematico e sintetico, l'immagine dell'attività svolta all'interno dell'esercizio attraverso un nome e/o un marchio, utilizzando uno o più logotipi.
2. Si rimanda alla Parte Terza del presente piano, per le norme di dettaglio.

ART. 7 – CARTELLO

1. Si definisce "Cartello" un manufatto bidimensionale supportato da 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, etc. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.
2. I cartelli non possono essere posizionati sugli edifici.
3. I cartelli possono essere installati a parete su fronti ciechi e la superficie complessiva non può essere superiore al 50% della superficie della parete.
4. I cartelli pubblicitari mono o bifacciali non potranno superare la superficie utile complessiva di 18 mq. Il bordo inferiore dovrà essere posto ad un'altezza minima di ml. 2,20.
5. E' comunque sempre vietato il posizionamento dei cartelli nei punti indicati dall'art. 51 comma 3 del Regolamento di esecuzione del C.d.S. (D.P.R. 16.12.1992 n. 495) e nell'ambito e in prossimità di edifici o luoghi di interesse storico o artistico, ai sensi del Decreto Legislativo 22 Gennaio 2004 n. 42.

ART. 8 – STRISCIONE – LOCANDINA - STENDARDO

1. Si definisce "Striscione, Locandina e Stendardo" l'elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità propria, mancante di una superficie di appoggio e comunque non aderente alla stessa.
2. Possono essere luminosi solo per luce indiretta. In particolare gli striscioni da situare esclusivamente su vie o piazze, ammessi unicamente per la promozione pubblicitaria di manifestazioni e spettacoli, devono essere sostenuti unicamente da funi opportunamente dimensionate e agganciate a supporti esistenti preventivamente individuati o progettati. I punti di ancoraggio degli striscioni possono essere autorizzati su diverse strutture esistenti, previo ottenimento del consenso dei proprietari delle strutture interessate, o su sostegni opportunamente progettati. E' comunque vietato il loro ancoraggio sui pali della pubblica illuminazione, sui sostegni della segnaletica stradale e sugli alberi.
3. Gli standardi o "gonfaloni" possono essere ancorati esclusivamente sui pali preventivamente individuati e contrassegnati.
4. Le locandine possono essere esposte esclusivamente all'interno delle vetrine o nei locali aperti al pubblico.
5. Per gli striscioni e gli standardi, le distanze minime dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari devono essere pari a 12,50 m.



6. Le caratteristiche geometriche della superficie espositiva degli striscioni sono le seguenti:
dimensione in altezza: non superiore a 1,20 mt.;
orientamento: nelle strade: trasversalmente; nelle piazze: parallelamente ai lati delle stesse;
altezza minima dal suolo: 5,10 mt.

ART. 9 – SEGNO ORIZZONTALE RECLAMISTICO

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

2. I segni orizzontali reclamistici 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 o 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.

3. Essi devono essere realizzate con materiali rimovibili, ma ben ancorati, nel momento dell'utilizzo, alla superficie stradale e che garantiscano una buona aderenza dei veicoli sugli stessi.

4. 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.

5. Per i segni orizzontali reclamistici non si applicano le distanze minime.

ART. 10 – IMPIANTO PUBBLICITARIO DI SERVIZIO

1. 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 parapetonali, cestini, panchine, orologi, o simili) recante uno spazio pubblicitario.

2. Possono essere luminosi sia per luce diretta che per luce indiretta.

3. Rientrano tra gli impianti pubblicitari di servizio manufatti finalizzati a contenere uno spazio pubblicitario in cambio del finanziamento della manutenzione, o di altre forme di intervento economico, di aree pubbliche. I relativi progetti dovranno contenere una proposta di convenzione da approvare contestualmente.

4. In tale tipologia rientrano anche manufatti speciali appositamente progettati, installati da soggetti pubblici per la promozione di eventi o manifestazioni culturali la cui permanenza è consentita per la durata dell'evento o manifestazione a cui si riferiscono oltretutto durante la settimana precedente e le 24 ore successive.

5. E' ammessa l'installazione di impianti pubblicitari di servizio, purchè siano rispettate le distanze minime indicate all'art. 51 del Regolamento di attuazione del Codice della Strada (D.P.R. 495/92) fatte salve eventuali deroghe.



6. L'installazione di impianti all'interno di rotatorie in ambito urbano o in tratti di strada a velocità inferiore o uguale a 50 Km/h è consentito a condizione che:

- a) riportino esclusivamente i loghi e il nome del Comune ed il nominativo del soggetto che cura la manutenzione della rotatoria. Il logo del manutentore dovrà essere realizzato coi colori ammessi dal codice della strada e la sua dimensione risulti non invasiva dell'impianto pubblicitario di servizio (in via indicativa tale logo non dovrà avere superficie maggiore della metà di quella del logo del Comune);
- b) siano monofacciali;
- c) abbiano lo stesso formato dimensionale per ogni rotatoria;
- d) abbiano colore conforme a quanto prescritto dal Codice della Strada;
- e) non eccedano in altezza cm 60 dall'estradosso del cordolo di contenimento dell'isola centrale;
- f) non eccedano 0.5 mq di superficie (base 0,84 m e altezza 0,60 m);
- g) siano appoggiati con continuità al suolo e orientati parallelamente al cordolo;
- h) siano disposti con passo minimo di metri 6,00 gli uni dagli altri lungo una circonferenza concentrica col nocciolo della rotatoria, la quale risulti arretrata di almeno cm 200 dal cordolo di contenimento;
- i) il materiale dei supporti e delle plance sia cedevole agli urti.

ART. 11 – IMPIANTO DI PUBBLICITA' O PROPAGANDA

1. Si definisce "impianto di pubblicità o propaganda" qualunque manufatto finalizzato alla pubblicità o 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.

2. Rientrano nella presente categoria, a titolo esemplificativo:

a. *Totem*, ovvero i manufatti tridimensionali autoportanti, con una o più facce finalizzate alla diffusione dei messaggi sia direttamente, sia tramite sovrapposizione di altri elementi quali manifesti, adesivi, etc. Questi possono avere altezza massima di mt. 3,00 e superficie orizzontale di proiezione compresa entro una circonferenza del diametro massimo di mt. 0,90.

ART. 12 – PUBBLICITÀ' NEI CANTIERI E GIGANTOGRAFIE SU PONTEGGI

1. Si considera "Cartello di cantiere" la tabella affissa nei cantieri edili dove sono in esecuzione dei lavori con indicazione degli estremi del permesso a costruire, della pratica edilizia nonché di tutte le altre informazioni previste dalla normativa inclusa la ragione sociale delle imprese operanti nel cantiere. Non rientrano in tale fattispecie tabelle riportanti messaggi pubblicitari, compresi foto, rendering, ecc., ed eventuali cartelli aggiuntivi presenti nell'area di cantiere.

2. All'interno dei centri abitati, i cartelli ed altri mezzi pubblicitari che reclamizzano prodotti e ditte collegate alle attività di cantiere, o che pubblicizzano la compravendita e la locazione, sia per edifici in costruzione che in restauro, devono avere una superficie per facciata non superiore a 12 metri quadrati.

3. Nel centro storico la superficie massima consentita è di mq. 6 per facciata.

4. Nei cantieri non è consentita l'affissione direttamente sulle recinzioni siano esse realizzate con steccati o lamiere ondulate o reti; l'affissione è consentita esclusivamente su plance realizzate in lamiera dotate di cornice e poste in opera in sicurezza.



5. Si intendono "Gigantografie su ponteggi monofacciali" le immagini e/o i messaggi riprodotti su teli di protezione apposti su ponteggi in occasione dei lavori edilizi.
6. Per le finalità a cui sono destinati, tali veicoli comunicazionali, si distinguono nelle seguenti tipologie: Artistica – Pubblicitaria – Mista.
Dove:
- 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;
 - Per tipologie pubblicitarie si intendono le gigantografie, di qualunque formato e dimensione, riproducenti messaggi pubblicitari a mezzo scritte e/o immagini.
 - Per tipologie miste si intendono le gigantografie che riproducono, in modo variamente combinato, tipologie artistiche con messaggi pubblicitari.
7. La collocazione delle suddette tipologie è consentita esclusivamente in occasione dello svolgimento di lavori edilizi ed è soggetta alle seguenti condizioni e limitazioni.
8. La richiesta di autorizzazione potrà essere avanzata e valutata solo successivamente alla presentazione della pratica edilizia relativa al fabbricato.
9. Le domande per l'installazione di gigantografie su ponteggi devono essere accompagnate da un bozzetto riproducente (in adeguata scala) le immagini previste.
10. 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.
11. I messaggi pubblicitari devono altresì risultare compatibili in termini di "competizione commerciale" con le attività presenti sull'edificio e nelle aree adiacenti.
12. Le dimensioni delle gigantografie possono estendersi alla intera superficie del ponteggio.
13. 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.
14. E' vietata la collocazione sul territorio comunale di gigantografie a tipologia pubblicitaria.
15. E' 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.
16. Il pagamento dell'imposta sulla pubblicità è riferito e limitato alle superfici riproducenti i messaggi pubblicitari.



ART. 13 – CARATTERISTICHE TECNICHE E CRITERI STRUTTURALI DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

1. I mezzi pubblicitari, così come definiti agli articoli precedenti, oltre alle indicazioni contenute nel codice della strada art. 23 e nel D.P.R. 495/92 e successive modifiche ed integrazioni, devono rispondere ad un unico criterio progettuale che tenga conto delle seguenti caratteristiche costruttive ed estetiche:

a. gli impianti devono rispondere, nella struttura e nel loro insieme, alla capacità di resistenza ai sovraccarichi, agli urti, ed in generale a fenomeni dinamici in tutte le prevedibili condizioni di esercizio, senza deformazioni incompatibili;

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

c. la struttura e gli elementi che costituiscono gli impianti devono rispondere alle caratteristiche di resistenza al fuoco nel rispetto delle prescrizioni tecniche vigenti in materia;

d. i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari, devono essere realizzati in materiale avente le caratteristiche di consistenza, durezza, 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, etc.) nonché sotto l'azione degli usuali prodotti per la pulizia delle superfici;

e. 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;

f. 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. 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;

g. i cartelli, gli impianti pubblicitari di servizio e gli altri mezzi pubblicitari luminosi devono avere una sagoma rettangolare che, in ogni caso, non può essere quella di disco o triangolo;

h. il sistema di illuminazione dovrà essere realizzato a luce diretta, indiretta o riflessa, e comunque in conformità alle norme attualmente vigenti in materia. Non potranno altresì emettere luce di colore blu lampeggiante;

i. l'utilizzo della croce rossa luminosa è consentita esclusivamente nelle fattispecie previste dalle specifiche normative esclusivamente per segnalare strutture sanitarie di primo soccorso mentre la croce verde per segnalare la presenza di farmacie;

j. l'impianto elettrico di ciascun impianto pubblicitario dovrà essere dotato di una protezione contro i contatti indiretti mediante trasformatore di isolamento di Classe II, di protezione contro i cortocircuiti e i sovraccarichi a mezzo di interruttori magnetico - termici che isolino l'impianto elettrico dell'impianto pubblicitario in caso di anomalia, in modo tale da evitare ogni tipo di interferenza sulla linea di



alimentazione;

k. ogni eventuale scavo che si renda necessario eseguire per l'esecuzione dei collegamenti sarà a carico della ditta richiedente la quale si impegna a ripristinare il suolo a regola d'arte.

ART. 14 – LE ZONE

1. Il piano ai fini dell'individuazione dei criteri da seguire per l'installazione dei mezzi pubblicitari relativi alla pubblicità esterna, prevede la suddivisione del territorio in zone, così come rappresentate negli allegati grafici.

2. Le zone per l'installazione degli impianti pubblicitari sono:

- Centro Storico;
- Zona Urbana;
- Zona Periurbana;
- Zona Extraurbana;
- Zone Tutelate (parchi urbani e zone di tutela paesaggistica, luoghi di culto, ospedale, cimitero);
- Zone Speciali (zona attrezzature sportive, zona aeroportuale, zona piano insediamenti produttivi, mercato ortofrutticolo).

3. Per ciascuna zona il piano determina:

- a) Le singole tipologie dei mezzi pubblicitari ammesse e non ammesse;
- b) Le condizioni per la loro messa in opera.

4. Per ciascuna zona dovranno comunque essere rispettate, oltre alle indicazioni specifiche riportate negli articoli successivi, tutte le norme indicate al Capo I "Pubblicità sulle strade e sui veicoli" del "Regolamento di attuazione del Codice della strada" D.P.R. n. 495 del 16/12/1992 e successive modifiche e integrazioni.

ART. 15 – CENTRO STORICO

1. Comprende parti del territorio interessate da agglomerati urbani che rivestono carattere storico, artistico e di particolare pregio ambientale, comprese le aree circostanti che possono considerarsi parte integrante agli agglomerati stessi.

2. Nel centro storico sono ammessi i seguenti mezzi pubblicitari:

- insegne di esercizio
- preinsegne
- targhe
- impianti pubblicitari di servizio
- cartelli di cantiere e gigantografie.

3. Sono vietati tutti gli altri mezzi pubblicitari.

ART. 16 – ZONA URBANA

1. Comprende parti del territorio interessate da agglomerati urbani con interposte strade, piazze e simili, caratterizzati dall'esistenza di servizi o esercizi pubblici, che costituiscono la città consolidata.

2. Nella zona urbana sono ammessi i seguenti mezzi pubblicitari:



- Preinsegne
- Cartelli
- Insegne di esercizio
- Locandine
- Gonfalone, stendardo
- impianti pubblicitari di servizio
- i manufatti speciali di cui all'art. 10 comma 4
- cartelli di cantiere e gigantografie.

3. Sono vietati tutti gli altri mezzi pubblicitari.

ART. 17 – ZONA PERIURBANA

1. Comprende aree urbane parzialmente edificate o di recente formazione con interposte strade, piazze e simili, che costituiscono i margini della città consolidata.

2. Nella zona periurbana sono ammessi tutti i mezzi pubblicitari.

ART. 18 – ZONA EXTRAURBANA

1. Comprende parti del territorio edificate, attraversate da strade e simili, che costituiscono la parte esterna alla città.

2. Nella zona extraurbana sono ammessi tutti i mezzi pubblicitari.

ART. 19 – ZONE TUTELATE

1. Comprendono quelle parti di territorio caratterizzate dalla presenza di elementi culturali, ambientali, architettonici e paesaggistici e sono:

- a) Parchi urbani e zone di tutela paesaggistica;
- b) Luoghi di culto;
- c) Ospedale;
- d) Cimitero.

2. Nelle zone tutelate non è ammesso nessun tipo di impianto pubblicitario.

ART. 20 – ZONE SPECIALI

1. Comprende parti di territorio che il Comune può concedere a privati, mediante svolgimento di specifica gara in esclusiva, e sono:

- a) Zona attrezzature sportive
- b) Zona aeroportuale
- c) Zona piano insediamenti produttivi
- d) Mercato ortofrutticolo

2. Qualora le suddette zone vengano affidate a soggetti privati, saranno gli stessi a gestire la pubblicità interna.

3. Tutte le zone sopradescritte sono individuate e distinte cromaticamente nell'allegata cartografia denominata "Zonizzazione del territorio comunale", parte integrante del presente Piano.



4. Eventuali e successive modifiche alla perimetrazione del centro abitato o dei vincoli ad esso collegati sono automaticamente recepite dal presente Piano e dall'allegata cartografia, fatte salve le opportune verifiche e precisazioni interpretative da inserire espressamente.

ART. 21 – LIMITAZIONI E DIVIETI

1. Nell'ambito e in prossimità dei beni paesaggistici indicati nell'art. 134 del D. Lgs. 22/01/2004 n. 42 è vietata la posa in opera di cartelli o altri mezzi pubblicitari se non previa specifica autorizzazione (art. 153 del Decreto Legislativo 22 gennaio 2004, n. 42).

2. E' vietato collocare o affiggere cartelli o altri mezzi pubblicitari sugli edifici e nelle aree tutelati come beni culturali; il collocamento o l'affissione possono essere autorizzati dal soprintendente qualora non danneggino l'aspetto, il decoro o la pubblica fruizione di detti immobili; l'autorizzazione è trasmessa, a cura degli interessati, agli altri enti competenti all'eventuale emanazione degli ulteriori atti abilitativi (c. 1 art. 49 del D. Lgs. 22/01/2004 n. 42).

3. E' vietato collocare o affiggere cartelli o altri mezzi di pubblicità lungo le strade site nell'ambito o in prossimità degli edifici e nelle aree tutelate come beni culturali, salvo autorizzazione rilasciata ai sensi della normativa in materia di circolazione stradale e di pubblicità sulle strade e sui veicoli, previo parere favorevole rilasciato dalla Soprintendenza sulla compatibilità della collocazione o della tipologia del mezzo pubblicitario con l'aspetto, il decoro e la pubblica fruizione dei beni tutelati (c. 2 art. 49 del D. Lgs. 22/01/04 n. 42).

4. Sul muro di cinta e nella zona di rispetto dei cimiteri, sugli edifici adibiti a sede di ospedali e chiese e nelle loro immediate adiacenze, è vietato collocare cartelli ed altri mezzi di pubblicità.

5. Può essere autorizzata l'apposizione, sugli edifici suddetti e sugli spazi adiacenti, di targhe ed altri mezzi di indicazione, di materiale, dimensione e stile compatibile con le caratteristiche architettoniche degli stessi e dell'ambiente nel quale sono inseriti.

6. Il posizionamento dei cartelli pubblicitari deve comunque avvenire in modo da non occultare targhe toponomastiche e quant'altro destinato alla pubblica viabilità.

7. La collocazione degli impianti fissi per le pubbliche affissioni è sempre vietata in aree private.

8. E' sempre vietato utilizzare alberi per le affissioni di supporti pubblicitari.

9. Fuori e dentro il centro abitato la collocazione dei mezzi pubblicitari deve avvenire in modo da non pregiudicare la sicurezza della circolazione veicolare e pedonale e consentire sempre una perfetta visibilità (nel senso di marcia) di semafori, incroci, segnali stradali di pericolo e prescrizione nonché degli attraversamenti pedonali.

10. Il posizionamento dei cartelli e degli altri impianti pubblicitari dovrà comunque sempre garantire un passaggio libero conforme alle normative sull'abbattimento delle barriere architettoniche negli spazi pubblici D.P.R. 24.7.1996 n. 503.

11. Non è consentita l'apposizione di manifesti al di fuori dei supporti appositamente previsti per tale uso e non contemplate nel Piano.

12. E' vietato collocare impianti pubblicitari di qualsiasi genere o affiggere spazi pubblicitari su cabine delle reti tecnologiche (es. cabine Enel, Telecom).



13. E' vietato utilizzare impianti di segnaletica stradale come supporti pubblicitari.

ART. 22 – DEROGHE

1. La collocazione degli impianti pubblicitari deve avvenire, dentro e fuori dei centri abitati, nel rispetto delle prescrizioni previste dall'art. 23 del D.Lgs. n. 285/92 e dell'art. 51 del D.P.R. n. 495/92;
2. Considerato quanto previsto dall' art. 23 comma 6 del D.Lgs. 285/92, in base al quale i Comuni hanno la facoltà di concedere deroghe, all'interno dei centri abitati e limitatamente alle strade di tipo E ed F, alle norme relative alle distanze minime per il posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari, sempre nel rispetto delle esigenze di sicurezza della circolazione stradale, vengono applicate le seguenti deroghe:

Tabella per l'applicazione delle distanze all'interno del centro abitato limitatamente alla zona urbana.

	DISTANZE MINIME DA RISPETTARE NELLA ZONA URBANA
Dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari.	ml. 12,50 anziché ml. 25,00
Dopo i segnali stradali di pericolo e di prescrizione.	ml. 12,50 anziché ml. 25,00
Dopo i segnali di indicazione.	ml. 12,50 anziché ml. 25,00

ART. 23 – STRUTTURE PUBBLICITARIE

1. Le strutture destinate ai mezzi pubblicitari vanno utilizzate a tale scopo e non possono essere mantenute in assenza della diffusione di messaggi oltre tre mesi dalla installazione o dalla rimozione di precedente messaggio.
2. Decorsi i tre mesi e permanendo l'assenza della comunicazione pubblicitaria, gli impianti devono essere rimossi a cura del proprietario o, qualora non vi provveda, da parte dell' amministrazione con spese a carico dello stesso.
3. Durante tale periodo permane, nel caso di occupazione suolo pubblico, l'obbligo del pagamento della relativa imposta di pubblicità prevista dal D.Lgs. n. 507 del 15.11.1993 art. 12, comma 3.

ART. 24 – AUTORIZZAZIONE ESCLUSIVA DEGLI IMPIANTI

1. Nel rispetto della tipologia e della quantità degli impianti di cui al presente piano, il Comune può concedere a privati, mediante svolgimento di specifica gara, la possibilità di collocare sul territorio comunale in "esclusiva" anche in modo frazionato tutti gli impianti individuati nei precedenti articoli. In questo caso l'installazione sarà disciplinata da apposita convenzione, nella quale verranno precisati il numero di impianti, le caratteristiche, l'ubicazione, la durata dell'installazione ed il canone annuo dovuto al comune, nonché tutte le altre condizioni necessarie per un corretto rapporto: modalità e tempi di installazione, manutenzione, responsabilità per eventuali danni, revoca della concessione, etc.

2. La proprietà degli impianti rimane della ditta installatrice, che quindi alla fine della convenzione si obbliga alla rimozione degli impianti installati.



3. Le ditte saranno tenute a corrispondere l'imposta comunale della pubblicità secondo le tariffe vigenti, al Comune o alla ditta appaltatrice del servizio di riscossione.

4. La manutenzione ordinaria e straordinaria degli impianti affidati in maniera esclusiva, nonché la loro sostituzione per rottura, atti vandalici o furto, sarà a carico della ditta concessionaria.

5. La ditta concessionaria dovrà provvedere anche alle pulizie periodiche degli impianti installati, secondo le reali necessità.

ART. 25 – MODALITA' DI SVOLGIMENTO DELLE GARE PER L'AUTORIZZAZIONE ESCLUSIVA

1. La collocazione in concessione esclusiva degli strumenti pubblicitari da parte di ditte private, avrà luogo a seguito di appositi bandi pubblici o gare alle quali potranno essere invitate ditte specializzate all'uopo autorizzate.

2. Il bando di gara dovrà prevedere, di norma, la seguente documentazione:

- a) L'indicazione delle generalità, residenza e codice fiscale del richiedente, nonché tutta la documentazione necessaria per comprovare l'attività della Ditta, iscrizione alla Camera di Commercio, ecc.
- b) L'individuazione esatta dei luoghi "esclusivi" ove andranno installati gli strumenti pubblicitari.
- c) La dichiarazione che i concorrenti hanno preso visione ed accettano tutte le condizioni previste nelle N.T.A. per l'installazione degli impianti pubblicitari e del Regolamento Edilizio Comunale nonché del Regolamento comunale per l'applicazione dell'imposta della pubblicità e delle pubbliche affissioni.
- d) La durata della convenzione ed i criteri di aggiudicazione, tenendo conto che l'offerta economicamente più vantaggiosa sarà determinata almeno in base ai seguenti criteri di valutazione:
 - Tipo e caratteristiche delle installazioni pubblicitarie;
 - Prezzo (corrispettivo a favore dell'Amm.ne);
 - Esperienze simili maturate dall'azienda, referenze, organizzazione aziendale e organico del personale dipendente;
 - Cauzioni, garanzie e polizze assicurative a copertura di eventuali danni causati dagli impianti.

3. Le autorizzazioni esclusive potranno essere affidate anche in modo frazionato e limitato ad alcuni tipi di impianti.



PARTE TERZA – INSEGNE DI ESERCIZIO

ART. 26 – DEFINIZIONI GENERALI

1. Il Nuovo Codice della Strada definisce l'insegna di esercizio come *"....scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da simboli e marchi, realizzata e supportata con materiali di qualsiasi natura, installata nella sede dell'attività cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie alla stessa....."* ; inoltre con C.M. 8 febbraio 2002, n° 1 si afferma che "possono considerarsi insegna d'esercizio quei mezzi che contengono un messaggio, emblematico o nominativo che contraddistingue il locale nel quale si esercita un'attività commerciale o un'attività diretta alla produzione di beni e servizi".

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

ART. 27 – DISCIPLINA GENERALE DI COLLOCAZIONE

1. Le insegne d'esercizio collocate all'interno del centro abitato devono rispettare i parametri distributivi indicati dal Piano.

2. Le insegne di esercizio devono presentare conveniente aspetto grafico e devono essere inserite armonicamente nell'aspetto architettonico dell'edificio.

3. Le caratteristiche dimensionali ed il posizionamento delle insegne di esercizio poste fuori dai centri abitati sono normati dal Regolamento di esecuzione del Nuovo Codice della Strada D.P.R. 495/92 e loro successive modificazioni.

4. In caso di utilizzo delle pertinenze da parte di più attività è necessario servirsi di un mezzo pubblicitario unitario.

5. Le insegne di esercizio si classificano secondo la loro collocazione in:

- a) insegna frontale;
- b) insegna a bandiera (orizzontale o verticale in aggetto da una costruzione);
- c) insegna su palo (insegna collocata su supporto proprio);
- d) insegna su tetto, su pensilina di edifici destinati ad attività industriali, commerciali o a funzioni direzionali.

6. Le insegne a bandiera sono ammesse limitatamente per le farmacie, le tabaccherie, le forze dell'ordine ed eventuali altri servizi di interesse pubblico.

7. La forma e le dimensioni delle insegne a bandiera dovranno essere tali da poter essere iscritte in una circonferenza del diametro massimo di 60 cm.

8. L'insegna a bandiera dovrà essere collocata ad un'altezza dal marciapiede non inferiore a mt. 3 e, per quanto riguarda le farmacie e le tabaccherie, dovrà riportare le caratteristiche previste dalla normativa specifica.

9. Non devono superare in sbalzo 1/10 della larghezza della strada.

10. Le insegne luminose o illuminate ortogonali, quando ammesse, devono essere posizionate:

- a) dentro il centro abitato.
- a 1,50 metri dal margine della carreggiata;
- a 25 metri da impianti semaforici e da intersezioni;



b) fuori centro abitato, vige quanto indicato dal Regolamento di applicazione del Codice della Strada.

11. Fuori dal centro abitato l'insegna non può superare la dimensione massima di 6 mq. con eccezione per le insegne poste parallelamente al senso di marcia o poste completamente in aderenza ai fabbricati; in tale caso non può comunque superare una dimensione pari a 10 mq. Qualora la superficie di ciascuna facciata dell'edificio ove ha sede l'attività fosse superiore a 100 mq, è possibile incrementare la superficie dell'insegna di esercizio nella misura del 10% della superficie di facciata eccedente 100 mq, fino a limite di 50 mq.

12. Per quanto concerne il centro storico, le norme previste dal Piano in ordine alla tipologia, dimensionamento e collocazione delle insegne di esercizio avranno validità fino all'approvazione di un apposito *"piano delle insegne di esercizio all'interno del centro storico"*.

13. Ai sensi del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495, art. 51, comma 5, le distanze relative al posizionamento delle insegne di esercizio non si applicano per le insegne poste in aderenza per tutta la loro superficie e collocate parallelamente al senso di marcia dei veicoli ad una distanza dalla carreggiata pari a 90 cm.

14. In presenza di aree pedonali tali distanze possono essere ridotte ulteriormente previa valutazione puntuale ed approvazione da parte della Polizia Municipale.

ART. 28 – DIVIETI

1. La collocazione delle insegne di esercizio deve avvenire nel rispetto dei seguenti divieti e prescrizioni.

2. L'insegna non potrà in nessun caso cancellare gli elementi decorativi presenti in facciata, né trasformare l'immagine complessiva della stessa. Le cornici in pietre e gli stipiti delle aperture non possono essere interrotte dall'insegna; così pure nelle lunette sopraporta, dotate di griglie in ferro battuto, non è consentito l'inserimento delle insegne; è altresì vietato l'inserimento di pannelli di fondo e supporti di chiusura di lunette, rostri e sopraporta.

3. E' vietata l'installazione di insegne sui parapetti e sotto il piano di calpestio dei balconi, dentro le luci delle finestre e nelle arcate frontali e di testa dei portici, sulle mazzette e sulle saracinesche.

4. E' vietata qualsiasi collocazione che alteri o modifichi le caratteristiche strutturali dei fabbricati.

5. L'installazione di insegne a lettere singole, sono ammesse solo se retroilluminate, dovranno essere realizzate in modo tale che l'eventuale sottostante telaio si armonizzi con la struttura di appoggio; potrà essere consentita l'apposizione di un pannello di sottofondo.

6. Le insegne a cassonetto, sono ammesse esclusivamente all'interno del vano porta insegna ed a condizione che la sporgenza massima dal filo del muro o delle mazzette interne agli sporti sia minore o uguale a 10 cm. quando non esiste l'apposito vano, l'installazione del cassonetto potrà avvenire sul muro al di sopra dello sporto, a condizione che la realizzazione del manufatto si armonizzi con il carattere dell'edificio e che sia effettuata nel rispetto dei valori ambientali e paesaggistici.

7. Non è consentita l'installazione di insegne di esercizio che pubblicizzino attività diverse da quella propria in loco espletata.

8. Per tutte le zone ove non fosse possibile l'inserimento della tipologia o della collocazione prevista dal Piano, da documentare, potranno essere esaminate eventuali deroghe od eventuali forme



alternative. Tali deroghe potranno essere concesse a condizione che gli impianti o le posizioni proposte non nuocciano alla pubblica incolumità ed al decoro ambientale e che non arrechino intralcio alla circolazione pedonale o veicolare. L'eventuale deroga può essere concessa previa valutazione puntuale ed approvazione da parte della Polizia Municipale.

ART. 29 – MATERIALI

1. La realizzazione delle insegne di esercizio può essere effettuata con tutti i materiali che si ritengano idonei compatibilmente ad un corretto inserimento architettonico; è escluso l'utilizzo di materiali riflettenti, laminati metallici non verniciati, alluminio non verniciato.

2. I materiali degli elementi che compongono l'insegna, 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. Tale requisito deve essere soddisfatto sotto l'azione degli agenti chimici e biologici presenti normalmente nell'ambiente (aria, acqua, etc.), nonché sotto l'azione degli usuali prodotti per la pulizia delle superfici.

ART. 30 – INSEGNE DI PUBBLICO INTERESSE

1. Sono definite insegne di pubblico interesse le insegne relative alle indicazioni di servizi di pubblica utilità.

2. Rientrano nella fattispecie le indicazioni relative alle seguenti attività:

- Ospedali e case di cura
- Ambulatori e Laboratori convenzionati con il servizio sanitario nazionale
- Ambulatori veterinari
- Polizia
- Vigili Urbani
- Vigili del Fuoco
- Guardia di Finanza
- Carabinieri
- Guardia Medica
- Farmacie
- Tabacchi e Valori Bollati
- Poste
- Parcheggi

ART. 31 – SCRITTE SU TENDA

1. Si definiscono tende i manufatti mobili o semimobili in tessuto o materiali assimilabili, posti esteriormente a protezione di vetrine o di ingressi di esercizi commerciali, dotati di scritte indicanti la tipologia di attività svolta.

2. La possibilità di collocare tende resta subordinata ai dettami del Regolamento Edilizio, il Piano definisce la possibilità di inserire scritte o logotipi sulle stesse.

3. Sulle tende solari sono ammesse iscrizioni pubblicitarie inerenti all'indicazione del nome di esercizio o dell'attività o dell'eventuale marchio.

4. Le iscrizioni possono essere apposte:

- sul primo spicchio frontale ed eventuali spicchi laterali per le tende di tipo a carrozza;
- sul pendone, quando si tratta di tende di tipo tradizionale od a pantografo;



- nella parte inferiore del telo quando tali teli risultano sprovvisti del pendone.

5. Vengono assimilati alle tende le pensiline di copertura realizzate in tessuto o in materiali assimilabili.

ART. 32 – TARGHE PROFESSIONALI E DI ESERCIZIO

1. Si definisce targa il manufatto monofacciale, di dimensioni non superiori a cm. 30 x 30, finalizzato alla denominazione di attività professionali, installato in aderenza alla parete dell'edificio in cui l'attività si svolge.

2. Non devono contenere messaggi pubblicitari, ma unicamente il nome, il cognome del professionista o dello studio professionale, con eventuali titoli di studio, orari di apertura, numeri telefonici e simili.

3. Le targhe dovranno essere collocate in modo uniforme riguardo alle dimensioni e al materiale di impiego.

4. Sono ammesse aggregazioni di targhe a condizione che siano unite in un'unica plancia che occupi al massimo 0,35 mq. E comunque pari a 50 x 70 centimetri come dimensione massima.

5. La sporgenza dalla facciata deve essere non superiore a cm. 4, tale sporgenza deve essere sempre realizzata in modo da impedire ristagni d'acqua.

6. Nel caso di nuove installazioni, in presenza di targhe esistenti, dovranno essere adeguate a queste ultime per dimensioni, forma e colore.

7. Le targhe potranno essere realizzate in qualunque materiale purchè compatibile con un corretto inserimento architettonico.

8. L'illuminazione deve essere solo per luce indiretta.

ART. 33 – INSEGNE SU CHIOSCHI

1. L'esposizione di insegne su chioschi isolati aventi funzione commerciale quali ad esempio: bar, tabacchi, rivendita giornali etc., è ammessa, se poste in aderenza alle pareti perimetrali o nei vani predisposti.

2. Sono vietate le collocazioni sopra coperture.



PARTE QUARTA – PUBBLICHE AFFISSIONI

ART. 34 – GENERALITÀ

1. Il Comune, a mezzo del servizio delle pubbliche affissioni, assicura l'affissione negli appositi impianti a ciò destinati, di manifesti costituiti da qualunque materiale idoneo, contenenti comunicazioni aventi finalità istituzionali, sociali o comunque prive di rilevanza economica e quelle da destinare a messaggi diffusi nell'esercizio di attività economiche.
2. I manifesti aventi finalità istituzionali, sociali o comunque privi di finalità economiche sono quelli pubblicati dal Comune e, di norma, quelli per i quali l'affissione è richiesta da soggetti e per le finalità di cui agli artt. 20 e 21 del D.Lgs. n. 507/93.
3. La collocazione degli impianti destinati alle affissioni di cui al precedente comma deve essere particolarmente idonea per assicurare ai cittadini la conoscenza di tutte le informazioni.
4. I manifesti che diffondono messaggi relativi all'esercizio di un'attività economica sono quelli che hanno lo scopo di promuovere la domanda di beni e servizi o che risultano finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato.
5. I manifesti di natura commerciale da affiggere negli spazi da attribuire a soggetti privati per l'effettuazione di affissioni dirette nei limiti di cui all'articolo sopra richiamato sono classificati, ai fini tributari, come pubblicità ordinaria in conformità a quanto dispone il terzo comma dell'art. 12 del D. Lgs. 15 novembre 1993, n.507, con applicazione dell' imposta in base alla superficie di ciascun impianto.
6. Verificandosi perduranti eccedenze di manifesti da affiggere in una classe degli impianti e, contemporaneamente, disponibilità ricorrente di spazi non utilizzati nelle altre classi il Comune può disporre la temporanea deroga dai limiti stabiliti per ciascuna classe dall'art. 15 del D. Lgs. 15 novembre 1993, n.507, con applicazione della imposta in base alla superficie di ciascun impianto. Se nel proseguo del tempo si confermano le eccedenze e disponibilità che hanno motivato la deroga, il Funzionario responsabile propone la definitiva modifica della ripartizione degli spazi.

ART. 35 – TIPOLOGIA DEGLI IMPIANTI DI PUBBLICA AFFISSIONE

1. Per impianti di pubbliche affissioni si intendono tutti gli impianti di proprietà del Comune, collocati esclusivamente su aree pubbliche o immobili privati sui quali il Comune esercita il diritto di affissione.
2. Gli impianti destinati a supportare le pubbliche affissioni devono essere prevalentemente di tipo permanente.
3. Sono previsti le seguenti tipologie di impianti:
 - bacheca
 - standardo
 - tabella
 - poster
4. In conformità a quanto dispone il terzo comma dell'art. 18 del D.L.vo n. 507/93 e successive modifiche ed integrazioni, la superficie degli impianti da adibire alle pubbliche affissioni è stabilita in complessivi mq. 545 proporzionata al numero di abitanti e, comunque non inferiore a mq. 18 per ogni mille abitanti.



5. La superficie complessiva degli impianti per le pubbliche affissioni, ai sensi dell'art. 3, comma 3, del D.L.vo n. 507/93 e successive modifiche ed integrazioni, è ripartita come appresso indicato:

- a) 25% della quota complessiva è destinata alle affissioni di natura istituzionale, sociale o comunque priva di rilevanza economica, effettuate dal servizio comunale;
- b) 70% è destinata alle affissioni di natura commerciale, effettuate dal servizio comunale;
- c) 5% è destinata alle affissioni di natura commerciale effettuata direttamente da soggetti.

6. Il collocamento di tali impianti deve rispettare i parametri riportati nelle schede e definiti per ciascuna tipologia e per ciascuna zona territoriale.

7. La ripartizione degli spazi di cui al comma 5 può essere rideterminata ogni anno con apposito provvedimento deliberativo qualora si verifichino nuove necessità accertate e motivate a seguito di variazioni della consistenza demografica del Comune, dell'espansione del centro abitato, dello sviluppo della viabilità e di ogni altra causa rilevante che renda necessario il riequilibrio delle superfici precedentemente assegnate.

ART. 36 – IDENTIFICAZIONE

1. Gli impianti destinati alle pubbliche affissioni devono avere una targhetta con l'indicazione "Comune di Comiso-Servizio Pubbliche Affissioni – Utilizzo" con il numero di individuazione dell'impianto.

ART. 37 – AFFISSIONE MANIFESTI ISTITUZIONALI, SOCIALI O PRIVI DI RILEVANZA COMMERCIALE

1. Rientrano nella fattispecie le affissioni di natura istituzionale culturale, sportiva, sociale o comunque prive di natura commerciale effettuate dal Servizio Affissioni per comunicazioni ritenute dall'Amministrazione comunale di pubblico interesse ed adempiere ad obblighi di legge, su richiesta di altri soggetti pubblici, ovvero su istanza di soggetti privati secondo le modalità indicate nel regolamento per l'applicazione della imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni.

ART. 38 – AFFISSIONI MANIFESTI MORTUARI

1. L'affissione è consentita esclusivamente negli appositi impianti predisposti dal Comune di Comiso.
2. Su tali impianti sono affissi annunci, ringraziamenti, ed anniversari relativi ad eventi luttuosi, effettuati su istanza di privati dal Servizio Affissioni o eseguita dalle aziende del settore degli spazi assegnati.
3. E' consentita l'affissione solo nelle immediate vicinanze del domicilio del defunto.

ART. 39 – AFFISSIONI MANIFESTI COMMERCIALI

1. Rientrano nella fattispecie le affissioni di natura commerciale o comunque aventi rilevanza economica, effettuate dal servizio Affissioni su istanza di soggetti privati secondo le modalità indicate nel regolamento comunale per la disciplina della pubblicità e delle affissioni e per l'applicazione del canone mezzi d'installazione pubblicitaria.

ART. 40 – DESTINAZIONE D'USO E SUPERFICIE COMPLESSIVA DEGLI IMPIANTI

1. La superficie complessiva che potrà essere occupata dagli impianti pubblicitari affissionistici deve essere non superiore a 4.500,00 mq.. Nel calcolo della superficie si è tenuto conto del disposto di cui art. 18, comma 3 del D.Lgs. n. 507/93 che stabilisce che la superficie da adibire alle pubbliche affissioni deve essere stabilita in misura proporzionale al numero degli abitanti e comunque non



inferiore a 18 metri quadrati per ogni mille abitanti nei comuni con popolazione superiore a trenta mila abitanti (al 31 marzo del 2009 la consistenza demografica del Comune di Comiso era di 30197 abitanti).

2. Affissioni Istituzionali: appartengono a questa categoria i mezzi preposti alla comunicazione, informazione e diffusione di messaggi o iniziative di pubblico interesse, privi di rilevanza economica, non finalizzati alla diffusione di un messaggio nell'esercizio di un'attività economica che pubblicizzi, un soggetto economico che nel proprio oggetto sociale persegua fini di lucro; tali messaggi sono normalmente effettuati da Enti pubblici o di diritto pubblico o comunque da altri soggetti (associazioni, circoli, ecc., regolamentati da statuto) comunque privi di rilevanza economica.

3. Affissioni Commerciali: sono tutti i mezzi pubblicitari adibiti all'esposizione di messaggi pubblicitari, ovvero tesi alla divulgazione di informazioni, comunicazioni e quant'altro utile alla promozione di un'attività economica, un prodotto o un servizio nell'esercizio di attività economiche perseguiti fini di lucro.

4. Il presente piano prevede la ripartizione dei messaggi di natura istituzionale e commerciale secondo le seguenti percentuali:

Affissioni di tipo istituzionale: 25% della superficie complessiva pari a mq. 1.100,00;

Affissioni di tipo commerciale: 75% della superficie complessiva pari a mq. 3.400,00.

5. La durata di esposizione distingue gli impianti in:

- **Permanenti:** costituiti da manufatti mono o bifacciali saldamente ancorati a terra o ad una superficie verticale (muro) la cui installazione deve essere a tempo determinato superiore a 90 gg;
- **Temporanei:** manufatti mono o bifacciali la cui esposizione è ammessa unicamente per la promozione pubblicitaria di manifestazioni, spettacoli o per il lancio di iniziative commerciali di durata non superiore a 15 giorni consecutivi.

ART. 41 – DISTRIBUZIONE DEGLI IMPIANTI NEL TERRITORIO COMUNALE

Nel rispetto della superficie complessiva degli impianti, le tipologie degli impianti di cui al precedente articolo possono essere installati su tutto il territorio comunale secondo le seguenti distribuzioni

Zonizzazione	Aff. istituzionali	Superficie (mq)	Aff. commerciale	Superficie (mq)
Centro storico	15%	165	5%	170
Zona Urbana	30%	330	30%	1020
Zona Periurbana	25%	275	15%	510
Zona Extraurbana	20%	220	5%	170
Zone tutelate	0%	0	0%	0
Zone Speciali	10%	110	45%	1530
TOTALE	100%	1.100,00	100%	3.400,00



CAPO II – PROCEDURE PER IL RILASCIO DELLE CONCESSIONI E DELLE AUTORIZZAZIONI

ART. 42 – CONCESSIONI SU SUOLO PUBBLICO

1. Il Comune concede a soggetti privati la possibilità di collocare su suolo pubblico del territorio comunale (ovvero su beni di proprietà comunale o dati in godimento dal Comune, o appartenenti al demanio o al patrimonio indisponibile comunale) appositi impianti pubblicitari, anche con valenza di pubblica utilità, nel rispetto dei limiti complessivi di superfici e di zona previsti dal presente Piano, nonché concede l'utilizzo di impianti pubblicitari di proprietà comunale.

2. La concessione comporta oltre al pagamento del canone di concessione o di affitto anche la corresponsione dell'imposta sulla pubblicità.

3. La concessione per l'utilizzo del suolo pubblico è disciplinata da una apposita convenzione, stipulata previo svolgimento di procedura ad evidenza pubblica, nella quale dovranno essere precisati il numero e l'ubicazione degli impianti da installare, la durata della concessione ed il relativo canone annuo dovuto al Comune, nonché tutte le altre condizioni necessarie per un corretto rapporto, come le spese, le modalità e i tempi di installazione, la manutenzione, le responsabilità per eventuali danni, il rinnovo o la revoca della concessione, la cauzione e simili.

ART. 43 – AUTORIZZAZIONI

1. Chiunque intenda installare impianti o mezzi pubblicitari individuati nel presente Piano, su suolo pubblico o privato entro e fuori il centro abitato, deve presentare domanda ed ottenere l'autorizzazione amministrativa ai sensi del presente Piano. L'autorizzazione per l'installazione di impianti su suolo privato necessita di autorizzazione preventiva del proprietario del suolo o del bene su cui sarà collocato il mezzo.

2. Il rilascio delle autorizzazioni al posizionamento ed alla installazione degli impianti pubblicitari è di competenza del Comune, salvo il preventivo nulla osta tecnico dell'ente proprietario della strada (dalla quale sia visibile l'impianto), sia statale, regionale, o provinciale, in conformità al 4° comma dell'art. 23 del D.Lgs 30 aprile 1992, n. 285 e successive modificazioni, secondo il seguente ordine di competenza:

- per le strade e le autostrade statali alla direzione compartimentale ANAS competente per territorio o agli uffici statali per le autostrade;
- per le autostrade in concessione alla società concessionaria;
- per le strade regionali provinciali e comunali e di proprietà di altri enti dalle rispettive amministrazioni;
- per le strade militari al comando territoriale competente;
- per l'area demaniale l'ente preposto al controllo.

3. Le forme pubblicitarie indicate negli Artt. 13 e 15 del Decreto 507/93 sono soggette ad autorizzazione Comunale, previa presentazione, almeno 30 giorni prima dell'inizio della pubblicità, di documentata istanza del titolare del mezzo pubblicitario, indicante il tipo, la misura, il luogo, la durata della pubblicità che si intende effettuare e la denominazione e indirizzo del soggetto pubblicizzato.

4. Il soggetto interessato al rilascio dell'autorizzazione presenta la domanda, conformemente al modello allegato al presente piano, in bollo, in triplice copia riportante le indicazioni riguardanti il mezzo pubblicitario che si intende collocare in ordine a:

- Durata dell'esposizione;
- Descrizione del punto di posizionamento, con l'individuazione della Via, del numero civico, della



progressiva chilometrica e numero della strada, se trattasi di strada non comunale, e determinazione della Zona di appartenenza così come definita dall'art. 14 del presente Piano.

5. A corredo dell'istanza dovrà essere allegata la seguente documentazione:

- a) Progetto quotato in scala appropriata e con indicazione della scala stessa;
- b) Relazione tecnica descrittiva dell'impianto che riporti tutte le caratteristiche del mezzo/i pubblicitario/i da installarsi e delle eventuali strutture di supporto indicante materiali, colori e tipo di ancoraggio al suolo o al fabbricato;
- c) Documentazione fotografica a colori che illustri il punto di collocazione e l'ambiente circostante, ossia eventuali elementi ambientali e architettonici interessati dall'impianto e/o l'edificio su cui è applicato;
- d) Planimetria catastale ove sia evidenziata la porzione dell'area e/o dell'immobile in cui si chiede l'autorizzazione all'installazione (con evidenziate le relative distanze dai confini);
- e) Planimetria quotata in scala adeguata del luogo dove si intende collocare l'impianto; che indichi con precisione le distanze degli impianti pubblicitari di cui si chiede l'autorizzazione da altri cartelli e mezzi pubblicitari e segnali stradali, si dovranno riportare inoltre le distanze: dalla carreggiata, dalla segnaletica esistente (segnali di pericolo, di prescrizione, di indicazione), distanza da semafori, intersezioni, la dimensione del marciapiede nonché il senso di marcia dei veicoli;
- f) Dichiarazione in cui si attesta che il manufatto da installare è stato progettato e sarà realizzato e posto in opera tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento in modo da garantirne la stabilità (*art. 53 comma 3° del D.P. R. n. 495/1992*);
- g) Titolo di proprietà o di disponibilità dell'immobile;
- h) Nulla osta del proprietario qualora diverso dal comune;
- i) Copia nulla osta ente proprietario della strada qualora i cartelli ed altri mezzi pubblicitari siano collocati lungo le strade o in vista di esse non di proprietà comunale (*art 4 D.Lgs. n. 285 del 30.04.1992*);
- j) Cauzioni, garanzie e polizze assicurative a copertura di eventuali danni causati dagli impianti;
- k) Nel caso di impianti da installare su suolo pubblico:
 - dichiarazione di impegno a rimuovere l'impianto senza pretesa alcuna nel caso di sopravvenute esigenze dell'Amministrazione concedente;
- l) Copia del versamento dei diritti di segreteria;
- m) Copia del certificato di iscrizione alla C.C.I.A.A.

6. Dovrà essere presentata all'ufficio preposto una richiesta di istruttoria per ogni singolo impianto e, conseguentemente dovrà essere rilasciata dal soggetto appositamente delegato, una singola autorizzazione per ogni impianto pubblicitario (cartelli, ecc.).

7. L'autorizzazione è nominativa. Può essere volturata ai successori aventi causa ed è sufficiente la



presentazione della sola istanza in bollo recante gli estremi dell'atto in corso di validità, da produrre entro 60 giorni dall'acquisto del titolo. Tale istanza legittima il richiedente ad utilizzare il mezzo pubblicitario esistente fino alla naturale scadenza autorizzativa. Tale disposizione vale anche nei casi di subentro.

8. L'avvenuto pagamento dell'imposta non esime il soggetto interessato dall'obbligo di premunirsi di tutti i permessi, autorizzazioni o concessioni, relativi alla effettuazione della pubblicità, qualunque sia la manifestazione pubblicitaria.

ART. 44 – COMUNICAZIONE DI INIZIO E FINE LAVORI

1. L'inizio dei lavori deve essere preventivamente ed inderogabilmente comunicato entro quindici giorni dalla installazione dell'impianto, all'Amministrazione comunale dal titolare dell'autorizzazione.

2. La comunicazione di inizio lavori costituisce valida prova dell'effettivo inizio degli stessi.

3. L'avvenuta installazione deve essere resa nota all'Amministrazione comunale attraverso l'invio di opportuna comunicazione.

ART. 45 – ISTRUTTORIA E RILASCIO DELL'AUTORIZZAZIONE

1. Le competenze relative al rilascio delle autorizzazioni sono affidate ad un'unica unità organizzativa, nello specifico all'Area 9 – Pianificazione e Gestione del Territorio, la quale per l'espletamento dell'istruttoria, si avvale del parere dell'Area 5 - Polizia Municipale e per il computo dell'imposta sulla pubblicità dell'Area 7 – Servizi Economici e Finanziari. Il parere della Polizia Municipale è richiesto per qualsiasi tipologia di impianti pubblicitari ad eccezione delle insegne di esercizio, delle targhe professionali, delle insegne di pubblico interesse, delle insegne su chioschi, delle scritte su tende.

2. L'Area 7 – Servizi Economici e Finanziari prima dell'accettazione del pagamento dell'imposta sulla pubblicità deve verificare l'avvenuta presentazione della richiesta di rilascio autorizzazione o l'avvenuto rilascio della stessa.

Il rilascio dell'autorizzazione da parte dell'Area 9 – Pianificazione e Gestione del Territorio è subordinato all'avvenuto pagamento dell'imposta comunale sulla pubblicità.

3. Per tutte le forme di pubblicità, quali pubblicità sonora, esposizione di locandine, cartoncini e simili, effettuate a cura degli interessati, pubblicità in forma ambulante, ecc. salvo particolari casi da valutarsi in sede di domanda, l'autorizzazione verrà di volta in volta data da parte della Area 5 – Polizia Municipale.

4. I segnali turistici e di territorio di cui all'art. 134 del D.P.R. 16.12.92 n. 495 sono soggetti alla sola Autorizzazione della Polizia Municipale poiché trattasi di segnaletica stradale e non di impiantistica pubblicitaria. L'autorizzazione ha validità per un periodo di tre anni ed è di volta in volta tacitamente rinnovabile per un uguale periodo, salvo i casi di decadenza, revoca e rinuncia dell'autorizzazione.

5. Le istanze sono assegnate al Responsabile del procedimento il quale provvede ad analizzare le richieste di autorizzazione in ordine cronologico di ricezione delle stesse verificando la ricevibilità dell'istanza ovvero la correttezza della compilazione della stessa e la completezza di tutta la documentazione richiesta a corredo; reputata ricevibile provvede a verificare l'inesistenza sul registro delle autorizzazioni di un'autorizzazione in corso di validità, o di un procedimento in corso di evasione, per il medesimo punto di localizzazione o per uno che può influenzare, dal punto di vista delle distanze, quello oggetto di valutazione.



In caso di esito positivo delle verifiche, il funzionario responsabile, entro 60 giorni dalla presentazione dell'istanza di autorizzazione, provvederà ad emanare il provvedimento autorizzativo, in capo al soggetto richiedente, per la durata di anni tre, e alla trascrizione sull'apposito registro del titolo autorizzativo. In caso di esito negativo, entro lo stesso termine, provvederà ad emanare provvedimento di diniego indicando le motivazioni di contrasto dell'istanza con le previsioni generali e/o particolari del presente Piano.

6. 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 15 giorni. In questo caso il termine decorre nuovamente, per intero, dalla presentazione della documentazione integrativa. In caso di mancato ricevimento di quanto richiesto, la domanda presentata si intende decaduta.

7. Per i mezzi pubblicitari da collocarsi su suolo o immobili di proprietà diversa dall'Ente autorizzante, il soggetto interessato alla posa deve ottenere esplicita autorizzazione da parte del soggetto proprietario; pertanto l'autorizzazione comunale ottenuta ai sensi del presente articolo non è sufficiente per la collocazione del mezzo pubblicitario.

8. Per i mezzi pubblicitari da collocarsi su suolo pubblico, con l'autorizzazione ottenuta ai sensi del presente articolo si intende rilasciata anche l'autorizzazione all'occupazione del suolo pubblico in quanto atto endogeno al procedimento amministrativo.

9. Per tutte le fattispecie di impianti pubblicitari contemplate nel presente Regolamento nonché per le tipologie di altra pubblicità per conto altrui, non trova applicazione l'istituto del silenzio - assenso né della denuncia di inizio attività di cui agli artt. 19 e 20 della Legge 7.08.90 n. 241, atteso che il rilascio dell'autorizzazione comunale alla collocazione di impianti pubblicitari comporta valutazioni tecniche e discrezionali nell'ambito di limiti di contingente complessivo.

ART. 46 – VALIDITÀ DELL'AUTORIZZAZIONE

1. L'autorizzazione all'installazione di cartelli, insegne di esercizio e di altri mezzi pubblicitari a carattere permanente ha validità massima per un periodo di tre anni dalla data di rilascio.

2. L'autorizzazione all'installazione di impianti pubblicitari a carattere temporaneo, ha una validità pari alla durata delle promozioni pubblicitarie di manifestazioni, spettacoli o iniziative commerciali a cui si riferiscono oltre che per la settimana precedente e le 24 ore successive alla durata stessa.

ART. 47 – RINNOVO DELL'AUTORIZZAZIONE

1. L'autorizzazione è rinnovabile per eguale periodo a condizione che la richiesta, da prodursi almeno 90 giorni prima della scadenza naturale, provenga dal medesimo soggetto intestatario dell'atto.

2. Nel caso in cui non siano apportate modifiche al mezzo pubblicitario la domanda di rinnovo deve essere corredata dalla sola autodichiarazione che attesti l'assenza di modifiche alla situazione in essere.

3. Il rinnovo è subordinato al regolare assolvimento degli obblighi tributari (imposta sulla pubblicità e canone di concessione).

4. L'amministrazione ha la facoltà di non rilasciare o rinnovare l'autorizzazione per sopravvenute motivazioni riguardanti la sicurezza, o modifiche di norme e/o regolamenti.

5. Le domande di rinnovo pervenute oltre i termini di cui al comma 1 verranno acquisite come nuove



istanze.

ART. 48 – OBBLIGHI DEL TITOLARE DELL'AUTORIZZAZIONE

1. L'installazione degli impianti pubblicitari permanenti deve avvenire a pena decadenza entro un anno dalla data di autorizzazione.

2. Entro quindici giorni dalla installazione, il titolare ha l'obbligo di comunicare all'ufficio competente l'avvenuta installazione dell'impianto pubblicitario allegando una o più foto in formato digitale o stampate per ogni impianto pubblicitario installato.

3. Il titolare dell'autorizzazione ha l'obbligo di:

a) effettuare la dovuta manutenzione, verificando periodicamente il buono stato dell'impianto pubblicitario e lo smaltimento del materiale pubblicitario deteriorato;

b) rispettare nell'effettuare la pubblicità le norme di sicurezza prescritte dai Regolamenti Comunali, dal Nuovo Codice della Strada e dal presente Piano;

c) adempiere nei tempi richiesti a tutte le eventuali prescrizioni impartite dall'Amministrazione Comunale ai sensi dell'art. 405, comma 1 del Regolamento di esecuzione ed attuazione e dell'art. 228 del Nuovo Codice della Strada, per motivate esigenze di interesse pubblico sorte al momento del rilascio dell'autorizzazione o in un momento successivo. Qualora l'amministrazione dovesse richiedere la rimozione di un impianto per motivate esigenze di interesse pubblico, detti impianti avranno priorità nell'assegnazione di un nuovo sito;

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

a) amministrazione rilasciante;

b) soggetto titolare dell'autorizzazione (completo di indirizzo, della sede legale e del n. telefonico);

c) ubicazione dell'impianto (nome, strada, progressiva chilometrica del punto di installazione);

d) numero dell'autorizzazione;

e) data di rilascio dell'autorizzazione;

f) data di scadenza.

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

6. Procedere alla rimozione nel caso di scadenza naturale, decadenza o revoca dell'autorizzazione o insussistenza delle condizioni di sicurezza previste all'atto dell'installazione o di motivata richiesta da parte dell'Ente competente.

ART. 49 – PRESCRIZIONI RELATIVE AGLI IMPIANTI ESISTENTI

1. *Impianti autorizzati conformi.*

I titolari di impianti regolarmente autorizzati e conformi per i quali sia trascorso il periodo di tre anni dal rilascio dell'autorizzazione sono tenuti a richiedere il rinnovo dell'autorizzazione.



2. Impianti autorizzati non conformi per incompatibilità tra tipologia e zona, per inosservanza delle distanze da altri impianti.

Gli impianti pubblicitari esistenti all'entrata in vigore del presente Piano, ancorché non rispondenti ai dettami ivi contenuti, purché regolarmente autorizzati, potranno essere mantenuti in opera fino alla naturale scadenza del provvedimento autorizzativo. Detti impianti hanno priorità nell'assegnazione di un nuovo sito.

3. Non conformi per inosservanza delle caratteristiche costruttive.

Detti impianti devono essere resi conformi mediante adeguamento alle caratteristiche costruttive ed estetiche previste nel presente regolamento.

4. Non conformi per insufficiente stato di conservazione.

Detti impianti devono ricevere entro mesi tre dall'entrata in vigore del presente Piano, l'adeguata manutenzione atta a renderli conformi ai criteri di funzionalità, decoro e sicurezza prescritti nel presente Piano.

5. Impianti privi di autorizzazione conformi.

I mezzi pubblicitari installati senza le previste autorizzazioni conformi a tutte le prescrizioni in esso contenute, potranno essere autorizzati in sanatoria, sulla base di apposita istanza contenente la dichiarazione relativa alla data di installazione resa ai sensi dell'art. 47 del D.P.R. 445/2000 da presentarsi entro centottanta giorni a decorrere dall'entrata in vigore del Piano. In caso di mancata presentazione dell'istanza entro tale termine, il mezzo pubblicitario deve ritenersi abusivo. Il rilascio dell'autorizzazione in sanatoria è subordinato al versamento della sanzione massima prevista quale violazione al regolamento per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e diritti sulle pubbliche affissioni al momento della presentazione della domanda. Il richiedente dovrà inoltre esibire i versamenti effettuati ai fini dell'imposta dovuta o corrisponderli qualora non avesse ancora provveduto. In assenza di domanda di sanatoria presentata, tali impianti dovranno essere rimossi a cura e spese del soggetto proprietario o, in mancanza, a cura dell'Amministrazione che ha facoltà di rivalersi sul soggetto inadempiente. Resta ferma l'applicazione della sanzione massima prevista quale violazione al regolamento per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e diritti sulle pubbliche affissioni, nonché l'applicazione dell'imposta dovuta.

6. Impianti privi di autorizzazione non conformi:

a. Nel caso di cartelli o mezzi pubblicitari, *installati su suolo privato*, senza le previste autorizzazioni alla data dell'entrata in vigore del presente Piano e non conformi a tutte le prescrizioni in esso contenute o in contrasto con esse, l'Amministrazione diffida nei modi di legge il proprietario o il possessore del suolo privato a rimuovere il mezzo pubblicitario a sue spese entro e non oltre dieci giorni dalla comunicazione dell'atto all'uopo emanato. Decorso tale termine si potrà provvedere alla rimozione dell'impianto e porlo a custodia ponendo i relativi oneri a carico del proprietario del suolo.

b. Nel caso di cartelli o mezzi pubblicitari, *installati su suolo demaniale ovvero rientrante nel patrimonio degli enti proprietari delle strade*, senza le previste autorizzazioni e non conformi a tutte le prescrizioni in esso contenute o in contrasto con esse, ovvero nel caso in cui la loro ubicazione costituisca pericolo per la circolazione, l'agente accertatore dispone l'esecuzione degli interventi necessari a cura dell'ente proprietario. Successivamente al compimento degli interventi, l'ente trasmette la nota delle spese sostenute provvedendo al recupero delle stesse, con l'applicazione della sanzione massima prevista quale violazione al regolamento per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e diritti sulle pubbliche affissioni, nonché l'applicazione dell'imposta dovuta.



CAPO III – VIGILANZA E SANZIONI

ART. 50 – VIGILANZA

1. A seguito delle comunicazioni di inizio ed ultimazione dei lavori il Comune può disporre gli opportuni controlli.
2. Il Comune, a mezzo della Polizia Municipale e degli altri uffici competenti in materia, di cui all'art. 53 comma 1 lettere a), b) e c) del D.P.R. n. 495/92 modificato dall'art. 43 del D.P.R. n. 610/96, è tenuto a vigilare, sull'esatto posizionamento dei cartelli, delle insegne e degli altri mezzi pubblicitari rispetto a quanto autorizzato.
3. I settori di cui sopra sono obbligati a vigilare anche sullo stato di conservazione e sulla buona manutenzione dei suindicati manufatti pubblicitari e sui termini in scadenza delle autorizzazioni concesse a norma del presente Piano.
4. Qualunque inadempienza verrà perseguita ai sensi della Legge 24.11.1981 n. 689 e del D.Lgs. n. 42/2004.

ART. 51 – SANZIONI

1. Le violazioni alle norme del presente Piano, che costituiscono infrazioni al Codice della Strada ed al relativo regolamento di Esecuzione, sono punite con le sanzioni amministrative ed accessorie previste dall'art. 23, commi 11, 12 e 13 del C.d.S. secondo le modalità di cui al Titolo VI° del Codice stesso. Le sanzioni vengono irrogate dalla Polizia Municipale.
2. Per tutte le altre violazioni al presente Piano, come anche alle disposizioni legislative riguardanti l'effettuazione della pubblicità e delle disposizioni contenute nei provvedimenti relativi alla installazione degli impianti o alla effettuazione di particolari forme di pubblicità, si applicano le sanzioni di cui all'art. 24 del D.L.vo 507/93.
3. Il termine per la rimozione di cui all'art. 24 comma 2, del D.L.vo 507/93, viene fissato in almeno 15 giorni, fatti salvi i casi di immediato pericolo per la sicurezza delle persone, per i quali il termine è stabilito dall'organo di vigilanza che accerta la violazione. L'interessato può in ogni caso, entro il termine previsto per l'esecuzione della rimozione, rivolgere istanza motivata al Dirigente competente per ottenere una proroga di tale termine: il Dirigente competente decide con apposita ordinanza.
4. La determinazione dell'entità delle sanzioni applicabili alle diverse fattispecie di violazioni ha luogo mediante apposito atto amministrativo.

ART. 52 – RIMOZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI ABUSIVI

1. Gli impianti installati senza aver inoltrato e/o ottenuto la prevista autorizzazione all'installazione, sono abusivi. Sono da ritenersi abusivi anche quegli impianti per i quali si è provveduto alla revoca dell'autorizzazione o non conformi alle disposizioni del presente Piano.
2. In caso di installazioni abusive o in contrasto con quanto contenuto nel Piano, il Comune diffida l'autore della violazione ed il proprietario o possessore del suolo privato, nei modi di legge, a rimuovere il mezzo pubblicitario a loro spese e non oltre il termine di 10 giorni dalla data di comunicazione dell'atto. Decorso il suddetto termine, senza che sia intervenuta opposizione, il Comune provvede ad effettuare la rimozione del mezzo pubblicitario ed alla sua custodia ponendo i relativi oneri a carico dell'autore della violazione e, in via tra loro solidale, del proprietario o



possessore del suolo. Nello stesso modo si procede per la rimozione di mezzi pubblicitari installati nelle zone sottoposte a vincolo. Nel caso in cui i mezzi pubblicitari siano installati su suolo demaniale ovvero rientrante nel patrimonio del Comune o nel caso in cui la loro ubicazione lungo strade e fasce di pertinenza costituisca pericolo per la circolazione, in quanto in contrasto con le disposizioni contenute nel Piano, il Comune esegue senza indugio la rimozione del mezzo pubblicitario. Successivamente alla stessa il Comune trasmette la nota delle spese al Prefetto che emette ordinanza – ingiunzione di pagamento. Tale ordinanza costituisce titolo esecutivo ai sensi di legge.

3. Il materiale eventualmente rimosso viene custodito e messo comunque a disposizione degli interessati. In caso di mancato ritiro da parte degli interessati entro tre mesi dalla data di comunicazione dell'avvenuta rimozione dei mezzi pubblicitari abusivi e della relativa procedura di ritenzione degli stessi, il Comune provvederà all'alienazione ovvero alla distruzione dei manufatti abusivi rimossi coattivamente, fatta sempre salva la ripetizione delle spese sostenute nei confronti dei titolari degli impianti.

4. Indipendentemente dalla sopra indicata procedura e dall'irrogazione delle sanzioni, il Comune può disporre l'immediata copertura della pubblicità abusiva, in modo che sia privata di efficacia, addebitando le conseguenti spese sostenute ai soggetti detentori degli impianti abusivi in solido con il committente della pubblicità.

5. All'esterno della perimetrazione del centro abitato limitatamente alle strade di proprietà comunale, gli impianti che vengano rilevati come abusivi, così come sopra definiti dovranno essere rimossi a seguito dell'emanazione di specifica ordinanza che dovrà essere notificata al soggetto individuato come proprietario del mezzo oppure ove questo non venisse individuato al soggetto fruitore del messaggio. L'ordinanza andrà anche notificata, nel caso questo fosse soggetto privato, al proprietario del terreno su cui il mezzo è stato installato; l'impianto andrà quindi rimosso entro il termine indicato nell'ordinanza che non può essere in ogni caso superiore a 30 giorni. In caso di inottemperanza da parte del trasgressore la rimozione sarà effettuata a cura del comune o da un soggetto da esso incaricato; il mezzo rimosso sarà sequestrato a cura del Comune a garanzia dei costi di rimozione e del pagamento delle relative sanzioni così come disposto dall'art 24 del D.lgt. 507/93.



CAPO IV – DISPOSIZIONI FINALI E TRANSITORIE

ART. 53 – ABROGAZIONE DI PRECEDENTI DISPOSIZIONI

Con effetto dall' entrata in vigore del presente Piano, esso sostituisce ogni altra precedente disposizione e regolamentazione comunale in materia.

ART. 54 – NORMA DI RINVIO

Per quanto non espressamente previsto dal presente Piano si rinvia alle norme ed alle leggi vigenti in materia.

ART. 55 – ENTRATA IN VIGORE

Il presente regolamento entra in vigore dopo l'approvazione degli organi competenti e la pubblicazione per 15 giorni consecutivi all'Albo Pretorio del Comune ai sensi dell'art. 124 del Testo Unico degli Enti Locali approvato con legge n. 267/2000.

