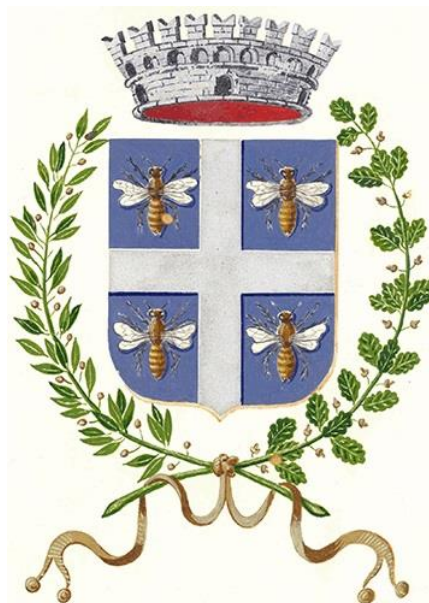




COMUNE DI AVIGLIANA

Provincia di Torino

Piano Generale degli Impianti Pubblicitari (PGIP)

Ex D.Lgs 285/92

L.160/2019

Approvato con Delibera di C.C. n° 32 del 27.04.2022

Sommario

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

Art. 27 Disciplina delle insegne di esercizio.....	32
TITOLO IV- PUBBLICHE AFFISSIONI	35
Art. 28 Definizione di affissione.....	35
Art. 29 Requisiti generali degli impianti per le affissioni.....	36
Art. 30 Posizionamento degli impianti di affissione	36
Art. 31 Superfici	36
Art. 32 Ripartizione delle pubbliche Affissioni	37
Art. 33 Definizione e gestione degli impianti in affissione diretta	37
Art. 34 Prescrizione di installazione.....	37
TITOLO V- NORME AMMINISTRATIVE	38
Art. 35 Autorità competente per il rilascio delle autorizzazioni.....	38
Art. 36 Definizione del settore incaricato al rilascio delle autorizzazioni	38
Art. 37 Modalità per la presentazione delle istanze di autorizzazione	39
Art. 38 Istruttoria della domanda.....	39
Art. 39 Integrazione alla domanda	40
Art. 40 Durata	40
Art. 41 Rinnovi	40
Art. 42 ADEMPIMENTI A SEGUITO DELL' AUTORIZZAZIONE.....	40
Art. 43 Obblighi del titolare dell'autorizzazione.....	41
Art. 44 Revoca dell'autorizzazione per la pubblicità permanente	41
Art. 45 Esposizioni soggette a semplice comunicazione	42
Art. 46 Vigilanza.....	43
Art. 47 Rimozione	43
TITOLO VI – SANZIONI E DISPOSIZIONI FINALI	44
Art. 48 Norme transitorie	44
Art. 49 Impianti pubblicitari abusivi	44
Art. 50 Sanzioni amministrative	44
Art. 51 Norme finali	44
ALLEGATI.....	45
Allegato A “Cartografia di Zonizzazione”	45
Allegato B “Abaco delle Distanze e delle insegne preferenziali in Centro Storico”	45

Allegato C “Schede Illustrative Impianti”	45
Allegato D “CARTOGRAFIA delle competenze autorizzative”	45

Introduzione

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

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

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

Il Piano è redatto recependo le norme vigenti in materia, quali il L.160/2019, il D.lgs. 285/92 e il regolamento di attuazione D.P.R. 495/92, il D.lgs. 241/90, il D.lgs. 42/04 con le successive modifiche e integrazioni, nonché il "Regolamento imposta comunale pubblicità e diritti pubbliche affissioni" adottato con delibera G.C. n.72 del 06/02/1995 e successive modificazioni oltre il Regolamento Canone Concessorio approvato con delibera di Consiglio Comunale n°31 del 28/03/2019.

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

TITOLO I - DISPOSIZIONI GENERALI

ART. 1 PRINCIPI GENERALI

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

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

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

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

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

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

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

ART. 2 QUADRO NORMATIVO DI RIFERIMENTO

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

- ▲ D.lgs. n. 285 del 30/04/1992 e s.m.i. (Nuovo codice della strada)
- ▲ D.P.R. n. 495 del 16/12/1992 e s.m.i. (Regolamento di esecuzione ed attuazione del C.d.S.)
- ▲ D.lgs. n. 360 del 10/09/1993 e s.m.i. (Disposizioni correttive ed integrative al C.d.S.)
- ▲ D.P.R. n. 610 del 16/09/1996 e s.m.i. (Regolamento recante modifiche al Decreto del Presidente della Repubblica 16 dicembre 1992, n. 495, concernente il regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo C.d.S.)
- ▲ L. n. 472 del 07/12/1999 e s.m.i. (Interventi nel settore dei trasporti)
- ▲ D.lgs. n. 490 del 29/10/1999 e s.m.i. (Testo unico delle disposizioni legislative in materia di beni culturali ed ambientali)
- ▲ D.lgs. n. 42 del 22 gennaio 2004 e s.m.i. (Codice di beni culturali e del paesaggio)
- ▲ Direttiva Ministero LLPP del 24/10/2000
- ▲ D.P.R. n. 31 del 13/02/2017 e s.m.i. (Regolamento recante individuazione degli interventi esclusi dall'autorizzazione paesaggistica o sottoposti a procedura autorizzatori semplificata)
- ▲ L. n. 120 del 29/07/2010 (Disposizioni urgenti per la stabilizzazione finanziaria);
- ▲ L. n. 111 del 15/07/2011 (Disposizioni in materia di sicurezza stradale);
- ▲ Regolamento del servizio comunale per l'applicazione del Canone Unico L.160/2019 approvato con Delibera Consiglio Comunale n. 21 30/04/2021;
- ▲ Delimitazione dei centri abitati
- ▲ L.241 del 07/08/1990 e s.m.i. (nuove norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi);
- ▲ Protocollo di Intesa tra ANCI e IAP sottoscritto in data 06/03/2014 a tutela dell'immagine della donna e dei minori;
- ▲ Altre fonti generali e regolamentari in materia di installazione degli impianti pubblicitari (direttive ministeriali, prassi, giurisprudenza, ecc.);

ART. 3 CAMPO DI APPLICAZIONE

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

Le preinsegne ex art. 47 c. 2 del D.P.R 495/92 e s.m.i., avendo anche una funzione di pubblica utilità agevolando il traffico veicolare e fornendo adeguate informazioni agli utenti della strada per raggiungere le destinazioni prescelte, possono essere posizionate in deroga alle disposizioni generali previste per i mezzi pubblicitari purché sia salvaguardata la sicurezza della circolazione stradale.

ART. 4 DEFINIZIONE E CLASSIFICAZIONE DELLE STRADE

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

"A" Autostrade

"Strada extraurbana o urbana a carreggiate indipendenti o separate da spartitraffico invalicabile ciascuna con almeno due corsie di marcia, eventuale banchina pavimentata a sinistra e corsia di emergenza o banchina pavimentata a destra, priva di intersezioni a raso e accessi privati, dotata di recinzioni e di sistemi di assistenza all'utente lungo l'intero tracciato, riservata alla circolazione di talune categorie di veicoli a motore e contraddistinta da appositi segnali di inizio e fine. Deve essere attrezzata con apposite aree di servizio ed aree di parcheggio, entrambe con accessi dotati di corsie di decelerazione e di accelerazione."

"B" Strade extraurbane principali

"Strada a carreggiate indipendenti o separate da spartitraffico invalicabile, ciascuna con almeno due corsie e banchina pavimentata a destra, priva di intersezioni a raso, con accessi alle proprietà laterali coordinati, contraddistinta dagli appositi segnali di inizio e fine, riservata alla circolazione di talune categorie di veicoli a motore; per eventuali altre categorie di utenti devono essere previsti opportuni spazi. Deve essere attrezzata con apposite aree di servizio, che comprendono spazi per la sosta, con accessi dotati di corsie di decelerazione e di accelerazione."

"C" Strade extraurbane secondarie

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

"D" Strade urbane di scorrimento

"Strada a carreggiate indipendenti o separate da spartitraffico, ciascuna con almeno due corsie di marcia, ed una eventuale corsia riservata ai mezzi pubblici, banchina pavimentata a destra e marciapiedi, con le eventuali intersezioni a raso semaforizzate; per la sosta sono previste apposite aree o fasce laterali estranee alla carreggiata entrambe con immissioni ed uscite concentrate."

"E" Strade urbane di quartiere

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

"F" Strade locali

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

F-bis. Itinerario ciclopedonale

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

L'art. 2, c. 6, del D.P.R n. 495 del 16/12/1992 (Regolamento di esecuzione ed attuazione del Nuovo Codice della Strada) delega agli organi regionali competenti la classificazione delle strade comunali esistenti e di nuova costruzione.

Ai sensi dell'art. 23, c. 6, del D.lgs. 285/93 (Nuovo Codice della Strada), all'interno dei centri abitati il comune ha la facoltà di concedere deroghe alle norme relative alle distanze minime per il posizionamento dei mezzi pubblicitari, nel rispetto delle esigenze di sicurezza della circolazione stradale.

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

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

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

ART. 5 DEFINIZIONE E DELIMITAZIONE DEL CENTRO ABITATO

E' definito centro abitato l'insieme di edifici, delimitato lungo le vie di accesso dagli appositi segnali di inizio e fine. Per insieme di edifici si intende un raggruppamento continuo, ancorché intervallato da strade, piazze, giardini o simili, costituito da non meno di venticinque fabbricati e da aree di uso pubblico con accessi veicolari o pedonali sulla strada. Il comune ha provveduto con propria deliberazione alla delimitazione del centro abitato, ai sensi dell'art. 4 del D.lgs. 285/92 (Nuovo Codice della Strada) e ad essa è allegata idonea cartografia.

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

ART. 6 SUDDIVISIONE DEL TERRITORIO COMUNALE IN ZONE OMOGENEE

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

Zona A - Zone di attenzione

Si definiscono zone di attenzione le zone facenti parte di insediamenti di antico impianto, parchi urbani, nonché le aree limitrofe ad emergenze architettoniche (D.Lgs 42/2004 Parte IIa – ex L. 1089/39)

Zona B - Zone di insediamento industriale

Sono le zone di concentrazione di settore industriale suddivise in due specifiche aree zona B Est e Zona B ovest

B.1 Zona di Insediamento Commerciale: Area di nuova concentrazione di attività Commerciali.

Zona C – Zone a regolamentazione selettiva

Rientra in questa zona la restante parte di territorio comunale non ricompresa nelle zone “A” o “B” rientrante nel centro abitato.

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

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

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

ART. 7 VINCOLI STORICI, ARTISTICI E DI TUTELA PAESAGGISTICA

Ai sensi dell'art 49 del D.lgs. n. 42/2004 e s.m.i. è vietato collocare o affiggere cartelli e altri mezzi pubblicitari sugli edifici e nelle aree tutelate come beni culturali o in prossimità di essi. Il Soprintendente, valutata la compatibilità della collocazione o della tipologia del mezzo pubblicitario con l'aspetto, il decoro e la pubblica fruizione dei beni culturali tutelati, può rilasciare o negare il nulla osta all'installazione del mezzo pubblicitario.

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

Ai sensi dell'art. 153 del D.lgs. n. 42/2004 e s.m.i. è vietato collocare cartelli ed altri mezzi pubblicitari nell'ambito ed in prossimità dei beni paesaggistici se non previa autorizzazione rilasciata dalla Amministrazione Comunale sulla compatibilità della collocazione e della tipologia del mezzo pubblicitario con i valori paesaggistici degli immobili e delle aree soggetti a tutela.

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

Sono fatte salve le disposizioni delle normative vigenti in materia.

ART. 8 PRESCRIZIONI GENERALI DI INSTALLAZIONE PER IL CENTRO ABITATO

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

Il posizionamento delle insegne d'esercizio, cartelli, frecce di indicazione e degli altri mezzi pubblicitari dovrà inoltre essere effettuato nel rispetto dei seguenti criteri di carattere generale:

- che siano rispettate le esigenze di sicurezza della circolazione stradale;

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

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

TITOLO II – LA PUBBLICITA' ESTERNA

ART. 9 CLASSIFICAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI

Con la denominazione di mezzo pubblicitario in ambiente stradale si intende ogni forma di comunicazione rivolta al pubblico e fisicamente effettuata a mezzo di strutture e manufatti collocati lungo o in vista delle strade. I mezzi pubblicitari così definiti sono classificati in funzione della loro tipologia, come da art. 47 del D.P.R 495/92 e s.m.i. Al fine di meglio definire le diverse tipologie di mezzi, la classificazione individuata dal presente PGIP è la seguente:

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

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

Normato al TITOLO III- LE INSEGNE DI ESERCIZIO.

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

“Scritta in caratteri alfa numerici, completata da freccia di orientamento, ed eventualmente da simboli e da marchi, realizzata su manufatto bifacciale e bidimensionale, utilizzabile su una sola o su entrambe le facce, supportato da idonea struttura di sostegno, finalizzata alla pubblicizzazione direzionale della sede dove si esercita una determinata attività ed installata in modo da facilitare il reperimento della sede stessa e comunque nel raggio di 10 km. Non può essere luminosa, né per luce propria, né per luce indiretta.”

Mezzi pubblicitari individuati dal PGIP appartenenti a questa categoria:

- 2.1** Preinsegna/segnaletica ordinaria: con forma rettangolare e aventi dimensioni 1,5 m x 0,3 m oppure 1,25 m x 0,25 m. È ammesso l'abbinamento sulla stessa struttura di sostegno di un numero massimo di sei segnali per ogni senso di marcia a condizione che le stesse abbiano le stesse dimensioni.
- 2.2** Preinsegna/segnaletica formato ridotto: Mezzo di dimensioni ridotte nel limite superiore di 1 m x 0,2 m e inferiore di 0,6 m x 0,1 m, integrato da freccia direzionale, destinato ad una fruizione prevalentemente pedonale. È ammesso l'abbinamento sulla stessa struttura di sostegno di un numero massimo di sei segnali per ogni senso di marcia a condizione che le stesse abbiano le stesse dimensioni. La struttura di sostegno può essere completata con uno spazio per lo stemma ed il nome del Comune.

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

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

Mezzi pubblicitari individuati dal PGIP appartenenti a questa categoria:

- 3.1** Cartello: Come da definizione dell'art. 47 c. 4 D.P.R 495/92
- 3.2** Tabella: Mezzo bidimensionale mono facciale vincolato ad una costruzione in muratura o altro elemento esistente (recinzioni, cancellate, muri, pareti cieche, ecc.), finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari sia direttamente sia mediante utilizzo di altri elementi quali manifesti cartacei o simili. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.

3.3 Cavalletto o palina temporanea: Mezzo pubblicitario costituito da una struttura autoportante, non murata a terra, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari di carattere temporaneo, sia mediante l'utilizzo di pannelli rigidi, sia mediante altri elementi quali manifesti cartacei o simili. Con possibilità di allineamento sequenziale di massimo 10 (dieci) elementi.

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

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

Mezzi pubblicitari individuati dal PIGP appartenenti a questa categoria:

4.1 Striscione: Mezzo bidimensionale monofacciale o bifacciale privo di rigidità, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari in occasione di manifestazioni o spettacoli, con esposizione limitata al periodo di svolgimento della manifestazione, spettacolo o iniziativa a cui si riferisce oltreché alla settimana precedente e alle 24 ore successive allo stesso. Realizzato in materiale plastico (PVC) o in tela di cotone, senza aggiunte di carta o materiali non resistenti agli agenti atmosferici. Installato trasversalmente alla sede stradale per mezzo di cavi di fissaggio a parete o appositi supporti. Può essere luminoso per luce indiretta. L'esposizione di striscioni sarà ammessa soltanto nei siti individuati con apposita delibera di giunta comunale.

4.2 Gonfalone o Bandiera: Mezzo bidimensionale mono o bifacciale privo di rigidità, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari in occasione di manifestazioni, spettacoli, oltre che per il lancio di iniziative commerciali, con esposizione limitata al periodo di svolgimento della manifestazione, spettacolo, o iniziativa a cui si riferisce oltreché alla settimana precedente e alle 24 ore successive alla stessa. Se posizionato sul terreno può essere realizzato anche in materiale rigido. Rientrano tra tipologie di impianto gli impianti collocati su pali della luce. Può essere luminoso per luce indiretta.

4.3 Stendardo/Totem: Mezzo bidimensionale mono o bifacciale privo di rigidità, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari in occasione di manifestazioni, spettacoli, oltre che per il lancio di iniziative commerciali, con esposizione limitata al periodo di svolgimento della manifestazione, spettacolo, o iniziativa a cui si riferisce oltreché alla settimana precedente e alle 24 ore successive alla stessa. Realizzato in materiale plastico (PVC) o in tela di cotone, eventualmente dotato di un'apposita tasca per la collocazione di un manifesto cartaceo, Non vincolato al suolo

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

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

Mezzi pubblicitari individuati dal PGIP appartenenti a questa categoria:

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

6. Impianto pubblicitario di servizio (art. 47 c. 7)

“Si definisce impianto pubblicitario di servizio qualunque manufatto avente quale scopo primario un servizio di pubblica utilità nell'ambito dell'arredo urbano e stradale (fermate autobus, pensiline, transenne para pedonali,

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

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

Mezzi pubblicitari individuati dal PGIP appartenenti a questa categoria:

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

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

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

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

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

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

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

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

“Si definisce impianto di pubblicità o propaganda qualunque manufatto finalizzato alla pubblicità o alla propaganda sia di prodotti che di attività e non individuabile secondo definizioni precedenti, né come insegna di esercizio, né come preinsegna, né come cartello, né come striscione, locandina o stendardo, né come segno orizzontale reclamistico, né come impianto pubblicitario di servizio. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.”

Mezzi pubblicitari individuati dal PGIP appartenenti a questa categoria:

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

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

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

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

7.4.1. **Mezzo pittorico con decorazione artistica:** Dovrà riportare in via preferenziale o il prospetto dell'edificio oggetto dell'intervento o l'immagine di un'opera d'arte che ha attinenza con l'edificio o un'immagine con alto contenuto artistico. Il messaggio pubblicitario sarà inserito organicamente nella gigantografia e dovrà essere circoscritto in un riquadro che lo estrae da tutta la superficie dell'impianto; dovrà essere posizionato nella parte inferiore dell'impianto e dovrà occupare una superficie non superiore al 20% della superficie totale della facciata del mezzo.

7.4.2. **Mezzo pittorico con decorazione pubblicitaria:** Il messaggio pubblicitario può interessare tutta la superficie disponibile o solo una parte di esso, comunque superiore al 20% della superficie totale della facciata del mezzo.

ART. 10 CLASSIFICAZIONE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI – DURATA DEL MESSAGGIO

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

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

Impianti permanenti

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

Impianti temporanei

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

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

L'ubicazione dell'esposizione di pubblicità temporanea potrà essere individuata e con apposita delibera di giunta comunale.

ART. 11 CLASSIFICAZIONE DEI MESSAGGI PUBBLICITARI – TIPO DI MESSAGGIO

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

Istituzionali/Sociali o comunque privi di rilevanza economica

Appartengono a questa categoria i mezzi preposti alla comunicazione, informazione e diffusione di messaggi o iniziative di pubblico interesse, normalmente effettuati da Enti pubblici o di diritto pubblico o comunque da altro (associazioni, circoli, ecc. regolamentati da statuto) e comunque senza fine di lucro.

Commerciali

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

ART. 12 DEFINIZIONE DI PUBBLICITÀ ESTERNA

Con il termine “pubblicità esterna” si individuano gli impianti pubblicitari, sia collocati su suolo pubblico sia su suolo privato, utilizzati per la diffusione di messaggi pubblicitari di tipo commerciale o istituzionale e non classificati come insegne di esercizio, di cui all'art. 47 c. 1

**D.P.R 495/92, di cui al TITOLO III- LE INSEGNE DI ESERCIZIO, o come
impianti per il servizio delle pubbliche affissioni di cui al**

TITOLO IV- PUBBLICHE AFFISSIONI.

ART. 13 REQUISITI GENERALI DEGLI IMPIANTI PER LA PUBBLICITÀ ESTERNA

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

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

Gli impianti pubblicitari dovranno avere anche requisiti di funzionalità riferiti soprattutto alla semplicità di manutenzione degli stessi, elemento essenziale affinché il deterioramento naturale o accidentale degli stessi non sia causa di degrado della struttura e di conseguente peggioramento dell'immagine del contesto urbano.

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

I messaggi esposti in tutto il territorio comunale dovranno assolutamente considerare i principi del rispetto della dignità, del pubblico pudore, della decenza e del contesto urbano nel quale il messaggio è esposto. L'amministrazione Comunale si riserva la facoltà di non rilasciare autorizzazioni per tutte quelle situazioni che rappresentano motivazioni comprovate di oltraggio ai principi di cui sopra.

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

La scelta della tipologia degli impianti pubblicitari dovrà rientrare nel progetto unitario che considera il mantenimento di uniformità estetica, colorazione, materiali, ecc. Gli impianti di pubblicità esterna dovranno rispondere alle caratteristiche minime previste nell'Allegato C "Schede Illustrative Impianti". Per gli impianti non presenti nell'allegato, non sono previste particolari tipologie di supporti in quanto ogni richiedente potrà proporre una propria scheda tecnica con relativa dichiarazione di stabilità della struttura che intende collocare. In tal caso la colorazione della struttura dovrà comunque essere in linea con l'arredo urbano preesistente in modo da creare uniformità con l'ambiente circostante.

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

Sulla base di quanto contenuto nell'art. 23 comma 6 del Nuovo Codice della Strada, *"il regolamento stabilisce le norme per le dimensioni, le caratteristiche, l'ubicazione dei mezzi pubblicitari lungo le strade, le fasce di pertinenza e nelle stazioni di servizio e di rifornimento di carburante. Nell'interno dei centri abitati, nel rispetto di quanto previsto dal comma 1, i comuni hanno la facoltà di concedere deroghe alle norme relative alle distanze minime per il*

posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari, nel rispetto delle esigenze di sicurezza della circolazione stradale.”

Il Regolamento di esecuzione ed attuazione del Nuovo Codice della Strada, art. 51 comma 4, stabilisce inoltre che *“I comuni hanno la facoltà di derogare, all'interno dei centri abitati, all'applicazione del divieto di cui al comma 3, lettera a), (sulle corsie esterne alle carreggiate, sulle cunette e sulle pertinenze di esercizio delle strade che risultano comprese tra carreggiate contigue) limitatamente alle pertinenze di esercizio che risultano comprese tra carreggiate contigue e che hanno una larghezza superiore a 4 m. Per le distanze dal limite della carreggiata si applicano le norme del regolamento comunale. Le distanze si applicano nel senso delle singole direttrici di marcia. I cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari non devono in ogni caso ostacolare la visibilità dei segnali stradali entro lo spazio di avvistamento.”*. In attuazione al suddetto articolo il presente regolamento acconsente la collocazione di impianti pubblicitari su pertinenze di esercizio delle strade che risultano comprese tra carreggiate contigue e che hanno una larghezza superiore a 4 m, nel rispetto delle norme del presente PGIP.

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

In particolare il posizionamento degli impianti per le pubbliche affissioni non deve rispettare le distanze minime in quanto tali impianti non rientrano nelle definizioni di impianti di pubblicità esterna di cui all' “Art. 12 Definizione di pubblicità esterna” del presente PGIP. Di conseguenza i cartelli, gli impianti pubblicitari di servizio e gli altri mezzi pubblicitari non devono rispettare alcuna distanza dagli impianti per le pubbliche affissioni a patto che la loro collocazione non precluda la visibilità degli stessi ed il loro ordinario utilizzo, mentre dovranno rispettare le distanze minime dagli impianti di segnaletica direzionale equiparandoli a segnali di indicazione.

ART. 16 DEFINIZIONE GENERALE DI INSTALLAZIONE.

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

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

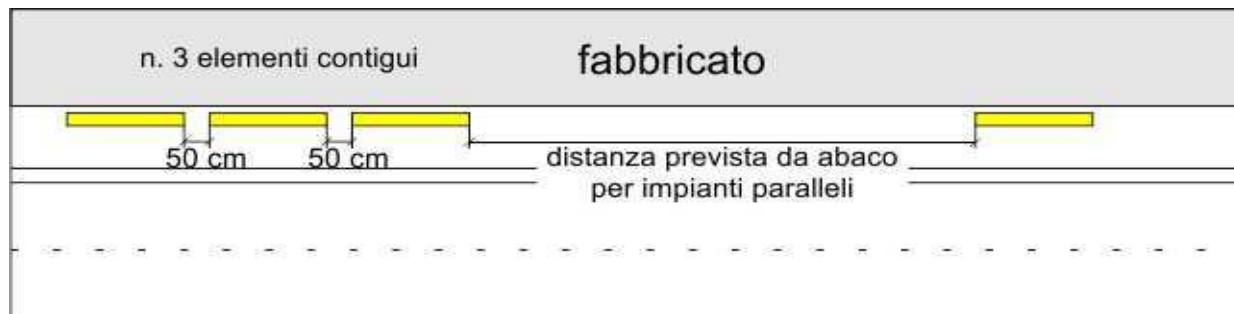
Tutti gli impianti pubblicitari di servizio dovranno essere collocati in modo da non interferire con il normale traffico veicolare e/o pedonale.

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

Le Tabelle pubblicitarie, Cartelli pubblicitari e/o impianti led a messaggio variabile collocati in posizione parallela al senso di marcia dei veicoli posti in aderenza, per tutta la loro superficie, a fabbricati, muri, ecc. o comunque alla

distanza dalla carreggiata prevista da abaco del presente PGIP, ai sensi dell'art. 51 c.6 del DPR 495/92, non dovranno mantenere le distanze previste del presente piano ad eccezione della distanza dalle intersezioni ridotta al 30%.

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

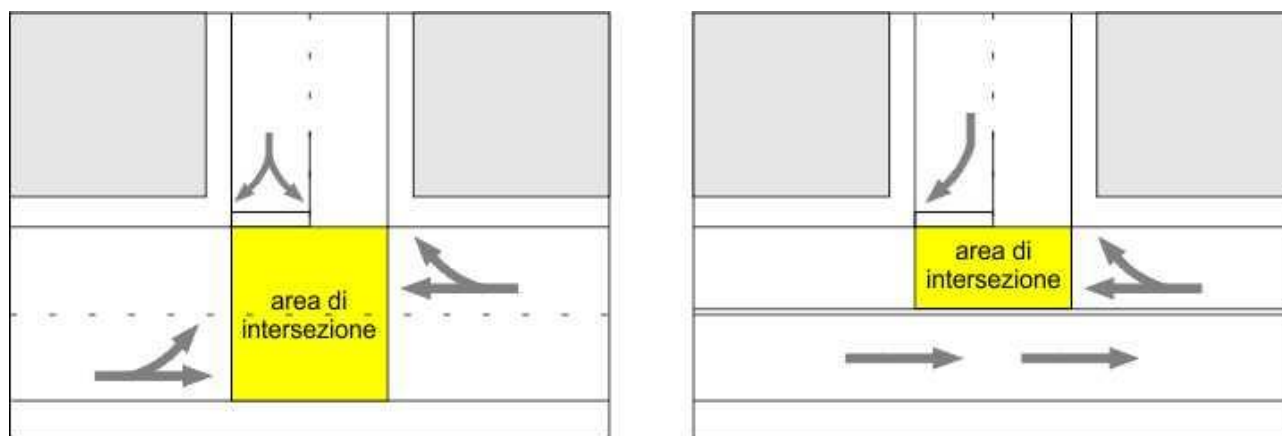


In caso di impianti luminosi o illuminati le distanze indicate per l'applicazione della normativa, ad eccezione di quella dalla carreggiata, sono da aumentate del 50%.

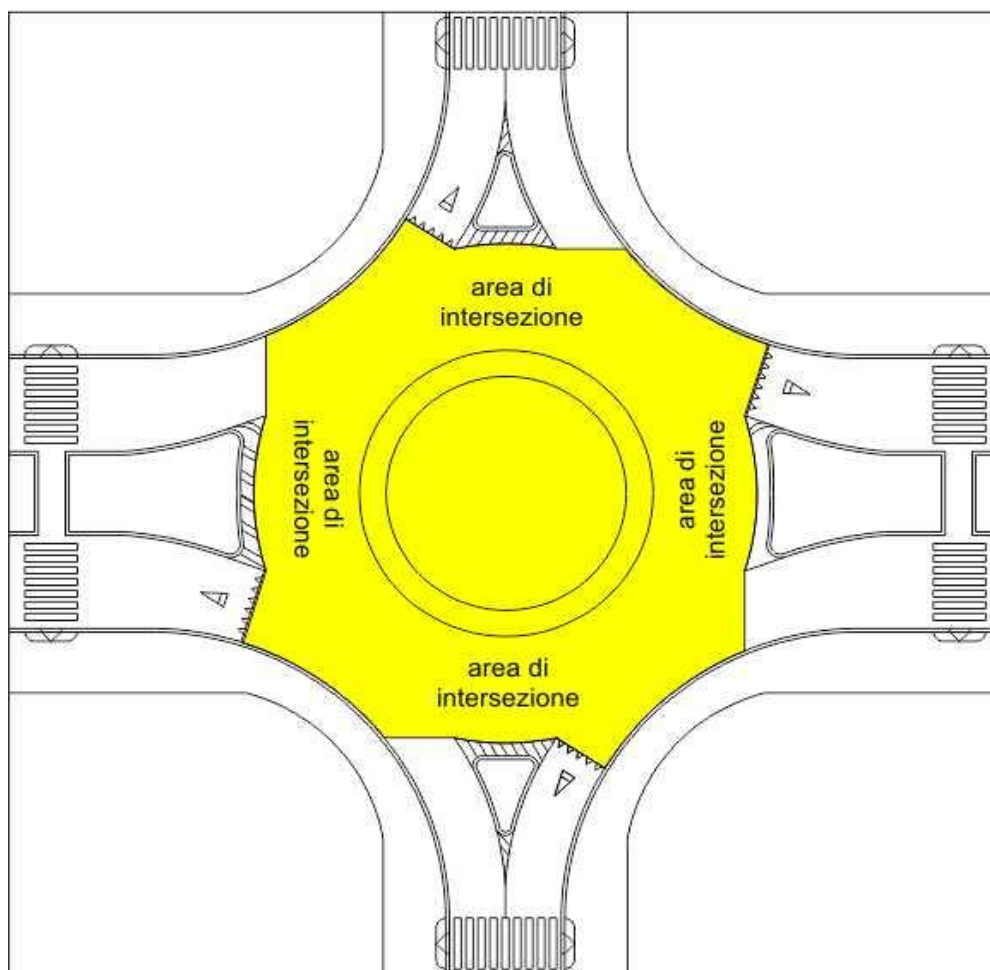
Ai sensi del D.lgs. 30 aprile 1992, N. 285 Art. 3 comma 1 punti 1) e 26), si ricordano le definizioni di:

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

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

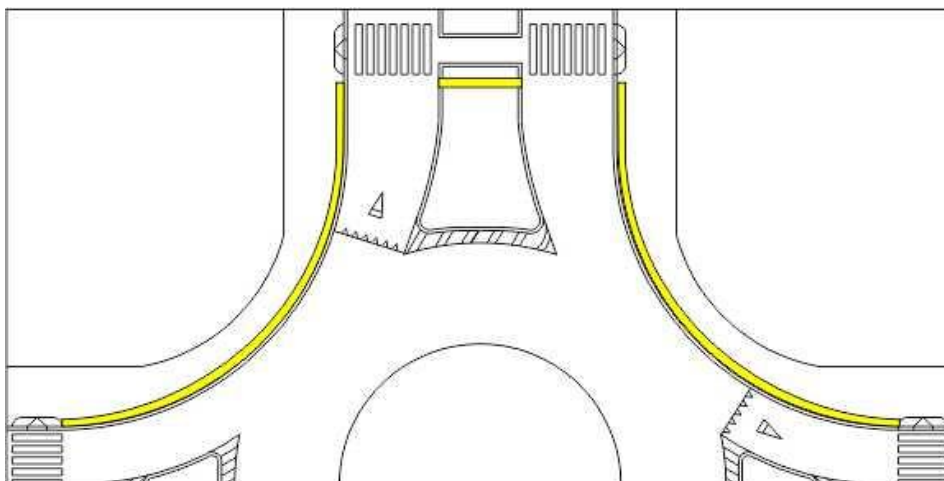


Le rotatorie sono anch'esse considerate delle "intersezioni a raso" pertanto la collocazione dei mezzi pubblicitari è soggetta al rispetto delle prescrizioni dell'abaco degli impianti al pari di un'intersezione a raso ordinaria. La distanza dall'intersezione per la rotatoria deve essere misurata dalla segnaletica orizzontale di arresto all'immissione nella rotatoria.

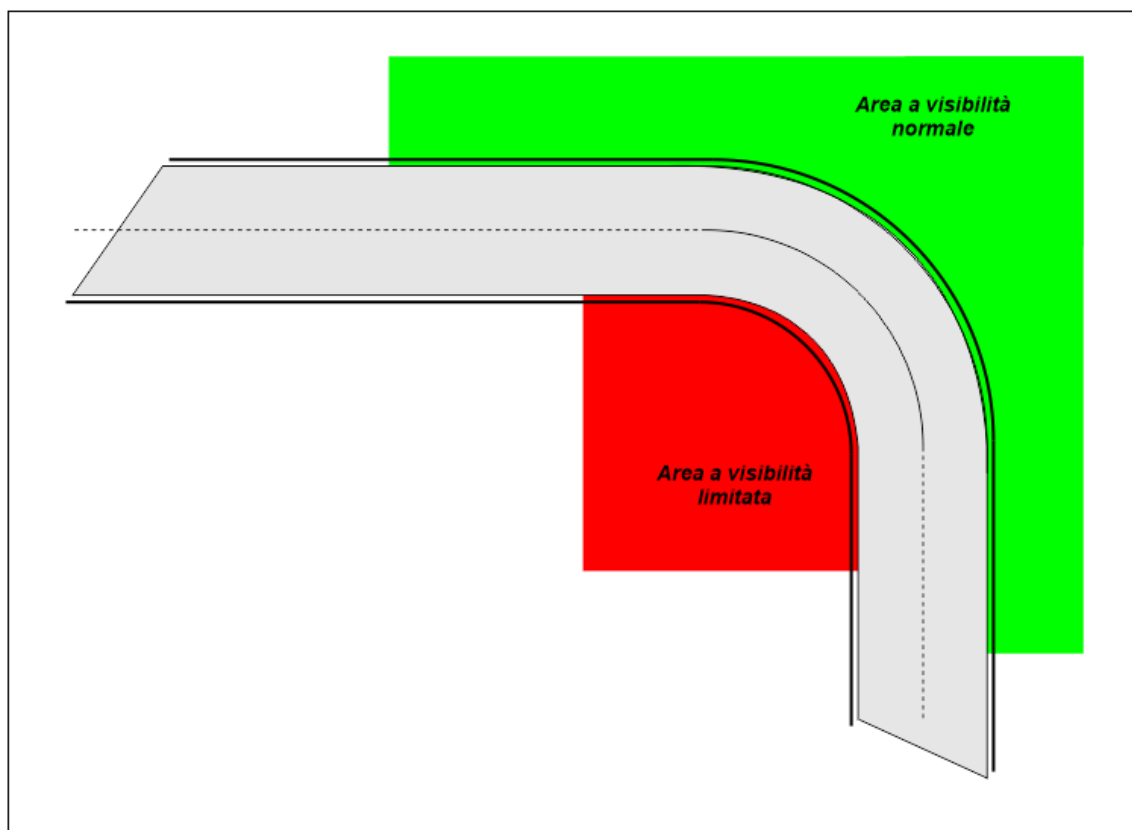


La collocazione delle transenne parapedonali, la cui funzione primaria è proteggere il pedone dal traffico veicolare e convogliare il flusso pedonale sugli appositi attraversamenti stradali segnalati, è consentita anche all'interno delle aree di intersezione e nella circonferenza esterna delle rotatorie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

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



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



Per collocazione di un mezzo pubblicitario lungo o in vista di una strada, ai fini del presente Piano, si intendono tutti i mezzi pubblicitari collocati lungo una strada, di qualsiasi categoria essa sia, il cui messaggio pubblicitario è chiaramente rivolto e finalizzato all'avvistamento da parte degli utenti della strada stessa.

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

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

Le distanze che devono essere rispettate dagli impianti pubblicitari sono misurate dalle estremità degli impianti stessi e si applicano nella singola direttrice di marcia del lato su cui è collocato l'impianto; eventuali segnali e/o impianti collocati nel senso di marcia opposto o collocati su strade parallele rispetto a quella in esame non devono essere presi in considerazione. La superficie del mezzo pubblicitario deve pertanto essere considerata per la singola faccia visibile dal senso di marcia del lato su cui è collocato l'impianto stesso. All'interno dell'abaco delle distanze vengono identificate le superfici massime per ogni mezzo pubblicitario (per singola faccia) ed eventuali limiti quantitativi al fine di contingentare la pubblicità nel territorio comunale.

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

E' espressamente vietata la collocazione di impianti pubblicitari, ad esclusione delle Insegne di Esercizio, nella zona B1 indicata nell'allegato A Zonizzazione, ad esclusione del tratto compreso tra le prime due rotatorie di accesso ove è consentita la sola collocazione di impianti di Pubblicità e Propaganda definiti all'art.7 comma 1 nelle modalità riportate nell'Abaco allegato B del Presente Piano.

ART. 18 UBICAZIONE NELLE STAZIONI DI SERVIZIO E NELLE AREE DI PARCHEGGIO PUBBLICI

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

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

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

La collocazione di mezzi pubblicitari all'interno delle suddette aree avverrà in deroga alle prescrizioni previste dall'abaco delle distanze purché nel rispetto delle norme generali di sicurezza della circolazione veicolare e pedonale all'interno delle aree.

ART. 19 SEGNI ORIZZONTALI RECLAMISTICI

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

Sono ammessi unicamente:

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

Per i segni orizzontali reclamistici, collocati nel rispetto delle precedenti indicazioni, non si applicano i divieti indicati all'art. 51 c.3 del D.P.R. 495/92, e le distanze di cui all'art. 51 commi 2 e 4 si applicano unicamente rispetto ai segnali stradali orizzontali.

ART. 20 PUBBLICITÀ SUI VEICOLI

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

La pubblicità non luminosa per conto di terzi è consentita sui veicoli adibiti al trasporto di linea e non di linea, ad eccezione dei taxi, alle seguenti condizioni:

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

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

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

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

- La pellicola utilizzata abbia caratteristiche di rifrangenza non superiori alla classe 1
- La superficie della parte rifrangente non occupi più di due terzi della fiancata del veicolo e comunque non sia superiore ai 3 mq.

- Il colore bianco sia contenuto nella misura non superiore ad 1/6 della superficie
- Sia esposta unicamente sui fianchi del veicolo a distanza non inferiore a 70 cm dai dispositivi di segnalazione visiva
- Non sia realizzata mediante messaggi variabili
- ✎ Dovranno essere corrisposte le relative tasse e/o canoni e/o imposte, se previste, nel Comune di residenza del proprietario dell'automezzo, ovvero, nel Comune dove la ditta ha la propria sede, una dipendenza o una succursale.

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

Il divieto di effettuare pubblicità mediante la sosta prolungata (oltre le 12 ore) di veicoli pubblicitari comporta la rimozione o la copertura della pubblicità stessa, in modo da renderla inefficace.

I veicoli pubblicitari che stazionano per tempi prolungati sono equiparati ad un cartello pubblicitario e pertanto soggetti alle disposizioni del presente Piano per tale tipologia di mezzo pubblicitario.

I veicoli pubblicitari che stazionano per tempi prolungati esponendo messaggi pubblicitari in vista delle strade violando quando sopra prescritto, perdono le caratteristiche e qualità di veicoli con la conseguente applicazione delle sanzioni di cui all'art. 23 del C.d.S.

ART. 21 PUBBLICITÀ FONICA

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

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

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

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

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

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

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

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

Per evitare un congestionamento di impianti che potrebbero generare confusione con la segnaletica stradale ovvero arrecare disturbo visivo o distrazione agli utenti della strada, la segnaletica verticale di indicazione di attività industriali, artigianali, commerciali o alberghiere, (ex art. 134 comma 1 lettere b) e c) D.P.R. 495/92) viene accomunata alle preinsegne ex art. 47 comma 2 del D.P.R. 495/92 così come definite e disciplinate dal presente piano.

Tali tipologie di impianto possono essere collocate ovunque si necessita al fine di orientare correttamente il flusso veicolare. La presenza di un impianto già esistente della medesima tipologia e classificazione non ammette la collocazione di altri impianti di frecce direzionali ad una distanza inferiore di 20 metri nella medesima direttrice di marcia salvo il caso in cui l'impianto preesistente sia saturo ovvero siano installate sulla medesima struttura almeno 6 frecce direzionali. Qualora esso fosse completo è ammessa la collocazione di impianti affiancati fino ad un massimo di 3 strutture oppure entro una distanza inferiore i 20 metri sopra prescritti nel rispetto delle norme del PGIP, purché la collocazione della nuova struttura non ostacoli in alcun modo la visibilità dei segnali preesistenti.

TITOLO III- LE INSEGNE DI ESERCIZIO

ART. 23 CAMPO DI APPLICAZIONE

Le norme del presente capo si applicano ai mezzi della Pubblicità privata sul luogo di esercizio comunemente definiti insegne d'esercizio ovvero ai manufatti opachi, illuminati o luminosi, mono o bifacciali di dimensioni non superiori a quanto previsto all'art. 48 del D.P.R. 610/96, realizzati o supportati con materiali di qualsiasi natura, installati nella sede dell'attività a cui si riferiscono o nelle pertinenze accessorie alla stessa, recanti scritte in caratteri alfanumerici, marchi e denominazioni dell'attività.

ART. 24 FINALITA' ED OBIETTIVI

Finalità del presente capo è definire le norme cui dovranno attenersi le insegne pubblicitarie poste sugli edifici secondo i seguenti criteri:

- Armonizzazione con il contesto urbano in cui si inseriscono
- Rispetto e tutela dei beni di interesse storico e delle bellezze naturali
- Salvaguardia delle esigenze della circolazione stradale
- Rispetto e tutela delle caratteristiche degli edifici sui quali può essere autorizzata l'installazione.

Tali norme introducano altresì elementi di garanzia e salvaguardia nei confronti dei temi:

- Della sicurezza
- Del decoro e della compatibilità ambientale
- Della funzionalità

Sicurezza

L'insieme delle norme vuole garantire che le insegne non costituiscano in alcun modo pericolo o disturbo alla sicurezza, sia per quanto riguarda la circolazione veicolare che per quella pedonale.

Particolare attenzione, oltre ai criteri di tipo antinfortunistico, è stata posta agli aspetti propriamente visivi, ai quali la progettazione e ubicazione dovranno conformarsi.

Decoro e compatibilità ambientale

La presente disciplina, per i principi stessi cui si è ispirata nella sua formulazione (tra i quali, in prevalenza, quello di compatibilità ambientale), vuole garantire che le insegne non si pongano, sul territorio, come elementi di disturbo formale all'ambiente naturale o di quello umanizzato, ma al contrario, ove possibile, e specie nell'ambito del contesto storico cittadino, diventino per le loro caratteristiche e per il posizionamento, elementi di arredo e occasione di arricchimento del panorama urbano. A questo scopo, le norme del presente regolamento disciplinano, oltre i criteri di compatibilità con le diverse parti del territorio, anche le caratteristiche estetiche e strutturali delle diverse tipologie.

Funzionalità

Attenzione viene riservata al tema della fruibilità del contesto urbano, al fine di garantire che le insegne non costituiscano detrimento ad un funzionale uso del territorio, andando invece, ove possibile, ad aumentarne la

leggibilità, costituendo utile informazione per i cittadini circa la presenza di esercizi commerciali o altre strutture di loro interesse

ART. 25 NORME GENERALI

L'insegna è elemento di primaria importanza nell'arredo commerciale, non solo per la sua funzione segnaletica, ma anche come integrazione alla decorazione stessa della vetrina: esprime uno dei fattori chiave del commercio nell'identificazione e nella presentazione del negozio, ed interviene anche nella qualificazione dello spazio urbano. Ma se l'assenza di insegne (tipica delle aree commercialmente deboli) è carenza di caratterizzazione dello spazio nella sua funzione, è importante rilevare che un'eccessiva ridondanza nei luoghi più rappresentativi del commercio può provocare non solo l'alterazione della loro immagine, ma anche difficoltà nella lettura dei singoli messaggi: l'equilibrio complessivo della via commerciale deriva quindi anche da un rapporto corretto tra i diversi segnali.

In generale la presente Normativa farà comunque riferimento al principio secondo il quale il livello espressivo e formale rappresentato dall'insieme delle insegne urbane si colloca su un piano inferiore rispetto a quello delle architetture, a qualunque epoca storica esse appartengano. Come conseguenza il criterio principale di accettabilità per una qualsiasi insegna sarà quello della sua adeguatezza alle superfici architettoniche su cui insiste. Si richiamano di seguito i criteri generali cui dovranno adeguarsi tutte le insegne comprese nell'ambito del territorio comunale.

Semplicità dell'insieme

L'insegna deve riassumere schematicamente l'attività del commerciante, il prodotto venduto, con un nome, un marchio, utilizzando uno o più logotipi quanto più brevi possibili. Nel caso in cui il messaggio diventi complesso e tenti di fornire una somma di informazioni rischia di non raggiungere il vero scopo finale. Anche ai fini della leggibilità e nel rispetto delle norme della comunicazione pubblicitaria l'insegna deve comunicare in modo semplice: l'informazione deve essere sintetica e breve. Una ridondanza di informazioni non è propria dell'insegna ma di un cartello pubblicitario.

Dimensione

La dimensione dell'insegna dovrà essere opportunamente relazionata alle caratteristiche dell'edificio, proporzionata alla misura della vetrina ed alle dimensioni della sede stradale nonché tenere conto del tipo di traffico prevalente. Inoltre si avrà cura che il manufatto non abbia a sovrapporsi visivamente a strutture la cui visibilità è indispensabile alla sicurezza (es.: semafori, segnali di pericolo ecc.). Appaiono ad esempio fuori luogo, e spesso fuori scala, le lunghissime insegne a fascia o a bandiera in strade pedonalizzate, dove la velocità di percorrenza è tale da consentire un'agevole lettura anche della più piccola vetrofania, mentre, per contro possono essere utili lungo le grandi arterie di scorrimento.

Posizione

L'installazione delle insegne d'esercizio è ammessa negli appositi spazi quali fasce porta insegne o fasce marcapiano, negli appositi spazi previsti in sede di progetto dell'edificio, nello spazio sopraluce, su facciata, sulle coperture degli edifici, all'interno o sulle vetrine.

Forma e colore

Le insegne pubblicitarie dovranno avere sagoma regolare; l'uso del colore rosso deve essere limitato esclusivamente alla riproduzione dei marchi depositati al fine di non generare confusione.

Materiali

I materiali impiegati per le insegne pubblicitarie dovranno essere coerenti con quelli dell'edificio sia dal punto di vista epocale che tecnologico, mai deperibili e resistenti agli agenti atmosferici.

Si operi quindi una distinzione quando si interviene su edifici storici, su edifici suburbani, su edifici recenti. Tenzialmente si eviterà una insegna realizzata con materiali e tecniche non disponibili all'epoca dell'edificio.

Illuminazione

Nessun impianto potrà avere luce intermittente, né di colore rosso, né di intensità luminosa superiore a 150 candele per metro quadrato, o tale comunque da provocare abbagliamento. La croce rossa luminosa è consentita esclusivamente per indicare ambulatori pubblici e/o posti di pronto soccorso, purché posta a 50 mt. dai segnali di pericolo, di prescrizione o da semafori, 100 mt. dalle curve e 100 mt. dai raccordi o dalle intersezioni.

In generale sugli edifici storici sono da preferirsi i sistemi di illuminazione che mettano in risalto i caratteri della decorazione, privilegiando quindi i sistemi ad illuminazione diretta o riflessa ed evitando per quanto possibile corpi a luce propria.

ART. 26 CLASSIFICAZIONE DELLE INSEGNE DI ESERCIZIO

Le insegne di esercizio si suddividono sulla base del tipo di installazione, sul tipo di manufatto e sulla illuminazione degli stessi.

➤ Suddivisione in base all'installazione

INSEGNE FRONTALI

Sono strutture applicate al paramento esterno di un edificio e presentano sempre la faccia decorata o la scritta parallela alla facciata.

Le insegne frontali sono suddivise per tipologia:

- Vetofanie - Vetro grafie
- Bassorilievi - Sculture - Mosaici - Fregi - Graffiti

- Plance - Targhe - Pannelli
- Lettere Singole
- Filamento Neon
- Cassonetti 

Le insegne Frontali possono essere ulteriormente suddivise in base al loro posizionamento:

In aderenza →





L'insegna è costituita da una struttura fissata direttamente sulla superficie della facciata.

A distanza →





L'insegna è costituita da una struttura indipendente fissata alla facciata da attacchi di lunghezza non superiore all'altezza del manufatto stesso che la mantengono parallela alla facciata stessa.

Inclinata →



L'insegna è costituita da una struttura indipendente fissata alla facciata da attacchi di lunghezza non superiore all'altezza del manufatto stesso che la mantengono obliqua rispetto alla facciata stessa (orientata verso il basso)

In spessore di muro →



L'insegna è realizzata in aderenza alla facciata o in bassofondi della stessa e presenta la superficie esterna a filo della facciata stessa.

Interna →



L'insegna è realizzata in  iata o in bassofondi della stessa e presenta la sua superficie esterna arretrata rispetto al filo della facciata stessa.

A bandiera storica →



L'insegna è costituita da una struttura indipendente fissata alla facciata da attacchi in ferro battuto, con catenella di colore ferro micaceo a cui si appende l'insegna anch'essa prevalentemente in ferro.

INSEGNE A BANDIERA

Sono strutture applicate al paramento esterno di un edificio sempre perpendicolarmente ad esso e possono presentare una o due facce decorate, leggibili quindi da opposte direzioni.

Successivamente si classificano per tipo e posizione:

Orizzontale →



Si tratta di strutture a prevalente andamento orizzontale (la forma quadrata si assimila a questa categoria).

Verticale →



Si tratta di strutture a prevalente andamento verticale.

Appesa →



Si tratta di strutture generalmente sospese ad aste infisse sulla facciata in posizione non necessariamente perpendicolare.

A ponte →



Si tratta di strutture poste prevalentemente tra le arcate di portici o all'interno di essi

➤ **Suddivisione in base al tipo di manufatto**

Bassorilievi – Sculture - Mosaici - Fregi - Graffiti

Posizione frontale: in aderenza - a distanza – inclinata.

Si tratta di opere complesse, realizzate in pietra, marmo, metallo, legno, con tecniche diverse e lavorazioni spesso artigianali.

Possono essere illuminate da una sorgente esterna

Plance – Targhe – Pannelli

Posizione frontale: in aderenza - a distanza - inclinata *Posizione a bandiera:* orizzontale - verticale - appesa - a ponte.

Si tratta di superfici monodimensionali, stampate o dipinte, realizzati in metallo, legno, ceramica, plexiglas o pietra. Vengono illuminate da una sorgente esterna, da filamenti neon oppure da lettere luminose. Sono di grande diffusione soprattutto per le vetrine continue, la dimensione totale dell'insegna deve tenere conto delle caratteristiche dell'edificio e del tipo di strada dove è situato.

Filamento Neon

Posizione frontale: in aderenza, a distanza, inclinata

Posizione a bandiera: orizzontale – verticale - sospesa due - attacchi

Si tratta di tubi fluorescenti piegati a caldo. Con questa tecnica vengono realizzate sia scritte che disegni. E' l'insegna stessa che in questo caso si presenta luminosa e illuminante. E' necessaria una analisi del colore della luce nel rispetto dell'edificio e del contesto urbano della zona dove è situato.

Lettere Singole

Posizione frontale: in aderenza - a distanza – inclinata

Posizione a bandiera: orizzontale – verticale sospesa due - attacchi.

Si tratta di lettere a caratteri indipendenti che possono essere realizzate in materiale plastico, in metallo oppure in legno. Vengono illuminate da una sorgente esterna oppure con luce interna. La grafica in questa tipologia è determinante per ottenere un risultato lineare, leggibile e coerente con l'edificio.

Cassonetti

Posizione: interna al muro - in spessore di muro

Posizione a bandiera: orizzontale – verticale sospesa due - attacchi.

Si tratta di strutture a forma di parallelepipedo costruite generalmente da una gabbia in alluminio, acciaio o legno su cui è applicata una plancia in materiale plastico interamente o parzialmente opalina. I cassonetti non possono avere uno spessore superiore a quello del vano in cui sono inseriti. I cassonetti sono retroilluminati in positivo oppure in negativo.

ART. 27 DISCIPLINA DELLE INSEGNE DI ESERCIZIO

Normativa generale di zona

La normativa generale di zona definisce e individua le tipologie e le dimensioni delle insegne ammesse in ciascuna zona territoriale omogenea situata all'interno del centro abitato come definite all'art.6 ed individuate nella cartografia "Zonizzazione del centro abitato" parte integrante del Piano.

Zona A - Zona storica o zona di attenzione.

In questa zona qualsiasi insegna deve essere progettata, realizzata ed installata in modo da armonizzarsi per forma, colore e materiali con l'ambiente circostante. Vi sarà quindi una maggiore discrezionalità da parte dell'Amministrazione comunale nell'esprimere eventuali motivati dinieghi al rilascio di autorizzazioni.

E' ammessa l'installazione delle seguenti tipologie poste frontalmente: BASSORILIEVI, SCULTURE, FREGI, PLANCE (vedi tipologia a plancia allegata), TARGHE, PANNELLI, STENDARDI, LETTERE SINGOLE.

E' altresì ammessa l'installazione di insegne a bandiera unicamente secondo la tipologia allegata.

Zona B - Zona di insediamento industriale e commerciale

In questa zona le insegne devono armonizzarsi con l'ambiente ed essendo di tipo industriale/commerciale sono previste meno limitazioni

E' ammessa l'installazione esclusivamente delle seguenti tipologie:

PLANCE, TARGHE, PANNELLI, LETTERE SINGOLE, FILAMENTI NEON, BASSORILIEVI, SCULTURE, MOSAICI, FREGI, STENDARDI FISSI, CASSONETTI E DISPLAY.

Zona C – Zone a regolamentazione selettiva (La restante parte del tessuto urbano o Zona di attenzione attenuata).

In questa zona, come per la zona A, qualsiasi insegna deve essere progettata, realizzata ed installata in modo da armonizzarsi per forma, colore e materiali con l'ambiente circostante.

E' ammessa l'installazione esclusivamente delle seguenti tipologie:

PLANCE, TARGHE, PANNELLI, LETTERE SINGOLE, FILAMENTI NEON, BASSORILIEVI, SCULTURE, MOSAICI, FREGI, STENDARDI FISSI, CASSONETTI.

Normativa specifica e disciplina delle insegne

Oltre a quanto stabilito al punto 1 del presente articolo, per l'applicazione della normativa vengono definiti i criteri di ammissibilità e parametri di posizionamento per ciascuna tipologia di insegna e per ciascuna zona territoriale, in particolare in ordine a:

- Caratteristiche
- Dimensioni
- Posizionamento rispetto al suolo
- Ubicazione

Tali norme, dovranno essere sempre rispettate con l'eccezione delle installazioni da effettuare all'interno di aree particolari nelle quali, in funzione di un progetto particolareggiato, vigano norme diverse.

Il posizionamento di qualsiasi insegna, oltre a uniformarsi agli indirizzi generali sopra elencati e a quanto previsto dal Regolamento edilizio, dovrà sempre rispettare le prescrizioni qui di seguito previste.

Criteri dimensionali e di posizionamento

A. Dimensione massima assoluta

INSEGNE FRONTALI mq 6

INSEGNE BANDIERA mq 3

B. Dimensione massima relativa (compresa dei serramenti)

INSEGNE FRONTALI - 20% luce vetrina

C. Altezza minima da terra

INSEGNE FRONTALI m. 2,5

INSEGNE BANDIERA m. 4 fatto salvo che lo stato dei luoghi consenta altezze inferiori (ad es marciapiede, portici etc) previo parere Polizia Municipale con un minimo di mt. 2.20

D. Sporgenza massima

INSEGNE FRONTALI m. 0,2

INSEGNE BANDIERA m. 1,5

E. Distanza minima da finestre di edifici di civile abitazione (per insegne luminose a bandiera)

INSEGNE BANDIERA m. 2,5

F. Distanza minima dai semafori

INSEGNE BANDIERA m. 20

G. Distanza minima da insegne di pubblica utilità, servizio o emergenza (farmacie, ospedali, ecc.)

INSEGNE BANDIERA m. 30

I cassonetti luminosi non potranno avere spessore (profondità) superiore a quello del vano in cui sono inseriti, per permettere di cogliere cornici, aggetti, lunette e sfondati.

Essi sono preferibilmente da evitare negli edifici di borgata e in quelli inferiori a 3 piani f.t.

Quando vi siano più vetrine di uno stesso esercizio è ammessa l'insegna su ogni vano della dimensione del foro, non sono ammesse insegne continue. La distanza tra insegne appartenenti allo stesso esercizio non sarà inferiore a m. 0,5

Per i fabbricati con destinazione d'uso diversa dal residenziale e posti all'esterno della zona A (centro storico e aree limitrofe), sono ammesse dimensioni delle insegne maggiori di quanto disposto dall'art. 27 sino alle dimensioni dell'art. 48 comma 1 del DPR 495/92 così come modificato dal DPR 610/96 art. 38 (1. I cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari previsti dall'art. 23 del codice e definiti dall'art. 47, se installati fuori dai centri abitati non devono superare la superficie di 6 m², ad eccezione delle insegne di esercizio poste parallelamente al senso di marcia dei veicoli o in aderenza ai fabbricati, che possono raggiungere la superficie di 20 m²; qualora la superficie di ciascuna facciata dell'edificio ove ha sede l'attività sia superiore a 100 m², è possibile incrementare la superficie dell'insegna di esercizio nella misura del 10% della superficie di facciata eccedente 100 m², fino al limite di 50 m²) a condizione che sia predisposto progetto di dettaglio dell'intera facciata dell'immobile con la dimostrazione che la/e insegna/e ben si inserisca nell'ambiente circostante e che sia depositato rendering.

Criteri di collocazione

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

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

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

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

Criteri strutturali

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

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

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

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

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

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

Sono tassativamente da evitare tutti i materiali precari, soggetti a rapido degrado.

N.B. Quando si opera in situazioni preesistenti è necessario ricorrere ai materiali originari, o a materiali compatibili con l'arredo esistente: materiali e grafica possono essere elemento di valorizzazione, ma anche di degrado.

TITOLO IV- PUBBLICHE AFFISSIONI

ART. 28 DEFINIZIONE DI AFFISSIONE

Con il termine "affissioni" si individuano appositi impianti destinati all'esposizione, di manifesti di qualunque materiale costituiti, contenenti comunicazioni aventi finalità istituzionali, sociali o comunque prive di rilevanza economica, ovvero, ove previsto e nella misura stabilita nel regolamento comunale per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità di messaggi diffusi nell'esercizio di attività economiche.

Tali impianti rientrano tra le strutture adibite all'erogazione del servizio delle affissioni. Il servizio è obbligatoriamente istituito nei Comuni che abbiano una popolazione residente superiore a tremila abitanti. Le affissioni sono suddivise in:

- *Impianti di pubblica affissione destinati ad affissioni di natura istituzionale sociale e/o comunque privi di rilevanza economica e annunci mortuari:* tali impianti di proprietà comunale o del concessionario del servizio

delle pubbliche affissioni, sono realizzati su standardi o plance aventi dimensioni multipli del formato del foglio cm70x100, mono o bifacciali e comunque non superiori ai quattro fogli per facciata.

- *Impianti di pubbliche affissioni destinati ad affissioni di rilevanza commerciale:* tali impianti di proprietà comunale o del concessionario del servizio sono realizzati su standardi o plance aventi dimensioni multiple del foglio cm 70x100 mono o bifacciali sino a 24 fogli (poster dimensioni nette di cm 600x300). Possono essere illuminati unicamente mediante luce indiretta.
- *Impianti di pubblica affissione destinati ad affissione diretta:* sono impianti riferiti ad una parte delle superfici di pubblica affissione commerciale utilizzati da soggetti privati.

ART. 29 REQUISITI GENERALI DEGLI IMPIANTI PER LE AFFISSIONI

Gli impianti per le affissioni dovranno rispondere a requisiti minimi di sicurezza, decoro e funzionalità secondo le caratteristiche degli impianti presenti nell'Allegato C "Schede Illustrative Impianti". Gli impianti per le affissioni dovranno essere progettati, realizzati e posati in opera in modo tale da non arrecare pericolo o disturbo alla sicurezza stradale, sia veicolare che pedonale.

Dal punto di vista estetico e strutturale, gli impianti per le affissioni dovranno rispettare le caratteristiche minime sopra descritte. Gli impianti previsti devono avere dimensioni 140x200, 200x140, 140x100, 100x140, 600x300 in modo da poter utilizzare in modo ottimale i fogli 70x100 e loro multipli e sottomultipli, poiché i manifesti delle diverse tipologie vengono forniti nelle dimensioni di cui sopra.

ART. 30 POSIZIONAMENTO DEGLI IMPIANTI DI AFFISSIONE

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

Gli impianti devono essere dotati di uno spazio, normalmente collocato sulla sommità (cimasa), utilizzabile per riportare diciture quali il nome del Comune, lo stemma comunale, il numero identificativo dell'impianto, la destinazione d'uso (istituzionale, commerciale, ecc.) e in caso di soggetto privato può riportare il marchio o logotipo della società titolare della concessione.

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

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

ART. 31 SUPERFICI

Il D.lgs. 507/93 indicava che le superfici destinate alle pubbliche affissioni sono stabilite dal Regolamento Comunale in misura proporzionale al numero degli abitanti e comunque non inferiore a m² 18 ogni mille abitanti nei comuni con popolazione superiore a trentamila abitanti, e a m² 12 negli altri comuni.

La superficie complessiva degli impianti destinati alle pubbliche affissioni, con riferimento alla popolazione di 12.599 abitanti (dati Istat anno 2019), non deve essere pertanto inferiore al minimo di m² 152, con la Legge 160/2019 si riconfermano le stesse metrature.

ART. 32 RIPARTIZIONE DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI

Al fine dell'applicazione della normativa relativamente al computo delle superfici per le pubbliche affissioni e della relativa ripartizione tra le diverse destinazioni d'uso è la seguente:

- 60 % riservati all'affissione di manifesti di carattere commerciale;
- 20 % riservati all'affissione di manifesti di carattere istituzionale, sociale o comunque privi di rilevanza economica;
- 20 % riservati all'affissione di manifesti funebri

ART. 33 DEFINIZIONE E GESTIONE DEGLI IMPIANTI IN AFFISSIONE DIRETTA

Come previsto dalla normativa vigente viene definita la superficie degli impianti da attribuire a soggetti privati, pari al 10% della superficie totale esistente, comunque diversi dal concessionario del pubblico servizio, per l'effettuazione di affissioni dirette. Gli impianti di affissione diretta potranno essere affidati mediante bando di gara pubblica. (Adunanza Plenaria del Consiglio di Stato n.5 del 25.02.2013)

ART. 34 PRESCRIZIONE DI INSTALLAZIONE

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

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

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

La collocazione degli impianti affissionali è preferibile in senso parallelo all'asse della carreggiata stradale.

TITOLO V- NORME AMMINISTRATIVE

ART. 35 AUTORITÀ COMPETENTE PER IL RILASCIO DELLE AUTORIZZAZIONI

L'autorità competente per il rilascio delle autorizzazioni in centro abitato o su strade comunali fuori centro abitato è il Comune di Avigliana, (il Provvedimento Autorizzativo Unico sarà rilasciato dal SUAP).

La delimitazione del centro abitato individua, lungo le strade statali, regionali, provinciali che attraversano i centri medesimi, i tratti di strada che costituiscono **“strade comunali”**, ed individua pertanto i limiti territoriali di competenza e le responsabilità tra i comuni e gli altri proprietari di strade, come raffigurato nell'Allegato D – “Cartografia delle Competenze Autorizzative”.

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

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

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

Nei tratti Provinciali, Statali e Regionali, esterni al centro abitato ed espressamente indicati nell'Allegato D – “Cartografia delle Competenze Autorizzative”, l'Ente competente per il rilascio dei provvedimenti autorizzativi è l'Ente Proprietario della Strada, pertanto in tali aree non vige il presente Piano Generale degli impianti ma il Regolamento dell'Ente preposto o il Codice della Strada, fermo restando il provvedimento finale del SUAP.

ART. 36 DEFINIZIONE DEL SETTORE INCARICATO AL RILASCIO DELLE AUTORIZZAZIONI

In base a quanto previsto dall'art. 4 capo II della L.241/90 l'unità organizzativa responsabile dell'istruttoria e di ogni altro adempimento dell'endoprocedimento Autorizzazione Insegna trasmesso dal SUAP, sarà l'Area Urbanistica ed Edilizia Privata. Il Dirigente di questa unità organizzativa provvede ad assegnare a sé o ad altro dipendente addetto all'unità, la responsabilità dell'istruttoria e di ogni altro adempimento inerente il singolo procedimento nonché, eventualmente, dell'adozione del provvedimento di Autorizzazione Insegna. Il provvedimento finale è rilasciato dal SUAP.

I compiti assegnati a questo ufficio sono i seguenti:

- ✎ Esaminare le domande in ordine progressivo al numero di protocollo di registrazione d'ufficio
- ✎ Accertare la conformità della documentazione tecnica a quanto previsto nel presente PGIP ed eventualmente richiedere, come integrazione, la modulistica necessaria
- ✎ Proporre le eventuali modifiche al presente PGIP ritenute necessarie per rendere più funzionale l'utilizzo di questo strumento
- ✎ Convocare direttamente il richiedente e/o la diretta installatrice nell'eventualità di acquisire chiarimenti.

- ⤴ Richiedere, per i casi di installazioni da collocarsi su edifici di particolare interesse storico-artistico, l'eventuale campionatura del materiale impiegato e del colore prescelto
- ⤴ Prescrivere le modifiche ritenute necessarie affinché gli impianti possano inserirsi adeguatamente ed armoniosamente tra gli edifici e nell'ambiente
- ⤴ Esprimere parere motivato, specialmente in caso di rigetto della domanda, in conformità a quanto esposto nel presente PGIP e dalle norme vigenti
- ⤴ Istituire e mantenere il Registro delle autorizzazioni
- ⤴ Indire di regola una conferenza di servizi, qualora sia opportuno effettuare un esame contestuale di vari interessi pubblici coinvolti nel procedimento amministrativo o quando si debbano acquisire intese, concerti, nulla osta o assensi comunque denominati di altre amministrazioni pubbliche. In tal caso, le determinazioni concordate nella conferenza sostituiscono a tutti gli effetti i concerti, le intese, i nulla osta e gli assensi richiesti.

ART. 37 MODALITÀ PER LA PRESENTAZIONE DELLE ISTANZE DI AUTORIZZAZIONE

Il soggetto interessato al rilascio di un'autorizzazione per l'installazione di mezzi pubblicitari deve presentare relativa domanda esclusivamente tramite portale SUAP DELLE VALLI, con ogni allegato obbligatorio per la specifica tipologia di impianto richiesto.

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

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

ART. 38 ISTRUTTORIA DELLA DOMANDA

Il dirigente dell'Ufficio Comunale preposto, riceve la domanda presentata per mezzo del SUAP DELLE VALLI e la affida al responsabile del procedimento che, tramite il SUAP, effettua immediatamente i seguenti adempimenti:

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

Detti pareri devono essere rilasciati e trasmessi al entro i 15 gg. successivi, trascorsi i quali si intendono favorevoli.

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

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

ART. 39 INTEGRAZIONE ALLA DOMANDA

In caso in cui la domanda non sia corredata della documentazione prevista ovvero nel caso in cui l'Ufficio Comunale preposto ritenesse di dover acquisire ulteriore documentazione, il responsabile del procedimento, invia una comunicazione al SUAP con l'indicazione dei documenti da integrare.

Qualora l'ulteriore documentazione richiesta non venga prodotta entro i 30 (trenta) gg. successivi, l'istanza verrà archiviata d'ufficio.

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

ART. 40 DURATA

L'autorizzazione ha durata di tre anni tacitamente rinnovata. Le autorizzazioni per gli impianti temporanei non sono rinnovabili, in caso di prolungamento dell'evento alla quale si riferiscono dovrà essere inoltrata nuova ed apposita istanza.

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

ART. 41 RINNOVI

L'autorizzazione alla scadenza si intende automaticamente rinnovata a condizione che non vi siano state modifiche e il mezzo risulta conforme alle norme del Piano vigente, fatto salvo eventuale comunicazione di rimozione debitamente motivata da parte del Comune.

ART. 42 ADEMPIMENTI A SEGUITO DELL' AUTORIZZAZIONE

I lavori di installazione dell'impianto autorizzato dovranno essere ultimati entro i 90 gg successivi al rilascio dell'autorizzazione, pena la decadenza della stessa. Su richiesta motivata dell'interessato, possono essere concesse proroghe al termine suddetto da parte dell'ufficio comunale preposto. Sull'impianto autorizzato dovrà essere saldamente fissata una targhetta metallica, posta in posizione facilmente accessibile, sulla quale saranno riportati con caratteri indelebili:

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

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

ART. 43 OBBLIGHI DEL TITOLARE DELL'AUTORIZZAZIONE

E' fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione di:

- ⤴ Rispettare in ogni caso tutte le norme di sicurezza prescritte dai Regolamenti Comunali, dal Nuovo Codice della Strada e dal presente PGIP;
- ⤴ Verificare periodicamente il buono stato di conservazione dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari e delle loro strutture di sostegno;
- ⤴ Effettuare tempestivamente tutti gli interventi necessari al loro ripristino in caso di danneggiamento, usura, sfregi o graffiti;
- ⤴ Adempiere nei tempi richiesti a tutte le prescrizioni impartite dall'Ente competente ai sensi dell'art. 405 c. 1 del D.P.R. 495 /92, al momento del rilascio dell'autorizzazione ed anche successivamente per intervenute e motivate esigenze;
- ⤴ Procedere alla rimozione nel caso di scadenza naturale o revoca dell'autorizzazione o insussistenza delle condizioni di sicurezza previste all'atto dell'installazione o di motivata richiesta da parte dell'Ente competente al rilascio;
- ⤴ Effettuare la pulizia dell'area di pertinenza dell'impianto pubblicitario dopo le operazioni di manutenzione e/o attacchinaggio sull'impianto medesimo, facendosi carico, peraltro, di effettuare correttamente lo smaltimento dei materiali di risulta;
- ⤴ Effettuare tempestivamente tutti gli interventi necessari per il mantenimento delle condizioni di sicurezza;
- ⤴ Mantenere la vigenza e copertura delle polizze assicurative RC e produrne copia all'ente entro 5 giorni su richiesta dell'ente;
- ⤴ Apporre sulla struttura la targhetta identificativa dell'impianto ex. Art. 55 D.p.r. 495/92.
- ⤴ Effettuare i pagamenti annui dell'Imposta sulla pubblicità al Comune o al Concessionario;

E' fatto inoltre obbligo al titolare dell'autorizzazione rilasciata per la posa di segni orizzontali reclamistici e di mezzi temporanei, di provvedere alla rimozione degli stessi entro le ventiquattro ore successive alla conclusione della manifestazione o dello spettacolo per il cui svolgimento sono stati autorizzati, ripristinando il preesistente stato dei luoghi ed il preesistente grado di aderenza delle superfici stradali.

ART. 44 REVOCA DELL'AUTORIZZAZIONE PER LA PUBBLICITÀ PERMANENTE

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

- ⤴ Mancata installazione dell'impianto entro 90 gg. dal ritiro dell'autorizzazione e/o entro il termine di proroga concesso;
- ⤴ Mancata persistenza dei requisiti autorizzativi dell'impianto e che sia impossibile trovare altre posizioni alternative compatibili;
- ⤴ Mancata presentazione, entro i termini prescritti, delle istanze di adeguamento in base alle variazioni di prescrizioni alle installazioni di mezzi pubblicitari che si dovessero apportare;
- ⤴ Motivi di interesse pubblico legati alla realizzazione di interventi pubblici sul territorio incompatibili con la permanenza dell'impianto ovvero alterazione dello stato dei luoghi intorno all'impianto che renda incompatibile la permanenza dell'impianto e che sia impossibile trovare altre postazioni alternative compatibili;
- ⤴ Grave imperizia nella installazione dell'impianto pubblicitario tale da mettere in pericolo la pubblica incolumità;

- ⚠ Reiterata mancanza di effettuazione di manutenzione ordinaria e straordinaria dell'impianto pubblicitario o reiterati episodi di imperizia nelle operazioni di attacchinaggio di manifesti a seguito di formale diffida comunale;
- ⚠ Mancata comprovazione di vigenza delle polizze assicurative di RC;
- ⚠ Mancato pagamento del Canone non ricognitorio approvato con delibera di Consiglio Comunale n°31 del 28/03/2019 entro 15 giorni dai termini posti in diffida.

ART. 45 ESPOSIZIONI SOGGETTE A SEMPLICE COMUNICAZIONE

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

- **TARGA PROFESSIONALE:** manufatto con scritte in caratteri alfanumerici, completate da eventuali simboli e da marchi, utilizzabili su una sola facciata, integrata su supporto di metallo, pietra, legno o altri materiali, posta in opera lateralmente alla porta di ingresso dell'edificio della sede dell'attività svolta. Non può essere luminosa per luce propria. La targa non deve contenere messaggi pubblicitari ma unicamente il nome e cognome del professionista o dello studio professionale con eventuali titoli acquisiti, orari di apertura numeri telefonici e simili. Non sono ammesse targhe poste perpendicolarmente alla superficie su cui devono essere installate. Se il prospetto su cui verrà apposta la targa è munito di bacheca porta targhe ovvero di altro mezzo preposto l'installazione dovrà avvenire rispettando la geometria della stessa. Le Targhe possono avere una dimensione massima di cm 50x30 e, nella zona A definita dall'allegato A Zonizzazione del presente PGIP deve essere in ottone, per il resto delle zone non vi sono vincoli di materiale e/o colorazioni.
- **VETROGRAFIA:** pellicola di materiale non rigido e di natura precaria, trasparente e non, applicata su vetro, riportanti scritte in caratteri alfanumerici o simboli, marchi anche di fatto, fotografie, grafici o disegni ovvero smerigliatura, mussolatura, incisione ad acido, a mola ecc., pittura monocromatiche o colorate realizzata direttamente su vetrine. Nella comunicazione dovrà essere attestato il rispetto dei parametri igienico-sanitari (aeroilluminazione)
- **SCHERMI E PANNELLI A MESSAGGIO VARIABILE O ANIMATO POSTI ALL'INTERNO DELLE VETRINE:** Manufatto bidimensionale posizionato all'interno di vetrine di negozi supermercati attività commerciali in genere, anche rivolti verso l'esterno, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici inerenti all'attività svolta all'interno del negozio-locale commerciale ove è installato, caratterizzati dall'impiego di sistemi automatici di tipo meccanico o sistemi elettronico digitali che, opportunamente interfacciati con una stazione di comando computerizzata, possono originare messaggi scritti, immagini monocromatiche, a colori, fisse o in movimento.
- **SCRITTE SU TENDE ED OMBRELLONI:** scritte con caratteri alfanumerici, completate da eventuali simboli e da marchi posti in opera direttamente su tende ed ombrelloni.
- **ESPOSIZIONE SIMBOLO DELLA LISTA PRESSO LA SEDE DEL COMITATO ELETTORALE:** Durante lo svolgimento delle elezioni amministrative al fine di consentire una corretta informazione si intende autorizzata l'esposizione presso la sede del comitato elettorale del simbolo, nome della lista che si presenterà alle elezioni ed eventualmente lo slogan. Poiché l'esposizione è temporanea e strettamente collegata con il periodo elettorale, si dovrà rimuovere entro la settimana successiva alla consultazione elettorale stessa.

ART. 46 VIGILANZA

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

Limitatamente al disposto dell'art. 23 del D.lgs. 285/92, la vigilanza può essere svolta, nell'ambito delle rispettive competenze, anche dai funzionari dei Ministeri dell'Ambiente e dei beni Culturali, i quali trasmettono le proprie segnalazioni all'Ente proprietario della strada per i provvedimenti di competenza.

Tutti i messaggi pubblicitari e propagandistici che possono essere variati senza autorizzazione ai sensi dell'art. 53, comma 8 del D.P.R. 495/92, se non rispondenti al disposto dell'art. 23 c. 1 del D.lgs. 285/92, devono essere rimossi entro i dieci giorni successivi alla notifica della diffida alla rimozione, a cura e spese del soggetto titolare dell'autorizzazione o del concessionario. In caso di inottemperanza si procede d'ufficio rivalendosi per le spese sul soggetto titolare dell'autorizzazione o del concessionario. Tutti i mezzi esposti difformemente dalle autorizzazioni rilasciate o non autorizzati dovranno essere rimossi, previa contestazione scritta, a cura e spese del soggetto titolare dell'autorizzazione o del concessionario, entro il termine di dieci giorni dalla diffida pervenuta. In caso di inottemperanza, si procederà d'ufficio.

ART. 47 RIMOZIONE

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

In caso di collocazione di impianti pubblicitari abusivi, l'ente proprietario della strada diffida l'autore della violazione e il proprietario o il possessore del suolo privato, nei modi di legge, a rimuovere il mezzo pubblicitario a loro spese entro e non oltre dieci giorni dalla data di comunicazione dell'atto. Decorso il suddetto termine, l'ente proprietario della strada provvede ad effettuare la rimozione del mezzo pubblicitario e alla sua custodia ponendo i relativi oneri a carico dell'autore della violazione e, in via tra loro solidale, del proprietario o possessore del suolo.

Nel caso in cui l'installazione degli impianti sia realizzata su suolo demaniale ovvero rientrante nel patrimonio degli enti proprietari delle strade, o nel caso in cui la loro ubicazione lungo le strade e le fasce di pertinenza costituisca pericolo per la circolazione, in quanto in contrasto con le disposizioni contenute nella vigente normativa, l'ente proprietario esegue senza indugio la rimozione dell'impianto pubblicitario. Successivamente alla stessa, l'ente proprietario trasmette nota delle spese sostenute al prefetto, che emette ordinanza-ingiunzione di pagamento. Tale ordinanza costituisce titolo esecutivo ai sensi di legge. Le strutture rimosse potranno essere ritirate effettuando il relativo pagamento delle spese di rimozione dal giorno successivo dell'avvenuta rimozione.

TITOLO VI – SANZIONI E DISPOSIZIONI FINALI

ART. 48 NORME TRANSITORIE

Le norme del presente PGIP si applicano a tutti gli impianti di nuova installazione; quelli attualmente esistenti collocati in virtù di un titolo autorizzativo vigente o in pendenza di rinnovo/riordino stradale, rilasciato precedentemente all'approvazione del presente Piano (fatte salve le insegne di esercizio preesistenti e regolarmente autorizzate che dovranno essere adeguate alla loro sostituzione) ma in contrasto con tali norme dovranno essere adeguati presentando istanza di regolarizzazione entro e non oltre 120 giorni dall'approvazione del PGIP. Superato il termine della regolarizzazione verranno prese in esame le nuove istanze seguendo l'ordine cronologico di presentazione e gli impianti esistenti non adeguati verranno considerati abusivi. Eventuali modifiche e/o deroghe apportate al Codice della Strada e relativo regolamento di esecuzione e di attuazione, nonché alle normative vigenti in materia di pubblicità, comportano l'adeguamento automatico del presente PGIP.

ART. 49 IMPIANTI PUBBLICITARI ABUSIVI

Sono considerati abusivi i mezzi pubblicitari installati in carenza di valido atto autorizzativo rilasciato dall'Amministrazione Comunale, così come previsto dal presente PGIP.

Sono altresì considerati abusivi i mezzi pubblicitari risultanti non regolarizzati entro i termini di cui all'Art. 48 Norme transitorie del presente piano. In ogni caso, è considerata abusiva ogni variazione non autorizzata, apportata alle installazioni ed esposizioni in opera.

Sono inoltre da considerarsi abusivi i mezzi pubblicitari con autorizzazioni scadute e non rinnovate, ferme ed impregiudicate le procedure di rinnovo disciplinate dal presente piano.

ART. 50 SANZIONI AMMINISTRATIVE

In caso di installazione o mantenimento in esercizio di mezzi pubblicitari e/o insegne di esercizio senza il prescritto titolo abilitativo, ovvero in difformità di esso, così come disciplinato nel precedente Art. 49 Impianti pubblicitari abusivi, il Comune, tramite gli uffici competenti, procede ad elevare al trasgressore le sanzioni previste nei termini e nei modi di cui all'art. 23 del codice della strada.

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

ART. 51 NORME FINALI

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

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

Il PGIP è suscettibile di variazioni e/o integrazioni, su segnalazione del funzionario responsabile del Settore Lavori Pubblici ed a seguito di approvazione da parte della Giunta Comunale.

Tali modifiche, se apportate entro il termine di approvazione del bilancio di previsione annuale, avranno decorrenza a partire dal 1 Gennaio dell'anno a cui il bilancio si riferisce.

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

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

ALLEGATI

ALLEGATO A "CARTOGRAFIA DI ZONIZZAZIONE"

ALLEGATO B "ABACO DELLE DISTANZE "

ALLEGATO C "SCHEDE ILLUSTRATIVE IMPIANTI"

ALLEGATO D "CARTOGRAFIA DELLE COMPETENZE AUTORIZZATIVE"