

SOMMARIO

CAPO I - DISPOSIZIONI GENERALI

- Art. 1 Quadro Normativo di riferimento
- Art. 2 Oggetto ed ambito di applicazione del Piano Generale degli Impianti Pubblicitari
- Art. 3 Ambito di applicazione
- Art. 4 Zonizzazione

CAPO II - IMPIANTI PUBBLICITARI

- Art. 5 Definizione e classificazione dei mezzi pubblicitari
- Art. 6 Impianti pubblicitari permanenti
- Art. 7 Insegne di esercizio
- Art. 8 Criteri generali di installazione
- Art. 9 Divieti e Limitazioni
- Art. 10 Materiali di realizzazione
- Art. 11 Preinsegna
- Art. 12 Cartello
- Art. 13 Impianto pubblicitario di servizio
- Art. 14 Impianto di pubblicità e propaganda
- Art. 15 Pubblicità su recinzioni di cantieri edili e simili
- Art. 16 Impianti pubblicitari temporanei
- Art. 17 Installazioni impianti pubblicitari su aree private
- Art. 18 Manufatti pubblicitari: caratteristiche tecniche e strutturali
- Art. 19 Condizioni di ammissibilità
- Art. 20 Illuminazione
- Art. 21 Collocazione nelle aree di parcheggio, nelle stazioni di servizio
- Art. 22 Modalità di applicazione dell'Imposta Comunale sulla Pubblicità - rinvio

CAPO III - PROCEDURE PER IL RILASCIO DELL'AUTORIZZAZIONE

- Art. 23 Obbligo dell'autorizzazione
- Art. 24 Rilascio dell'autorizzazione
- Art. 25 Obblighi del titolare dell'autorizzazione
- Art. 26 Sostituzione del mezzo pubblicitario
- Art. 27 Rinnovo dell'autorizzazione
- Art. 28 Voltura dell'autorizzazione

CAPO IV - PUBBLICHE AFFISSIONI

- Art. 29 Impianti di Pubblica affissione
- Art. 30 Affissioni dirette
- Art. 31 Criteri generali di posizionamento
- Art. 32 Criteri generali di posizionamento entro i centri abitati
- Art. 33 Deroghe alle distanze
- Art. 34 Autorizzazione affissioni dirette
- Art. 35 Concessioni
- Art. 36 Requisiti tecnico-prestazionali degli impianti pubblicitari

CAPO V - VIGILANZA, CONTROLLO E SANZIONI

- Art. 37 Vigilanza
- Art. 38 Abusivismo
- Art. 39 Sanzioni amministrative
- Art. 40 Sanzioni Accessorie

CAPO VI - NORME FINALI E TRANSITORIE

- Art. 41 Aggiornamento
- Art. 42 Entrata in vigore e norme finali

CAPO I - DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1 Quadro Normativo di riferimento

1. Le norme contenute nel presente Piano integrano le norme contenute nel vigente "Regolamento per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni" approvato con delibera di Consiglio Comunale n.13/2000.
 2. Il presente Piano sostituisce integralmente quello approvato con deliberazione di Giunta Municipale n.351 del 2003.
2. Norme di rinvio:
- D.Lgs. 30/04/92 n.285 (Codice della Strada) e ss.mm.ii.;
 - D.P.R. 16/12/92 n.495 (Regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo Codice della Strada) e ss.mm.ii.;
 - D.Lgs. 10/09/93 n.360 (Disposizioni correttive ed integrative del Codice della Strada) e ss.mm.ii.;
 - D.P.R. 16/09/96 n.610 e ss.mm.ii.;
 - D.L. 4/10/96, n.517 conv. in L. 4/12/96, n.611 e ss.mm.ii.;
 - D.Lgs. 15/11/93 n.507 e ss.mm.ii.

Art. 2 Oggetto ed ambito di applicazione del Piano Generale degli Impianti Pubblicitari

1. Il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari è lo strumento che disciplina la collocazione dei mezzi pubblicitari permanenti o temporanei, visibili dagli spazi pubblici, al fine di effettuare una corretta esposizione pubblicitaria, compatibile con l'assetto urbanistico della città.
2. Il Piano, così come consentito dal Codice della Strada, norma gli impianti installati o da installarsi limitatamente al territorio comunale.
3. Il Piano individua, altresì, gli ambiti ove è consentita l'installazione degli impianti pubblicitari, siano essi di pubblica affissione che di pubblicità esterna privata; le quantità consentite nonché, le deroghe alla normativa del Codice della strada, fornendo i criteri per il collocamento, le caratteristiche dei manufatti, le dimensioni massime consentite e l'illuminazione. Infine indica le modalità per la presentazione delle richieste di autorizzazione, al fine di ottenere un inserimento omogeneo e coordinato all'interno del tessuto urbano.

Art. 3 Ambito di applicazione

1. Il Piano prende atto della delimitazione dei "centri abitati" ed applica, al suo interno, i parametri di deroga indicati nel Regolamento per l'inserimento sia temporaneo che permanente degli impianti pubblicitari, siano essi pubblici o privati.
2. Ai fini del presente Regolamento la nozione di "centro abitato", è utile per l'individuazione dell'ente legittimato al rilascio delle autorizzazioni, è quella fornita dal D.Lgs. n.285/92.
3. Le caratteristiche tipologiche, dimensionali ed il posizionamento degli impianti pubblicitari posti fuori dal centro abitato sono regolamentati dall'art. 23 del Codice della Strada D. Lgs. n.285/92 e dal Regolamento di esecuzione del Nuovo Codice della Strada D.P.R. n.495/92 e sue modificazioni.

Art. 4 Zonizzazione

1. Ai fini della distribuzione delle installazioni pubblicitarie il territorio Comunale viene suddiviso nelle seguenti zone omogenee:
 - a) Zona " A" Centro Storico: comprende l'area delimitata dalla cartografia allegata al P.R.G. vigente;
 - b) Zona "B": comprende le aree intercluse tra il perimetro del "centro storico e la delimitazione del centro abitato così come definito dall'art. 4 del D.Lgs. n.285/92;
 - c) Zona "C" : comprende le aree intercluse tra il perimetro esterno del "centro abitato" ed i confini del territorio comunale.

CAPO II - IMPIANTI PUBBLICITARI

Art. 5 Definizione e classificazione dei mezzi pubblicitari

1. Ai fini del presente Piano è definito mezzo pubblicitario qualunque struttura di supporto rigida o no, idonea ad esporre messaggi pubblicitari in genere, con esplicita esclusione di tutta la segnaletica stradale così come definita all'art.39 D.Lgs. n.285/92, artt.47 e 143 del D.P.R. n.495/92.
2. Allo scopo di formulare le specifiche indicazioni regolamentari, i mezzi pubblicitari sono stati così classificati:
 - a) mezzi di pubblicità permanente, costituiti da manufatti saldamente ancorati a terra o a strutture in elevazione, destinati a costituire un supporto duraturo per l'esposizione di messaggi pubblicitari;
 - b) mezzi di pubblicità temporanea costituiti da manufatti finalizzati all'esposizione di pubblicità relazionata a speciali eventi di durata limitata, ossia aventi una durata espositiva non superiore a 12 mesi, quali manifestazioni, spettacoli sportivi, ricreativi, socio culturali o per inaugurazioni, chiusure, fallimenti, vendite straordinarie, ecc.

Art. 6 Impianti pubblicitari permanenti

1. Ai fini del presente Piano per mezzi pubblicitari permanenti s'intende: "insegna d'esercizio", "preinsegna", "cartello", "impianto di pubblicità di servizio", "impianto di pubblicità e propaganda", "Insegna pubblicitaria" e "sorgente luminosa".

Art. 7 Insegne di esercizio

1. Si definisce "insegna di esercizio" la scritta di cui all'art.47 del Regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo codice della strada, approvato con del D.P.R. 16 dicembre 1992, n.495, vale a dire "la scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da simboli o 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".
2. Detta scritta deve avere "la funzione di indicare al pubblico il luogo di svolgimento dell'attività economica".
3. L'insegna di esercizio è un manufatto atto ad identificare il luogo ove si esercita un'attività; 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.
4. Inoltre, con Circolare del Min. Ec. e Finanze 8 febbraio 2002, n° 1 si afferma che "...possono considerarsi insegne 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".
Per pertinenze accessorie si intendono gli spazi e le aree limitrofe alla sede dell'attività, poste a servizio, anche non esclusivo, di essa.
5. L'imposta Comunale sulla Pubblicità (ICP), di cui al Capo I del D.Lgs. n.507/1993, in seguito a quanto previsto dall'art.10 della L. 28 dicembre 2001, n.448, non è dovuta per le insegne di esercizio delle attività commerciali e di produzione di beni o servizi che contraddistinguono la sede ove si svolge l'attività cui si riferiscono, per la superficie complessiva fino a 5 metri quadrati.
6. Per le insegne di esercizio di superficie complessiva superiore ai 5 metri quadrati l'imposta è dovuta per l'intera superficie.

Art. 8 Criteri generali di installazione

1. L'installazione d'insegne di esercizio è consentita alle attività situate in corrispondenza dei piani terreni dei fabbricati con sporti prospicienti la strada di accesso. Le attività che sono svolte

ai piani superiori non potranno utilizzare insegne sulla facciata dell'immobile, tuttavia potranno usufruire di targhe a lato dell'ingresso.

2. Le caratteristiche, dimensionali ed il posizionamento delle insegne d'esercizio poste fuori dai centri abitati devono essere conformi al Regolamento di esecuzione del Nuovo Codice della Strada D.P.R. n.495/92 e sue successive modifiche ed integrazioni.

3. Le insegne d'esercizio installate all'interno del centro abitato devono rispettare i parametri distributivi indicati dalle presenti norme. In base ai riferimenti normativi definiti, le indicazioni hanno valore prescrittivo e si applicano in tutto il territorio comunale.

4. In aree condominiali, l'installazione è subordinata alla formale comunicazione e alla trasmissione, da parte dell'amministratore, del verbale dell'assemblea condominiale, con il quale si autorizza la collocazione del mezzo pubblicitario.

5. In aree private, ove possibile, la collocazione è subordinata all'autorizzazione del proprietario dell'immobile se è diverso dal richiedente.

In caso di utilizzo delle pertinenze da parte di più attività, è necessario servirsi di un mezzo pubblicitario unitario <tipo totem o similare>.

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

- a) Insegna frontale;
- b) Insegna a bandiera;
- c) Insegna a bandiera su palo;
- d) Insegna a tetto, su pensilina di edifici destinati ad attività industriali, commerciali o direzionali;
- e) Insegne su supporto autonomo;
- f) Insegne speciali.

a) Insegna frontale

1. L'installazione delle insegne di esercizio frontali è consentita nella misura di un manufatto per ogni luce del locale.

La dimensione dell'insegna frontale dovrà essere opportunamente relazionata e tale da non alterare le caratteristiche dell'edificio, nonché, proporzionata alle misure della vetrina che la supporta ed alle dimensioni della sede stradale.

2. Le insegne non dovranno superare nella dimensione orizzontale il 15% per lato della larghezza netta della porta o vetrina sottostante e non devono essere superiori a 80 cm in altezza e dovranno essere posizionate in modo simmetrico;

Tale eccedenza non può essere utilizzata nel caso di unica insegna su più porte o vetrine, nel senso che una tale eventuale insegna deve essere ricompresa nei limiti laterali della prima e dell'ultima porta o vetrina.

3. Nel caso di vani portainsegna di dimensioni maggiori le insegne ivi installate potranno essere adeguate con aumenti non superiori al 30%.

4. La sporgenza massima, rispetto al filo del muro, non deve essere maggiore di cm 20, mentre nella zona di centro storico e negli edifici sottoposti a vincolo della Soprintendenza per i BB.CC.AA. il manufatto pubblicitario non deve aggettare rispetto al filo esterno dell'edificio.

5. In assenza di vani porta insegne di cornici vere e proprie o di motivati problemi nell'inserimento di altra tipologia di manufatto, l'insegna può essere collocata immediatamente sopra all'architrave;

Questa deve, comunque, sempre integrarsi al disegno delle aperture e della facciata.

Esse dovranno essere installate nella parete di proprietà.

Nelle zone B e C, è consentita la collocazione di insegne tra due o più luci, a condizione che le stesse abbraccino le estremità sinistra e destra di due o più luci (escluse le finestre).



Insegna a singole lettere

L'installazione d'insegne a lettere singole, ammesse solo se retro illuminate, dovranno essere realizzate in modo tale che l'eventuale sottostante telaio si armonizzi con la struttura d'appoggio. Nelle Zone "B", potrà essere consentita l'apposizione di un pannello di sottofondo.

Si tratta di lettere a caratteri indipendenti che possono essere realizzate in materiale plastico, in metallo, in legno. La grafica di questa tipologia è determinata per ottenere un risultato lineare, leggibile e coerente con l'edificio. Ammesse solo piano terra, salvo che per gli edifici di carattere industriale o analogo quali capannoni o simili situati in zona C.

Se appoggiate su un supporto o fondale opaco devono attenersi alla normativa sulle plance.

Sono ammesse in altra collocazione solo se in sostituzione di analoga insegna.

Illuminata e luminosa.

Dimensione massima mq –Zona A 3,00-ZonaB 6,00-Zona C 6,00



Posizione in aderenza

b) Insegna a bandiera

1. L'insegna a bandiera mono/bifacciale, deve essere ancorata solo a muro del fabbricato di proprietà e deve essere collocata in modo tale che la distanza da terra al bordo inferiore sia rispettivamente uguale o superiore a ml. 3,00.

La distanza del bordo verticale esterno, rispetto al filo del muro dell'edificio, non può superare i 2/3 dell'ampiezza del marciapiede ed in valore assoluto ml. 1,50, sempre nel rispetto dei 50 cm. dal ciglio del marciapiede e dal bordo esterno della banchina. Il bordo superiore dell'insegna deve essere ad almeno cm. 10 sotto la fascia marca piano o, in assenza di essa, del marca davanzale o del bordo inferiore del primo corso di finestre.

E' consentita l'installazione di una sola insegna bifacciale a bandiera ancorata al muro dell'edificio per ogni attività commerciale.



c) Insegna a bandiera su palo

1. E' possibile consentire installazione d'insegne di esercizio bifacciali a bandiera collocate su palo posto su marciapiede, previo parere dell'ufficio comunale competente.

2. E' possibile consentire autorizzazioni per installazione d'insegne di esercizio collocata su supporto proprio ricadente su area privata delimitata.

Le installazioni sono previste nei seguenti casi:

- Se il bordo verticale esterno dista dal filo del marciapiede o della linea di demarcazione della carreggiata almeno 50 cm. l'insegna può essere posizionata ad un'altezza minima, dal piano di calpestio, di ml. 3,00 diversamente, tale limite non dovrà essere inferiore a ml. 4,70.

- La proiezione del bordo esterno, su suolo pubblico, non deve comunque superare ml. 1,50.
< superficie espositiva non superiore a mq 1,5 per faccia, la stessa superficie prevista per la bifacciale a muro >.

Nel caso in cui la proprietà privata non sia delimitata, il supporto dell'insegna deve essere collocato ad almeno a ml. 1,20 all'interno del confine teorico della proprietà privata;

- l'insegna deve avere un'altezza minima dal bordo inferiore di almeno ml. 3,50 dal piano di calpestio.

< superficie espositiva non superiore a mq 1,5 per faccia, la stessa superficie prevista per la bifacciale a muro >.

Il posizionamento per insegne di esercizio su palo perpendicolari, oblique e parallele al senso di marcia potrà avvenire nel rispetto delle seguenti distanze minime:

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

Distanza dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari.....	15 ml.
Distanza prima dei segnali di pericolo e prescrizione.....	20 ml.
Distanza dopo i segnali di pericolo e prescrizione.....	15 ml.
Distanza prima dei segnali di indicazione.....	20 ml.
Distanza dopo i segnali di indicazione.....	15 ml.
Distanza prima degli impianti semaforici e delle intersezioni....	30 ml.
Distanza dopo gli impianti semaforici e le intersezioni.....	20 ml.
Distanza dall'imbocco delle gallerie.....	50 ml.

E' possibile concedere deroghe alle distanze di cui sopra.





d) Insegna a tetto, su pensilina di edifici destinati ad attività industriali, commerciali o a funzioni direzionali

1. In edifici destinati a funzioni di carattere industriale, commerciale e direzionale possono essere installate insegne o marchi di fabbrica, oltre che sulle facciate, a condizione che non fuoriescano dalla linea del parapetto, a tetto o su pensilina, intese come parti integranti del disegno architettonico dell'edificio.

2. Ai sensi del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495, art. 51, comma 5, le distanze relative al posizionamento delle insegne d'esercizio non si applicano per le insegne poste in aderenza per tutta la loro superficie e collocate parallelamente al senso di marcia dei veicoli.

3. All'esterno del centro abitato la superficie complessiva delle insegne non può superare la dimensione massima di 6 mq. con eccezione per quelle poste parallelamente al senso di marcia dei veicoli o poste completamente in aderenza ai fabbricati; in tale caso non può comunque superare una dimensione pari a 20 mq.

4. 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.

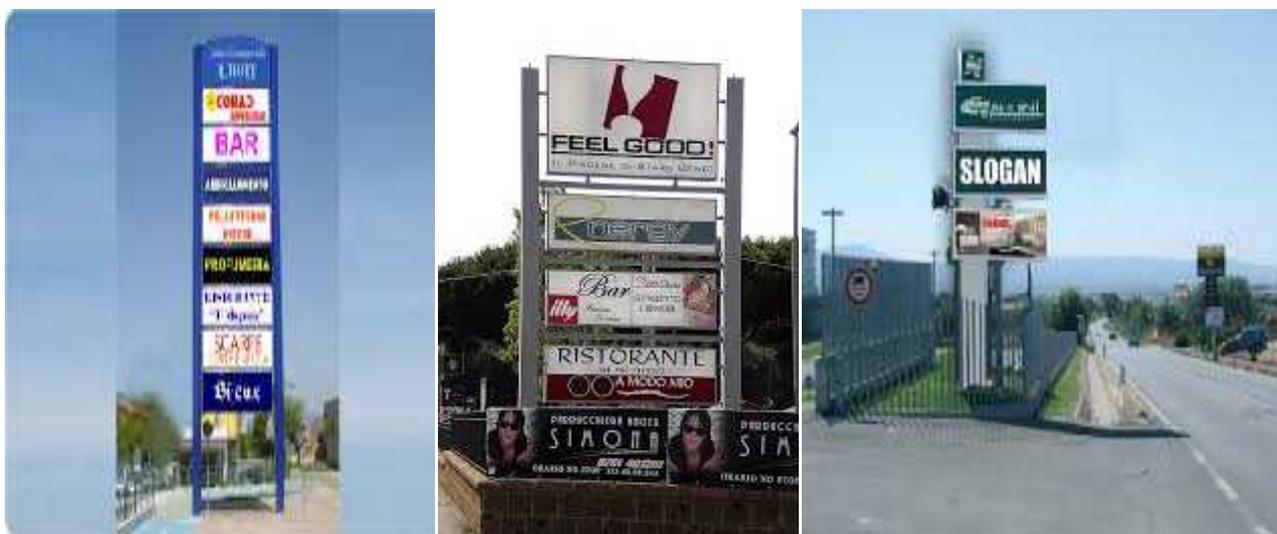
5. All'interno dei centri abitati la superficie complessiva delle insegne non può superare la dimensione massima di 20 mq per ogni prospetto, posto parallelamente al senso di marcia dei veicoli o posto completamente in aderenza ai fabbricati;

E possibile incrementare tale superficie nella misura del 10 % della superficie di facciata eccedente 100 mq, fino a limite di 50 mq per ogni prospetto.



e) Insegne a supporto autonomo

1. Nelle pertinenze degli edifici destinati a funzioni di carattere industriale, commerciale e direzionale, qualora sia presenti più attività, oltre alle insegne di esercizio poste sui fabbricati, è possibile collocare su un unico impianto diverse insegne di esercizio riproducenti marchi diversi. Detto impianto potrà essere installate su proprietà privata.



f) Insegne speciali

1. Sono definite insegne di pubblico interesse quelle relative alla indicazione di servizi di pubblica utilità.

La collocazione di tali insegne sono altresì ulteriormente derogabili rispetto alle distanze minime previste, ed inoltre è consentito, in aggiunta alle insegne frontali, un solo cassonetto bifacciale a muro o su palo.

Installate sulle pareti o nelle pertinenze di esercizio di:

a) Farmacie; è consentita l'installazione di un solo cassonetto bifacciale, a forma di croce, di colore rigorosamente verde, con o senza caduceo e senza alcun altro elemento aggiuntivo riportante messaggi vari, da collocare a muro, oppure, ove possibile, su palo. L'insegna bifacciale, di colore verde, può essere collocata ad angolo tra due vie, sempre nel rispetto del codice della strada. Gli elementi elettrici, necessari al funzionamento, devono essere installati tra i supporti dell'insegna stessa. Sono vietate le insegne bifacciali a quadrato o rotonda con accensione interna a forma di croce.



b) Tabacchi; è consentita l'installazione di una sola insegna bifacciale a muro, contraddistinta dalla "T" delle tabaccherie. Può essere collocata ad angolo tra due vie, sempre nel rispetto del codice della strada, ed eventuali deroghe, deve avere dimensioni di legge pari a cm. 75 x 40.

Nel caso in cui l'esercizio è obbligato ad esporre anche la scritta "Lotto", l'insegna bifacciale può essere comprensiva della scritta, fermo restando l'altezza pari a cm. 75, la larghezza può arrivare sino a cm. 80. Eventuale messaggio "self service" deve essere contenuto nell'insegna bifacciale di cui sopra o in quella frontale.



c) Parafarmacie; è consentita l'installazione di un solo cassonetto bifacciale, a forma di croce, di colore rigorosamente diverso dal blu, con o senza smile (simbolo riportato nel bollino di riconoscimento per i medicinali non soggetti a prescrizione medica) e senza alcun altro elemento aggiuntivo riportante messaggi vari, da collocare a muro, oppure, ove possibile, su palo. L'insegna bifacciale può essere collocata ad angolo tra due vie. I componenti elettrici, necessari al funzionamento, devono essere installati tra i supporti dell'insegna stessa. Sono vietate le insegne bifacciali a forma quadrata o rotonda con accensione interna a forma di croce.

Le sopra indicate insegne, con esclusione delle farmacie, non possono essere a luce intermittente.



Art. 9 Divieti e Limitazioni

1. È vietata la collocazione di insegne d'esercizio che, per eccessive dimensioni in rapporto al sottostante sporto, per colori o per materiali non idonei in rapporto all'edificio, o ancora per impatto luminoso troppo evidente in relazione al contesto architettonico determinano turbativa dell'ambiente o del paesaggio, o pregiudicano la godibilità delle opere d'arte.
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 pietra e gli stipiti delle aperture non possono essere interrotte dall'insegna; così pure nelle lunette sopraporta, dotate di griglie di ferro battuto, non è consentito l'inserimento di insegne; è altresì vietato l'inserimento di pannelli di fondo e supporti di chiusura di lunette, rostri e sopraporta.
3. È vietata l'installazione d'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 dei negozi, sulle saracinesche e sulle tettoie.

- È vietata qualsiasi collocazione che alteri o modifichi le caratteristiche strutturali dei fabbricati.
4. Quando le caratteristiche ambientali e l'architettura dell'immobile lo consente, potrà essere autorizzata l'installazione verticale, a bandiera anche a cassonetto, di insegne con simbolo per l'individuazione di servizi di pubblica utilità.
 5. Non sono consentite iscrizioni dipinte su muro né sono consentite iscrizioni, tinteggiature, rivestimenti di saracinesche ed anche l'apposizione di calcomanie o adesivi su strutture pubbliche o di uso pubblico. Non sono consentite, inoltre, aggiunte di cornici di qualsiasi natura e tipologia ai relativi manufatti pubblicitari.
 6. L'installazione d'insegne a lettere singole, ammesse solo se retro illuminate, dovranno essere realizzate in modo tale che l'eventuale sottostante telaio si armonizzi con la struttura d'appoggio. Nelle Zone "B", potrà essere consentita l'apposizione di un pannello di sottofondo.
 7. Il manufatto pubblicitario non deve pregiudicare la lettura degli elementi compositivi del prospetto ed inoltre deve preservare la giusta dignità architettonica all'edificio. Pertanto, non deve sovrapporsi alle linee dei riquadri raffigurati sulla cortina muraria, né coprire elementi decorativi dell'edificio quali fregi, riquadri di porte, finestre e balconi, cornici marca piano o marca davanzale etc...

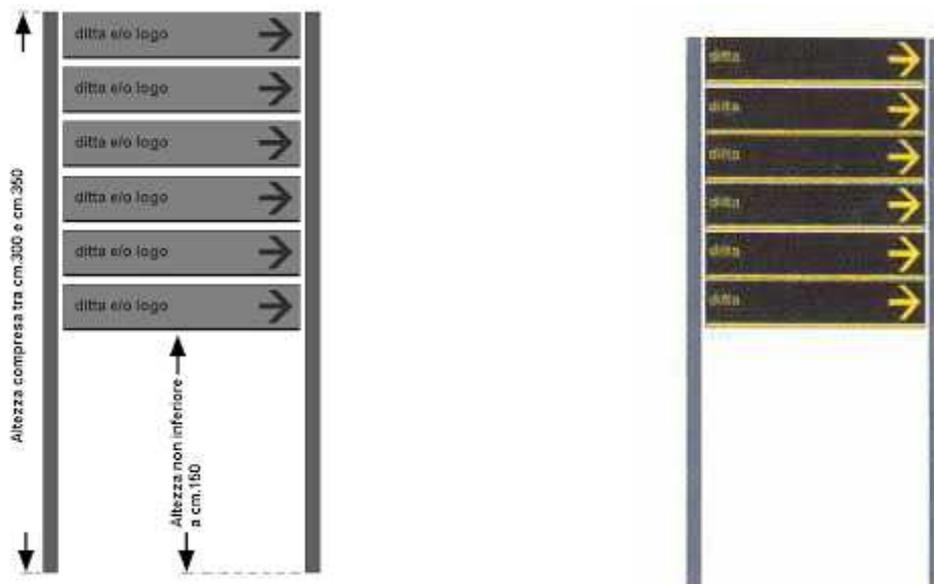
Art. 10 Materiali di realizzazione

1. La realizzazione delle insegne 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. Relativamente alle opere da realizzarsi su edifici o in aree assoggettate a vincoli di tutela per le bellezze naturali o paesaggistiche o di interesse storico, artistico e culturale, l'ufficio competente provvede al rilascio dell'autorizzazione, previa acquisizione del parere del competente Ufficio Urbanistica quando necessario.
3. 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, ecc.), e sotto l'azione degli usuali prodotti per la pulizia delle superfici.
4. Il manufatto deve essere realizzato e posto in opera, con strutture atte a garantirne la stabilità.

Art. 11 Preinsegna

1. Si considerano preinsegne le strutture supportate da un idoneo sostegno, realizzate su manufatti bifacciali e bidimensionali, utilizzabili su una sola o su entrambe le facce finalizzate alla pubblicità direzionale della sede dove si esercita una determinata attività ed installata in modo da facilitare il reperimento della sede stessa, recanti scritte in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da simboli e da marchi, realizzata come definito all'art.134 del Codice della strada D.Lgs. n.285/92.
2. Le preinsegne devono avere forma rettangolare di dimensioni pari a cm 125x25 (stesso formato della segnaletica stradale) ed il colore grigio, in modo che siano facilmente riconoscibili e distinguibili dalla segnaletica.
3. E' ammesso un abbinamento di massimo sei preinsegne per ogni senso di marcia a condizione che le stesse abbiano le stesse dimensioni. Non possono essere posizionate ad una distanza maggiore di 5 chilometri dalla sede dell'azienda, misurata sul percorso stradale. La preinsegna non può essere luminosa, né per luce propria, né per luce indiretta. Può essere collocata in posizione ortogonale o parallela al senso di marcia dei veicoli.
4. Può essere collocata su marciapiede a una distanza minima, dal margine esterno (verso la carreggiata), pari a cinquanta centimetri e in assenza (del marciapiede) ad un metro dal limite della carreggiata.
5. Il bordo inferiore del manufatto che contiene le preinsegne deve essere a una quota non inferiore a 3,00 metri dal piano di calpestio (proiezione al suolo del massimo ingombro dell'impianto).

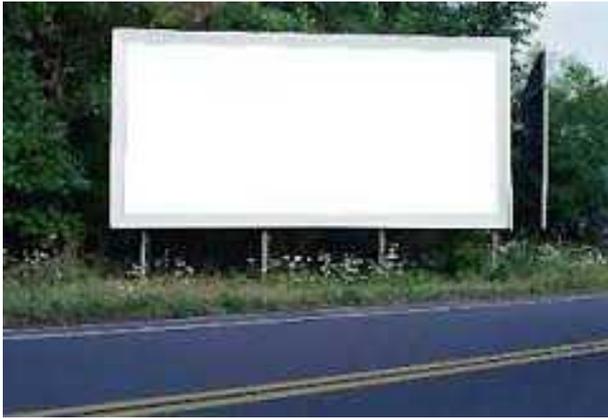
6. La distanza da impianti pubblicitari può essere nulla (uguale a zero), a condizione che non occulti la percezione del messaggio pubblicitario già esposto.
7. Sono vietati impianti con indicazioni riportanti lo stesso soggetto ripetuto più volte nella medesima struttura.
8. Le installazioni al posizionamento sono autorizzate dal Comune, dietro specifica richiesta da presentare in bollo all'Ufficio traffico Urbano con allegati i relativi elaborati grafici.



Art. 12 Cartello

1. Si considera Cartello l'elemento bidimensionale supportato da idonea struttura di sostegno e in elevazione, con una sola o entrambe le facce finalizzate alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, effettuati sia direttamente che tramite sovrapposizione di altri elementi, quali manifesti cartacei, adesivi ecc.
2. Il cartello ha forma rettangolare e/o quadrata.
3. Le dimensioni contenute sono entro i limiti di: minimo 0,70 mq. e massimo 18,00 mq. Può essere luminoso o illuminato.
< è prevista la possibilità d'installazione di dimensioni 6,00x600-12,00x3,00 >.
4. Può essere collocato in posizione ortogonale o parallela al senso di marcia dei veicoli.





Art. 13 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 fermata autobus, transenne parapetonali, cestini, panchine, orologi, o simili) recante uno spazio pubblicitario che può anche essere luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.
 2. L'inserimento dello spazio pubblicitario su tali impianti deve comunque sempre garantire la piena visibilità d'incroci, impianti semaforici, segnali stradali di pericolo e di prescrizione, e degli attraversamenti pedonali e dei passaggi carrai.
 3. Devono essere subordinati alla linea progettuale appositamente studiata ed approvata dall'Amministrazione.
- Sono impianti pubblicitari di servizio:

1. Palina Segnalazione fermata bus

1. Struttura integrata con palina d'indicazione linee e fermate dei mezzi pubblicitari. E' ammessa una superficie pubblicitaria totale non superiore ad 1 mq.
L'inserimento del messaggio pubblicitario è consentito solamente sul lato posteriore rispetto il senso di marcia e comunque non coincidente con le indicazioni di servizio.

2. Pensilina di attesa bus

Struttura integrata con pensilina di attesa mezzi pubblici, ad essa rigidamente vincolata finalizzata alla diffusione dei messaggi istituzionali, pubblicitari o propagandistici, direttamente con sovrapposizione di elementi come manifesti o simili.
E' ammessa una superficie pubblicitaria totale per spazio pubblicitario non superiore a 3 mq.
Sono ammesso sia in posizione parallela che ortogonale agli assi strada.
Se posizionati perpendicolare, possono essere posti nel laterale lato opposto al senso di provenienza del mezzo pubblico.
L'inserimento pubblicitario deve comunque sempre garantire la piena visibilità degli attraversamenti pedonali; deve inoltre garantire sempre il transito pedonale all'esterno dell'impianto > a 95 cm.

3. Transenna parapetonale

Transenne parapetonali con pannelli di misura cm. L.1,00 x h. 70.
Solo all'interno dei centri abitati è possibile posizionare le transenne parapetonali, distanziandole di mt. 0,20 dal bordo del marciapiede e mantenendo uno spazio libero retrostante di almeno mt.1,00. A tal fine di non indurre barriera architettonica e di non restringere gli spazi minimi di cui sopra, è proibita la contemporanea presenza di accessori quali cestini gettacarte e simili.
Le transenne parapetonali possono essere installate anche all'interno della zona del Centro Storico, come delimitato dalla cartografia allegata al P.R.G.

Esclusivamente nelle zone a traffico limitato, anche se ricadono nel Centro Storico, si possono autorizzare transenne con esposizione pubblicitaria bifacciale.



4. Orologio funzionante

Struttura integrata a un elemento di arredo urbano ad esso rigidamente vincolata, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari, rigidamente ancorata al suolo, mono o bifacciale, la stessa può avere un'illuminazione esclusivamente interna.

H.min. (margine inferiore) 2,50

H.max. (margine superiore) 4,50

Distanza carreggiata m.1,00.



< L'installazione d'impianti pubblicitari di servizio è subordinata alla stipula di apposita convenzione con il Comune. Il progetto elaborato dovrà identificare degli interventi armonici e coordinati nel loro insieme; non sono ammesse singole installazioni. La convenzione può essere subordinata allo svolgimento di apposita procedura concorsuale ad evidenza pubblica >.

Art. 14 Impianto di pubblicità e propaganda

1. Si definisce "impianto di pubblicità e/o propaganda" qualunque manufatto finalizzato anche all'effettuazione di pubblicità e/o propaganda, sia di prodotti che di attività, e non individuabile secondo le definizioni precedenti, né come insegna di esercizio, né come preinsegna, né come cartello, né come impianto pubblicitario temporaneo (striscione, locandina esterna o interna, stendardo, né come impianto pubblicitario di servizio.

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

3. Sono "impianti di pubblicità e/o propaganda" a titolo esemplificativo:

1. Targa

Si considera targa il manufatto rigido, di forma piana, realizzato con materiali di qualsiasi natura (metallo, plastica, legno, pietra, ecc.) apposta sull'ingresso che dà accesso ai locali della sede; Le targhe indicanti professioni ed attività in genere, di formato superiore a 42x29,7cm. realizzate in forma semplice e lineare, anche in riferimento alle condizioni specifiche del presente regolamento, dovranno essere unificate e collocate in modo decoroso, con riguardo ad eventuali stipiti o altri elementi storici ed architettonici, che non devono essere alterati da dette installazioni anche per quanto concerne il colore.

Per le targhe riferite alla pubblicità sanitaria si fa riferimento alle norme speciali vigenti.



2. Tenda

Si definisce tenda il manufatto mobile o semimobile, in tessuto o materiali assimilabili, posto esternamente a protezione di vetrine o ingressi:

a) le scritte devono riprodurre solo l'attività esercitata, la ragione sociale, i marchi delle merci poste in vendita nei locali sede dell'attività;

b) le tende poste al piano terra dovranno avere un'altezza dal suolo non inferiore a cm. 220.

L'installazione di tende aggettanti su suolo pubblico è disciplinata dal vigente Regolamento Edilizio.



3. Bacheca

Vetrinetta, con frontale apribile o a giorno, installata a muro o collocata anche a terra su supporto proprio, destinata all'esposizione di quotidiani, periodici o altri mezzi di stampa o alla diffusione d'informazioni o propaganda dell'attività di enti pubblici, partiti politici e associazioni varie.

Per quanto riguarda le caratteristiche tecniche delle bacheche, si rimanda alle norme contenute in proposito nel Regolamento Edilizio.



4. Impianto di pubblicità a messaggio variabile

Si definiscono tali, per esempio, gli impianti di ultima generazione quali "Graphic Roll - Prisma Vision, ecc.., cioè qualunque manufatto, finalizzato alla pubblicità e/o alla propaganda sia di prodotti che di attività, caratterizzato dalla variabilità del messaggio e/o delle immagini trasmesse. Può essere luminoso per luce diretta o indiretta.

Elemento mono o bifacciale assimilabile ad un cartello per caratteristiche strutturali e formali, idoneo all'esposizione di messaggi pubblicitari variabili mediante prismi rotanti, teli scorrevoli, con controllo elettromeccanico che garantisce la variabilità del messaggio oppure caratterizzati dall'impiego di led luminosi, lampadine e simili attraverso un controllo elettronico che gestisce la variabilità del messaggio, video che trasmette a circuito chiuso immagini fisse.

Profondità inferiore a 50 cm.

L'impianto di pubblicità a messaggio variabile può essere luminoso per luce diretta o indiretta e deve avere una dimensione massima di mq 18.

Formati ammessi:

misure minime: base cm. 150x200 altezza

Misure massime: base cm. 600x300 altezza.

Possono essere previste dimensioni maggiori.

Distanze carreggiata: (3,00) Sono applicate le deroghe previste dal Regolamento.



5. Vetrofania" o "lettere adesive

Riproduzione su superfici vetrate, con pellicole adesive fisse e con fondo trasparente, di scritte in caratteri alfanumerici, di simboli e di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari e/o propagandistici.



6. Totem/prisma/piramide

Strutture vincolate a terra, finalizzate alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, effettuati su pannelli in metacrilato serigrafato o mediante l'esposizione di manifesti adesivi.

Può supportare anche l'esposizione di manifesti cartacei, a condizione che avvenga mediante un sistema di protezione agli agenti atmosferici del manifesto (tipo vetrinetta).

Possono essere installati su suolo privato e su suolo pubblico o vincolato all'uso pubblico costituito nei modi di legge.

Dimensioni massime consentite, con riferimento alla superficie del messaggio pubblicitario:

TOTEM: 12 mq -PRISMA: 18 mq -PIRAMIDE: 18 mq -Margine della carreggiata m. 3,00.
Possono essere collocati in posizione ortogonale o parallela al senso di marcia dei veicoli.
Sono ammessi in strade pedonali. Possono essere collocati su marciapiede ad una distanza minima pari a 150 cm. dal margine esterno (verso la carreggiata), vietato in assenza di marciapiede.

Il bordo inferiore deve essere in ogni suo punto ad una quota non inferiore a 40 cm. dal piano di calpestio.

La distanza da impianti pubblicitari deve essere 12,50 m.

Non è ammesso l'uso di messaggi variabili su tale impianto.

Il progetto elaborato dovrà identificare degli interventi armonici e coordinati nel loro insieme.



Art. 15 Pubblicità su recinzioni di cantieri edili e simili

1. Nel caso di recinzioni per cantieri e simili, poste sul suolo pubblico, è ammesso le sistemazioni di poster, impianti e cartelli pubblicitari per la durata dei lavori.
2. L'efficacia delle relative autorizzazioni verrà a decadere con la cessazione dei lavori. La larghezza totale netta dei mezzi pubblicitari che dovranno aderire alla struttura di recinzione, non potrà in nessun caso eccedere un terzo del prospetto sulla recinzione cui aderiscono; ciascun mezzo pubblicitario dovrà essere munito in permanenza di contrassegno identificativo in materiale non deperibile indicante amministrazione rilasciante, titolare dell'autorizzazione, numero dell'autorizzazione, data di scadenza.
3. Per le recinzioni di cantiere poste in aree vincolate dalla L. n.1497/39 o soggette ai vincoli della L. n.1089/39 l'autorizzazione è subordinata al nulla - osta dei competenti uffici.
4. La copertura dei ponteggi utilizzati per lavori edili su edifici può servire alla diffusione di messaggi pubblicitari pittorici, anche illuminati, per non oltre il 50% della superficie totale quando trattasi di edifici di culto, immobili vincolati ai sensi della L. n.1089/39, o immobili situati nel centro storico e fino al 100% della superficie totale negli altri casi: il messaggio pittorico è consentita a condizione che sia riprodotto, integralmente e a copertura totale dei ponteggi, il prospetto dell'immobile soggetto ai lavori, o siano adottate soluzioni idonee per la schermatura visiva dei ponteggi stessi. Queste opere, le cui dimensioni non devono superare le percentuali sopra previste, sono esonerate dal pagamento dell'Imposta Comunale sulla Pubblicità (ICP).
5. La domanda per i mezzi pubblicitari, di cui ai commi precedenti, deve essere corredata dal consenso della ditta responsabile dei lavori e del proprietario dell'immobile e nel caso d'edifici di culto e immobili vincolati ai sensi del D.Lgs. 22.01.2004, n. 42 dovrà essere rispettata la disciplina ivi prevista.



Art. 16 Impianti pubblicitari temporanei

1. Ai fini del presente Regolamento per mezzi pubblicitari temporanei si intendono quei mezzi quali: lo "striscione", la "locandina interna o esterna", lo "stendardo", "Gonfalone", " Totem temporaneo", " Telo pubblicitario", " Cartello temporaneo", " Cavalletto", aventi carattere di provvisorietà, ossia una durata espositiva non superiore a mesi 12.
2. Tra gli impianti pubblicitari temporanei non può essere considerata l'insegna d'esercizio.

1. Striscioni - Locandine -Stendardi - Gonfaloni

Trattasi di elementi bidimensionali, privi di rigidità propria, mancanti di una superficie di appoggio e comunque non aderenti ad essa.

L'esposizione di "striscioni" è ammessa unicamente per la promozione pubblicitaria di manifestazioni e spettacoli.

L'esposizione di locandine e stendardi è ammessa per la promozione pubblicitaria di manifestazioni e spettacoli, oltre che per il lancio di iniziative commerciali.

L'esposizione di stendardi, locandine e striscioni è limitata al periodo di svolgimento della manifestazione, dello spettacolo e della iniziativa cui si riferisce, oltre che alla settimana precedente ed alle ventiquattro ore successive allo stesso.

Lo "Stendardo" deve essere monofacciale e a prevalente sviluppo verticale, da ancorare esclusivamente a sostegni (es. pali) già esistenti sul territorio, senza intralcio o pericolo per la circolazione e la pubblica incolumità. E' fatto comunque divieto di ancoraggio ai pali di sostegno dei cartelli della segnaletica stradale, della toponomastica e alberi.

Il bordo inferiore degli "striscioni" , se posizionati al di sopra della carreggiata, sia sulle strade urbane che sulle strade extraurbane, deve essere in ogni suo punto ad una quota non inferiore a m. 5,10 rispetto al piano della carreggiata.

Per la messa in opera degli "striscioni" a cavallo degli assi viari é assolutamente vietato l'utilizzo (quale supporto di aggancio ed ancoraggio) di porta lampade o lampioni ovvero di pali e/o di qualsiasi altro mezzo tecnico funzionale di uso pubblico non opportunamente dimensionato, predisposto o calcolato per sostenere tali agganci; l'aggancio può avvenire solo tramite sostegni appositi o tramite due facciate edilizie prospicienti a patto che vengano fatti salvi i diritti di terzi e vengano rispettati i più ampi criteri di sicurezza pubblica, relativi al traffico ed alla prospettiva visiva dal punto di vista della salvaguardia del patrimonio architettonico e ambientale, urbano e paesaggistico.

La collocazione degli "striscioni", simmetrica rispetto alla mezzanella della strada, deve risultare perpendicolare al senso di marcia dei veicoli e ad una distanza minima da terra di 5,10 metri nella parte inferiore del supporto pubblicitario, e posti a distanza reciproca non inferiore a 12,50 metri.

Il posizionamento di "Striscioni", "Stendardi" e "Locandine" potrà avvenire nel rispetto delle seguenti distanze minime:

È vietata la collocazione di striscioni, locandine e stendardi sulle recinzioni degli edifici, sulle balaustre e sulle inferriate.

Il cavalletto se posizionata sul terreno può essere realizzata anche in materiale rigido (in tela di cotone impermeabile, in tela plastificata o in pvc).

È vietata la collocazione di cavalletti in materiale rigido semplicemente appoggiate al terreno in prossimità del bordo della carreggiata; le stesse potranno essere collocate su sostegni mobili, fissati provvisoriamente al suolo, in modo da garantire la resistenza al vento.

La posizione di bandiere su suolo pubblico o aggettanti sullo stesso deve rispettare un'altezza da terra misurata dalla quota del terreno al bordo superiore non maggiore a metri 6,00 se aggettanti su percorsi esclusivamente pedonali, ciclabili e su sedi stradali o passaggi accessibili da automezzi le stesse devono essere installate in modo tale che la distanza da terra al bordo inferiore sia rispettivamente uguale o superiore a m. 3 e m. 4,70.

Gli striscioni non devono in ogni caso superare la superficie massima di mq. 10,00.

Gli standardi, le bandiere ed i gonfaloni possono avere una superficie massima di mq. 3,00.

Fatti salvi i divieti e le prescrizioni per legge, l'installazione di standardi, striscione, gonfaloni e locandine è soggetta al rispetto delle sotto elencate prescrizioni:

Distanza dal limite della carreggiata e in ogni caso dal limite esterno del marciapiede (inteso come quello più distante dalla carreggiata - solo per le locandine).....	1,50 ml
Distanza dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari.....	15 ml
Distanza prima dei segnali di pericolo e prescrizione.....	20 ml
Distanza dopo i segnali di pericolo e prescrizioni.....	15 ml
Distanza prima dei segnali di indicazione.....	20 ml
Distanza dopo i segnali di indicazione.....	15 ml
Distanza prima degli impianti semaforici e delle intersezioni.....	30 ml
Distanza dopo gli impianti semaforici e le intersezioni.....	20 ml
Distanza dall'imbocco delle gallerie.....	50 ml



Zona A (Aree di interesse storico-artistico e di valore ambientale)

E' consentita l'installazione di Standardi, Gonfaloni e Locandine purché si tratti di manifestazioni di interesse generale quali fiere, congressi, avvenimenti culturali e/o sportivi purché i colori, le dimensioni e le tipologie siano studiate attentamente in funzione di ogni particolare situazione. Eccezionalmente possono anche essere accettate soluzioni per collocazioni di striscioni, standardi, gonfaloni e similari (addobbi, festoni o luminarie) trasversali alle vie, in occasione di particolari momenti o manifestazioni, purché esista un progetto unitario atto a consentire una valutazione complessiva dell'intervento.

Non è consentita l'installazione di striscioni aventi carattere commerciale.

Zona B

E' consentita l'installazione di Striscioni, locandine e standardi.

Zona C (Tutte le altre aree)

- E' consentita l'installazione di Striscioni, locandine e standardi.

2. Totem o Trespolo (Temporaneo)

Manufatto con più di due facciate, chiuse secondo poligoni regolari e sostegni appoggiati sul terreno, opportunamente controventato.

Il cartello ha forma rettangolare delle dimensioni contenute entro i limiti inferiori tra 1,00 mq. e 6,00 mq.

Non può essere luminoso o illuminato.

È ammesso in presenza di marciapiede, solo in area ad esclusivo uso pedonale in tutte le zone interne al centro abitato.

Può essere collocato:

- in posizione ortogonale o parallela al senso di marcia;
- ad una distanza minima pari a 50 cm. dal ciglio del marciapiede e comunque in modo da lasciare un passaggio libero di m. 1,50.

L'esposizione è consentita in occasione di manifestazioni, spettacoli e lanci di iniziative commerciali per limitatamente al periodo di svolgimento dell'iniziativa, non oltre a 15 giorni prima dell'inizio della manifestazione sino a 24 ore dopo il termina.



3. Telo pubblicitario

Sono impianti pubblicitari temporanei installati sui fabbricati soggetti ad interventi edilizi e/o sui relativi ponteggi.

Telo a protezione ponteggi di carattere a sfondo pubblicitario.

Sulle strutture in elevazione quali ponteggi e impalcature e sulle strutture di recinzione dei cantieri, possono essere autorizzate gigantografie.

La superficie pubblicitaria non può avere dimensioni superiori al 50% del fronte del ponteggio per la zona di centro storico; del 70% nelle altre zone; La restante parte del telo di protezione del ponteggio può riportare riproduzione del fronte dell'immobile.

Può essere collocato in posizione ortogonale o parallela al senso di marcia dei veicoli.

La durata dell'esposizione non potrà protrarsi oltre la comunicazione di fine lavori e, comunque, non potrà eccedere i limiti massimi ammessi dall'art. 23 del D.P.R. 380/2001 (Testo unico delle disposizioni legislative e regolamentari in materia edilizia).

Nel caso di contratti di sponsorizzazione, le prescrizioni di cui al presente articolo possono essere derogate con specifico provvedimento Amministrativo.

Non vi sono limiti massimi bensì l'impianto non può essere inferiore a 18 mq.



4. Cavalletto

Elemento con struttura portante a "V" capovolta o similare, realizzato in materiale anche privo di rigidità, con una sola o entrambe le facce finalizzate alla diffusione di messaggi pubblicitari

o propagandistici. Ha forma rettangolare, dimensioni massime consentite di 1,00x 1,40 m. per lato. Non può essere luminoso od illuminato.

Può essere collocato:

in posizione ortogonale o parallela al senso di marcia;

In presenza di marciapiede ad una distanza minima pari a 50 cm. dal ciglio dello stesso e comunque in modo da lasciare un passaggio libero di m. 1,50;

in assenza di marciapiede a ridosso del prospetto dell'esercizio.



5. Impianti compositi

Rientrano in questa classificazione le insegne costituite dall'aggregazione di oggetti multipli, progettati nel quadro di un piano di sviluppo commerciale o di qualsivoglia iniziativa privata.

Tale tipologia non è ammessa su suolo pubblico (anche in proiezione); può essere consentita dagli uffici competenti previa valutazione dello stato dei luoghi.

Tali tipologie di manufatti devono comunque essere integrate tra loro e costituire un elemento solidale.

Possono essere luminosi od illuminati.

Tale tipologia deve rispondere a tutti i requisiti relativi alle caratteristiche tecniche ed alle limitazioni e divieti previsti dal presente piano.

Art. 17 Installazione impianti pubblicitari su aree private

1. E' consentita l'installazione da parte di privati in possesso dei requisiti di legge, d'impianti pubblicitari permanenti/temporanei mono o bifacciali, in aree private, fermo restando l'obbligo del rispetto dell'integrale osservanza di quanto previsto dall'art. 23 del D.Lgs. n.285/92 e successive modifiche ed integrazione e degli correlati articoli del D.P.R. 495/92 e delle deroghe previste dal presente Regolamento.

2. Ai fini del presente Regolamento gli impianti pubblicitari da installare, previa autorizzazione, su aree private sono:

Poster

E' consentita l'installazione dei cartelli pubblicitari sugli edifici esclusivamente sulle loro facciate cieche, previo nulla osta del proprietario dell'immobile.

I cartelli, che devono aderire per l'oro intera superficie, al proprio sostegno murario, possono anche essere illuminati;

Qualora la facciata cieca dell'edificio abbia una superficie compresa fra i 35 e i 120 metri quadrati, può essere installato soltanto un cartello delle dimensioni di mt. 6,00 x 3,00; qualora la superficie della facciata risulti superiore a 120 metri quadrati può essere installato un cartello delle dimensioni di mt. 12x 6.



Cartelli Pubblicitari

Le tipologie e dimensioni consentite degli impianti pubblicitari da installare su aree private sono:

Cartello mono/bifacciale da cm. 600x300 cm 600x600 - cm 1200x300; Cartello mono/bifacciale da cm. 200x140

Cartello mono/bifacciale da cm. 100x140; 12,00 x 6,00;

Il posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari in aree private all'interno dei centri abitati, deve rispettare le seguenti distanze:

a) se posto parallelamente al senso di marcia, la distanza tra la faccia del cartello la distanza dal bordo stradale (filo esterno del marciapiede o della linea di delimitazione della carreggiata, nel caso di assenza del marciapiede) deve essere pari a m. 1,50;

b) se posto ortogonalmente al senso di marcia, la distanza tra il bordo del cartello e il bordo stradale (filo esterno del marciapiede o della linea di delimitazione della carreggiata, nel caso di assenza del marciapiede) deve essere pari a m. 3,00;

La distanza tra cartelli su proprietà privata non deve essere minore di ml. 15,00 misurata ad interasse del cartello.



Art. 18 Manufatti pubblicitari: caratteristiche tecniche e strutturali

1. Tutti gli impianti pubblicitari, da installare in modo permanente, devono rispondere ad un unico criterio progettuale che tenga conto delle seguenti caratteristiche costruttive ed estetiche.
2. Le parti di impianto destinate ad accogliere le affissioni devono essere dotate di una cornice perimetrale metallica. Su ogni impianto deve essere installata, sulla cornice la cimasa identificativa prevista dall'art. 55 D.P.R. n.495/92 comprensiva del numero dell'autorizzazione e data di rilascio con numero progressivo, azienda proprietaria con relativo sede e recapito telefonico.
3. I manufatti destinati alla pubblicità temporanea, quali striscioni e gonfaloni, devono essere realizzati in materiale resistente agli agenti atmosferici oltre che saldamente ancorati alle strutture in modo tale da evitare l'effetto vela.
4. Gli impianti devono rispondere, nella struttura e nel loro insieme, alla capacità di resistenza ai sovraccarichi, agli urti ed in generale ai fenomeni dinamici in tutte le prevedibili condizioni di esercizio, senza deformazioni incompatibili.
5. Le strutture di sostegno e di fondazione deve essere calcolate per resistere alla spinta del vento; devono essere di materiale indeformabile e saldamente realizzate ed ancorate al terreno sia nel loro complesso sia nei singoli elementi.
6. Qualora le suddette strutture costituiscano manufatti la cui realizzazione e posa in opera sia disciplinate da specifiche norme (opere in ferro, in c.a. etc.), l'osservanza di dette norme e l'adempimento degli obblighi da queste previsti, deve essere documentato prima del ritiro dell'autorizzazione.
7. La struttura e gli elementi che lo costituiscono deve rispondere alle caratteristiche di resistenza al fuoco, nel rispetto delle prescrizioni tecniche vigenti in materia.

8. Tutti gli elementi che compongono l'impianto non deve presentare cavità superficiali che non siano facilmente pulibili od ispezionabili ed evitare il ristagno di acqua e l'accumulo di sporco.
9. 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.
10. Gli impianti elettrici utilizzati devono essere concepiti e realizzati in modo tale da garantire il massimo grado di sicurezza per il rischio elettrico e per quello delle scariche accidentali; nonché rispondere alle norme CEI in materia ed essere conformi alle disposizioni espresse dalla L. n. 46/1990, del DPR n. 447/1991 e successive modifiche ed integrazioni, per la realizzazione degli impianti e l'impiego dei materiali secondo regola d'arte.

Art. 19 Condizioni di ammissibilità

1. Oltre a quanto disciplinato dal Regolamento, il Piano individua le seguenti limitazioni e divieti.
2. La collocazione, di impianti pubblicitari sugli edifici e nelle aree tutelate come Beni Culturali e lungo le strade site in ambito od in prossimità di beni tutelati come Beni Culturali, è consentita solo previo rilascio del nulla osta da parte della Soprintendenza ai BB.CC.AA.
3. È vietato utilizzare alberi come supporti pubblicitari e/o aiuole per la collocazione di detti supporti.
4. È vietato utilizzare impianti di segnaletica stradale o delle reti tecnologiche in genere (es. pali della luce, cabine telefoniche etc..) come supporti pubblicitari.
5. È vietato l'utilizzo di sistemi di ancoraggio che possano danneggiare i supporti appartenete a terzi o al patrimonio del comune.
6. Gli impianti pubblicitari devono avere sagoma regolare che, in ogni caso, non può essere quella di disco e di triangolo e, comunque, non deve generare confusione con la segnaletica stradale.
7. L'uso dei colori rosso, verde o di particolari abbinamenti cromatici, non deve generare confusione con la segnaletica stradale, specialmente in corrispondenza ed in prossimità di intersezioni. Occorre altresì evitare che il colore rosso utilizzato nei cartelli, nelle insegne di esercizio e negli altri mezzi pubblicitari costituisca sfondo di segnali stradali di pericolo, di precedenza e d'obbligo, limitandone le percettibilità.
8. Il posizionamento dei mezzi pubblicitari in genere deve avvenire in modo tale da consentire sempre la perfetta visibilità (nel senso di marcia) di semafori, incroci, segnali stradali di pericolo ed attraversamenti pedonali.
9. Tali impianti dovranno comunque sempre garantire un passaggio libero conforme alle normative sull'abbattimento delle barriere architettoniche di cui alle leggi n.13 del 9/1/89 e n. 104 del 5/2/92 e relativo regolamento di attuazione.
10. È comunque sempre vietata l'installazione di mezzi per la pubblicità (permanente e temporanea) in corrispondenza delle rotatorie, intersezioni, lungo le curve nell'area della corda interna tracciata tra i due punti di tangenza, in corrispondenza di cunette o dossi, sui cavalcavia e loro rampe, sui parapetti stradali, sui ponti e sottoponti non ferroviari, sui cavalcavia stradali e loro banchine, sulle banchine di sicurezza e sugli altri dispositivi laterali di protezione e di segnalamento o comunque in modo tale da pregiudicare la sicurezza della circolazione veicolare e pedonale < salvo le deroghe concesse dal Piano >. Entro i centri abitati, questa disposizione non si applica agli impianti pubblicitari di servizio.
11. Gli impianti posati diagonalmente rispetto all'asse stradale devono rispettare le prescrizioni, relative agli impianti posti ortogonalmente, previste dal Piano.
12. Non è consentita l'apposizione di manifesti al di fuori dei supporti appositamente previsti per tale uso e non contemplati dal nuovo regolamento di applicazione imposta comunale sulla pubblicità e diritto sulle pubbliche affissioni.

13. È vietata l'apposizione di calcomanie o adesivi, anche se esenti da imposta, su strutture pubbliche o di uso pubblico.

Art. 20 Illuminazione

1. Il sistema d'illuminazione può essere realizzato a luce diretta, indiretta o riflessa e, comunque, in conformità alle norme di cui alla L. n. 46/1990.
2. Nessuna insegna pubblicitaria e/o d'esercizio potrà avere luce intermittente o variazione di colore. L'intensità luminosa non può essere superiore a 150 candele per metro quadrato o tale da provocare abbagliamento. La collocazione degli apparecchi illuminanti dovrà avvenire nel rispetto delle disposizioni previste sull'inquinamento luminoso.
3. Nel caso di illuminazione indiretta, il corpo illuminante non dovrà sporgere, dal filo dell'impianto, più di cm. 100, sempre nel rispetto dei 50 cm. dal ciglio del marciapiede e dal bordo esterno della banchina.
4. La collocazione di corpi illuminanti esterni, è ammessa, nel rispetto delle indicazioni del Regolamento edilizio vigente.
5. Non sono consentite iscrizioni pubblicitarie sugli apparecchi illuminanti.
6. Non sono consentite esposizione di raggi laser o di altri tipi di raggi luminosi emessi da proiettori rivolti anche verso l'orizzonte celeste.
7. La croce rossa luminosa rientra tra le insegne di pubblico interesse ed è consentita esclusivamente per indicare ambulatori pubblici e/o posti di pronto soccorso.

Art. 21 Collocazione nelle aree di parcheggio,

nelle stazioni di rifornimento carburante e nelle stazioni di servizio

1. Nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio, devono applicarsi le disposizioni previste dal presente documento e dell'art. 52, comma 2 del D.P.R. n. 495/92, modificato dall'art. 42 del D.P.R. n. 610/96.
2. Nelle aree di parcheggio, nelle stazioni di rifornimento carburante e nelle stazioni di servizio è ammessa una superficie pubblicitaria complessiva, in base alla superficie totale dell'area stessa ed alla classificazione della strada su cui insiste.
3. Il calcolo della superficie pubblicitaria esposta sarà dato dalla sommatoria delle superfici di cartelli, mezzi pubblicitari in genere e delle insegne di esercizio contenute nella stessa area.
4. In base alla zona ed al tipo di strada, la percentuale di pubblicità complessiva deve rispettare i valori indicati e valutati dall'ufficio competente in fase di istruttoria.
5. L'esposizione di forme pubblicitarie temporanee, devono trovare collocazione all'interno dell'area di distribuzione carburanti, con divieto di ancoraggio a manufatti preesistenti sul fronte strada, quali insegne, prezziari, pali della pubblica illuminazione, alberi e nel rispetto delle disposizioni del Codice della Strada e del relativo regolamento di esecuzione.
6. Nelle stazioni di servizio, entro i centri abitati, è consentita una sola insegna su palo a condizione che la stessa, in proiezione al suolo, sia contenuta all'interno dell'area di servizio stessa, sia essa privata o data in concessione. È altresì ammessa (in eccedenza alle superfici pubblicitarie computate in misura percentuale, di cui al comma 3), la collocazione di cartelli, di insegne e di altri mezzi pubblicitari abbinati alla prestazione di servizi per l'utenza della strada, entro il limite di 2 mq. per ogni servizio prestato.
7. Fuori centro abitato, può essere autorizzata la collocazione, per ogni senso di marcia, di una sola insegna di esercizio, per ogni stazione di rifornimento carburanti o di servizio, della superficie massima di 4 mq., fermo restando le disposizioni sul posizionamento.

Art. 22 Modalità di applicazione dell'Imposta Comunale sulla Pubblicità - rinvio

1. Ai sensi del Capo I del D.Lgs. n.507/1993 e ss.mm.ii., l'imposta sulla pubblicità è determinata in base alla superficie della minima figura piana geometrica nella quale è circoscritto il mezzo pubblicitario, indipendentemente dal numero di messaggi nello stesso contenuti.
2. L'Imposta per i mezzi polifacciali è calcolata in base alla superficie complessiva adibita alla pubblicità.

3. Le iscrizioni pubblicitarie, espresse anche in forma simbolica, non collocate su struttura propria, sono assoggettate all'imposta per la superficie corrispondente all'ideale della figura piana minima in cui sono comprese.
4. Per i mezzi pubblicitari aventi dimensioni volumetriche l'imposta è calcolata in base alla superficie complessiva risultante dallo sviluppo del minimo solido geometrico in cui può essere circoscritto il mezzo stesso.
5. Le superfici inferiori ad un metro quadrato sono arrotondate, per eccesso, al metro quadrato e le frazioni di esso, oltre il primo, a mezzo metro quadrato.
6. L'imposta non si applica per superfici inferiori a trecento centimetri quadrati.

CAPO III - PROCEDURE PER IL RILASCIO DELL'AUTORIZZAZIONE

Art. 23 Obbligo dell'autorizzazione

1. Chiunque intenda installare cartelli, insegne d'esercizio o altri mezzi pubblicitari nell'ambito del territorio comunale, sia su aree private che pubbliche, deve richiedere e ottenere il rilascio preventivo dell'autorizzazione comunale come previsto dal presente Piano.
2. L'effettuazione della pubblicità, che necessita di installazione o collocazione di appositi supporti, è sempre subordinata alla preventiva autorizzazione comunale da richiedere nei modi e nei termini stabiliti dalla legge statale vigente, nonché dal presente Piano.
3. La dichiarazione di effettuazione di pubblicità, di cui all'art. 8 del D.Lgs. n.507/1993 non sostituisce, in nessun caso, l'autorizzazione tecnica comunale prevista dal presente comma.

Art. 24 Rilascio dell'autorizzazione

1. La domanda, tendente a ottenere il rilascio dell'autorizzazione, deve essere presentata al protocollo generale dell'Ente, redatta su carta legale ed indirizzata All'Ufficio Traffico Urbano - via S. Antonio Abate, 3 - cap 95045 Misterbianco, corredata da tutta la documentazione elencata nei commi successivi.
2. Alla richiesta di autorizzazione devono essere allegati i seguenti documenti:
 - generalità, residenza, codice fiscale e/o partita IVA, del richiedente;
 - indirizzo completo del sito ove s'intende collocare o trasformare il mezzo pubblicitario;
 - ragione sociale e sede legale della ditta installatrice, e il relativo numero di codice fiscale o partita IVA, certificato di iscrizione alla Camera di Commercio (C.C.I.A.A.) dal quale risulti che l'oggetto sociale della ditta richiedente sia pertinente con l'esecuzione del lavoro oggetto della domanda.
 - fotocopia del documento d'identità del richiedente;
 - marca da bollo, (da consegnare al momento del ritiro del provvedimento amministrativo);
 - copia bollettino di versamento di € 50,00 (euro cinquanta/00) quale rimborso spese istruttoria per le richieste di autorizzazioni;
 - assenso da parte del proprietario del terreno, nel caso d'installazioni d'impianti su aree private;
 - nulla osta tecnico dell'Ente proprietario della strada, se non di pertinenza comunale;
 - se in richiedente è persona diversa dal proprietario dell'immobile, dove installare l'impianto, va allegata una dichiarazione di formale consenso all'installazione, rilasciata dal proprietario dell'immobile resa ai sensi del D.P.R. n.445/2000;
 - autodichiarazione rilasciata dal tecnico installatore, attestante che l'impianto elettrico del manufatto luminoso sarà realizzato e installato a norma del D.M. n.28/2008, nel rispetto della normativa vigente sulla sicurezza degli impianti elettrici D.Lgs. n.81/2008 e in modo da non creare disturbo o abbagliamento alla viabilità;
 - copia della polizza assicurativa, ovvero autocertificazione resa ai sensi del D.P.R. n.445/2000, dalla quale si evince che il richiedente si impegna a stipulare idonea polizza assicurativa per la copertura di danni a persone o cose derivanti dal manufatto <per installazioni su aree pubbliche e private>;

autocertificazione, ai sensi del D.P.R. n.445/2000, con la quale il titolare dell'autorizzazione s'impegna, in caso di cessata attività, fallimento, etc., a rimuovere la struttura pubblicitaria e a ripristinare lo stato dei luoghi;

fotocopia attestazione di pagamento dell'Imposta Comunale sulla Pubblicità (ICP) e della Tassa per l'Occupazione del Suolo e delle Aree Pubbliche e (TOSAP) <se dovuta>;

autodichiarazione, a firma di tecnico abilitato e/o dalla ditta richiedente, redatta ai sensi del D.P.R. 445/2000, con la quale si attesti, ai sensi dell'art. 53 comma 3 del Regolamento di Esecuzione del Codice della Strada, che il manufatto è stato calcolato, realizzato e sarà posto in opera tenendo conto della natura del sito di collocazione (terreno, muro etc...) e della spinta del vento, in modo da garantirne la stabilità. Inoltre che il manufatto è realizzato con materiale non deperibile e resistente agli agenti atmosferici;

estratto di mappa dalla quale risulti l'ubicazione dell'impianto nel contesto generale del luogo (scala 1:2.000/5.000) <per installazioni di impianti pubblicitari su aree private>;

progetto quotato in scala appropriata e leggibile dei manufatti da installare, firmati dal richiedente e da tecnico abilitato;

relazione tecnica a firma di tecnico abilitato;

idonea documentazione fotografica dello stato dei luoghi con l'inserimento virtuale di ciascun impianto;

3. Ogni domanda deve riferirsi a una sola attività industriale, commerciale, artigianale, artistica o professionale e potrà comprendere più impianti individuati esattamente sugli elaborati allegati alla richiesta.

4. Per l'installazione di più mezzi pubblicitari può essere presentata una sola domanda.

5. Entro 60 giorni dalla data di presentazione delle domande complete in ogni parte o 60 giorni dal completamento delle integrazioni, l'Ufficio competente deve comunicare l'avvenuta autorizzazione o il diniego motivato. Le autorizzazioni sono comunque rilasciate facendo salvi eventuali diritti di terzi.

6. Le domande incomplete non potranno essere esaminate se non opportunamente integrate dei dati e dei documenti mancanti. Qualora l'interessato non provveda ad integrarle entro 30 giorni dalla richiesta dell'Amministrazione, le stesse verranno motivatamente rigettate.

7. L'autorizzazione è valida dalla data del suo rilascio e ha la durata di tre anni, fatta salva la possibilità di revoca da parte dell'Amministrazione comunale.

8. L'autorizzazione decade qualora si verifichi una delle seguenti circostanze:

- a) non siano osservate le prescrizioni alle quali è subordinata;
- b) non sia utilizzata entro il termine di 120 giorni dalla data di rilascio, salvo proroga al massimo di ugual periodo e su richiesta degli interessati;
- c) nel caso in cui vengano meno le condizioni che costituivano presupposto al rilascio dell'autorizzazione.

9. Non si dà corso alle richieste di autorizzazione qualora il richiedente sia debitore, nei confronti dell'Amministrazione Comunale, di somme relative a tributi locali, debitamente accertati dal competente Ufficio Tributi.

Art. 25 Obblighi del titolare dell'autorizzazione

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

- a) conservare l'originale dell'autorizzazione rilasciata ed esibirla a richiesta del personale incaricato della vigilanza;
- b) verificare periodicamente il buono stato di conservazione dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari e delle loro strutture di sostegno;
- c) eseguire tutti gli interventi necessari al mantenimento delle condizioni di sicurezza;
- d) adempiere nei tempi prescritti a tutte le disposizioni impartite del Comune, sia al momento del rilascio dell'autorizzazione, sia in seguito per intervenute e motivate esigenze;
- e) provvedere alla rimozione del mezzo pubblicitario:
 - alla scadenza del periodo espositivo autorizzato;
 - in caso di diffida, decadenza o revoca dell'autorizzazione;
 - in caso d'insussistenza delle condizioni di sicurezza;

- in caso di motivata richiesta dell'Amministrazione;
 - nel caso in cui sia disposta la rimozione del mezzo pubblicitario. In caso di mancato adempimento il Comune provvede a spese dell'inadempiente;
 - f) ripristinare lo stato dei luoghi a proprie spese, anche nel caso in cui sia disposta la rimozione dei mezzi pubblicitari. In caso di mancato adempimento il Comune provvede a spese dell'inadempiente;
 - g) rispondere di tutti i danni derivanti dall'esposizione del mezzo pubblicitario.
2. È fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione rilasciata per la posa di "segni orizzontali reclamistici", e di "locandine esterne" e "stendardi", di provvedere alla rimozione degli stessi entro le ventiquattro ore successive alla conclusione della manifestazione o dello spettacolo per il cui svolgimento sono stati autorizzati, ripristinando il preesistente stato dei luoghi ed il preesistente grado di aderenza delle superfici stradali.
3. Il titolare dell'autorizzazione è obbligato, senza eccezioni o limiti di sorta, a tenere indenne il Comune da qualsiasi azione, pretesa o richiesta possa essere avanzata da chiunque, in qualsiasi tempo e sede, per qualsiasi causa o titolo, nei confronti del Comune in relazione, sia diretta che indiretta, all'autorizzazione, al messaggio pubblicitario, agli impianti pubblicitari, restando altresì esclusa qualsiasi rivalsa nei confronti del Comune.
4. Per i mezzi pubblicitari permanenti il messaggio pubblicitario dovrà essere in lingua italiana. Nel caso di utilizzo di (ideogrammi, caratteri dell'alfabeto cirillico o greco, ecc...), il messaggio dovrà contenere anche la traduzione in lingua italiana.
5. È sempre vietata l'apposizione di scritte o figurazioni pubblicitarie in contrasto con gli artt. 528 e 725 del Codice Penale e che siano di oltraggio al pubblico pudore.

Art. 26 Sostituzione del mezzo pubblicitario

1. Si intende la sostituzione del mezzo pubblicitario preesistente, con altre aventi caratteristiche diverse per tipologia di realizzazione, colori, ingombri e dimensioni. Qualora si desideri apportare qualsiasi variazione, l'interessato dovrà presentare una nuova domanda prima di procedere con la sostituzione e dovrà essere conseguita preventivamente la necessaria autorizzazione.
2. Il titolare dell'autorizzazione deve farne domanda secondo le modalità indicate dall'art. 25 del presente Regolamento.

Art. 27 Rinnovo dell'autorizzazione

1. L'autorizzazione all'installazione di cartelli ed altri impianti pubblicitari è rinnovabile per eguale periodo e comunque non superiore a tre anni, a condizione che la richiesta, da prodursi almeno novanta giorni prima della scadenza naturale, provenga dal medesimo soggetto intestatario dell'atto.
2. Nel caso di rinnovo, senza che siano state apportate variazioni al mezzo pubblicitario, il titolare dell'autorizzazione, dovrà produrre domanda in bollo con allegata dichiarazione redatta ai sensi del D.P.R. n.445/2000 con la quale si attesta che non sono state portate modifiche in termini di superficie espositiva e mezzo pubblicitario.
3. L'Amministrazione ha la facoltà di non rilasciare o rinnovare l'autorizzazione per sopravvenute motivazioni riguardanti la sicurezza, il decoro o i mutati orientamenti di ordine estetico strutturale.

Art. 28 Voltura dell'autorizzazione

1. In caso di cessione o affitto d'azienda, fusione, scissione, trasformazione di società, il nuovo titolare deve presentare domanda di voltura dell'autorizzazione entro 60 giorni. La domanda deve contenere la dichiarazione, redatta ai sensi dell'art. 47 del DPR 445/2000, che il mezzo pubblicitario esistente è conforme a quello autorizzato.

CAPO IV - PUBBLICHE AFFISSIONI

Art. 29 Impianti di Pubblica affissione

1. Gli impianti di "pubblica affissione" sono impianti di proprietà comunale intesi a garantire l'affissione, in appositi spazi, di manifesti contenenti esclusivamente comunicazioni aventi finalità istituzionali, sociali e commerciali e costituiscono un servizio obbligatorio di esclusiva competenza del Comune medesimo.
2. Gli spazi da destinare alle "pubbliche affissioni" sono individuati nelle tavole allegate al Piano, evidenziate per tipo di impianto e tipologia.
3. La superficie degli impianti destinati alle pubbliche affissioni è calcolata in misura proporzionale al numero degli abitanti e comunque non inferiore a diciotto metri quadrati per ogni mille abitanti.
4. La superficie complessiva degli impianti destinati alle pubbliche affissioni, con riferimento alla popolazione di circa 49.200 abitanti registrati nell'ultimo censimento ISTAT, non deve essere inferiore a 885,60 metri quadrati, né superiore a 8.227,50 metri quadrati.
Detta superficie è annualmente adeguata in rapporto alla variazione del numero degli abitanti.

Art. 30 Affissioni dirette

1. Gli impianti per "affissione diretta" sono quelli sui quali sono esposte comunicazioni di tipo commerciale, la cui installazione previa autorizzazione, può essere concessa, nel rispetto della tipologia e ripartizione stabilita dal <Regolamento per l'applicazione dell'imposta comunale sulla Pubblicità e per l'effettuazione delle pubbliche affissioni, approvato con Deliberazione del Consiglio Comunale n. 13/2000 ss.mm.ii.> e secondo le modalità e le procedure previste dal presente Piano.
2. Tali strutture dovranno essere predisposte ed installate dai soggetti privati, secondo le modalità e le procedure previste dal presente Piano.
3. Gli spazi da destinare alle "affissioni dirette" sono individuati nelle tavole allegate al Piano.
4. Le tipologie previste sono:
 - Cartello mono/bifacciale da cm. 600x300
 - Cartello mono/bifacciale da cm. 200x140
 - Cartello mono/bifacciale da cm. 100x140
 - Cartello monofacciale da cm. 70x100
5. L'installazione deve corrispondere ai luoghi e alle quantità indicate nelle tavole grafiche allegate al Piano, fatte salve le modifiche dell'ubicazione, per un raggio massimo di 20 m., ove non contrasti con il Codice della strada e consentite con provvedimento di autorizzazione.
6. Per esigenze legate alla sicurezza della circolazione stradale, le ubicazioni previste dal Piano degli impianti, possono essere variate con provvedimento del Capo Settore competente, su proposta del responsabile dell'Ufficio Traffico Urbano, sentito il Comandante della Polizia Municipale.

Art. 31 Criteri generali di posizionamento

1. Non sono ammesse occupazioni di suolo pubblico quali impianti pubblicitari ecc: sulle isole di traffico ubicate nell'area delle intersezioni o situate nei vari bracci delle intersezioni, in quanto in tali zone sono installabili soltanto impianti di segnaletica stradale e di illuminazione pubblica (art.23, comma 1, del Codice della Strada - D.Lgs. n.285/1992).
2. Le distanze indicate ai commi 2 e 4 e comma 3, lett.) c, d, f, h, dell'art. 51 del Regolamento di esecuzione D.P.R. n.495/1992 e ss.mm.ii., ad eccezione di quelle relative alle intersezioni, non sono rispettate per i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari a condizione che gli stessi siano collocati parallelamente al senso di marcia dei veicoli, in aderenza per tutta la loro superficie a fabbricati o comunque, fuori dai centri abitati, ad una distanza dal limite della carreggiata, non inferiore a metri 3, ed entro i centri abitati alla distanza fissata dalle deroghe acconsentite nel presente Piano, purché siano rispettate le disposizioni dell'art.23, comma 1 del Codice della Strada D.Lgs. n.285/1992, così come definito dall'art.51, comma 6, del Regolamento di esecuzione D.P.R. n.495/1992 e ss.mm.ii.

3. Come stabilito dall'art.51, comma 2, del Regolamento di esecuzione D.P.R. n.495/1992 e ss.mm.ii., il posizionamento di cartelli e di altri mezzi pubblicitari fuori dai centri abitati è vietato nei seguenti punti:

- a. sulle corsie esterne delle carreggiate, sulle cunette e sulle pertinenze di esercizio delle strade che risultano comprese tra carreggiate contigue;
- b. in corrispondenza delle intersezioni;
- c. lungo le curve come definite all'art.3, comma 1, p.20, del Codice della Strada D.Lgs. n.285/1992 e su tutta l'area compresa tra la curva stessa e la corda tracciata tra i due punti di tangenza;
- d. sulle scarpate stradali sovrastanti la carreggiata in terreni di qualsiasi natura e pendenza superiore a 45°;
- e. sui ponti e sottoponti non ferroviari;
- f. sui cavalcavia stradali e loro rampe;
- g. sui parapetti stradali, sulle barriere di sicurezza e sugli altri dispositivi laterali di protezione e di segnalamento;
- h. distanze dal livello stradale.

4. Fuori dei centri abitati, a norma dell'art. 49, comma 5 del Regolamento di esecuzione D.P.R.495/1992 e successive modifiche, il bordo inferiore dei cartelli, e degli altri mezzi pubblicitari posti in opera, deve essere, in ogni suo punto, ad una quota non inferiore a 1,50 mt. rispetto a quella della banchina stradale corrispondente.

Art. 32 Criteri generali di posizionamento entro i centri abitati

1. L'art.51, comma 4, del Regolamento di esecuzione D.P.R. n.495/1992 e ss.mm.ii. elenca limiti di distanza e divieti di installazione degli impianti pubblicitari.

2. Sono previste deroghe, limitatamente alle strade di tipo E ed F, alle distanze minime relative ai posizionamenti di tali impianti applicate "per ragioni di interesse generale ed ordine tecnico", come previsto dall'art.23 comma 6 del Nuovo Codice della strada D.Lgs. n.285/1992.

Art. 33 Deroghe alle distanze minime

All'interno dei centri abitati, nel rispetto del comma 1, dell'art. 23 del D.Lgs. 285/92,i comuni hanno la facoltà di concedere deroghe alle norme relative alle distanze minime per il posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari,nel rispetto delle esigenze di sicurezza della circolazione stradale.

La deroga è formalizzata con provvedimento del responsabile del 14° Settore "Manutenzione" su proposta del responsabile dell'ufficio Traffico Urbano, sentito il Comandante della Polizia Municipale.

Art. 34 Autorizzazione affissioni dirette

1. Ai sensi del precedente art.23, a ogni richiedente è rilasciata, previa richiesta, l'autorizzazione alla collocazione dei seguenti mezzi pubblicitari in numero massimo di:

- 7 cartelli/poster formato ml. 6,00 x 3,00;
- 8 stendardi/plance formato ml. 1,40 x 2,00/2,00 x 1,40;
- 3 stendardi/plance formato ml. 1,00 x 1,40/1,40 x 1,00.

2. Le modalità di presentazione delle domande di autorizzazione da compilarsi su apposito modulo reso in bollo, e presentare tramite il servizio di protocollo a:

"COMUNE DI MISTERBIANCO 14° Settore – Ufficio Traffico Urbano- via S. A. Abate n. 3, 95045 Misterbianco".

3. Le modalità saranno approvate dal Responsabile del 14° Settore "Manutenzione" in modo da assicurare la massima concorrenzialità a libertà economica agli operatori del settore.

Art. 35 Concessioni

1. Su indirizzo della Giunta Municipale, qualora ritenuto economicamente valido, è possibile concedere, previa convenzione, a soggetti privati, la possibilità di collocare sul territorio comunale, 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, nonché concedere l'utilizzo di impianti pubblicitari di proprietà comunale, ovvero lo sfruttamento, ai fini pubblicitari, di spazi disciplinati dal presente Piano.
2. Le convenzioni disciplinano le concessioni che sono rilasciate anche mediante lo svolgimento di apposita procedura ad evidenza pubblica o in altro modo consentito dalla legge.
3. Se s'intende procedere all'assegnazione per lotti, la loro composizione sarà stabilita in base a criteri di omogeneità territoriale e di funzionalità.
4. Per evitare possibilità di concentrazioni delle concessioni, non è consentito che il medesimo soggetto superi il limite di una concessione;
5. La concessione comporta la corresponsione dell'Imposta Comunale sulla Pubblicità (ICP) e della Tassa per l'Occupazione di Suolo ed Aree Pubbliche (TOSAP).
6. La concessione è disciplinata da un'apposita convenzione, nella quale devono essere precisati il numero e l'ubicazione degli impianti da installare e la durata della concessione, 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. 36 Requisiti tecnico-prestazionali degli impianti pubblicitari

1. Tutti gli impianti di cui al presente Piano, al momento del rilascio delle prescritte autorizzazioni, e per tutto il tempo della durata delle concessioni, devono possedere i seguenti requisiti tecnico-professionali:

- Resistenza e stabilità meccanica: capacità degli impianti pubblicitari di resistere ai sovraccarichi, agli urti, alle percussioni, alle vibrazioni, ed in generale ai fenomeni dinamici, in tutte le prevedibili condizioni di esercizio, nel rispetto del coefficiente di sicurezza, senza deformazioni incompatibili; e ciò sia per le singole parti, sia per la struttura nel suo insieme.

Ogni eventuale scavo che si renda necessario per la esecuzione dei collegamenti sarà a carico del richiedente che si impegna altresì a ripristinare il suolo a regola d'arte.

Rispetto di tutta la specifica normativa vigente in materia di progettazione, esecuzione e collaudo delle strutture, per il tipo di struttura ed i materiali utilizzati.

- Resistenza e reazione al fuoco: caratteristica dei materiali e degli elementi che costituiscono gli impianti pubblicitari, di resistere al fuoco per un tempo determinato senza subire deformazioni incompatibili con la loro fruizione, e di non aggravare il rischio di incendio con la loro infiammabilità. Rispetto delle prescrizioni tecniche e procedurali vigenti in materia.

- Sicurezza dalle cadute e dagli urti accidentali: caratteristica dell'impianto pubblicitario di non presentare ostacoli che possano comportare il rischio di urti accidentali.

- Sicurezza elettrica ed equipotenziale: la caratteristica degli impianti elettrici di essere concepiti e realizzati in modo tale da garantire agli utenti il massimo grado di sicurezza per il rischio elettrico e per quello delle scariche accidentali.

Impianti elettrici conformi alle norme CEI per la sicurezza elettrica ed equipotenziale.

Conformità alle disposizioni della L. n.46/1990, del D.P.R. n.447/1991 e ss.mm.ii., per la realizzazione degli impianti e l'impiego dei materiali secondo la regola dell'arte.

- Controllo dell'abbagliamento: condizione che le sorgenti luminose ove previste, comunque e dovunque collocate ed in qualsiasi campo visivo possibile, non producano per gli utenti una sensazione di fastidio a causa dell'abbagliamento ed in particolare non producano abbagliamento agli automobilisti.

Rispetto della normativa specifica; norme C.E.I.; istruzioni E.N.E.L.

- Controllo della temperatura superficiale: condizione che le superfici con cui l'utente dell'impianto pubblicitario può normalmente entrare in contatto devono presentare scarsa attitudine al surriscaldamento a seguito di normale utilizzo, processi di esercizio e assorbimento dell'irraggiamento solare. In generale, è richiesto che sia mantenuta la temperatura: $t < 60^{\circ}\text{C}$.

- Resistenza agli agenti fisici, chimici e biologici: la durevolezza è l'attitudine dei singoli materiali ed elementi, che compongono l'impianto pubblicitario, a conservare inalterate le proprie caratteristiche chimico-fisiche, geometriche, funzionali, cromatiche e di finitura superficiale, sotto l'azione delle sollecitazioni termiche, dell'irraggiamento solare a quelli degli agenti chimici e biologici.

Materiali ed elementi devono conservare inalterate le proprie caratteristiche sotto l'azione degli agenti fisici normalmente operanti e prevedibili nell'ambiente in cui si trovano. Particolare attenzione va riservata alla prestazione di non gelività dei materiali. Per i singoli materiali le prestazioni richieste sono conformi alle norme: UNI 8942/1; UNI 8942/2; UNI 8942/3; UNI 8942/4; UNI En 202; . Il requisito deve essere soddisfatto sotto l'azione degli agenti chimici e biologici presenti normalmente nell'ambiente (aria, acqua, ecc.), nonché sotto l'azione degli usuali prodotti per la pulizia delle superfici. Gli elementi non devono presentare porosità o cavità superficiali che non siano facilmente pulibili o ispezionabili evitando il ristagno di acqua e l'accumulo di sporco o di residui di vario genere.

Resistenza agli atti di vandalismo: la caratteristica dei singoli elementi e del loro sistema d'insieme (impianto pubblicitario) di dissuadere, impedire e resistere agli atti di vandalismo, come pure di consentire che vi si possa facilmente porre rimedio.

Tutti gli elementi, i loro collegamenti ed ancoraggi, ed il loro sistema d'insieme, devono possedere caratteristiche materiche, morfologiche e costruttive tali da soddisfare al meglio, relativamente alle prestazioni attese ed attendibili dagli elementi di cui trattasi, il requisito della resistenza agli atti di vandalismo.

In particolare sono richieste:

- a) collocazioni che rendano gli elementi difficilmente aggredibili;
- b) resistenza ai graffi ed agli strappi superficiali;
- c) superfici con conformazioni e trattamenti con fluidi "antiscrittura" per le parti poste entro l'altezza di 3 mt. dal piano di calpestio.

- Affidabilità: l'affidabilità è l'attitudine dell'impianto pubblicitario a garantire nel tempo la continuità del funzionamento dei diversi componenti e delle loro reciproche interrelazioni.

Il minimo livello di affidabilità richiesto all'intero sistema deve essere almeno raggiunto da ogni singolo componente. Tutti gli elementi componenti l'impianto debbono garantire il livello di affidabilità inizialmente dichiarato dal tecnico asseverante.

- Controllabilità e ispezionabilità: l'attitudine a consentire in modo sicuro ed agevole controlli ed ispezioni sullo stato dei materiali e dei componenti, per facilitare i necessari interventi di manutenzione, sia occasionale che programmata.

2. Gli elementi ed i loro sistemi d'insieme costituenti gli impianti pubblicitari, debbono avere caratteristiche morfologiche, dimensionali, funzionali e tecnologiche tali da consentire di effettuare in sicurezza ed agevolmente controlli ed ispezioni per la verifica del loro stato di conservazione ed efficienza, e per l'effettuazione dei necessari interventi di pulizia, riparazione e integrazione, sostituzione e recupero.

3. Il manufatto pubblicitario ed ogni suo componente deve possedere l'attitudine a non sporcarsi troppo facilmente sotto l'azione di sostanze imbrattanti di uso corrente e di permettere una facile operazione di pulizia senza deterioramenti permanenti (pulibilità); deve possedere l'attitudine a consentire in modo agevole, nel caso di guasti, il ripristino dell'integrità, della funzionalità e dell'efficienza di elementi e sistemi costituenti l'impianto pubblicitario, o di parti di essi (riparabilità e integrabilità); infine deve possedere l'attitudine a consentire in modo agevole, in caso di guasto grave o di obsolescenza funzionale e/o tecnologica, la sostituzione di elementi tecnici costitutivi o di parti di essi. E' l'attitudine dei materiali e degli elementi tecnici, in seguito alla loro rimozione o demolizione, di poter essere convenientemente riutilizzati o riciclati, anche con finalità di salvaguardia ecologica e di risparmio energetico (sostituibilità e recuperabilità).

4. Per i manufatti pubblicitari di maggiore importanza è necessario che il progetto sia integrato dal "manuale di manutenzione" che preveda le modalità dei controlli, delle ispezioni e di ogni altra operazione necessaria a garantire la presenza contemporanea di ogni attitudine descritta nel presente punto.

CAPO V - VIGILANZA E SANZIONI

Art. 37 Vigilanza

1. Gli Enti proprietari delle strade sono tenuti a vigilare, per mezzo del proprio personale competente in materia di viabilità, sulla corretta realizzazione e sull'esatto posizionamento dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari rispetto a quanto autorizzato.
2. I soggetti proprietari dei mezzi sono obbligati a vigilare sullo stato di conservazione e sulla buona manutenzione dei mezzi pubblicitari.
2. Limitatamente al disposto art. 23, comma 3 D.lgs. n.285/1992, la vigilanza può essere svolta, nell'ambito delle rispettive competenze, anche da funzionari del Ministero dell'Ambiente e dei Beni Culturali i quali trasmettono le proprie segnalazioni all'Ente proprietario della strada per i provvedimenti di competenza.

Art. 38 Abusivismo

1. Sono considerate abusive le installazioni d'impianti pubblicitari realizzate in assenza della prescritta autorizzazione, sia su suolo pubblico che privato.
2. Sono altresì considerate abusive:
 - a) le installazioni difformi da quelle autorizzate o che si protraggono oltre le date previste dalle autorizzazioni stesse;
 - b) gli impianti per cui è avvenuto il pagamento dell'imposta ma effettuate in assenza della prescritta autorizzazione.
 - c) gli impianti sprovvisti di targhetta d'identificazione di cui all'art. 55 D.P.R. n.495/1992.

Art. 39 Sanzioni amministrative

1. Chiunque installi mezzi pubblicitari, impianti di propaganda nonché impianti pubblicitari per l'affissione senza la relativa Autorizzazione, oppure, non ne osserva le prescrizioni impartite o effettuati affissioni fuori dagli spazi consentiti, è assoggettato alle sanzioni amministrative pecuniarie come previste dall'art. 23 del Codice della Strada D.Lgs. n.285/1992, e quelle del D.Lgs. n.507/1993 e ss.mm.ii.
2. Per le suddette violazioni si applica la sanzione prevista dall'art. 24, comma 2 del D.lgs n.507/1993; il verbale con gli estremi riportati delle violazioni e l'ammontare delle sanzioni è notificato agli interessati entro centocinquanta giorni dall'accertamento delle violazioni. Si provvede altresì alla rimozione degli impianti pubblicitari verbalizzati con apposita ordinanza. In caso di inottemperanza all'ordine di rimozione entro il termine stabilito nella suddetta ordinanza, il Funzionario Responsabile dell'Ufficio comunale competente provvede d'Ufficio, addebitando ai responsabili le spese sostenute. Inoltre, nella ipotesi in cui il mezzo pubblicitario abusivo arrechi un grave pregiudizio o un imminente pericolo di danno a persone o a cose o sia di ostacolo alla normale e regolare circolazione dei veicoli e dei pedoni, il Comune può disporre la rimozione d'Autorità senza necessità della preventiva notifica della contestazione dell'illecito.
3. Per le pubblicità relative alla pubblicità sulle strade e sui veicoli, si applicano le sanzioni previste dall'art. 23 del Codice della Strada D.Lgs. n.285/1992.
4. I proventi delle sanzioni amministrative sono dovuti al Comune e sono dallo stesso destinati al potenziamento ed al miglioramento del servizio pubblicità e pubbliche affissioni nonché utilizzati per la rimozione degli impianti pubblicitari abusivi.

Art. 40 Sanzioni Accessorie

1. Per gli impianti pubblicitari installati in modo difforme, in caso d'inottemperanza all'ordine di rimozione di cui al precedente articolo e nell'attesa della rimozione anche in danno, l'Ufficio provvede alla copertura della pubblicità le cui spese saranno addebitate al responsabile dell'abuso o al committente la pubblicità che ne risponde in solido.
2. Qualora il materiale rimosso d'ufficio non possa essere consegnato al legittimo proprietario, è sottoposto al sequestro e depositato in locali o aree idonee, con l'incameramento della cauzione o polizza fideiussoria prevista per dette spese. Detto materiale è tenuto a disposizione

dell'interessato per trenta giorni; scaduto tale termine si provvederà a disporre la confisca del bene secondo la disciplina prevista dalla L. n.689/1981 e ss.mm.ii.

CAPO VI - NORME FINALI E TRANSITORIE

Art. 41 Aggiornamento

1. Il presente Piano può essere adeguato o modificato ogni qualvolta si renda necessario, a seguito di variazioni intervenute nella consistenza demografica del Comune, dell'espansione dei centri abitati, dello sviluppo della viabilità e di altra causa rilevante che venga illustrata nella motivazione del provvedimento di modifica, con atto della Giunta Municipale, e sarà comunque aggiornabile ed integrabile in qualunque momento, ove esigenze tecniche lo richiedano.
2. Successive modifiche normative, circolari aggiuntive e/o semplificazioni procedurali potranno essere recepite nel presente Piano, a seguito presa d'atto della Giunta Municipale.
3. Le norme del presente Piano si applicano a tutti i mezzi pubblicitari di nuova installazione; quelli attualmente installati in contrasto con tali norme dovranno essere adeguati o rimossi, a cura e spese del Titolare entro i termine previsti per legge o notificati dall'ufficio.

Art. 42 Entrata in vigore del Piano e norme finali

1. Il presente Piano entra in vigore a decorrere dai tempi previsti per legge, dalla pubblicazione all'Albo pretorio comunale on line della relativa deliberazione di Giunta Municipale.