

COMUNE DI PONTE SAN PIETRO
Provincia di Bergamo

*Approvato dal Consiglio comunale con
deliberazione nr. 18 in data 27 maggio 2004*



***NORME DI INDIRIZZO
PER LA REDAZIONE DEL PIANO GENERALE
DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI E DISPOSIZIONI
REGOLAMENTARI PER LA DISCIPLINA
DELL'INSTALLAZIONE DEI SUDDETTI IMPIANTI***

TITOLO I - DISPOSIZIONI GENERALI	4
Art. 1 - Quadro normativo di riferimento	4
Art. 2 - Campo di applicazione	4
Art. 3 – Attività istruttoria ai fini dell’installazione degli impianti	5
Art. 4 – Proposta per l’istituzione del “Concessionario per la gestione della pubblicità su elementi di arredo urbano”	5
Art. 5 - Classificazione dei mezzi pubblicitari	6
Art. 6 - Durata dell’esposizione	7
Art. 7 - Classificazione della viabilità	7
Art. 8 - Centro abitato: ridefinizione delle strade di tipo C	9
Art. 9 - Suddivisione del territorio in zone omogenee	9
Art. 10 - Deroghe concesse alle distanze previste dal nuovo codice della strada	10
TITOLO II - LA PUBBLICITA' ESTERNA	13
Art. 11 - Criteri per le nuove installazioni	13
Art. 12 - Norme generali di installazione	13
Art. 13 - Disciplina dell'installazione dei mezzi pubblicitari nell'ambito del centro abitato	15
Art. 14 - Disciplina dell'installazione dei mezzi pubblicitari, al di fuori del centro abitato	16
Art. 15 - Autorizzazioni	17
Art. 16 - Obblighi del titolare dell'autorizzazione	19
Art. 17 - Vigilanza	20
Art. 18 - Rimozione dei mezzi pubblicitari abusivi	20
Art. 19 - Quantità e ripartizione delle superfici	21
Art. 20 - Assegnazione degli spazi per le affissioni dirette	21
Art. 21 - Disposizioni transitorie	22
Art. 22- Entrata in vigore	22

TITOLO I - DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1 - Quadro normativo di riferimento

Le norme contenute nel presente documento e le disposizioni del Piano Generale degli Impianti Pubblicitari (la cui approvazione è attribuita alla competenza della giunta comunale) successivamente denominato Piano, integrano le norme contenute nel vigente Regolamento comunale per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, nel vigente Codice della Strada e relativo Regolamento di esecuzione ed attuazione, nonché nelle altre leggi, statali o regionali, relative alla tutela di particolari beni e alla disciplina dell'uso del territorio.

La pubblicità esterna e le pubbliche affissioni sono effettuate nel territorio del Comune di Ponte San Pietro in conformità al presente documento e alle disposizioni del Piano, adottati in attuazione a quanto stabilito dagli art. 3, 18 e 36 c.8, del D. Lgs. 15 Novembre 1993, n. 507 e dal Regolamento Comunale.

Il presente documento detta: Nel "Titolo I" i criteri generali ai quali si farà riferimento per tutte le indicazioni riportate nei successivi Titoli. Il "Titolo II" individua gli ambiti del territorio comunale nei quali sono localizzati i mezzi di pubblicità esterna, come dalle definizioni del D. Lgs. 285/1992 (Nuovo Codice della Strada) e relativo Regolamento di esecuzione ed attuazione DPR 16 Dicembre 1992 n. 495, con le modifiche introdotte dal DPR 16 Settembre 1996 n. 610, all'art. 47, e ne disciplina l'installazione. Il "Titolo III" definisce invece gli indirizzi per localizzazione nel territorio comunale degli impianti per le pubbliche affissioni ed il quantitativo in osservanza di quanto previsto dal Regolamento Comunale; il "Titolo IV" detta le norme transitorie e finali.

Il Piano approvato dalla Giunta è suscettibile di variazioni e/o integrazioni, con cadenza annuale. Tali modifiche dovranno essere apportate entro il termine di approvazione del bilancio di previsione di ogni anno ed avranno validità a partire dal 1 gennaio dell'anno a cui il bilancio si riferisce.

Art. 2 - Campo di applicazione

Le norme contenute nel presente documento trovano applicazione nel campo dei mezzi della comunicazione pubblicitaria istituzionale e commerciale, così come classificata secondo il D. Lgs. 15 Novembre 1993 n. 507, 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. Sono altresì esclusi i segni orizzontali reclamistici, così come definiti dall'art. 47 del DPR 16 Dicembre 1992 n. 495, con le modifiche introdotte dal DPR 16 Settembre 1996 n. 610.

La segnaletica direzionale di tipo industriale e/o commerciale installata ai sensi dell'Art. 134 del DPR 16 Dicembre 1992 n. 495, con le modifiche introdotte dal DPR 16 Settembre 1996 n. 610, non è considerata mezzo pubblicitario (vedi Risoluzione Min. Fin. n. 48/E/IV/7/609 del 1 Aprile 1996) per cui il suo utilizzo non è regolamentato dalle norme del presente documento, ma esclusivamente da quanto prescritto dal Nuovo Codice della Strada Art. 39 e relativo Regolamento di esecuzione ed attuazione.

Art. 3 – Attività istruttoria ai fini dell’installazione degli impianti

Il servizio incaricato deve:

- esaminare le domande in ordine progressivo al numero di protocollo di registrazione d'ufficio**
- accertare la conformità della documentazione tecnica a quanto previsto nel Piano ed eventualmente predisporre la modulistica necessaria**
- proporre le eventuali modifiche al Piano e ritenute necessarie per rendere più utile e corretto l’utilizzo di tale strumento**
- convocare direttamente il richiedente e/o la ditta installatrice nell'eventuale necessità di acquisire chiarimenti**
- richiedere, per i casi di installazioni da collocarsi su edifici di particolare interesse storico-artistico, l'eventuale campionatura del materiale impiegato e del colore prescelto**
- prescrivere le modifiche ritenute necessarie affinché gli impianti possano inserirsi adeguatamente ed armoniosamente negli edifici e nell'ambiente, accertando il rispetto delle prescrizioni contenute nei piani urbanistici e nel regolamento edilizio;**
- motivare il rigetto della domanda, in conformità a quanto disposto dal presente documento , dal Piano e dalle norme vigenti**
- concedere, previo nulla-osta della Giunta comunale, temporanee, eventuali ed eccezionali deroghe alle norme contenute nel presente Piano**
- istituire e mantenere il Registro delle autorizzazioni**

Art. 4 – Proposta per l’istituzione del “Concessionario per la gestione della pubblicità su elementi di arredo urbano”

1.La gestione della pubblicità sulle strutture di arredo urbano e, più in generale, sul territorio comunale, potrà essere affidata ad uno o più concessionari interamente o a lotti (ad esempio assegnando la gestione delle transenne parapedonali ad un concessionario, i cartelli ad un altro, ecc.).

2.I concessionari per la gestione pubblicitaria delle strutture di arredo urbano e pubblicità esterna, avranno diritto di privativa ad operare nell'installazione e nella gestione delle strutture di arredo urbano e pubblicità esterna, nel pieno rispetto e responsabilità delle norme

contenute nel presente documento e nel Piano. Il rapporto tra l'Amministrazione Comunale ed i concessionari saranno disciplinati da una convenzione e/o capitolato. Le norme contenute in tale convenzione o capitolato saranno da intendersi sostitutive ove in contraddizione con quelle del Piano oppure integrative nel caso in cui il Piano stesso non le avesse previste.

Il diritto di privativa, di cui sopra, conferisce pieni poteri per le installazioni che poggiano sul suolo pubblico ed all'interno della delimitazione del centro abitato.

Art. 5 - Classificazione dei mezzi pubblicitari

Al fine di definire le modalità di installazione degli impianti pubblicitari, essi vengono classificati in funzione della tipologia, come dall'art. 47 del Regolamento di esecuzione ed attuazione DPR 16 Dicembre 1992 n. 495, con le modifiche introdotte dal DPR 16 Settembre 1996 n. 610. La citata classificazione suddivide le tipologie di impianti pubblicitari nelle seguenti:

Art. 47 Comma 1

- INSEGNA DI ESERCIZIO -

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.

Art. 47 Comma 2

- PREINSEGNA -

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 su entrambe le facce, supportato da un'ideale struttura di sostegno, finalizzata alla pubblicizzazione direzionale della sede dove si esercita una determinata attività ed installata in modo da facilitare il reperimento della sede stessa e comunque nel raggio di 5 Km. Non può essere luminosa, né per luce propria, né per luce indiretta.

Art. 47 Comma 4

- CARTELLO -

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. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.

Art. 47 Comma 5

- STRISCIONE, LOCANDINA E STENDARDO -

Si definisce "striscione, locandina e stendardo" l'elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, mancante di una superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa. Può essere luminoso per luce indiretta. La

locandina, se posizionata sul terreno, può essere anche in materiale rigido.

Art. 47 Comma 6 - SEGNO ORIZZONTALE RECLAMISTICO -

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.

Art. 47 Comma 7- IMPIANTO PUBBLICITARIO DI SERVIZIO –

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 che può essere anche luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.

Art. 47 Comma 8-- IMPIANTI DI PUBBLICITA' O PROPAGANDA

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 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

Art. 6 - Durata dell'esposizione

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

Mezzi Temporanei : appartengono a questa categoria i mezzi esplicitamente finalizzati all'esposizione di pubblicità relazionata a speciali eventi di durata limitata quali manifestazioni, spettacoli, mostre, fiere, vendite, offerte promozionali, ecc..

Mezzi Permanenti : rientrano in tale categoria i mezzi pubblicitari , vincolati solidalmente al suolo o ad altre strutture in elevazione, destinati a costituire un supporto duraturo per l'esposizione di messaggi pubblicitari quali: cartelli, tabelle murali, cippi e trespoli, impianti associati a prestazioni di pubblico interesse (transenne parapetonali, cestini portarifiuti, ...) ecc.

Art. 7 - Classificazione della viabilità

L'art. 2 comma 2 del Nuovo Codice della Strada classifica gli elementi della struttura viaria in funzione delle loro caratteristiche costruttive, tecniche e funzionali nei seguenti tipi:

A) AUTOSTRADE

Strada extraurbana o urbana a carreggiate indipendenti o separate da spartitraffico invalicabile, ciascuna con almeno due corsie di marcia, eventuale banchina pavimentata a sinistra e corsia di emergenza o banchina pavimentata a destra, priva di intersezioni a raso e accessi privati, dotata di recinzione e di sistemi di assistenza all'utente lungo l'intero tracciato, riservata alla circolazione di talune categorie di veicoli a motore e contraddistinta da appositi segnali di inizio e fine. Deve essere attrezzata con apposite aree di servizio ed aree di parcheggio, entrambe con accessi dotati di corsie di decelerazione e di accelerazione. (Lettera così modificata dall'art. 1 del D.Lgs. 10 settembre 1993, n. 360, in vigore dal 1 settembre 1993).

B) STRADE EXTRAURBANE PRINCIPALI

Strada a carreggiate indipendenti o separate da spartitraffico invalicabile, ciascuna con almeno due corsie di marcia e banchina pavimentata a destra, priva di intersezioni a raso, con accessi alle proprietà laterali coordinati, contraddistinta dagli appositi segnali di inizio e fine, riservata alla circolazione di talune categorie di veicoli a motore; per eventuali altre categorie di utenti devono essere previsti opportuni spazi. Deve essere attrezzata con apposite aree di servizio, che comprendano spazi per la sosta, con accessi dotati di corsie di decelerazione e di accelerazione. (Lettera così modificata dall'art. 1 del D.Lgs. 10 settembre 1993, n. 360, in vigore dal 1 settembre 1993).

C) STRADE EXTRAURBANE SECONDARIE

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

D) STRADE URBANE DI SCORRIMENTO

Strada a carreggiate indipendenti o separate da spartitraffico, ciascuna con almeno due corsie di marcia, ed una eventuale corsia riservata ai mezzi pubblici, banchina pavimentata a destra e marciapiedi, con le eventuali intersezioni a raso semaforizzate; per la sosta sono previste apposite aree o fasce laterali estranee alla carreggiata entrambe con immissioni ed uscite concentrate. (Lettera così modificata dall'art. 1 del D.Lgs. 10 settembre 1993, n. 360, in vigore dal 1 settembre 1993).

E) STRADE URBANE DI QUARTIERE

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

F) STRADE LOCALI

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

Ai fini del presente documento e fino all'emanazione dei criteri di classificazione previsti dall'art. art.4 della L.r.4 maggio 2001, nr. 9 applicando quanto previsto dall'art. 2 del D.Lgs. 30 aprile 1992, nr 285, le strade all'interno del centro abitato di Ponte San Pietro sono classificate dalla Giunta comunale nell'ambito del Piano generale degli impianti.

Il piano classificherà tra le strade di tipo F (Strade locali) vie, piazze e località comprese all'interno del territorio comunale e non specificamente individuate come appartenenti alle altre tipologie.

Art. 8 - Centro abitato: ridefinizione delle strade di tipo C

Ai fini del presente documento e per la redazione del Piano generale degli impianti le strade di tipo "C", nel solo tratto di attraversamento del centro abitato, sono classificate come strade urbane di tipo "E".

Art. 9 - Suddivisione del territorio in zone omogenee

Ai fini del presente documento e per la redazione del Piano il territorio comunale è suddiviso in zone omogenee secondo la seguente classificazione.

ZONE SITUATE ENTRO IL LIMITE DEL CENTRO ABITATO individuato con deliberazione della Giunta comunale nr.26 in data 11 maggio 1994

All'interno di questa delimitazione sono individuate, come da PRGC, le seguenti aree :

Zona A – Centro storico

E' l'area come tale classificata dal Piano regolatore generale. Ad essa sono assimilate, ai fini del presente documento, le aree che comprendono le zone sottoposte ai vincoli della L. 1089/39 e s.m.i., L. 1497/39 e s.m.i., D.L. 431/85 e s.m.i. (ora D.Lgs. nr.42/2004). Le strade collocate sul perimetro di questa zona rientrano in essa per quanto attiene tutti i manufatti pubblicitari da collocarsi su entrambi i lati delle stesse, fino ad una distanza di 5 metri dai fili esterni dei fabbricati, verso il limite esterno della zona. Rientrano in questa zona le seguenti aree individuate dal PRGC:

Zone di tipo "A"

Zona di Locate Capoluogo

Fascia di rispetto del fiume Brembo

Zona B - Centro Abitato

Questa zona individua tutte le aree perimetrare come centri abitati ai sensi del Nuovo Codice delle Strada, considerate come aree di edilizia prevalentemente consolidata che non presentano particolari esigenze di regolamentazione dal punto di vista dell'inserimento di impianti pubblicitari.

Zona C - Aree industriali, commerciali, artigianali

Sono le zone contraddistinte dalla presenza di insediamenti residenziali - misti, per il terziario (commercio, servizi, ecc.), nonché le zone degli insediamenti consolidati con destinazione prevalentemente produttiva, anche con caratteristiche commerciali e terziarie. Rientrano in questa zona le seguenti aree individuate dal PRGC:

Zone artigianali , industriali, commerciali e annonarie, da "D1" a "D5"

ZONE SITUATE AL DI FUORI DEL CENTRO ABITATO

Il territorio comunale esterno alla delimitazione del centro abitato rappresenta un'area nella quale sono recepite integralmente le norme di cui all'art. 23 del D. Lgs. 285/1992 (Nuovo Codice della Strada) e relativo Regolamento di esecuzione ed attuazione DPR 16 Dicembre 1992 n. 495, con le modifiche introdotte dal DPR 16 Settembre 1996 n. 610. Oltre a quanto sopra saranno da considerare, qualora esistenti, tutti i vincoli imposti dalla normativa vigente Nell'ambito di questa parte del territorio eventuali nuclei antichi costituiti delle borgate isolate, gli antichi casali e/o fattorie di particolare pregio storico vengono assimilati, ai fini del presente documento e della redazione del Piano, alla zona "A" e pertanto assoggettabili a doppia normativa, cioè quella del Codice della Strada e della normativa specifica di zona tipo "A", così come per le eventuali aree classificate da PRGC come zone industriali, artigianali, commerciali ed annonarie.

Art. 10 - Deroghe concesse alle distanze previste dal nuovo codice della strada

Sulla base di quanto contenuto nell'art. 23 comma 6 del Nuovo Codice della Strada, i comuni hanno la facoltà di concedere deroghe, all'interno dei centri abitati e limitatamente alle strade di tipo E ed F, alle norme relative alle distanze minime per il posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari, sempre nel rispetto delle esigenze di sicurezza della circolazione stradale. Il Regolamento di esecuzione ed attuazione del Nuovo Codice della Strada, art. 51 comma 4, stabilisce inoltre che la distanza dal limite della carreggiata, all'interno dei centri abitati, è fissata dal regolamento, sempre che siano rispettate le disposizioni dell'art. 23 comma 1 del Nuovo Codice della Strada. Le distanze considerate si applicano nel senso delle singole direttrici di marcia. Nel caso in cui esistano, a distanza inferiore di quella prevista dalla carreggiata, altre costruzioni o alberi è ammesso il posizionamento in allineamento agli stessi. Le distanze in deroga applicate all'interno del

centro abitato per gli impianti pubblicitari, ad esclusione dei mezzi come definiti dall'art. 47 comma 1 e 7 del regolamento di esecuzione ed attuazione del nuovo codice della strada,, sono rappresentate nella seguente tabella. A queste deroghe fanno eccezione, all'interno del centro abitato, le strade di tipo "A", "B", e "D" per le quali, pertinenze comprese, valgono le norme del Codice della Strada e del relativo Regolamento di attuazione.

Tab. 1 – Tabella per l'applicazione delle distanze all'interno del centro abitato

<u>Entro centro abitato, Strade E ed F</u> (distanze minime ammesse espresse in metri)		
Distanze	Impianti paralleli al senso di marcia dei veicoli	Impianti perpendicolari al senso di marcia dei veicoli
Dal limite della carreggiata	0,5	1
Dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari	Non applicabile se la distanza dalla carreggiata è \geq a 0,5 m.	8
Prima dei segnali stradali di pericolo e di prescrizione	Non applicabile se la distanza dalla carreggiata è \geq a 0,5 m.	15
Dopo i segnali stradali di pericolo e di prescrizione	Non applicabile se la distanza dalla carreggiata è \geq a 0,5 m.	10
Prima dei segnali di indicazione	Non applicabile se la distanza dalla carreggiata è \geq a 0,5 m.	15
Dopo i segnali di indicazione	Non applicabile se la distanza dalla carreggiata è \geq a 0,5 m.	10
Dal punto di tangenza delle curve	Non applicabile se la distanza dalla carreggiata è \geq a 0,5 m.	10
Prima delle intersezioni	Non applicabile se la distanza dalla carreggiata è \geq a 0,5 m.	10/20 *
Dopo le intersezioni	Non applicabile se la distanza dalla carreggiata è \geq a 0,5 m.	10
Dagli imbocchi delle gallerie	Non applicabile se la distanza dalla carreggiata è \geq a 0,5 m.	25

* Nel caso di intersezioni semaforiche la distanza minima da rispettare è di m. 20

TITOLO II - LA PUBBLICITA' ESTERNA

Art. 11 - Criteri per le nuove installazioni

I criteri guida principali presi in considerazione per l'autorizzazione di nuove installazioni rappresentano gli elementi di garanzia relativamente ai temi della:

- n sicurezza**
- n decoro**
- n funzionalità**
- n rispetto della normativa.**

SICUREZZA

Le nuove installazioni dovranno essere predisposte in modo da garantire che i mezzi pubblicitari non costituiscano pericolo o disturbo per la sicurezza stradale, sia per quanto concerne la circolazione veicolare sia per quella pedonale con particolare attenzione per la circolazione delle persone disabili. Particolare attenzione dovrà esser prestata agli aspetti più propriamente visivi oltre che ai criteri di tipo antinfortunistico, ai quali la progettazione e l'ubicazione dovranno conformarsi.

DECORO

Il Piano deve garantire che i mezzi pubblicitari presenti sul territorio comunale non si pongano come elementi di disturbo all'estetica dell'ambiente naturale come di quello umano, ma al contrario, ove possibile, diventino nel contesto cittadino elementi di arredo urbano che ne arricchiscano il panorama.

FUNZIONALITÀ

Particolare attenzione deve essere posta al tema della fruibilità del contesto urbano. L'obiettivo è quello di garantire che i mezzi pubblicitari non costituiscano impedimento ad un funzionale e razionale utilizzo del territorio e, nello stesso tempo, soddisfare le peculiari esigenze della realtà locale.

NORMATIVA

Il ripristino e le nuove installazioni dovranno recepire la normativa prevista e citata, oltre ai criteri e con le deroghe stabilite nei successivi articoli.

Art. 12 - Norme generali di installazione

Il posizionamento di qualsiasi mezzo pubblicitario, indipendentemente da altre normative, ivi compresa la normativa edilizia, dovrà sempre rispettare le seguenti prescrizioni relative agli argomenti di seguito illustrati:

- FORMA E COLORE**

I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari non devono avere sagoma forma di disco, triangolo o ottagono. L'uso del colore rosso è ammesso con particolare cautela.

· **MATERIALI**

I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari devono essere realizzati con materiali non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici. È preferibile, qualora possibile, l'utilizzo dell'alluminio al posto dell'acciaio, sia pur trattato con metodi per impedirne la corrosione, viste le proprie caratteristiche di resistenza agli agenti atmosferici.

· **STRUTTURA**

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

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

· **DISTANZE**

Tutte le distanze che devono essere rispettate dagli impianti pubblicitari saranno misurate dall'estremità degli impianti stessi nella direzione del senso di marcia.

Le distanze relative a monumenti ed opere d'arte in genere sono richieste unicamente se l'impianto entra, da qualsiasi posizione, nel campo visivo dell'elemento da rispettare. Tali distanze saranno chieste ed inserite come prescrizione autorizzativa previo parere positivo, ove necessario, da parte della Soprintendenza.

Ai sensi dell'Art. 51 Comma 8 del Regolamento di esecuzione ed attuazione del Nuovo Codice della Strada, per gli impianti di servizio installati all'interno del centro abitato, non si applicano le distanze previste dalla precedente Tab. 1.

· **ILLUMINAZIONE**

Nessun impianto potrà avere luce intermittente, né di intensità luminosa superiore a 150 candele per m², o che comunque provochi abbagliamento. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari luminosi devono avere una sagoma diversa da quella di disco, triangolo o ottagono.

L'utilizzo della croce rossa luminosa è consentita esclusivamente nelle fattispecie previste dalle specifiche normative.

L'impianto elettrico di ciascuna struttura pubblicitaria dovrà essere dotato di una protezione contro i contatti indiretti mediante trasformatore di isolamento di Classe II o superiori secondo l'evoluzione della normativa tecnica, di protezione contro i cortocircuiti e i sovraccarichi a mezzo di interruttori magneto - termici (o equivalenti o superiori secondo l'evoluzione della migliore tecnologia) 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.

· POSIZIONAMENTO

Il posizionamento dei mezzi pubblicitari, dovrà avvenire in modo tale da consentire sempre la perfetta visibilità degli impianti semaforici. Gli impianti non dovranno essere posti diagonalmente rispetto alla strada . Nel caso in cui, per motivi tecnici, il posizionamento diagonale sia inevitabile, gli impianti dovranno rispettare le prescrizioni più restrittive. I mezzi pubblicitari "a bandiera", posti perpendicolarmente al senso di marcia, qualora non sporgano all'interno della carreggiata, dovranno avere il margine inferiore ad un'altezza non inferiore a m. 2,2 dal piano stradale o dal marciapiede; nel caso in cui prospettino sulla carreggiata, dovranno essere apposti ad un'altezza minima dal suolo di m. 5,2.

· LIMITAZIONI E DIVIETI

Nell'ambito e in prossimità dei luoghi sottoposti a vincoli di tutela di bellezze naturali, paesaggistiche e ambientali non può essere autorizzato il collocamento di cartelli o altri mezzi pubblicitari se non con il previo consenso dell'Ente preposto.

Sugli edifici e nei pressi di luoghi di interesse storico ed artistico, su statue, monumenti, fontane e sugli altri beni di cui al d.lgs. 22 gennaio 2004,nr.42, sul muro di cinta e nella zona di rispetto dei cimiteri, sugli edifici adibiti a sede di ospedali e chiese, è vietato collocare cartelli ed altri mezzi di pubblicità, con eccezione per gli impianti di servizio. Nelle località di cui sopra e sul percorso d'immediato accesso agli edifici può essere invece autorizzata l'installazione, con idonee modalità di inserimento ambientale, dei segnali di localizzazione, turistici e di informazione di cui agli artt. 131, 134, 135, 136 del Regolamento emanato con il DPR 16 settembre 1996, n. 610.

Art. 13 - Disciplina dell'installazione dei mezzi pubblicitari nell'ambito del centro abitato

Su tutto il territorio comunale è permessa l'installazione di transenne parapedonali, ai sensi di quanto previsto dall'art. 51 del DPR 16 Dicembre 1992 n. 495, con le modifiche introdotte dal DPR 16/09/1996 n. 610.

Ai fini della segnaletica direzionale privata è incentivato, su tutto il territorio comunale, l'utilizzo delle indicazioni previste dall'art. 134 del Regolamento di attuazione e di esecuzione del Nuovo Codice della Strada, in sostituzione all'utilizzo di preinsegne. Questa scelta evita la proliferazione di segnaletica con colori e tipologie varie, situazione che andrebbe a discapito della circolazione stradale. In ogni caso la segnaletica privata non deve creare confusione con la segnaletica stradale. Se le strutture sono installate su marciapiede, devono essere rispettate le distanze utili previsti dai regolamenti per il passaggio di

disabili ed in ogni caso non compromettere la funzionalità del marciapiede.

Per quanto riguarda i messaggi pubblicitari esposti su tutto il territorio comunale dovranno essere assolutamente rispettati i principi di rispetto della dignità e di rispetto per la posizione delle persone che frequentano tale zona. L'Amministrazione Comunale si riserva la facoltà di consultare l'Autorità sulla Pubblicità per tutte quelle situazioni che presentano motivazioni di oltraggio ai principi di cui sopra ed esposti sull'intero territorio comunale.

Zona A – Centro storico come definito all'art.9

In questa zona è ammessa l'installazione dei seguenti mezzi pubblicitari:

- Mezzi per la pubblicità permanente di superficie inferiore o uguale a m² 3 per ogni singola facciata, fino ad un massimo di n. 2 facciate per impianto.**

- Impianti pubblicitari associati a prestazione di servizi, aventi superficie per ogni mezzo inferiore a m² 1.**

- In questa zona può essere interdetta, con motivato provvedimento, l'installazione di impianti ad esposizione temporanea, se non per utilizzi di tipo istituzionale ovvero senza fini di lucro e rivolti ad iniziative di tipo culturale, sociale, ecc.**

Qualsiasi mezzo o impianto pubblicitario dovrà essere realizzato ed installato in modo da armonizzarsi con l'ambiente circostante. Vi sarà quindi una maggiore discrezionalità nell'esprimere eventuali motivati dinieghi o prescrizioni al rilascio di autorizzazioni.

Zona B - Centro Abitato

In questa zona è ammessa l'installazione di tutti i mezzi pubblicitari classificati nel presente documento, con particolare attenzione ad evitare un eccessivo affollamento di impianti con superficie espositiva superiore a m² 18 per ogni singola facciata. Come motivato in precedenza, ai fini della segnaletica privata questa area può essere considerata omogenea e pertanto si consiglia l'utilizzo di mezzi come definiti all'art. 134 del Regolamento di attuazione e di esecuzione del Nuovo Codice della Strada.

Zona C - Aree industriali, commerciali, artigianali

In queste zone è ammessa l'installazione di tutti i mezzi pubblicitari classificati nel presente documento.

Art. 14 - Disciplina dell'installazione dei mezzi pubblicitari, al di fuori del centro abitato

In queste zone è ammessa l'installazione di tutti i mezzi pubblicitari, nel rispetto delle norme di seguito descritte.

I mezzi pubblicitari, come definiti all'art. 47 del Regolamento di esecuzione ed attuazione dell'art. 23 del Codice della Strada e dalle norme del presente documento, al di fuori dei centri abitati ed all'interno

degli stessi, ma limitatamente alle strade di tipo A, B, e D, dovranno osservare le prescrizioni stabilite dall'art. 23 del Nuovo Codice della Strada e dagli articoli 48, 49, 50, 51, 52 del relativo Regolamento di attuazione. Tali norme vengono di seguito richiamate, con alcune precisazioni.

- DIMENSIONI

I mezzi pubblicitari non dovranno superare la superficie di m² 6.

- CARATTERISTICHE

I mezzi pubblicitari devono rispettare oltre a quanto previsto nel Nuovo Codice della Strada, le prescrizioni di cui all'art.11 e 12 del presente documento.

- UBICAZIONI E POSIZIONAMENTO

Il posizionamento di cartelli e di altri mezzi pubblicitari deve essere autorizzato ed effettuato nel rispetto delle distanze minime indicate all'art. 51 comma 2 del Regolamento di attuazione dell'art. 23 del Nuovo Codice della Strada. Le distanze citate all'indicato comma 2, ad eccezione di quelle relative alle intersezioni ed alla distanza dal limite della carreggiata, non si applicano per i mezzi pubblicitari collocati parallelamente al senso di marcia e/o in aderenza a fabbricati esistenti.

Lungo le strade ed in prossimità delle stesse, è ammessa la posa in opera di cartelli o altri mezzi pubblicitari abbinati alla prestazione di servizi utili per gli utenti della strada quali orologi e (negli spiazzi con parcheggio) contenitori per rifiuti, panchine, pensiline, transenne parapetonali ed altre, sempre che siano rispettate le distanze minime previste. Nel caso in cui ciascun cartello abbinato ad un servizio abbia una superficie di esposizione inferiore a m² 1, non si applicano le distanze rispetto ai cartelli ed agli altri mezzi pubblicitari.

Art. 15 - Autorizzazioni

L'installazione di tutti i mezzi pubblicitari è soggetta al rilascio della necessaria autorizzazione. Quando i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari collocati su una strada sono visibili da un'altra sponda appartenente ad Ente diverso, il rilascio dell'autorizzazione è subordinato al preventivo nulla osta tecnico di quest'ultimo. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari posti lungo le sedi ferroviarie, quando visibili dalla strada, sono soggetti alle disposizioni del presente documento e la loro collocazione viene autorizzata dall'Ente proprietario, previo nulla osta dell'Ente proprietario della strada da cui il messaggio risulta visibile.

Per tutti i mezzi e gli impianti da installare fuori dalla perimetrazione del centro abitato, si rimanda interamente alle prescrizioni contenute nell'art. 53 del Regolamento di attuazione dell'art. 23 del Nuovo Codice della Strada.

AUTORITÀ COMPETENTE

A) Zone esterne al centro abitato

L'autorizzazione al posizionamento di cartelli (fatto salvo il possesso di idoneo titolo che consenta l'utilizzazione dell'area) e di altri mezzi pubblicitari lungo le strade o in vista di esse è rilasciata:

- per le autostrade statali dalla direzione dell'Ente gestore competente per territorio o dagli uffici speciali per le autostrade**
- per le autostrade in concessione dalla società concessionaria**
- per le strade regionali, provinciali, comunali e di proprietà di altri Enti, dalle rispettive amministrazioni**
- per le strade militari dal comando territoriale competente**

B) Zone comprese entro il Centro Abitato

L'autorizzazione al posizionamento di cartelli o di altri mezzi pubblicitari all'interno dei centri abitati è rilasciata dal competente servizio comunale.

DOCUMENTAZIONE

Il soggetto interessato al rilascio di un'autorizzazione per l'installazione di altri mezzi pubblicitari, deve presentare la relativa domanda allegando: :

- Un progetto in scala adeguata delle viste dell'impianto con l'indicazione di materiali e misure e di una planimetria indicante il sito di installazione, comprensiva di rilievo fotografico del contesto urbano adiacente. Per le posizioni su edifici, le fotografie devono essere tali da consentire una completa visione di basamento e facciata, con gli eventuali altri impianti pubblicitari esistenti**
- Una dichiarazione, redatta da un tecnico competente (geometra, ingegnere o altro titolo equivalente) ai sensi del D.P.R. 28 Dicembre 2000, n. 445 e s.m.i., con la quale si attesti che il manufatto che si intende collocare è realizzato e sarà posto in opera, tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento, in modo da garantire la stabilità e la conformità alle norme previste a tutela della circolazione dei veicoli e delle persone, con assunzione di ogni conseguente responsabilità**
- Una dichiarazione che attesti la conformità dell'installazione da effettuare alle norme del presente documento e a quanto prescritto dal Piano approvato dalla Giunta comunale.**
- Nel caso di impianti che utilizzino circuiti elettrici, il progetto va completato con la dichiarazione della sua conformità a tutta la normativa vigente in materia**
- Il nulla osta tecnico dell'Ente proprietario della strada, se la stessa non è comunale e, in ogni caso, una dichiarazione liberatoria degli eventuali terzi interessati**
- Copia del bozzetto grafico.**

Il dirigente competente può, con proprio atto, disciplinare le modalità di documentazione della domanda prevedendo anche l'utilizzazione di supporti informatici o la trasmissione con posta elettronica.

RILASCIO DELL'AUTORIZZAZIONE

Il dirigente del competente servizio entro i 60 giorni successivi a quello di presentazione della domanda concede o nega l'autorizzazione. In caso di diniego, questo deve essere motivato. Trascorsi 60 giorni dalla presentazione della richiesta senza che sia stato emesso alcun provvedimento, l'interessato può procedere, ove abbia la disponibilità dell'area, all'installazione del mezzo pubblicitario, previa presentazione in ogni caso, della dichiarazione ai fini dell'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del rispetto di tutte le norme necessarie.

DURATA

Salva diversa indicazione, l'autorizzazione all'installazione di cartelli o di mezzi pubblicitari permanenti ha validità per un periodo di tre anni ed è rinnovabile; essa deve essere intestata al soggetto richiedente. Per il concessionario invece l'autorizzazione potrà essere collegata alla convenzione contratto stipulata con il Comune, per cui la relativa durata sarà pari a quella della convenzione stessa.

Art. 16 - Obblighi del titolare dell'autorizzazione

E' obbligo del titolare dell'autorizzazione di:

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

Il titolare dell'autorizzazione rilasciata per la posa di mezzi temporanei deve provvedere alla rimozione degli stessi entro le ventiquattro ore

successive alla conclusione della manifestazione o dello spettacolo per il cui svolgimento sono stati autorizzati, ripristinando il preesistente stato dei luoghi ed il preesistente grado di aderenza delle superfici stradali.

Le disposizioni citate si applicano anche nel caso in cui l'installazione o la posa del mezzo pubblicitario sia avvenuta a seguito del verificarsi del silenzio assenso da parte del Comune.

Art. 17 - Vigilanza

Gli enti proprietari delle strade, l'Amministrazione Comunale, il concessionario degli impianti delle pubbliche affissioni ed il concessionario di cui all'art. 4, nell'ambito di tutto il territorio comunale, sono tenuti a vigilare, per mezzo del loro personale, sulla corretta realizzazione e sull'esatto posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari rispetto a quanto autorizzato. Gli stessi enti sono obbligati a vigilare anche sullo stato di conservazione e sulla buona manutenzione dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari oltre che sui termini di scadenza delle autorizzazioni.

Qualunque inadempienza venga rilevata da parte del personale incaricato della vigilanza, dovrà essere contestata a mezzo di specifico verbale al soggetto che ha commesso l'infrazione il quale deve procedere entro il termine fissato. Decorso tale termine l'ente proprietario, valutate le osservazioni avanzate dalla persona a cui è stata contestata l'infrazione, entro quindici giorni, può provvedere d'ufficio, rivalendosi per le spese sul responsabile della violazione, oppure procedere alla rimozione dell'impianto in causa. Limitatamente al disposto dell'art. 23, comma 3, del Nuovo Codice della Strada la vigilanza può essere svolta, nell'ambito delle rispettive competenze, anche da funzionari dei Ministeri dell'Ambiente e dei Beni Culturali, i quali trasmettono le proprie segnalazioni all'Ente proprietario della strada per i provvedimenti di competenza.

Tutti i messaggi pubblicitari e propagandistici che possono essere variati senza autorizzazione ai sensi dell'art. 53, comma 8 e 9 del Regolamento di esecuzione del nuovo codice della strada, se non rispondenti al disposto dell'art. 23, comma 1, del Nuovo Codice della Strada, devono essere rimossi entro le quarantotto ore successive alla notifica del verbale di contestazione, a cura e spese del soggetto titolare dell'autorizzazione o del concessionario. In caso di inottemperanza si procede d'ufficio rivalendosi per le spese sul soggetto titolare dell'autorizzazione.

Tutti i mezzi, esposti difformemente dalle autorizzazioni rilasciate, dovranno essere rimossi previa contestazione scritta, a cura e spese del soggetto titolare dell'autorizzazione, entro il termine di quarantotto ore dalla diffida pervenuta. In caso di inottemperanza si procede

d'ufficio o tramite il concessionario per la riscossione dell'imposta sulla pubblicità e degli impianti delle pubbliche affissioni, rivalendosi per le spese sostenute sul soggetto titolare dell'autorizzazione.

Art. 18 - Rimozione dei mezzi pubblicitari abusivi

Gli impianti installati senza aver inoltrato e/o ottenuto la prevista autorizzazione all'installazione, sono abusivi. Sono da ritenersi abusivi anche quegli impianti per i quali si è provveduto alla revoca dell'autorizzazione o non conformi alle disposizioni del presente documento o del Piano.

Ai sensi della Legge 7 Dicembre 1999, n. 472, art. 30, in caso di installazioni abusive o in contrasto con quanto contenuto nel Piano, il Comune intima all'autore della violazione ed al proprietario o possessore del suolo privato, nei modi di legge, di rimuovere il mezzo pubblicitario a loro spese e non oltre il termine di dieci giorni dalla data di comunicazione dell'atto. Decorso il suddetto termine, il Comune o il concessionario provvedono 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 o nella zona "A". 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 presente documento o nel Piano, il Comune o il concessionario eseguono 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. Il Comune può disporre inoltre, mediante ordinanza del Dirigente competente, la rimozione degli impianti pubblicitari abusivi nonché la rimozione o lo spostamento di qualsiasi mezzo pubblicitario, quando ciò sia imposto da esigenze estetiche, di servizio o di viabilità, oppure da cause di forza maggiore quali la demolizione o la costruzione di edifici o altre esigenze di interesse pubblico. Nell'ordinanza viene prevista, in caso di inottemperanza all'ordine di rimozione o di spostamento entro il termine assegnato, l'esecuzione d'ufficio addebitando le spese relative.

Indipendentemente dalla procedura di rimozione degli impianti, il Comune o il concessionario, provvedono alla copertura della pubblicità abusiva, con successiva notifica di apposito avviso con invito all'utente al pagamento delle spese sostenute per la copertura e/o rimozione. Qualora non sia possibile identificare il responsabile della pubblicità

abusiva, si procede direttamente al sequestro e la relativa ordinanza viene pubblicata all'albo pretorio per 15 giorni consecutivi.

TITOLO III - LE PUBBLICHE AFFISSIONI

Art. 19 - Quantità e ripartizione delle superfici

Le superfici destinate alle pubbliche affissioni sono calcolate in maniera proporzionale al numero degli abitanti ed è comunque non inferiore a 12 m² ogni mille abitanti. Ai sensi del combinato disposto dagli art. 3 e 18 del decreto legislativo n. 507/93 e in considerazione della situazione di fatto determinatasi la superficie complessiva degli impianti destinati alle pubbliche affissioni è fissata in m² 45 ogni 1.000 abitanti. La ripartizione della superficie per le utilizzazioni ammesse è disposta dalla giunta comunale con l'approvazione del Piano generale degli impianti.

Art. 20 - Assegnazione degli spazi per le affissioni dirette

Ai sensi dell'Art. 3 del D.lgs. 507/93, verrà attribuita a soggetti privati, diversi dal Concessionario del pubblico servizio ed in forma concessoria, la facoltà di installare impianti per l'effettuazione di affissioni dirette. La superficie complessiva assegnabile a tale scopo è individuata dal Piano generale degli impianti. Detta superficie non è compresa in quella destinata al servizio pubblico ed è riferita esclusivamente agli impianti di grande formato (poster cm 600x300). Tali impianti devono essere forniti e collocati a cura e spese del privato richiedente nel rispetto di tutte le norme previste nel presente documento di indirizzo e nel Piano. Gli spazi saranno affidati in concessione ai privati mediante procedure ad evidenza pubblica sulla base di uno schema di contratto che preveda la durata della concessione, l'ammontare del deposito cauzionale, l'obbligo del pagamento di un canone di concessione e della tassa di occupazione spazi e ed aree pubbliche ovvero dell'affitto ove l'installazione sia da effettuare su beni di proprietà del comune non di uso pubblico, nonché tutte le disposizioni cautelative con esplicito richiamo alle procedure concernenti le norme ed autorizzazioni relative agli impianti pubblicitari.

TITOLO IV NORME FINALI E TRANSITORIE

Art. 21 - Disposizioni transitorie

1. Le autorizzazioni già rilasciate e le convenzioni stipulate alla data di entrata in vigore del presente regolamento conservano efficacia fino alla loro naturale scadenza. Il loro eventuale rinnovo sarà soggetto all'adeguamento a quanto prescritto dal presente documento e dal Piano generale degli impianti.

2. Le autorizzazioni rilasciate senza l'indicazione di un termine finale decadono decorsi 90 giorni dall'apposita comunicazione inviata ai soggetti interessati a cura del responsabile del servizio competente. L'individuazione degli impianti di cui al presente comma e l'invio della comunicazione deve essere effettuata non oltre 90 giorni dalla data di entrata in vigore del presente regolamento.

Art. 22- Entrata in vigore

Il presente regolamento entra in vigore a partire dal 1° giorno del secondo mese successivo alla sua approvazione.