Comune di Pero
Provincia di Milano

PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

NORME TECNICHE
TAVOLA DELLA ZONIZZAZIONE
AGGIORNAMENTO 2018

Art. 3 D. Lgs. 507 del 15/11/1993

Approvato con Deliberazione di Consiglio Comunale n. 8 del 20/03/2012 e aggiornato con Deliberazione di Consiglio Comunale n. 12 del 25/02/2015 e con Deliberazione di Consiglio Comunale n. 21 del 31/05/2018

Norme in deroga all'art. 23 del Nuovo Codice della Strada (nuovo C.d.S.), D. Lgs. 30 aprile 1992 n. 285, testo aggiornato con il D. Lgs. 10 settembre 1993 n. 360 in vigore dal 1 ottobre 1993, integrato con il Regolamento di attuazione e di esecuzione D.P.R. 16 dicembre 1992 n. 495 e aggiornato con il D.P.R. 16 settembre 1996 n. 610

CAPO I - DISPOSIZIONI GENERALI 2
Art. 1 - Obiettivi del Piano Generale degli Impianti Pubblicitari 2
Art. 2 – Ambito di applicazione 2
Art. 3 - Zonizzazione del territorio comunale 3
Art. 4 - Classificazione degli impianti pubblicitari 3
Art. 5 - Elaborati costituenti il Piano 4
CAPO II – PUBBLICITA' ESTERNA PRIVATA 5
Art. 6 – Definizioni generali 5
Art. 7 – Disciplina generale di collocazione 5
Art. 8 – Collocazione: limitazioni e divieti 6
Art. 9 – Caratteristiche tecniche e criteri strutturali 7
Art. 10 – Dimensioni 8
Art. 11 – Distanze e modalità di installazione 8
Art. 12 – Schede riepilogative 11
Art. 13 – Pubblicità fonica 19
Art. 14 - Pubblicità tramite volantinaggio 20
Art. 15 – Deroghe per pubblicità temporanea per eventi e spettacoli di interesse pubblico o generale 20
CAPO III – PUBBLICHE AFFISSIONI 21
Art. 16 – Definizioni generali 21
Art. 17 – Tipologia degli impianti 21
Art. 18 – Classificazione per finalità del messaggio e relative superfici 21
Art. 19 – Identificazione 22
Art. 20 – Schede riepilogative 23
Art. 21 - Norme di rinvio 24
CAPO IV – AFFISSIONI DIRETTE 25
Art. 22 - Definizione e tipologia 25
Art. 23 - Identificazione 25
CAPO V – INSEGNE DI ESERCIZIO 27
Art. 25 - Definizioni generali 27
Art. 26 - Disciplina generale di collocazione 27
Art. 27 - Dimensioni 29
Art. 28 – Distanze 29
Art. 29 - Illuminazione 29
Art. 30 - Materiali 30
Art. 31 - Categorie delle insegne 30
Art. 32 – Schede riepilogative 30
ART. 33 - INSEGNE DI PUBBLICO INTERESSE 33
CAPO VI – PROCEDIMENTI DI AUTORIZZAZIONE 34
Art. 34 – Procedimento relativo alle forme di pubblicità temporanea 34
Art. 35 – Richiesta di autorizzazione 34
Art. 36 – Modalità di rilascio dell'autorizzazione 36
CAPO VII – CONCESSIONI 40
CAPO VIII – NORME COMUNI 41
CAPO IV –NORME FINALI 44

CAPO I - DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1 - Obiettivi del Piano Generale degli Impianti Pubblicitari

1. Il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari (d'ora in poi per brevità, *Piano*) disciplina la distribuzione di tutti gli impianti finalizzati alla pubblicità di natura commerciale, istituzionale e sociale sull'intero territorio comunale con riguardo alle esigenze di utilità pubblica , alla concentrazione demografica ed economica, nonché alla tutela ambientale, paesaggistica, della circolazione e del traffico.

2. Il *Piano* si pone come obiettivi specifici:
   - razionalizzare la collocazione e le tipologie degli impianti nel territorio comunale nel rispetto della sicurezza stradale e perseguendo una maggiore qualità urbana con particolare attenzione all'asse "centrale" del Sempione e alla zone residenziali di Pero;
   - creare nuove opportunità di pubblicità su aree e edifici pubblici (cartelli sponsor nelle piazze, rotatorie e giardini e pubblicità su elementi di arredo urbano);
   - incrementare gli spazi per le pubbliche affissioni;
   - consentire il controllo e la rimozione degli impianti non autorizzati.

Art. 2 – Ambito di applicazione

1. Il Piano prende atto della perimetrazione del centro abitato di Pero, ai sensi dell'art. 4 del nuovo Codice della Strada (C.d.S.), ridefinita in occasione dell'approvazione del Piano Generale del Traffico Urbano (P.G.T.U.), recepita dal P.G.T. vigente approvato con D.C.C. n. 58 del 21/12/2011, in B.U.R.L. serie a.c. n. 13 del 28/03/2012 ed aggiornata con Delibera di G.C. n. 102 del 10/10/2012 ed individua al suo interno i parametri di deroga da applicarsi per l'inserimento sia temporaneo che permanente degli impianti pubblicitari, siano essi pubblici o privati.

2. Fuori dal centro abitato, l'installazione di impianti pubblicitari è regolamentata dall'art. 23 del nuovo C.d.S. e dagli articoli da 47 a 59 del relativo Regolamento di attuazione, nonché da altre norme di tipo sovraordinato che stabiliscono modalità, limitazioni e divieti per l'effettuazione, in determinati luoghi e su particolari immobili, di forme di pubblicità.

3. Le presenti norme riguardano i cartelli e gli altri impianti pubblicitari, come di seguito definiti, collocati nel territorio comunale:
   - su aree pubbliche, di uso pubblico o comunque da esse visibili,
   - lungo le strade o in vista di esse,
   - in aree e immobili accessibili da parte del pubblico,

   sulla base delle disposizioni contenute nel presente Piano, nel Codice della Strada e nel relativo Regolamento di esecuzione e di attuazione, nonché nel Decreto Legislativo del 15.11.1993 n. 507 e loro successive modifiche ed integrazioni.

Art. 3 - Zonizzazione del territorio comunale

1. La razionalizzazione della distribuzione degli impianti passa, in primo luogo, attraverso la suddivisione del territorio comunale in zone omogenee in relazione alle destinazioni d'uso prevalenti degli insediamenti, al diverso grado di accessibilità e visibilità in termini localizzativi e alla diversa concentrazione e tipologia di attività economiche presenti (ad esempio il tratto "centrale" del Sempione è caratterizzato da un elevato mix funzionale: residenza, attività terziarie, negozi, pubblici esercizi, servizi pubblici, ecc.).
   E' prevista, pertanto, la seguente suddivisione in zone omogenee:

   Zona A tratto "centrale" del Sempione (ex S.S. 33) compreso tra il km 9 (via Milano) e il km 9+720 (via Savonarola);
   Zona B zona a carattere prevalentemente residenziale interna al centro abitato;
   Zona C zona a carattere prevalentemente commerciale/produttivo/terziario interna al centro abitato;
   Zona D zona esterna al centro abitato.

   Per le tipologie ammesse in ciascuna delle zone sopraelencate e le caratteristiche di collocazione si rimanda alla consultazione delle schede riepilogative dei singoli impianti.

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

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

Art. 4 - Classificazione degli impianti pubblicitari

1. Per impianto pubblicitario si intende qualunque manufatto temporaneo o permanente destinato a supportare messaggi pubblicitari o promozionali in genere.

2. Gli impianti pubblicitari vengono classificati per finalità del messaggio (utilizzo), categoria, durata, tipologia, e caratteristiche specifiche.

3. La durata di esposizione distingue gli impianti in:
   a) permanenti: costituiti da manufatti mono o bifacciali saldamente ancorati a terra o ad una superficie verticale (es. muro), la cui installazione ha una durata temporale superiore a 90 giorni consecutivi ed è comunque subordinata ad autorizzazione amministrativa da parte del Comune valevole per tre anni;
   b) temporanei: la cui esposizione è ammessa unicamente per la promozione pubblicitaria di manifestazioni, spettacoli ed eventi o per il lancio di iniziative commerciali di durata non superiore a 90 giorni consecutivi, ed è comunque

subordinata al preventivo pagamento dell'imposta comunale sulla pubblicità e alla preventiva presentazione della dichiarazione ai fini dell'imposta comunale sulla pubblicità.

4. Gli impianti oggetto del presente *Piano* si suddividono in:

   - **PUBBLICITA' ESTERNA PRIVATA:** sono impianti di proprietà privata comunque non comunale. Possono essere luminosi, illuminati o non, mono o bifacciali e sono utilizzati per l'esposizione di messaggi pubblicitari di natura commerciale esposti direttamente dal proprietario dell'impianto, effettuati direttamente sulla superficie espositiva mediante tecniche varie (segnali turistici e di territorio, cartelli, totem, paline e pensiline autobus, impianti su pali di illuminazione pubblica di proprietà del Comune o di altri Enti, impianto su orologio, teli pubblicitari su ponteggi, striscioni, stendardi, locandine, pannelli, ecc.) permanenti e temporanei in aree o edifici sia privati che pubblici;
   - **PUBBLICHE AFFISSIONI** sono impianti di tipo permanente di proprietà comunale. Possono essere luminosi, illuminati o non, mono o bifacciali e sono utilizzati per l'affissione di manifesti contenenti comunicazioni di diversa natura (istituzionali, commerciali e funebri).
   - **AFFISSIONI DIRETTE** (frontali): sono impianti appositamente autorizzati, sui quali vengono affissi direttamente dal proprietario dell'impianto sia manifesti di natura commerciale che di natura sociale e propagandistica;
   - **INSEGNE DI ESERCIZIO** (frontali, a bandiera, a giorno, vetrofanie, tende, targhe, bandiere, ecc.): sono impianti atti ad identificare il luogo ove si esercita un'attività.

5. Per le definizioni di ciascun impianto si rimanda al Regolamento di Esecuzione ed Attuazione del nuovo C.d.S. (art. 47).

6. L'autorizzazione comunale all'installazione di mezzi pubblicitari in qualsiasi modo denominati, è rilasciato facendo salvi gli eventuali diritti di terzi e non esime gli interessati dall'acquisizione del nulla osta di competenza di altri soggetti pubblici o privati.

Art. 5 - Elaborati costituenti il Piano

1. Il *Piano* è costituito dai seguenti elaborati:

   1.1. Norme tecniche: contenenti la determinazione delle tipologie degli impianti e le relative specifiche tecniche, i divieti e le limitazioni in relazione alle zone e alle prescrizioni del nuovo C.d.S. e relativo Regolamento di attuazione, la durata e la modalità di rilascio delle autorizzazioni e delle concessioni;

   1.2. Tavola grafica ("Zonizzazione del territorio comunale"): riportante la zonizzazione ai fini pubblicitari di cui all'art. 3, l'indicazione del perimetro del centro abitato e delle aree sottoposte a tutela ai sensi del D. Lgs. 42/2004 (Parco Agricolo Sud Milano), la classificazione delle strade di cui al P.G.T.U. approvato, l'individuazione dei tratti stradali interessati da competenze in capo ad altri enti.

CAPO II – PUBBLICITA' ESTERNA PRIVATA

Art. 6 – Definizioni generali

1. Alla pubblicità esterna privata si riferiscono tutti gli impianti di proprietà privata, escluse le insegne d'esercizio, collocati su aree pubbliche, di uso pubblico o su aree private, lungo le strade o in vista di esse o comunque visibili da aree e immobili accessibili da parte del pubblico, adibiti alla diffusione di messaggi pubblicitari per la promozione di beni o servizi.

2. Gli impianti di pubblicità consentiti si dividono in permanenti e temporanei, sulla base della distinzione indicata all'art. 4.3.

3. Tipologia degli impianti:
   Permanenti:
   - Segnale turistico e di territorio
   - Cartello
   - Poster a muro
   - Telo su ponteggi e cesate
   - Cartello sponsor
   - Totem
   - Palina di fermata bus
   - Pensilina di attesa bus
   - Impianto su palo di illuminazione pubblica
   - Messaggio variabile
   - Impianto su orologio
   - Bacheca

   Temporanei:
   - Striscione
   - Stenadardo/Gonfalone/Telo
   - Locandina
   - Pannello

Art. 7 – Disciplina generale di collocazione

1. L'ubicazione degli impianti pubblicitari deve avvenire nel rispetto delle norme del C.d.S. e relativo Regolamento di attuazione e dei Regolamenti comunali attinenti alla materia.

2. Tutti gli impianti pubblicitari la cui collocazione è ammessa nelle zone sottoposte a vincolo ambientale di cui al D.Lgs. 22 gennaio 2004 n. 42 "Codice dei beni culturali e del paesaggio", sono soggetti a preventiva Autorizzazione Paesaggistica, ai sensi dell'art. 146 e 159 del medesimo D.Lgs. 22 gennaio 2004 n. 42, da parte dell'Ente preposto alla tutela del vincolo.

3. Il titolare dell'impianto è responsabile dell'osservanza delle norme di sicurezza, della manutenzione, nonché in caso di cessazione dell'autorizzazione o di rimozione volontaria o coatta, del ripristino dello stato dei luoghi precedente all'installazione dell'impianto pubblicitario.

Art. 8 – Collocazione: limitazioni e divieti

1. Il posizionamento di mezzi pubblicitari è vietato, dentro e fuori il centro abitato, nei seguenti punti:
   a) sulle corsie esterne alle carreggiate, sulle cunette e sulle pertinenze di esercizio delle strade che risultano comprese tra carreggiate contigue;
   b) in corrispondenza delle intersezioni;
   c) lungo le curve come definite dal nuovo C.d.S. e su tutta l'area compresa tra la curva stessa e la corda tracciata tra i due punti di tangenza;
   d) sulle scarpate stradali sovrastanti la carreggiata in terreni di qualsiasi natura e pendenza;
   e) in corrispondenza dei raccordi verticali concavi e convessi;
   f) sui ponti e sottoponti;
   g) sui parapetti stradali e sulle barriere di sicurezza;
   h) sui cavalcavia e loro rampe;
   i) a ridosso di chiese, cimiteri, scuole, nonché sulle loro recinzioni o mura di cinta, qualora il messaggio dell'impianto pubblicitario risultasse in contrasto con i valori simbolici rappresentati dai luoghi medesimi.

2. L'installazione dei manufatti non dovrà in alcun modo impedire od ostacolare il traffico pedonale e veicolare né dovrà coprire anche solo parzialmente la segnaletica stradale e le targhe toponomastiche o comunque ridurne la visibilità o generare confusione, specialmente in corrispondenza delle intersezioni stradali. In caso di installazioni aggettanti su percorsi pedonali e piste ciclabili, l'altezza del margine inferiore deve rispettare altezza minima di 2,50 metri dal piano di calpestio di tali spazi.

3. Il posizionamento degli impianti pubblicitari dovrà comunque sempre garantire un passaggio libero conforme alla normativa sull'abbattimento delle barriere architettoniche negli spazi pubblici ai sensi del D.P.R. 24.7.1996 n. 503.

4. E' vietato l'utilizzo come supporto di: impianti di segnaletica stradale, alberi, monumenti, elementi dell'edificio che non garantiscano la stabilità e la sicurezza, cabine delle reti tecnologiche, transenne parapedonali.

5. L'installazione di impianti pubblicitari all'interno di aree destinate a verde pubblico e nelle rotatorie è limitata ai soli cartelli appositamente dedicati alla sponsorizzazione della manutenzione del verde nella superficie massima pari a 0,70 mq anche in ulteriore deroga alle distanze indicate dall'abaco generale.

6. La pubblicizzazione direzionale della sede ove si esercita una determinata attività, può essere realizzata esclusivamente con la tipologia "segnali turistici e di territorio" di cui all'art. 12. Gli altri impianti possono contenere simboli direzionali, purché di dimensioni che non superino il 15% della superficie totale.

7. E' vietata l'apposizione di impianti nei chioschi, consentendo esclusivamente la collocazione della pubblicità relativa alla specifica attività di esercizio e dell'insegna che deve essere integrata alla struttura.

8. E' vietata l'apposizione di impianti sui tetti degli immobili.

9. E’ vietata la sosta di motrici o rimorchi riportanti pannelli pubblicitari (vele) in zona A.

10. Non è consentita l’apposizione di manifesti al di fuori dei supporti appositamente previsti per tale uso e previsti dal presente Piano.

11. E’ vietata l’apposizione di messaggi pubblicitari sui bordi dei marciapiedi e dei cigli stradali.

Art. 9 – Caratteristiche tecniche e criteri strutturali

1. La collocazione dei cartelli pubblicitari deve rispettare i criteri di un corretto ed equilibrato inserimento sia ambientale che architettonico.

2. Gli impianti per la pubblicità esterna privata devono essere realizzati con materiali non deperibili, aventi caratteristiche di consistenza, durevolezza, sicurezza e resistenti agli agenti atmosferici. Essi inoltre devono essere rifiniti anche sulla parte retrostante, anche se visibile solo parzialmente alla pubblica vista. I materiali che li compongono devono conservare inalterate le proprie caratteristiche chimico-fisiche sotto l’azione di sollecitazioni esterne.

3. Le cornici e le strutture di sostegno, ove previste, devono essere preferibilmente di colore grigio RAL 7011 per le nuove autorizzazioni.

4. Le strutture di sostegno e di fondazione devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento, saldamente realizzate ed ancorate, sia globalmente che nei singoli elementi. Devono rispondere alla capacità di resistenza ai sovraccarichi, agli urti ed in generale ai fenomeni dinamici, senza deformazioni.

5. Qualora le suddette strutture costituiscono manufatti la cui realizzazione e posa in opera è regolamentata da specifiche norme (statiche, luminose, spinta del vento, riflettenza/abbagliamento ecc.), l'osservanza delle stesse e l’adempimento degli obblighi da queste previste deve essere documentato prima del ritiro dell'autorizzazione di cui all'articolo 23, comma 4, del C.d.S.. Devono comunque essere rispettate tutte le specifiche norme in materia.

6. Gli impianti pubblicitari posizionati a muro o su apposita struttura di sostegno devono essere muniti di telaio e cornice in materiale metallico trattato in maniera tale da evitare il sorgere di ruggine.

7. Gli impianti pubblicitari devono avere sagoma regolare che, in ogni caso, non può essere quella di disco o triangolo e non devono generare confusione con la segnaletica stradale.

8. L’uso dei colori rosso e verde o di particolari abbinamenti cromatici tendenti al rosso o al verde, non deve generare confusione con la segnaletica stradale, al fine di evitare che il colore utilizzato per i cartelli o per altri impianti pubblicitari costituisca sfondo per segnali stradali, causandone una scarsa percettibilità.

9. Il bordo inferiore degli impianti pubblicitari posti in opera dentro e fuori dal centro abitato, deve essere, in ogni suo punto, ad una quota non inferiore a

metri 1,50 rispetto a quella della banchina stradale, misurata nella sezione stradale corrispondente.

10. Gli impianti elettrici utilizzati devono essere concepiti e realizzati in modo tale da garantire il massimo grado di sicurezza per il rischio elettrico, per quello delle scariche accidentali e per la messa a terra; nonché rispondere alle norme CEI in materia applicabili ed essere conformi alle disposizioni espresse dal D.M. 37/2008 e s.m.i., per la realizzazione degli impianti e l'impiego dei materiali secondo regola d'arte.

11. Il sistema di illuminazione può essere a luce diretta, indiretta o riflessa e, comunque, in conformità alle norme di cui al D.M. 37/2008 e s.m.i. ed alla L. R. Lombardia 27 marzo 2000 n. 17 e dei criteri di applicazione di cui alla D.G.R. 20 settembre 2001 – n. 7/6162.

12. Le sorgenti luminose non devono provocare abbagliamento e devono essere conformi a quanto previsto dall'art. 50 del Regolamento di Esecuzione e di Attuazione del C.d.S..

13. Gli impianti pubblicitari luminosi per luce propria o per luce indiretta posti fuori e dentro ai centri abitati non possono avere luce intermittente né avere intensità luminosa superiore a 150 candele per metro quadrato. E' vietato l'uso dei colori rosso e verde negli impianti pubblicitari luminosi posti a distanza inferiore a metri 300 dalle intersezioni semaforizzate e a metri 15 dal bordo della carreggiata.

14. Ogni eventuale scavo che si renda necessario eseguire per l'esecuzione dei collegamenti sarà a carico del richiedente il quale si impegna a ripristinare il suolo nello stato originario e a regola d'arte.

Art. 10 – Dimensioni

1. Gli impianti pubblicitari, se installati fuori dal centro abitato (zona D), devono rispettare le dimensioni prescritte dall'art. 48 del Regolamento attuativo del C.d.S., mentre se installati all'interno del centro abitato, devono essere realizzati nel rispetto delle misure massime indicate nelle successive schede riepilogative di cui all'art. 12, in relazione alle diverse zone A, B e C.

2. Nelle aree di parcheggio pubblico o aperte al pubblico, al di fuori del centro abitato (zona D), valgono le prescrizioni di cui all'art. 52 del Regolamento attuativo del nuovo C.d.S., mentre all'interno del centro abitato (zone A, B e C) la superficie complessiva degli impianti pubblicitari non può superare il 5% delle aree occupate dalle aree di parcheggio stesse.

Art. 11 – Distanze e modalità di installazione

1. Gli impianti pubblicitari, se installati fuori dal centro abitato, devono rispettare le distanze di cui dall'art. 51 del Regolamento del C.d.S., mentre se installati all'interno del centro abitato, devono rispettare le distanze di cui ai successivi commi.

2. Le distanze si applicano nel senso delle singole direttrici di marcia. La distanza dalle intersezioni è quella intercorrente tra il punto di installazione del supporto verticale più vicino all'intersezione ed il vertice tra il proseguimento ideale delle linee di cordolo dei marciapiedi o, in mancanza di questi, della base dei fabbricati o di contorno dei terreni laterali o delle banchine.

3. All'interno del centro abitato le installazioni pubblicitarie devono essere posizionate, fuori dalla carreggiata, ad una distanza pari ad almeno metri 3,00 dal limite della stessa, prendendo come riferimento di distanza, l'aggetto più esterno (rivolto verso la strada) dell'impianto, e con il bordo inferiore dell'impianto ad un altezza pari a metri 1,50 dalla quota della carreggiata stradale.

4. La distanza di cui al comma precedente non viene osservata nel caso in cui l'installazione pubblicitaria venga posizionata in aderenza ai muri di fabbricati, ovvero nel caso in cui la sede stradale sia delimitata da marciapiede sul lato in cui l'installazione deve essere effettuata. In questi casi i supporti verticali delle strutture di sostegno degli impianti pubblicitari devono essere collocati in fregio ai muri dei fabbricati ovvero sul bordo esterno dei marciapiedi, garantendo uno spazio adeguato per il transito pedonale pari alla larghezza del marciapiede e comunque non inferiore a metri 1,50.

5. Nei casi in cui l'impianto pubblicitario venga posizionato su marciapiede o altra sede transitabile dai pedoni o ciclisti, l'impianto deve risultare, in ogni suo punto, ad una distanza dal limite della carreggiata, non inferiore a metri 0,30 e comunque ad una distanza tale da non recare pericolo ai veicoli in transito. Il bordo inferiore deve essere in ogni suo punto ad una quota di metri 1,50 dal suolo calpestabile.

6. All'interno del centro abitato, nell'ambito delle strade urbane di scorrimento, urbane di quartiere e locali, come definite dall'art. 2, comma 3, lettere D), E) e F), del vigente C.d.S., si devono rispettare le seguenti prescrizioni e distanze minime:
    a) metri 50 lungo le strade D) ed E) prima dei segnali stradali di pericolo e di prescrizione, dagli impianti semaforici e dalle intersezioni;
    b) metri 30 lungo le strade F) prima dei segnali stradali di pericolo e di prescrizione , dagli impianti semaforici e dalle intersezioni;
    c) metri 25 dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari, dai segnali di indicazione e dopo i segnali stradali di pericolo e di prescrizione, impianti semaforici e intersezioni,
    d) per gli impianti pubblicitari collocati in posizione parallela al senso di marcia dei veicoli e posti anche in aderenza, per tutta lo loro superficie, ai fabbricati, o comunque ad una distanza non inferiore a metri 3 dal limite della carreggiata, le distanze minime di cui alle lettere a), b) e c) non sono rispettate, ad eccezione di quelle relative alle intersezioni e la distanza tra gli impianti di cui alla lettera c) è ridotta a metri 10, fatta salva l'ipotesi di installazione affiancata di cui alla lettera e).
    e) non possono essere autorizzati impianti in posizione parallela al senso di marcia dei veicoli in numero superiore a due affiancati; in tal caso la distanza minima tra i due impianti affiancati deve essere pari a metri 0,10.

f) per gli impianti di servizio costituiti da paline e pensiline di fermata autobus non si applicano le distanze previste ai commi 1, 3 e 4 ;
g) per gli striscioni le distanze minime da rispettare di cui alle lettere a), b) e c) del presente comma sono ridotte a metri 10;
h) Per i segnali turistici e di territorio non si applicano le distanze previste alle lettere a), b), c), ma possono essere posti in posizione autonoma e singola, come segnali di direzione isolati, o come segnali di localizzazione, ma in tal caso non devono interferire con l'avvistamento e la visibilità dei segnali di pericolo, di prescrizione e di indicazione.

7. L'installazione degli impianti pubblicitari in aderenza agli edifici o alle recinzioni deve essere compiuta in osservanza dei profili architettonici come determinati dalla presenza di elementi quali ringhiere, muretti, parapetto e simili, e comunque in modo da non occultare od alterare le linee architettoniche degli edifici e le visuali del paesaggio.

8. La sistemazione degli impianti a muro deve essere eseguita nel rispetto degli allineamenti orizzontali e verticali, con perpendicolarità fra i medesimi. In presenza di elementi architettonici o decorativi gli impianti devono essere installati ad una distanza minima di metri 1,00 dagli stessi.

9. E' ammesso il posizionamento di impianti pubblicitari all'interno dei cantieri posti al fine di reclamizzare l'impresa esecutrice dei lavori, prodotti e ditte collegate alle attività edili in corso e la compravendita di appartamenti e unità immobiliari, anche in deroga alla distanza di cui al comma 4 lettere c) e d). Sono autorizzabili solo ed esclusivamente le installazioni aventi una superficie per facciata non superiore a 20 metri quadrati e poste in aderenza a fabbricati e recinzioni, nel rispetto della normativa igienico sanitaria e di sicurezza applicabili. La durata dell'esposizione dell'impianto, non deve superare quella del permesso di costruire rilasciato o titolo abilitativo equipollente per l'esecuzione dei lavori del cantiere, e comunque non oltre la dichiarazione di ultimazione dei lavori. Il cartello può essere posizionato sui limiti della recinzione del cantiere o del fabbricato interessato o all'interno della recinzione delimitante l'area di cantiere, mai all'esterno.

10. E' altresì ammesso il posizionamento di cartelli "vendesi/affittasi" degli immobili non in costruzione, aventi una superficie per facciata non superiore a 20 metri quadrati e poste in aderenza a fabbricati e recinzioni o nelle aree di pertinenza, previa autorizzazione nel caso in cui il periodo di installazione sia superiore a tre mesi.

11. E' consentita l'installazione di impianti pubblicitari o insegne di esercizio, all'interno delle stazioni di servizio di carburante, a condizione che gli stessi non siano collocati in corrispondenza degli accessi agli stessi (nel tratto compreso tra metri 25 prima del primo accesso per senso di marcia e i metri 25 dopo l'ultimo accesso). La superficie complessiva di tali impianti non deve superare il 20% dell'area occupata dalla stazione di servizio, ai sensi dell'art. 52, del D.P.R. n. 495/92, Regolamento di attuazione del Codice della Strada.

12. L'installazione di impianti pubblicitari su pareti di edifici privati e pubblici devono essere inserite in un contesto artistico architettonico che interessi l'intera facciata.

Art. 12 – Schede riepilogative

TIPOLOGIA	**SEGNALE TURISTICO E DI TERRITORIO**	**X**
DURATA	permanente	**P**
DESCRIZIONE	Scritta in caratteri alfanumerici, completata da freccia di orientamento, ed eventualmente da simboli e da marchi, supportato da una idonea struttura di sostegno, finalizzata alla pubblicizzazione direzionale della sede ove si esercita una determinata attività o luogo d'interesse installata in modo da facilitare il reperimento della sede stessa entro un raggio di 10 Km. Ai sensi degli artt. 39, lett. C), sub. lett. h) del Codice della Strada e 134 lett. a), b), c), d) ed e) del D.P.R. 495/1992, le fattispecie di questa tipologia si suddividono in: a) turistiche (fondo marrone, scritta bianche); b) industriali, artigianali, commerciali (fondo nero scritta gialla); c) alberghiere (fondo bianco, scritta nera); d) territoriali (fondo marrone, scritte bianche); e) di luoghi di pubblico interesse (fondo bianco, scritta nera).	
FORMATI AMMESSI	m 1,25x0,25;	
ZONE AMMESSE	A – B – C	
ILLUMINAZIONE	Non luminoso	
PRESCRIZIONI	- devono avere forma rettangolare - devono essere raggruppati in un unico impianto con frecce d'orientamento delle stesse dimensioni che può contenere al massimo 6 elementi per ogni senso di marcia; - devono essere raggruppati creando impianti bifacciali; - le frecce di orientamento devono essere posizionate secondo il seguente ordine dall'alto verso il basso: a. frecce diritto; b. frecce indicanti a sinistra; c. frecce indicanti a destra; dando priorità ai luoghi di pubblico interesse. - l'installazione è subordinata alla stipula di apposita convenzione con il concessionario, all'interno della quale è fatta salva la possibilità di definire ulteriori caratteristiche degli impianti.	

TIPOLOGIA	**CARTELLO**	**X**
DURATA	permanente	**P**
DESCRIZIONE	Impianto pubblicitario, mono o bifacciale, destinato a supportare spazi finalizzati alla diffusione di messaggi commerciali o propagandistici. La struttura deve essere caratterizzata da un telaio, da una cornice di finitura e, se vincolata al suolo, da idoneo ancoraggio e dotata di uno o due montanti.	
FORMATI AMMESSI	Zona "B" parallelo alla carreggiata: m 0,70x1,00 – m 1,00x1,40 - m 1,40x2,00 perpendicolare alla carreggiata: no Zona "C" parallelo alla carreggiata: ml 0,70x1,00 – ml 1,00x1,40 - m 1,40x2,00 – m 2,00x3,00 perpendicolare alla carreggiata: ml 0,70x1,00 - 1,00x1,40 m 1,40X2,00 – m 2,00x3,00	
ZONE AMMESSE	B – C	
ILLUMINAZIONE	Illuminato - opaco	
PRESCRIZIONI	- i componenti della struttura non dovranno costituire elemento formale e decorativo autonomo; - l'installazione su suolo pubblico è subordinata alla stipula di apposita convenzione con il concessionario	

TIPOLOGIA	**POSTER A MURO**	**X**
DURATA	permanente	**P**
DESCRIZIONE	Elemento bidimensionale realizzato in qualsiasi materiale, di qualsiasi natura, interamente vincolato in aderenza a strutture in elevazione. E' consentito su fronti ciechi, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici.	
FORMATI AMMESSI	superficie massima mq 20	
ZONE AMMESSE	A – B – C	
ILLUMINAZIONE	Illuminato - opaco	
PRESCRIZIONI	– la superficie dell'impianto non deve comunque eccedere il 40% della superficie totale del prospetto dell'edificio, con possibilità di posizionare al massimo due impianti affiancati, con disposizione sia in "verticale" che in "orizzontale" rispettando in totale il limite di formato e superficie sopraindicati; – l'altezza minima dal suolo calpestabile, misurata dalla cornice inferiore dell'impianto dovrà essere di 2,50 m.; – per l'installazione è necessario il rilascio di autorizzazione;	

TIPOLOGIA	**TELO SU PONTEGGI E CESATE**	**X**
DURATA	permanente/temporaneo	**P**
DESCRIZIONE	Elemento bidimensionale monofacciale caratterizzato da grande superficie, interamente vincolato in aderenza a ponteggi e cesate di cantiere, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici.	
FORMATI AMMESSI	superficie massima pari all'80% della superficie totale del ponteggio	
ZONE AMMESSE	A – B – C	
ILLUMINAZIONE	Illuminato - opaco	
PRESCRIZIONI	– rispetto della normativa igienico sanitaria e di sicurezza applicabili; – per le installazioni di carattere permanente (superiore a tre mesi) è necessario il rilascio di autorizzazione, con durata fino alla data di fine lavori; – per le installazioni temporanee il pagamento dell'imposta comunale sulla pubblicità vale come autorizzazione;	

TIPOLOGIA	**CARTELLO SPONSOR**	**X**
DURATA	permanente	**P**
DESCRIZIONE	Elemento bidimensionale supportato da idonea struttura di sostegno, mono/bifacciale. La struttura deve essere caratterizzata da montante, collocata al suolo e tenuta da idoneo ancoraggio, da un telaio, da una superficie da utilizzarsi per l'esposizione di messaggi e da una cornice di finitura. In deroga all'art. 51 del Regolamento di attuazione del C.d.S., limitatamente al centro abitato, è ammesso il posizionamento di manufatti anche nell'anello centrale delle rotonde sviluppato in orizzontale.	
FORMATI AMMESSI	– nelle aiuole e rotatorie: massimo n. 4 impianti con formato m 1,00x0,70 ciascuno – nei parchi e giardini pubblici: massimo n. 4 impianti con formato m 1,00x0,70 ciascuno	
ZONE AMMESSE	A – B – C	
ILLUMINAZIONE	Illuminato - opaco	
PRESCRIZIONI	- l'installazione è ammessa esclusivamente su aree destinate a verde pubblico, piste ciclabili e rotatorie ed è limitata ai soli impianti dedicati alla sponsorizzazione; - l'installazione nei parchi e giardini è possibile solo in prossimità degli ingressi; - l'installazione è subordinata alla stipula di apposito contratto di sponsorizzazione con il Comune.	
TIPOLOGIA	**TOTEM**	**X**
DURATA	permanente	**P**

DESCRIZIONE	Elemento polifacciale con idonea struttura di sostegno rigidamente vincolato al suolo, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari, culturali e artistici.
FORMATI AMMESSI	Zona "B" Massimo m 1,00x2.50; Zona "C" Massimo m 2,00x5.00;
ZONE AMMESSE	B – C
ILLUMINAZIONE	Illuminato – luminoso - opaco
PRESCRIZIONI	l'installazione su suolo pubblico è subordinata alla stipula di apposita convenzione con il concessionario; se l'impianto contiene messaggi diversi, per ognuno è necessario il rilascio di autorizzazione.

TIPOLOGIA	**PALINA FERMATA AUTOBUS**	**X**
DURATA	permanente	**P**
DESCRIZIONE	Impianto di arredo urbano con funzione di utilità pubblica per l'indicazione degli orari dei mezzi pubblici, rigidamente vincolato al suolo e completato da spazi finalizzati alla diffusione dei messaggi commerciali monofacciale, mediante l'apposizione di pannelli serigrafati.	
FORMATI AMMESSI	m 0,70x1,00 N.B. il formato può avere dimensioni differenti in relazione alla tipologia di palina scelta in sede di gara, comunque non significativamente superiori all'area ammessa;	
ZONE AMMESSE	A – B – C	
ILLUMINAZIONE	opaco	
PRESCRIZIONI	- pubblicità ammessa nel solo lato contro marcia; - lo spazio pubblicitario non può essere utilizzato per più messaggi; - il posizionamento del manufatto è vincolato a posizioni predefinite dai percorsi dei mezzi pubblici; - l'altezza minima dal suolo calpestabile del marciapiede, misurata dalla cornice inferiore dell'impianto dovrà essere pari a 2,50 m; - l'inserimento pubblicitario deve comunque sempre garantire la piena visibilità di incroci, di impianti semaforici e di segnali stradali sia di pericolo che di prescrizione, nonché gli attraversamenti pedonali e ciclabili; - l'installazione è subordinata alla stipula di apposita convenzione con il concessionario	

TIPOLOGIA	**PENSILINA FERMATA AUTOBUS**	**X**
DURATA	permanente	**P**
DESCRIZIONE	Impianto di arredo urbano con funzione di utilità pubblica: struttura bifacciale integrata a pensilina di attesa mezzi pubblici, ad essa rigidamente vincolata appositamente predisposta per supportare plance o cassonetti dalla possibilità di apertura anteriore per l'inserimento di manifesti cartacei o di pannelli serigrafati.	
FORMATI AMMESSI	Massimo m 1,00x2,00 N.B. i formati possono subire variazioni in relazione alla tipologia di pensilina scelta in sede di gara, comunque non significativamente superiori all'area ammessa;	
ZONE AMMESSE	A – B – C	
ILLUMINAZIONE	Luminoso - opaco	
PRESCRIZIONI	- la superficie complessiva non può eccedere metri quadrati 2; - l'installazione è subordinata alla stipula di apposita convenzione con il concessionario.	

TIPOLOGIA	**IMPIANTO SU PALO DI ILLUMINAZIONE PUBBLICA**	**X**
DURATA	Permanente/temporaneo	**P**
DESCRIZIONE	Impianto pubblicitario monobifacciale rigidamente vincolato al palo dell'illuminazione pubblica di proprietà comunale o di altri enti, costituito da pannello in policarbonato alveolare e da cornici in alluminio resistente alla rottura e agli agenti atmosferici, completato da spazi finalizzati alla diffusione di messaggi commerciali, promozionali e istituzionali	
FORMATI AMMESSI	Base m 1,00 ed Altezza m 1,40, Base m 0,80 ed Altezza m 1,05 N.B. il formato può avere dimensioni differenti in relazione alle tipologie stabilite dalla convenzione	
ZONE AMMESSE	B – C	
ILLUMINAZIONE	opaco	
PRESCRIZIONI	- pubblicità ammessa in modo bifacciale; - lo spazio pubblicitario non può essere utilizzato per più messaggi; - l'altezza minima dal suolo calpestabile del marciapiede, misurata dalla cornice inferiore dell'impianto dovrà essere pari a 2,50 m; - l'inserimento pubblicitario deve comunque sempre garantire la piena visibilità di incroci, di impianti semaforici e di segnali stradali sia di pericolo che di prescrizione, nonché gli attraversamenti pedonali e ciclabili; - l'installazione è subordinata alla stipula di apposita convenzione con il concessionario	

TIPOLOGIA	**MESSAGGIO VARIABILE**	**X**
DURATA	permanente	**P**
DESCRIZIONE	Impianto pubblicitario, monofacciale, assimilabile ad una tabella per caratteristiche strutturali e formali, idoneo all'esposizione di messaggi pubblicitari variabili (prismi rotanti o manifesti scorrevoli o led luminosi), costituito da un meccanismo per la variazione del messaggio, un telaio e da una cornice di finitura	
FORMATI AMMESSI	m 0,70x1,00 – m 1,00x1,40 - m 2,00x3,00	
ZONE AMMESSE	B – C	
ILLUMINAZIONE	Luminoso, opaco	
PRESCRIZIONI	- Profondità massima cm 50; - Il tempo minimo di variabilità del messaggio deve essere maggiore di 5 min.; - L'installazione è subordinata alla stipula di apposita convenzione con il concessionario.	

TIPOLOGIA	**IMPIANTO POSTO SU OROLOGIO**	**X**
DURATA	permanente	**P**
DESCRIZIONE	Impianto pubblicitario rigidamente vincolato su palo metallico, completato da uno spazio mono o bifacciale, non luminoso costituito da lastre in materiale plastico finalizzato alla diffusione dei messaggi commerciali. Detto impianto supporta alla sua sommità un orologio.	
FORMATI AMMESSI	i formati massimi ammessi dello spazio destinato al messaggio pubblicitario è di mq. 0,5 per ciascun lato espositivo (base 1,00 m , altezza 0,50 m) ; - N.B. i formati possono subire variazioni in relazione alla tipologia di impianto su orologio scelta in sede di gara.	
ZONE AMMESSE	A – B – C	
ILLUMINAZIONE	Opaco	
PRESCRIZIONI	- la superficie complessiva non può eccedere metri quadrati 0,50; - l'impianto se collocato in prossimità del filo stradale, deve essere installato a non meno di cm 30 dal filo esterno del marciapiede, ad almeno 15 metri dalle intersezioni; - deve comunque sempre garantire la piena visibilità di incroci, di impianti semaforici e di segnali stradali sia di pericolo che di prescrizione, nonché gli attraversamenti pedonali. - deve essere mantenuto in efficienza, funzionante e protetto da vetri infrangibili; - l'impianto dovrà avere caratteristiche e forme conformi alle linee di arredo e decoro stabilite dall'amministrazione comunale; - l'installazione di nuovi impianti è subordinata alla stipula di apposita convenzione con il concessionario.	

TIPOLOGIA	**BACHECA**	**X**
DURATA	permanente	**P**
DESCRIZIONE	Elemento monofacciale, costituito da supporto rigido e da uno sportello in vetro apribile o a giorno installato a muro o collocato a terra su idonea struttura di sostegno. Finalizzato alla promozione e alle informazioni connesse alle attività commerciali, di associazioni, partiti politici o enti privati.	
FORMATI AMMESSI	m 0,70x1,00 – m 1,00x1,40	
ZONE AMMESSE	A – B – C	
ILLUMINAZIONE	Luminoso, opaco	
PRESCRIZIONI	– l'installazione di bacheche per promozioni commerciali è consentita solo alle medie e grandi strutture di vendita al dettaglio (superfici di vendita superiore a 250 mq); – l'installazione della bacheca può essere effettuata a fianco dell'ingresso della sede o, se l'ingresso non è direttamente affacciato sulla strada pubblica, a fianco dell'accesso dalla strada, entro una distanza di metri 50 dall'ingresso della sede o dall'accesso dalla strada, calcolata non in linea d'aria ma lungo il percorso pedonale della pubblica via, a condizione che nella bacheca sia indicato l'indirizzo e il percorso per raggiungere la sede; – l'installazione è subordinata al rilascio di autorizzazione.	

TIPOLOGIA	**STRISCIONE**	**X**
DURATA	temporaneo	**T**
DESCRIZIONE	Elemento mono/bifacciale, bidimensionale, sostenuto unicamente da cavi, realizzato in tessuto, PVC o materiali similari, privo di rigidezza propria, posto in sopraelevazione di strade o piazze, mancante di una superficie di appoggio e comunque non aderente ad essa, finalizzato unicamente alla promozione pubblicitaria di manifestazioni e spettacoli	
FORMATI AMMESSI	m 5,00 x 0,80	
ZONE AMMESSE	B – C	
ILLUMINAZIONE	opaco	
PRESCRIZIONI	– deve essere collocato ad un'altezza minima di ml 5,10 da terra, così come previsto dall'art. 49 comma 5 del Regolamento di attuazione del nuovo C.d.S. e deve essere garantita la sicurezza degli ancoraggi da parte dell'utente; – tra uno striscione e l'altro in sequenza rettilinea dovrà esserci una distanza minima di 25 m; – dovrà essere realizzato in modo da resistere alla forza del vento e agli altri agenti atmosferici; – l'installazione è subordinata alla stipula di apposita convenzione con il concessionario.	

TIPOLOGIA	**STENDARDO/GONFALONE/TELO**	**X**
DURATA	temporaneo	**T**
DESCRIZIONE	Elemento mono/bifacciale, ordinario, bidimensionale, privo di rigidezza propria, mancante di una superficie d'appoggio e comunque non aderente ad essa, realizzato in tessuto, PVC o materiali similari, finalizzato alla promozione pubblicitaria di manifestazioni e spettacoli, oltre che per il lancio di iniziative commerciali.	
FORMATI AMMESSI	Zona "A" e "B" massimo mq 1,50; Zona "C" m 0,70x1,00 - m 0,70x2,00 – m 1,00 x 2,50	
ZONE AMMESSE	A – B – C	
ILLUMINAZIONE	opaco	
PRESCRIZIONI	– deve essere collocato ad un'altezza minima di m ~~3,00~~ 2,50 da terra; – è consentita, esclusivamente nelle zone "B" e "C" la collocazione in aderenza alle recinzioni; – il manufatto deve avere due agganci per la sospensione e la tesatura, uno superiore ed uno inferiore – il pagamento dell'imposta comunale sulla pubblicità vale come titolo abilitativo.	

TIPOLOGIA	**LOCANDINA**	**X**
DURATA	temporaneo	**T**
DESCRIZIONE	Elemento realizzato in materiale rigido, vincolato temporaneamente a terra da idonea struttura di sostegno. Finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari propagandistici e per la promozione di manifestazioni e spettacoli, oltre che per il lancio di iniziative commerciali.	
FORMATI AMMESSI	m 0,70x1,00 – m 1,00x1,40	
ZONE AMMESSE	B – C - in zona A solo nelle vicinanze dell'attività a cui è rivolto il messaggio pubblicitario, purché sia garantito passaggio libero di 120 cm e venga pagata TOSAP ai sensi del relativo regolamento;	
ILLUMINAZIONE	opaco	
PRESCRIZIONI	– la collocazione di tale manufatto è ammessa in gruppi omogenei entro un numero massimo di 5 oggetti in serie; – il pagamento dell'imposta comunale sulla pubblicità vale come titolo abilitativo.	

TIPOLOGIA	**PANNELLO**	**X**
DURATA	temporaneo	**T**
DESCRIZIONE	Elemento realizzato in materiale rigido interamente vincolato temporaneamente in aderenza a strutture in elevazione (escluse le vetrine). Finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari propagandistici, per la promozione di manifestazioni e spettacoli, oltre che per il lancio di iniziative commerciali.	
FORMATI AMMESSI	massimo mq 1,50	
ZONE AMMESSE	A (esclusivamente nelle vicinanze dell'attività a cui si riferisce) - B – C	
ILLUMINAZIONE	opaco	
PRESCRIZIONI	– è consentita la collocazione di questa tipologia di impianto sulle vetrine degli esercizi commerciali in materiale non rigido (es. cartaceo), esclusivamente se posto all'interno delle stesse, anche per la promozione di manifestazioni e spettacoli; – il pagamento dell'imposta comunale sulla pubblicità vale come titolo abilitativo.	

Art. 13 – Pubblicità fonica

1. Ai sensi dell'art. 23 del Codice della Strada, la pubblicità fonica sulle strade è consentita soltanto agli utenti autorizzati, ed è soggetta all'imposta di legge.

2. La pubblicità fonica nelle aree esterne al centro abitato ai sensi dell'art.59 del Regolamento di Esecuzione del Codice della Strada è autorizzata dall'ente proprietario della strada ed è ammessa dalla ore 09:00 alle ore 13:00 e dalle ore 16:30 alle ore 19:30.

3. All'interno del centro abitato, la pubblicità fonica è subordinata al rilascio di autorizzazione previa istanza da presentarsi almeno dieci giorni prima dell'effettuazione della stessa all'Ufficio Polizia Locale che contenga oltre al nominativo del richiedente, l'indicazione del mezzo utilizzato (tipo di veicolo e targa), nonché il periodo di effettuazione della stessa. Essa può essere autorizzata dalle ore 09:00 alle ore 13:00 e dalle ore 16:00 alle ore 19:30.

4. La pubblicità fonica elettorale è consentita, previa autorizzazione del sindaco, ai candidati a cariche pubbliche, per tutto il tempo della campagna elettorale. In ogni caso la pubblicità fonica potrà essere effettuata solamente dalle ore 09:00 alle ore 13:00 e dalle ore 16:00 alle ore 19:30 e in modo da non recare disturbo ai cittadini.

5. Per la pubblicità fonica elettorale si applicano le disposizioni dell'articolo 7 della legge 24 aprile 1975, n. 130. La pubblicità elettorale è autorizzata da Sindaco del Comune, nel caso si svolga nel solo territorio comunale; 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".

6. In tutti i casi infine, la pubblicità fonica non deve superare i limiti massimi di esposizione al rumore fissato dai decreti del Presidente del Consiglio dei Ministri 1 marzo 1991 e 14 novembre 1997.

Art. 14 - Pubblicità tramite volantinaggio

1. La pubblicità tramite volantinaggio è ammessa esclusivamente nella forma della consegna del messaggio pubblicitario nelle cassette della posta o negli esercizi pubblici o attività commerciali. In questi ultimi, è consentita la presenza di materiale pubblicitario cartaceo o similare o con mezzi audiovisivi per pubblicità per conto terzi. Detto materiale può essere contenuto anche in appositi contenitori e dovrà avere dimensioni inferiori a cm^2 300.

2. E' vietata qualsiasi forma pubblicitaria di tipo commerciale quando effettuata mediante lancio di volantini da veicoli in movimento o da aeromobili.

3. Quando apposta su veicoli in sosta o distribuita al pubblico, il destinatario finale si adopererà al fine di evitare che la stessa ricada su suolo pubblico.

4. E' vietato il posizionamento di trespoli o contenitori di pubblicità in genere quando posizionati su area pubblica e non nelle immediate vicinanze della sede della società o privato che ne cura la distribuzione.

5. E' vietata la distribuzione di adesivi.

6. Lo svolgimento della pubblicità tramite volantinaggio non è soggetta ad autorizzazione. La distribuzione di volantini sul territorio può essere effettuata solo previa trasmissione al servizio comunale competente della specifica dichiarazione di imposta comunale sulla pubblicità accompagnata dall'attestazione del versamento dell'imposta stessa.

Art. 15 – Deroghe per pubblicità temporanea per eventi e spettacoli di interesse pubblico o generale

1. In caso di manifestazioni, spettacoli ed eventi di interesse pubblico o generale che si svolgono a Pero o nei territori dei comuni limitrofi, esclusa in ogni caso la pubblicità di natura puramente commerciale, è ammessa la posa di impianti pubblicitari di qualsiasi natura tra quelli temporanei consentiti dal presente piano e di natura mobile e non ancorati permanentemente al suolo tra quelli permanenti, in deroga a quanto previsto all'art. 11 e all'art. 35, per un periodo di tempo decorrente da un massimo di 90 gg. antecedenti all'inizio dell'evento e fino a un massimo di 90 gg dopo il termine dell'evento. Si intendono di interesse pubblico o generale – a titolo esemplificativo e non esaustivo - manifestazioni, spettacoli, mostre, fiere, iniziative di tipo politico, sindacale e di categoria, culturale, sportivo, filantropico e religioso, di spettacoli viaggianti (circhi) e di beneficenza.

2. Tali impianti pubblicitari devono contenere il messaggio promozionale dell'evento/manifestazione e possono comprendere anche messaggi di tipo commerciale.

3. La pubblicità realizzata a mezzo di aeromobili e/o palloni frenati è consentita in occasione di manifestazioni di particolare rilevanza. Gli aeromobili potranno stazionare nei luoghi ove avviene la manifestazione o limitrofi e, se in volo, solo se regolarmente autorizzati dalla competente autorità amministrativa.

4. Gli impianti pubblicitari di cui al presente articolo, possono essere posati anche su suolo pubblico in deroga all'art. 42 e sono soggetti ad autorizzazione-concessione da richiedersi con la procedura di cui agli articoli 35 e seguenti, previo assenso da parte della Giunta comunale, che potrà anche stabilire condizioni e limitazioni in termine di durata, localizzazione, tipologia e numero degli impianti da esporre, sentito il parere del Comando di Polizia Locale.

CAPO III – PUBBLICHE AFFISSIONI

Art. 16 – Definizioni generali

1. Per impianti di pubbliche affissioni si intendono tutti gli impianti di proprietà del Comune e collocati esclusivamente su aree pubbliche o su immobili privati sui quali il comune esercita il diritto di affissione previo consenso dei rispettivi proprietari.

2. L'utilizzo di muri di recinzione, di sostegno, di edifici o altro di proprietà privata non comporta alcun compenso o indennità a favore dei rispettivi proprietari nel caso in cui questi acconsentano.

3. Si definisce impianto per affissioni il supporto atto ad ospitare le affissioni di natura istituzionale e sociale e le affissioni di natura commerciale.

Art. 17 – Tipologia degli impianti

1. Gli impianti destinati a supportare le pubbliche affissioni devono essere di tipo permanente.

2. Sono previsti i seguenti impianti:
   - bacheca
   - stendardo
   - tabella
   - poster

Art. 18 – Classificazione per finalità del messaggio e relative superfici

1. Gli impianti destinati alle pubbliche affissioni sono classificati, in ragione della finalità del messaggio, come segue:

– Impianti per affissioni istituzionali, rientrano nella fattispecie le affissioni:
  - per attività istituzionali effettuate dal Comune
  - dello Stato in rapporto a tributi o liste di leva
  - delle autorità di polizia in materia di sicurezza
  - relative a consultazioni elettorali per elezioni politiche (amministrative, politiche, europee) o in materia di referendum culturale
  - obbligatorie per legge;
– Impianti per affissioni commerciali: rientrano nella fattispecie le affissioni di natura commerciale o comunque aventi rilevanza economica e commerciale, effettuate su istanza di soggetti privati secondo le modalità indicate nel Regolamento per l'applicazione della imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni e le disposizioni operative vigenti;
– Impianti per affissioni funebri: rientrano nella fattispecie le comunicazioni di natura funebre quali epigrafi, partecipazioni al lutto, ringraziamenti, avvisi di cerimonie religiose e anniversari.

2. La superficie complessiva degli impianti per le affissioni deve rispondere ai parametri minimi di cui all'ultimo comma dell'art. 18 del D. Lgs. n. 507/93 secondo parametri così determinati: n. abitanti al 1/1/2014 n. 10.932 diviso mille per 12 metri quadrati = mq. 131,00, ai sensi dell'art. 3 del richiamato D. Lgs. n. 507/93 la ripartizione è così confermata:
   - fino al 30% per le affissioni di natura istituzionale, sociale o culturale e comunque prive di rilevanza economica;
   - per la restante quota con riferimento al punto precedente per le affissioni di natura commerciale.

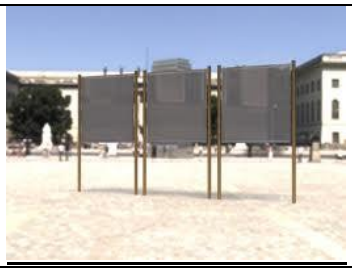
3. Il limite massimo complessivo della superficie degli impianti per le pubbliche affissioni, è determinato in mq 700.

Art. 19 – Identificazione

1. I nuovi impianti destinati alle pubbliche affissioni dovranno avere una targhetta con le seguenti indicazioni: "Comune di Pero", nominativo del gestore del Servizio di Pubbliche Affissioni; in base alla destinazione dell'impianto: "affissioni istituzionali", "affissioni funebri", "affissioni commerciali" e il numero di individuazione dell'impianto.

Art. 20 – Schede riepilogative

TIPOLOGIA	**BACHECA**	**X**
DURATA	permanente	**P**
DESCRIZIONE	Elemento monofacciale, costituito da supporto rigido e da uno sportello in vetro, vincolato al suolo o a parete con idonea struttura di sostegno. Finalizzato esclusivamente alle affissioni istituzionali.	
FORMATI AMMESSI	m 0,70x1,00 – m 1,00x1,40 - m 1,40x2,00	
ZONE AMMESSE	A – B – C	
ILLUMINAZIONE	Non luminoso	
PRESCRIZIONI	– possono essere installati solo manufatti omogenei tra loro per caratteristiche e materiali – possono essere installate bacheche a parete affiancate tra loro fino ad un numero massimo di 2 e con una distanza di metri 0.10 tra una e l'altra – devono essere installate preferibilmente in prossimità di luoghi pubblici ad alta frequentazione.	

TIPOLOGIA	**CARTELLO AFFISSIONALE/STENDARDO**	**X**
DURATA	permanente	**P**
DESCRIZIONE	Elemento bifacciale vincolato al suolo o a parete con idonea struttura di sostegno. Finalizzato alle affissioni istituzionali, commerciali e funebri tramite sovrapposizione di altri elementi quali manifesti. 	
FORMATI AMMESSI	composto da moduli di m 0,70 x 1,00 e multipli nei seguenti formati: – m 1,40 x1,00 (2 fogli per lato) – m 1,40 x 2,00 (4 fogli per lato).- ml 2,00 x1,40 (4 fogli per lato),	
ZONE AMMESSE	A – B – C	
ILLUMINAZIONE	Non luminoso	
PRESCRIZIONI	– possono essere installati solo manufatti omogenei tra loro per caratteristiche e materiali	

TIPOLOGIA	**TABELLE**	**X**
DURATA	permanente	**P**

DESCRIZIONE	Elemento monofacciale vincolato a parete con idonea struttura di sostegno. Finalizzato alle affissioni commerciali tramite sovrapposizione di altri elementi quali manifesti.	
FORMATI AMMESSI	composto da moduli di m 0,70 x 1,00 e multipli nei seguenti formati: m 1,00x1,40 - m 1,40x1,00 - m 1,40x2,00	
ZONE AMMESSE	B – C	
ILLUMINAZIONE	Non luminoso	
PRESCRIZIONI	– possono essere installati solo manufatti omogenei tra loro per caratteristiche e materiali	

TIPOLOGIA	**POSTER**	**X**
DURATA	permanente	**P**
DESCRIZIONE	Elemento mono/bifacciale con idonea struttura di sostegno, dotato di montanti o posto in aderenza a strutture in elevazione. Finalizzato alle affissioni commerciali tramite sovrapposizione di altri elementi quali manifesti.	
FORMATI AMMESSI	ml 6,00 x 3,00	
ZONE AMMESSE	B – C	
ILLUMINAZIONE	Non luminoso	
PRESCRIZIONI	– possono essere installati solo manufatti omogenei tra loro per caratteristiche e materiali	

Art. 21 - Norme di rinvio

1. Le pubbliche affissioni nell'ambito del territorio del Comune di Pero costituiscono servizio obbligatorio.

2. La regolamentazione delle pubbliche affissioni è disciplinata dal vigente *Regolamento comunale per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni e per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni* cui si rimanda. L'aggiornamento delle quantità e della collocazione degli impianti per le pubbliche affissioni è rimandato in sede di aggiornamento del regolamento citato.

3. L'oggetto del servizio, il diritto dovuto, le modalità di pagamento, le riduzioni, le esenzioni e le modalità per le pubbliche affissioni sono disciplinate dal Regolamento di cui al precedente comma 2.

CAPO IV – AFFISSIONI DIRETTE

Art. 22 - Definizione e tipologia

1. Per affissioni dirette si intendono le affissioni di manifesti cartacei effettuate direttamente da soggetti privati, diversi dal Comune e dai suoi concessionari, anche per conto altrui.

2. Gli impianti devono essere permanenti, con la seguente tipologia:

   Poster

Art. 23 - Identificazione

1. Gli impianti di cui al presente Capo devono avere la seguente identificazione: "Comune di Pero", "Affissioni Dirette" e il numero di individuazione dell'impianto.

Art. 24 – Scheda riepilogativa

TIPOLOGIA	**POSTER**	**X**
DURATA	permanente	**P**
DESCRIZIONE	Elemento mono/bifacciale con idonea struttura di sostegno, dotato di montanti o posto in aderenza a strutture in elevazione. Finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari a carattere commerciale o propagandistici tramite sovrapposizione di altri elementi quali manifesti.	
FORMATI AMMESSI	zona B, C: ml 6,00 x 3,00	
ZONE AMMESSE	B – C	
ILLUMINAZIONE	Non luminoso	
PRESCRIZIONI	– possono essere installati solo manufatti omogenei tra loro per caratteristiche e materiali – possono essere installati poster affiancati tra loro fino ad un numero massimo di 2/3 e con una distanza di metri 0.10 tra uno e l'altro – l'installazione di nuovi impianti è subordinata all'integrazione/rinnovo della convenzione con il concessionario in atto alla data dell'approvazione del presente piano	

CAPO V – INSEGNE DI ESERCIZIO

Art. 25 - Definizioni generali

1. L'insegna è un manufatto, atto ad identificare il luogo ove si esercita un'attività attraverso un nome e/o un logotipo dell'attività. Il comma 1 dell'art. 47 del Regolamento di Esecuzione e di Attuazione del nuovo C.d.S. definisce l'insegna di esercizio "*la scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da simboli e da marchi, realizzata e supportata con materiali di qualsiasi natura, installata nella sede dell'attività cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie alla stessa. Può essere luminosa sia per luce propria che per luce indiretta.*"

2. E' da ritenersi insegna d'esercizio anche la scritta avente i caratteri di cui al comma precedente, completata con simboli e marchi di altre ditte estranee, purché attinenti l'attività svolta nel luogo ove è installata.

3. Per pertinenze accessorie si intendono gli spazi e le aree limitrofe alla sede dell'attività, poste a servizio, anche non esclusivo, di essa. In caso di utilizzo delle pertinenze da parte di più attività, è preferibile servirsi di un mezzo pubblicitario unitario.

4. Le insegne, qualora contengano indicazioni o messaggi in lingua diversa dall'italiano, devono contenere analoga scritta in lingua italiana.

Art. 26 - Disciplina generale di collocazione

1. L'inserimento di un'insegna su un prospetto esistente difficilmente riesce ad integrarsi con esso, specialmente se l'intervento riguarda immobili appartenenti ad epoche non attuali. Di conseguenza l'installazione delle insegne dovrà perseguire i seguenti obiettivi:
   - *Semplicità di insieme*: l'insegna deve riassumere l'attività, il prodotto venduto, un marchio o un nome, utilizzando logotipi quanto più brevi possibile. L'insegna deve presentarsi in modo semplice e sintetico;
   - *Grafica* : la massima linearità nella grafica e l'uniformità del carattere tipografico contribuiscono ad una migliore leggibilità, cui si unisce una miglior memorizzazione del messaggio diffuso. Per questo motivo dovranno essere evitati caratteri tipografici contorti e poco comprensibili;
   - *Dimensione:* la dimensione dell'impianto dovrà obbligatoriamente conformarsi alle caratteristiche dimensionali delle vetrine e delle relative cartelle porta – insegna.

2. Le insegne per quanto previsto al comma precedente devono di conseguenza presentare conveniente aspetto grafico e devono essere inserite armonicamente nell'aspetto architettonico dell'edificio.

3. Nei nuovi edifici la collocazione di insegne deve avvenire nei predisposti cassonetti o sopraluce delle aperture.

4. In ogni caso le insegne non devono sbordare dai lati delle vetrine e non devono sovrapporsi ad elementi ornamentali del fronte dai quali devono essere opportunamente distanziate (esempio mensole dei balconi e modanature degli edifici, aperture finestrate e simili) e comunque in modo da non occultare od alterare le linee architettoniche degli edifici.

5. La sistemazione delle insegne a muro deve essere eseguita nel rispetto degli allineamenti orizzontali e verticali, con perpendicolarità fra i medesimi.

6. Gli edifici interamente destinati ad attività produttive, commerciali o terziarie e con tipologia propria possono installare, nella sede dell'attività cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie alla stessa, insegne costituite dall'aggregazione di oggetti multipli, progettati nel quadro di un piano di sviluppo commerciale o di qualsivoglia iniziativa privata, anche diverse dalle indicazioni di cui al presente capo, ma previste e studiate all'interno di un progetto di insieme.

7. Gli impianti riportanti simboli, marchi autonomi rispetto all'insegna d'esercizio sono a tutti gli effetti da considerarsi pubblicità esterna privata di cui al CAPO II.

8. Ad integrazione delle insegne possono essere installati:
   - cartelli indicanti gli orari di apertura dell'attività;
   - cartelli riportanti menù e prezzi, in corrispondenza o a lato degli ingressi (massimo due per ingresso) dei pubblici esercizi;
   - bandiere degli stati nazionali in prossimità di strutture ricettive e pubblici esercizi, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente (L. 5 febbraio 1998, n. 22 e D.P.R. 7 aprile 2000, n. 121), purché di uguali dimensioni e poste ad una distanza l'una dall'altra non inferiore alla larghezza di ciascuna di esse, nel rispetto del Codice della Strada.

9. Tutti gli impianti aderenti alla vetrina, costituendo elemento rilevante rispetto alla composizione architettonica del fronte, necessitano di specifica autorizzazione.

10. E' possibile installare più di un'insegna per esercizio commerciale, anche di categorie diverse; nella zona "A" non è consentito installare più di due categorie di insegne per esercizio.

11. Non è ammessa la collocazione di insegne di esercizio in luogo diverso dalla sede ove si esercita l'attività o esternamente alle pertinenze accessorie del luogo di esercizio o che pubblicizzi attività diverse da quella in loco esercitata.

12. In caso di utilizzo delle pertinenze da parte di più attività, è preferibile servirsi di un mezzo pubblicitario unitario.

13. Per il territorio interno al Parco Agricolo Sud Milano vige quanto disposto dalle norme del Parco.

14. La installazione delle insegne pubblicitarie su edifici o in aree assoggettate a vincolo ambientale di cui al D.Lgs. 22 gennaio 2004 n. 42 " Codice dei beni culturali e del paesaggio", è soggetta alla preventiva Autorizzazione Paesaggistica ai sensi dell'art. 146 e 159 del medesimo D.Lgs. 22 gennaio 2004 n. 42 da parte dell'Ente preposto alla tutela del vincolo.

Art. 27 - Dimensioni

1. Le insegne d'esercizio, se installate fuori dal centro abitato, devono rispettare le dimensioni prescritte dall'art. 48 del Regolamento attuativo del nuovo C.d.S., mentre se installate all'interno del centro abitato, devono essere realizzate nel rispetto delle prescrizioni indicate nei successivi commi e nelle schede riepilogative di cui all'art. 29, in relazione alle diverse zone A, B e C.

2. Come norma generale la dimensione dell'insegna deve essere opportunamente relazionata alle caratteristiche dell'edificio, nonché proporzionata alle misure della vetrina che la supporta.

3. Per edifici destinati ad attività produttive, commerciali o terziarie, con tipologia propria, l'insegna d'esercizio non può superare la superficie di metri quadrati 6, ad eccezione delle insegne poste parallelamente al senso di marcia dei veicoli o in aderenza ai fabbricati che possono raggiungere la superficie di metri quadrati 20; qualora la superficie di ciascuna facciata dell'edificio ove ha sede l'attività sia superiore a metri quadrati 100 è possibile incrementare la superficie dell'insegna fino al limite di metri quadrati 50.

Art. 28 – Distanze

1. Le insegne, se installate fuori dal centro abitato, devono rispettare le distanze di cui dall'art. 51 del Regolamento del nuovo C.d.S., mentre se installati all'interno del centro abitato, devono rispettare le distanze di cui ai successivi commi.

2. Valgono anche per le insegne le prescrizioni di cui all'art. 11 commi da 2 a 8, fatta eccezione per le insegne collocate parallelamente al senso di marcia dei veicoli in aderenza ai fabbricati esistenti o a una distanza dal limite della carreggiata non inferiore a metri 3.

Art. 29 - Illuminazione

1. Il sistema di illuminazione interessante insegne prive di luce propria deve essere valutato, nel rispetto delle disposizioni di legge in merito alle forme e modalità di illuminazione all'interno e all'esterno del centro abitato.

2. Nessun impianto può avere luce intermittente, né intensità luminosa superiore a 150 candele per metro quadrato o tale da provocare abbagliamento (art. 50, comma 1, del Regolamento di Esecuzione e di Attuazione del nuovo C.d.S.).

3. La croce rossa luminosa è consentita esclusivamente per indicare ambulatori pubblici e/o posti di pronto soccorso; la croce verde è consentita esclusivamente per segnalare la presenza di Farmacie; la croce blu è consentita esclusivamente per segnalare la presenza di Ambulatori Veterinari.

4. Ai fini del presente Piano le insegne possono essere luminose, cioè costituite da una sorgente interna, o illuminate per luce indiretta.

5. In conformità alle disposizioni contenute nell'art. 6 della L.R. n. 17 del 2000 in tema di risparmio energetico per l'illuminazione esterna e di lotta all'inquinamento luminoso, le insegne luminose o illuminate devono rispettare i limiti di intensità luminosa e di emissione stabiliti dalla predetta legge. Esse soggiacciono altresì agli obblighi di cui all'art. 4, lett. b) della medesima legge. Le insegne illuminate devono essere dotate di sorgenti di illuminazione con luce diretta esclusivamente "dall'alto verso terra".

Art. 30 - Materiali

1. La realizzazione delle insegne può essere effettuata con tutti i materiali che vengano ritenuti idonei, compatibilmente ad un corretto inserimento architettonico riguardo all'edificio interessato e all'ambiente che lo circonda.

2. Le tecniche e materiali impiegati devono comunque soddisfare i requisiti di decoro, curabilità, resistenza alle sollecitazioni e sicurezza.

3. E' escluso l'utilizzo di materiali riflettenti.

4. Le strutture di supporto, indipendentemente dal materiale con cui sono realizzate, debbono essere preferibilmente di colore grigio RAL 7011 in tutte le parti a vista. Esclusivamente per le insegne posizionate sulle facciate degli edifici, al fine di migliorarne l'inserimento e la contestualizzazione sulle stesse, possono essere adottati colori differenti.

Art. 31 - Categorie delle insegne

1. Le insegne d'esercizio si suddividono nelle seguenti categorie:
   - frontali
   - a bandiera (orizzontale o verticale in aggetto da una costruzione)
   - a giorno (anche totem)
   - vetrofanie
   - tende pubblicitarie
   - targhe

2. Per ogni categoria vengono poi classificate in base alla collocazione ed alla tipologia.

Art. 32 – Schede riepilogative

CATEGORIA	**INSEGNA FRONTALE**	**X**
DURATA	Permanente	**P**
DESCRIZIONE	Le insegne frontali sono strutture poste in aderenza al paramento esterno di un edificio e presentano sempre la faccia decorata o scritta parallela alla facciata dell'edificio.	
TIPOLOGIA	cassonetto: trattasi di strutture costituite generalmente da una gabbia in	

	alluminio, acciaio su cui è appoggiata una plancia in materiale plastico interamente o parzialmente opalina. plance, pannelli: trattasi di superfici bidimensionali, stampate o dipinte, realizzate in metallo, plexiglass. Lettere singole: trattasi di lettere a caratteri indipendenti che possono essere realizzate in materiale plastico, in metallo. La grafica di questa tipologia è determinante per ottenere un risultato lineare, leggibile e coerente con l'edificio. In questo caso, per paramento esterno di un edificio si intende anche la vetrina. Sono ammesse solo al piano terra. filamento neon: trattasi di tubi fluorescenti piegati a caldo. Con questa tecnica vengono realizzate sia scritte che disegni. Ammesse solo al piano terra. Ammesse ad un solo filo. insegne a portale: trattasi di strutture caratterizzate da un doppio montante posto alle estremità laterali, installate in corrispondenza dell'accesso dell'esercizio, delimitato da recinzione perimetrale.
PRESCRIZIONI	- Tutte le tipologie sono ammesse solo al piano terra; - Le insegne a portale sono ammesse solo in zona C; – per l'installazione è necessario il rilascio di autorizzazione

CATEGORIA	**INSEGNA A BANDIERA**	**X**
DURATA	Permanente	**P**
DESCRIZIONE	Strutture applicate al paramento esterno di un edificio sempre perpendicolarmente ad esso e possono presentare una o due facce decorate.	
TIPOLOGIA	plance, pannelli: trattasi di superfici bidimensionali, stampate o dipinte. Lettere singole: trattasi di lettere a caratteri indipendenti che possono essere realizzate in materiale plastico, in metallo. La grafica di questa tipologia è determinante per ottenere un risultato lineare, leggibile e coerente con l'edificio. In questo caso, per paramento esterno di un edificio si intende anche la vetrina.	
PRESCRIZIONI	- Nelle zone A e B sono ammesse solo al piano terra al di sotto della linea marca piano, con la base inferiore dell'insegna ad una altezza non inferiore a m 2,50 dal marciapiede rialzato o dal sedime stradale e mantenendo, altresì, sia l'allineamento orizzontale del filo inferiore che l'allineamento verticale del filo laterale di altre insegne a bandiere presenti sulla medesima facciata e sulla facciata degli edifici contigui a servizio di altre attività. – La distanza dal muro deve essere al massimo di m 0,20. - La dimensione dell'insegna deve essere al massimo di ml 0,50 x 0,70 - 0,70 x 0,50; - per l'installazione è necessario il rilascio di autorizzazione, che comporterà, in caso di proiezione superiore al mezzo metro quadro, anche la corresponsione oltre che dell'imposta sulla pubblicità anche della T.O.S.A.P.	

CATEGORIA	**INSEGNA A GIORNO**	**X**
DURATA	Permanente	**P**
DESCRIZIONE	Sono strutture esterne all'edificio, autonome o raggruppate su un unico elemento espositivo, leggibili da opposte direzioni.	
TIPOLOGIA	su palo/recinzione: trattasi di strutture parallelepipedi costituite generalmente da una gabbia in alluminio, acciaio su cui è applicata una plancia in materiale plastico interamente o parzialmente opalina montata su pali o recinzioni. Le strutture di supporto non devono risultare prevalenti rispetto all'insegna. Non deve aggettare sulla carreggiata. Il montante deve garantire sempre un passaggio libero ≥120 centimetri, al fine di rispettare, tra l'altro, anche la normativa sull'abbattimento delle barriere architettoniche. su tetto: trattasi di strutture parallelepipede costituite generalmente da una gabbia in alluminio, acciaio su cui è applicata una plancia in materiale plastico interamente o parzialmente opalina. Non può essere aggettante rispetto il filo di costruzione. Le strutture di supporto non devono risultare prevalenti rispetto all'insegna. Potranno essere previste, esclusivamente, all'interno di un progetto d'insieme di cui all'art. 26 comma 6. Totem: si definisce totem l'insegna d'esercizio realizzata su manufatto tridimensionale multifacciale, realizzato in materiale rigido, con struttura di sostegno indipendente, vincolata al suolo di pertinenza della sede dell'attività;	
PRESCRIZIONI	– in zona A la superficie dell'insegna non può superare i 6 mq; – E' vietata la collocazione sui tetti di edifici residenziali; - per l'installazione è necessario il rilascio di autorizzazione	

CATEGORIA	**VETROFANIA**	**X**
DURATA	Permanente	**P**
DESCRIZIONE	Le vetrofanie sono pellicole adesive applicate su superfici vetrate delle vetrine contenenti scritte in caratteri alfanumerici, simboli, marchi o immagini, finalizzate anche alla diffusione di messaggi pubblicitari e/o propagandistici attinenti all'attività di esercizio.	
PRESCRIZIONI	- per l'installazione è necessario il rilascio di autorizzazione	
CATEGORIA	**TENDA PUBBLICITARIA**	**X**
DURATA	Permanente	**P**

DESCRIZIONE	Per tenda si intende il manufatto mobile o semimobile in tessuto o materiali assimilabili posto esternamente a protezione di vetrine o di ingressi di esercizi commerciali, con tipologia a sbalzo o appoggiata, telescopica, dotata di scritte indicanti la tipologia di attività svolta, mediante tecniche pittoriche o per riporto di materiale tessile o simile, bidimensionale, comunque non con soluzioni rigide e tridimensionali.
PRESCRIZIONI	- La sporgenza massima deve essere pari al marciapiede diminuita di 50 cm e l'altezza di m 2,20 dal marciapiede; - per l'installazione è necessario il rilascio di autorizzazione che comporterà, in caso di proiezione superiore al mezzo metro quadro, anche la corresponsione oltre che dell'imposta sulla pubblicità anche della T.O.S.A.P.

CATEGORIA	**TARGA**	**X**
DURATA	Permanente	**P**
DESCRIZIONE	La targa è un mezzo pubblicitario costituito da un manufatto bidimensionale posizionato nella sede di esercizio dell'attività o nelle pertinenze accessorie, indicante professioni ed attività in genere.	
PRESCRIZIONI	Nel caso di targhe indicanti professioni ed attività dislocate all'interno di palazzi, le stesse devono essere collocate negli stipiti della porta di accesso al palazzo od, in alternativa, lateralmente alla porta di accesso. Le targhe dovranno essere eseguite, tenendo cura di rispettare le partizioni architettoniche dell'edificio e il carattere dell'edificio. È consentita l'installazione su recinzioni a giorno, nel caso di mancata idonea posizione.	
DIMENSIONI	- dimensioni massime m 0,40 x 0,40 apposte su supporti e perfettamente allineate in senso; - sono ammesse aggregazioni di più targhe a condizione che siano unite in un'unica plancia. - per l'installazione è necessario il rilascio di autorizzazione	

ART. 33 - INSEGNE DI PUBBLICO INTERESSE

1. Sono definite insegne di pubblico interesse le insegne relative alla indicazione di servizi di pubblica utilità comprese nella tipologia "segnali turistici e di territorio".

2. Rientrano nella fattispecie le indicazioni relative alle seguenti attività:
- Ospedali e case di cura;
- Ambulatori e Laboratori convenzionati con il servizio sanitario nazionale;
- Ambulatori Veterinari;
- Municipio;

- Scuole,
- Chiese;
- Vigili urbani – Polizia Municipale;
- Vigili del Fuoco;
- Guardia di Finanza;
- Carabinieri;
- Polizia;
- Guardia medica;
- Farmacie;
- Tabacchi e Valori Bollati;
- Poste;
- Parcheggi.

3. La collocazione di tali insegne sono altresì ulteriormente derogabili rispetto alle distanze minime previste all'art. 11 comma 6 delle presenti norme.

CAPO VI – PROCEDIMENTI DI AUTORIZZAZIONE

PUBBLICITA' TEMPORANEA

Art. 34 – Procedimento relativo alle forme di pubblicità temporanea

1. L'installazione degli impianti pubblicitari di natura temporanea di cui all'art. 3 lettera b) non è soggetta ad autorizzazione e può essere effettuata solo previo pagamento dell'imposta e previa trasmissione, al Servizio competente, della dichiarazione di imposta comunale sulla pubblicità. Il pagamento dell'imposta dovrà riferirsi al periodo che va dal primo giorno di installazione del manufatto fino al giorno della sua effettiva rimozione.

2. Per la pubblicità temporanea effettuata a mezzo striscioni, locandine, gonfaloni e pannelli l'esposizione è consentita per il periodo dell'evento a cui si riferisce (manifestazioni, spettacoli, mostre, fiere, iniziative di tipo politico, sindacale e di categoria, culturale, sportivo, filantropico e religioso, di spettacoli viaggianti e di beneficenza, nonché per iniziative commerciali) oltre che, se espressamente richiesto, durante i sette giorni precedenti e le 24 ore successive allo stesso (art. 51, comma 10 del Regolamento di Esecuzione ed Attuazione del Nuovo CdS), comunque non oltre 90 giorni complessivi. Decorso il termine, è fatto obbligo di rimuovere il tutto ripristinando le situazioni e i luoghi allo stato originario e senza creare alcun danno al patrimonio pubblico.

PUBBLICITA' PERMANENTE

Art. 35 – Richiesta di autorizzazione

1. L'installazione su suolo privato, visibile dalla strada, di impianti pubblicitari permanenti di cui all'art. 3 lettera a) corrispondenti alle seguenti tipologie: cartello, poster a muro, totem, bacheca, di cui al CAPO II (art. 6) e insegne

di esercizio di cui al CAPO V, è soggetto ad autorizzazione amministrativa ai sensi delle presenti norme.

3. E' previsto il rilascio di autorizzazione anche nei casi di sostituzione e modifica degli impianti e di variazione del messaggio pubblicitario di cui al successivo art. 39.

4. L'autorizzazione all'installazione o modifica degli impianti pubblicitari specificati al comma 1 è di competenza dell'ente proprietario della strada e sempre del comune all'interno del centro abitato. In quest'ultimo caso, viene rilasciata dal Dirigente competente per materia, sentito il parere degli uffici eventualmente interessati per competenza, salvo il preventivo nullaosta tecnico dell'ente proprietario/gestore se la strada interessata dall'installazione o dalla quale sia visibile l'impianto, è statale, regionale o provinciale, in conformità al comma 4, dell'art. 23 del D. Lgs. 30.04.1992, n. 285 e s.m.e i.

5. Il soggetto interessato al rilascio dell'autorizzazione presenta la richiesta, in bollo, redatta su apposito modulo, nel quale vengono sinteticamente indicati la tipologia, le misure, il luogo e la durata della pubblicità ed attestato il rispetto delle norme in materia. La richiesta deve essere corredata dalla seguente documentazione in unica copia:
   a) Estratto della Zonizzazione del presente Piano indicante il sito di installazione o estratto della "Carta della disciplina delle aree – Tav. RP. 01" del Piano delle Regole del P.G.T. vigente;
   b) Planimetria in scala adeguata (1:20 o 1:50) indicante il sito di installazione dell'impianto, con riportate le distanze dalla carreggiata, dalla segnaletica stradale esistente, dai semafori, dalle intersezioni e da altri impianti pubblicitari esistenti, le dimensioni del marciapiede, nonché il senso di marcia dei veicoli; tale elaborato non è dovuto per le insegne collocate parallelamente al senso di marcia dei veicoli in aderenza ai fabbricati esistenti o a una distanza dal limite della carreggiata non inferiore a metri 3.
   c) Bozzetto a colori e quotato di ogni singolo impianto oggetto di richiesta con indicazione delle strutture di sostegno, materiali utilizzati e messaggio pubblicitario da esporre;
   d) Documentazione fotografica dello stato di fatto estesa all'area circostante che illustri il punto di installazione dell'impianto pubblicitario e progetto dello stato finale (o fotomontaggio), qualora venga modificato lo stato di fatto, riportante l'esatto inserimento figurativo dell'impianto pubblicitario;
   e) Documentazione fotografica ed estremi di eventuali autorizzazioni già rilasciate dal comune di Pero relative a impianti già esistenti in capo al richiedente;
   f) Descrizione tecnica, dalla quale siano individuabili gli elementi essenziali del manufatto e la sua eventuale collocazione sul fabbricato, compreso il disegno del possibile supporto e l'indicazione se trattasi di messaggio opaco, luminoso o illuminato;
   g) Autodichiarazione redatta ai sensi del D.P.R. 28 dicembre 2000, n. 445 art. 47, con la quale si attesta che l'opera sarà realizzata rispettando le norme di disciplina della materia ed in particolare l'osservanza, che il manufatto è stato calcolato e realizzato e sarà posto in opera tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento, in modo da

garantirne la stabilità. Inoltre che il manufatto è realizzato con materiale non deperibile e resistente agli agenti atmosferici (PREDISPORRE FAC SIMILE);

h) Nulla-osta del proprietario del suolo o dell'immobile, sottoforma di dichiarazione sostitutiva dell'atto di notorietà ai sensi del D.P.R. 28 dicembre 2000, n. 445 art. 47, (allegata al modulo della richiesta);
i) Nulla-osta del condominio, ove necessario;
j) Autodichiarazione ai sensi del D.P.R. 28 dicembre 2000, n. 445 art. 47, attestante che l'attività oggetto di richiesta è regolarmente autorizzata e che la destinazione d'uso dell'immobile o dei locali interessati sia legittimata (per le insegne d'esercizio);
k) Attestazione del versamento dei diritti di segreteria vigenti.

6. Il richiedente e' tenuto a compilare il modulo della richiesta in ogni sua parte e a produrre tutti i documenti ed a fornire tutti i dati ritenuti necessari ai fini istruttori.

7. Le richieste di autorizzazione per impianti di pubblicità esterna privata di cui al CAPO II devono essere presentate dai soggetti che disporranno a qualsiasi titolo dell'impianto attraverso il quale il messaggio pubblicitario viene diffuso (es. l'operatore pubblicitario regolarmente iscritto alla C.C.I.A.A.). Le richieste provenienti dal medesimo soggetto, devono essere presentate mediante un'unica istanza e con individuazione specifica e dettagliata dei singoli impianti a cui si riferisce, a pena di inammissibilità;

8. Le richieste di autorizzazione per insegne d'esercizio di cui al CAPO V devono essere presentate dal titolare dell'attività e devono riferirsi ad una sola attività industriale, commerciale, artigianale, terziaria o professionale e potranno comprendere più impianti per ciascuna attività da individuare esattamente negli elaborati allegati alla richiesta.

9. Tutti gli impianti pubblicitari la cui collocazione è ammessa nelle zone sottoposte a vincolo ambientale di cui al D.Lgs. 22 gennaio 2004 n. 42 " Codice dei beni culturali e del paesaggio", sono soggetti a preventiva Autorizzazione Paesaggistica ai sensi dell'art. 146 e 159 del medesimo D.Lgs. 22 gennaio 2004 n. 42 da parte dell'Ente preposto alla tutela del vincolo.

Art. 36 – Modalità di rilascio dell'autorizzazione

1. Le competenze relative al rilascio delle autorizzazioni sono affidate all'ufficio SUAP, il quale acquisisce, anche da altri enti, tutti i pareri necessari all'espletamento dell'istruttoria.

2. Le pratiche verranno istruite ed espletate secondo l'ordine cronologico di presentazione all'ufficio protocollo.

3. L'autorizzazione, in caso di istruttoria positiva, o il suo diniego devono essere rilasciati entro 60 giorni dalla data di presentazione al protocollo del comune dell'istanza. Qualora per il rilascio dell'autorizzazione si renda necessario

acquisire il parere di altri enti, i suddetti termini sono interrotti a tutti gli effetti di legge e ricominciano a decorrere dalla ricezione del parere richiesto.

4. Il termine rimane sospeso nel caso in cui il comune, con comunicazione scritta, inviti i richiedenti a produrre ulteriore documentazione o ad integrare quella depositata, che dovrà essere prodotta entro 30 giorni dalla notifica. In questo caso il termine decorre nuovamente, per intero, dalla presentazione della documentazione integrativa.

5. Qualora, entro i termini di cui al comma precedente, il soggetto che ha presentato l'istanza non consegni al comune la documentazione integrativa richiesta, l'istanza si intenderà decaduta e verrà archiviata, senza ulteriori comunicazioni.

6. L'autorizzazione acquista efficacia dal momento del ritiro della stessa da parte del richiedente e contestuale apposizione della marca da bollo, fornita dal richiedente, da parte dell'ufficio.

7. Il ritiro dell'autorizzazione dovrà avvenire entro 60 giorni dalla data della notifica della comunicazione di avvenuta emanazione del provvedimento, a pena di decadenza della stessa.

8. L'autorizzazione verrà trasmessa per conoscenza al servizio competente per la riscossione dell'imposta sulla pubblicità e T.O.S.A.P. e al Comando di Polizia Locale, al fine di vigilare sull'esatto posizionamento degli impianti pubblicitari rispetto a quanto autorizzato.

9. L'installazione dell'impianto pubblicitario di tipo permanente deve avvenire, a pena di decadenza, entro il termine di 90 giorni dalla data di ritiro del provvedimento di autorizzazione. Il decorso di detto periodo non viene interrotto se non da impianto integralmente messo in opera, non vale ai fini dell'interruzione di detto periodo, la posa esclusivamente di una parte di impianto (piantana, palo di sostegno, ecc.).

10. Prima dell'installazione dell'impianto pubblicitario il richiedente dovrà presentare la "dichiarazione di imposta comunale della pubblicità" al servizio competente per la riscossione dell'imposta sulla pubblicità e T.O.S.A.P..

11. L`esposizione del messaggio pubblicitario è subordinata alla presentazione al comune della dichiarazione di imposta comunale sulla pubblicità e al pagamento della relativa imposta comunale.

12. Il Comando di Polizia Locale vigilerà sull'esatto posizionamento degli impianti pubblicitari rispetto a quanto autorizzato e curerà lo scadenzario dei 90 giorni successivi al rilascio di ogni singola autorizzazione, al fine di ottimizzare l'attività di controllo.

Art. 37 – Termini di validità dell'autorizzazione

1. Il termine di validità dell'autorizzazione per gli impianti pubblicitari permanenti di cui al CAPO II e per le insegne d'esercizio di cui al capo V, è di tre anni, rinnovabili, e deve essere indicato nel provvedimento di autorizzazione.

Art. 38 - Voltura e subentro dell'autorizzazione

1. L'autorizzazione è nominativa. Può essere volturata ai successori aventi causa ed è sufficiente la presentazione di comunicazione recante gli estremi dell'autorizzazione in corso di validità e allegando l'atto comprovante il subentro, da produrre entro 60 giorni dall'acquisizione del titolo. Tale comunicazione legittima il richiedente ad utilizzare il mezzo pubblicitario esistente fino alla naturale scadenza dell'autorizzazione.

2. La disposizione di cui al precedente comma 1 vale anche nei casi di subentro.

3. La voltura e il subentro dell'autorizzazione sono subordinati al regolare assolvimento degli obblighi tributari pregressi (attestazioni di pagamento relative agli ultimi due anni: dell'imposta sulla pubblicità , T.O.S.A.P. e canone di concessione).

Art. 39 – Interventi di sostituzione e modifica

1. La variazione della pubblicità che determini la modifica dell'ubicazione o della superficie esposta o della tipologia dell'impianto, è soggetta a nuova istanza di autorizzazione.

2. La variazione del messaggio pubblicitario, ove non cambino l'ubicazione, la superficie esposta o la tipologia dell'impianto, è soggetta a specifica domanda in carta semplice al comune, indicando gli estremi dell'originaria autorizzazione e allegando il bozzetto del nuovo messaggio e dichiarazione che non sono modificate la struttura, le dimensioni, le caratteristiche intrinseche (es. illuminazione), il punto e le modalità di collocazione e che sono rispettate le presenti disposizioni regolamentari.

3. L'autorizzazione alla variazione del messaggio pubblicitario deve essere rilasciata entro i successivi 30 giorni, decorsi i quali la stessa si intende assentita.

Art. 40 – Rinnovo dell'autorizzazione

1. L'autorizzazione è rinnovabile per uguale periodo a condizione che la richiesta, da prodursi almeno novanta giorni prima della scadenza naturale, provenga dal medesimo soggetto intestatario dell'atto, o da chi è subentrato nell'attività.

2. Anche se non sono state apportate modifiche all'impianto pubblicitario, la richiesta di rinnovo deve essere corredata dalla stessa documentazione prevista per la richiesta di autorizzazione di cui all'art. 35.

3. Il rinnovo è subordinato al regolare assolvimento degli obblighi tributari pregressi (attestazioni di pagamento relative agli ultimi due anni: dell'imposta sulla pubblicità , T.O.S.A.P. e canone di concessione).

4. Le richieste di rinnovo pervenute oltre il termine di cui al comma 1 verranno acquisite come nuove istanze. Il comune ha la facoltà di non rilasciare o rinnovare l'autorizzazione per sopravvenute motivazioni riguardanti la sicurezza, o modifiche di norme e/o regolamenti, tra cui le norme del presente piano.

Art. 41 – Decadenza e revoca dell'autorizzazione

1. Costituiscono causa di decadenza dell'autorizzazione:
   a) la cessazione o il trasferimento dell'attività, ad esclusione del caso in cui ci sia subentro nell'attività senza modifiche agli impianti pubblicitari;
   b) la mancata corrispondenza del messaggio pubblicitario a quello assentito;
   c) la mancata osservanza delle condizioni alle quali è subordinata l'autorizzazione;
   d) il mancato ritiro dell'autorizzazione dopo 60 giorni dalla data di notifica dell'avvenuto rilascio;
   e) la mancata installazione/esposizione di tutti gli impianti pubblicitari richiesti entro 90 giorni dalla data di ritiro del provvedimento di autorizzazione.

2. Il comune, accertato il verificarsi della causa di decadenza di cui alla lettera b), c) e e), invita il titolare dell'autorizzazione a rimuovere o adeguare l'impianto o il messaggio, assegnando un termine di 15 giorni dalla notifica, decorso il quale la decadenza diventa efficace. Negli altri casi la decadenza opera di diritto e viene dichiarata con provvedimento notificato all'interessato. Nei casi di decadenza efficace il comune provvederà direttamente alla rimozione dell'impianto ponendo a carico del titolare dell'autorizzazione le relative spese.

3. Costituiscono causa di revoca dell'autorizzazione:
   a) la necessità di realizzare opere o impianti di interesse pubblico sulle aree, spazi o beni ove è collocato l'impianto pubblicitario;
   b) la posa di impianti di segnaletica stradale sulle aree, spazi o beni ove è collocato l'impianto pubblicitario;
   c) la posa di impianti per le pubbliche affissioni;
   d) quando l'impianto pubblicitario diventa incompatibile, per ragioni di pubblico interesse, di realizzazione di opere, di tutela della circolazione e sicurezza stradale, di valori storico-architettonici dell'ambiente urbano e di quelli paesaggistici del territorio comunale;
   e) quando l'impianto pubblicitario diventa incompatibile a seguito dell'approvazione, da parte del comune, di specifici progetti finalizzati al riordino del settore impiantistico per motivazioni riguardanti la sicurezza, il decoro o i mutati orientamenti di ordine estetico strutturale del territorio;
   f) quando l'impianto rechi grave pregiudizio o rappresenti imminente pericolo a persone o cose;
   g) qualora venga accertato che lo stato di manutenzione non sia più rispondente alla esigenze di decoro e/o di statica, e/o sicurezza, ed il

titolare non provveda nel termine assegnato a ripristinare la sicurezza ed il decoro dell'impianto.

4. Il comune, accertato il verificarsi di una delle cause di revoca, invita il titolare dell'autorizzazione a rimuovere a sua cura e spese l'impianto, assegnando un termine di 15 giorni dalla notifica. La rimozione dovrà riguardare anche gli eventuali sostegni o supporti e comprendere il ripristino alla situazione preesistente della sede del manufatto. In caso di inadempienza nei termini fissati il comune provvederà direttamente alla rimozione dell'impianto ponendo a carico del titolare dell'autorizzazione le relative spese.

5. Nel caso di cui al punto 4 lett. f), l'ordine di rimozione dell'impianto da parte del comune è immediato.

CAPO VII – CONCESSIONI

Art. 42 - Concessioni su suolo pubblico

1. Il comune può concedere a soggetti privati la possibilità di collocare sul territorio comunale, su beni di proprietà comunale o dati in godimento dal comune, o appartenenti al demanio o al patrimonio indisponibile comunale, appositi impianti pubblicitari di cui al CAPO II (segnali turistici e di territorio, cartelli, cartelli sponsor, totem, messaggi variabili, bacheche, striscioni, gonfaloni, locandine e pannelli), anche con valenza di pubblica utilità (paline e pensiline autobus e insegne di pubblico interesse), nonché può concedere l'utilizzo di impianti pubblicitari di proprietà comunale (pubbliche affissioni di cui al CAPO III e affissioni dirette di cui al CAPO IV).

2. La concessione comporta oltre al pagamento del canone annuo di concessione o di affitto, anche la corresponsione dell'imposta sulla pubblicità e della T.O.S.A.P.

3. La concessione è disciplinata da una apposita convenzione, stipulata previo lo svolgimento di idonea procedura selettiva, nella quale dovranno essere precisati il numero e l'ubicazione degli impianti da installare, la durata della concessione, l'eventuale canone annuo e la corresponsione dell'imposta sulla pubblicità dovuti al Comune, nonché tutte le altre condizioni necessarie per un corretto rapporto, come le spese, le modalità e i tempi di installazione, la manutenzione, le responsabilità per eventuali danni, il rinnovo o la revoca della concessione, la cauzione e simili.

4. Al concessionario dovrà essere richiesto lo svolgimento delle seguenti attività:
   - aggiornamento del censimento degli impianti esistenti,
   - regolarizzazione degli impianti conformi al presente piano,
   - azioni finalizzate all'adeguamento e/o rimozione degli impianti non autorizzati e non conformi al presente piano,
   - fornitura e installazione nuovi impianti,
   - manutenzione degli impianti.

5. La concessione ha durata massima di nove anni. Allo scadere della concessione, il Comune procede secondo le stesse modalità previste dal precedente comma 3.

6. Il comune può disporre la rimozione anticipata mezzi degli impianti pubblicitari installati, in presenza di ragioni di pubblico interesse o di non conformità alle prescrizioni del presente Piano e/o della concessione. La rimozione viene disposta con ordinanza motivata.

7. La rimozione dovrà essere effettuata, entro la data che sarà precisata nell'ordine di rimozione, a cura e spese del titolare della concessione, il quale dovrà rimuovere anche eventuali sostegni o supporti e provvedere al ripristino dello stato di fatto precedente all'installazione.

8. Qualora l'interessato non ottemperi all'ordine di rimozione nei modi e nei termini stabiliti, l'impianto pubblicitario sarà considerato abusivo, con conseguente applicazione di quanto disposto nel presente Piano in ordine alla pubblicità abusiva.

9. Per quant'altro non espressamente previsto nel presente articolo si fa rinvio alle pertinenti e compatibili disposizioni di cui al vigente Regolamento per l'applicazione della tassa per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche.

10. In caso in cui il Comune non abbia affidato il servizio ad un concessionario, l'installazione degli impianti pubblicitari di cui al CAPO II temporanei e permanenti su suolo pubblico è soggetta a specifica concessione di suolo pubblico e relativa autorizzazione di cui all'art. 35.

Art. 43 - Concessioni su suolo pubblico a soggetti senza scopo di lucro

1. Al fine di favorire l'attività informative dei soggetti senza scopo di lucro regolarmente costituiti (associazioni, partiti politici, comitati, ecc.) la Giunta comunale, con proprio specifico atto, può individuare spazi pubblici a Pero e a Cerchiate da destinare all'installazione di bacheche di proprietà di tali soggetti, senza oneri a carico del comune, previa definizione di regole attuative e criteri di assegnazione ad evidenza pubblica, purché sia garantita l'uniformità delle caratteristiche degli impianti (la cui dimensione non può essere superiore a 80 x 110 cm) e il carattere non commerciale dei messaggi esposti.

CAPO VIII – NORME COMUNI

Art. 44 – Obblighi del titolare dell'autorizzazione/concessione

1. E' fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione/concessione di:
   a) verificare il buono stato di conservazione dei mezzi pubblicitari e delle loro strutture di sostegno;
   b) effettuare tutti gli interventi necessari al loro buon mantenimento;
   c) adempiere, nei tempi richiesti, a tutte le prescrizioni impartite dall'ente competente ai sensi dell'art. 405, comma 1 del Regolamento attuativo del nuovo C.d.S., al momento del rilascio dell'autorizzazione od anche successivamente per intervenute e modificate esigenze;

d) procedere alla rimozione nel caso di decadenza o revoca dell'autorizzazione/concessione o di insussistenza delle condizioni di sicurezza previste all'atto dell'installazione o di motivata richiesta da parte dell'ente competente al rilascio;
e) fissare saldamente all'impianto pubblicitario, fatta eccezione per le insegne d'esercizio, una targhetta non deteriorabile, posta in posizione facilmente accessibile, sulla quale sono riportati i seguenti dati:
   - amministrazione rilasciante;
   - soggetto titolare;
   - codice identificativo utente;
   - numero dell'autorizzazione;
   - numero progressivo impianto (se esistono più impianti con unica autorizzazione);
   - data di scadenza;

   la targhetta deve essere sostituita ad ogni rinnovo dell'autorizzazione, ogni qualvolta intervenga una variazione di uno dei dati su di essa riportati ed in caso non sia più leggibile;
f) rispondere di tutti i danni derivanti dall'esposizione degli impianti pubblicitari.

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

3. Il titolare dell'autorizzazione è responsabile della sicurezza, del decoro e dello stato di manutenzione dell'impianto pubblicitario, ivi compresi gli eventuali elementi connessi di arredo urbano. L'Amministrazione Comunale è sollevata da responsabilità civile e penale derivante dall'esposizione dei mezzi pubblicitari. Qualora venga accertato che lo stato di manutenzione non sia più rispondente alla esigenze di decoro e/o di statica, e/o sicurezza, ed il titolare non provveda nel termine assegnato a ripristinare la sicurezza ed il decoro dell'impianto, l'Amministrazione Comunale revoca l'autorizzazione e provvede alla rimozione d'ufficio dell'impianto, addebitando agli interessati le relative spese.

4. Il titolare dell'autorizzazione/concessione è obbligato altresì, a ripristinare le cose ed i luoghi che abbiano subito alterazioni per effetto dell'installazione dell'impianto pubblicitario; in caso di inadempienza provvederà il comune con rivalsa delle spese a carico dell'inadempiente.

Art. 45 - Pubblicità abusiva

1. Sono considerate abusive:
   a. le installazioni ed esposizioni pubblicitarie prive di autorizzazioni/concessioni o con autorizzazioni/concessioni scadute, decadute, revocate o comunque divenute inefficaci;
   b. le installazioni ed esposizioni pubblicitarie non conformi alle relative autorizzazioni/concessioni;
   c. le affissioni effettuate da terzi sugli impianti riservati al Servizio delle pubbliche affissioni comunali.

Art. 46 – Vigilanza

1. Gli enti proprietari delle strade e il comune, nell'ambito del centro abitato, ognuno per competenza, sono tenuti a vigilare, a mezzo del proprio personale competente in materia di viabilità (Polizia Locale), sulla corretta realizzazione e sull'esatto posizionamento degli impianti pubblicitari rispetto a quanto autorizzato/concesso. Gli stessi enti possono vigilare anche sullo stato di conservazione e sulla buona manutenzione degli impianti e sui termini di scadenza delle autorizzazioni/concessioni.

2. Qualunque inadempienza venga rilevata da parte del personale incaricato della vigilanza, deve essere contestata a mezzo di specifico verbale al soggetto titolare dell'autorizzazione/concessione; nel verbale deve essere fatta menzione della violazione ai sensi dell'art. 24 del D. Lgs. 507/93.

3. Il Comune può disporre l'immediata copertura della pubblicità abusiva nonché, entro 30 giorni dalla data di notifica dell'ordinanza, la rimozione qualora l'autore della violazione non abbia provveduto direttamente.

4. Le spese di copertura e rimozione saranno a carico del trasgressore.

5. Ulteriore affissione sugli impianti coperti comporta gli estremi di reato di cui all'art. 664 del C.P..

Art. 47– Sanzioni

1. Le violazioni alle norme del presente Piano, che costituiscono infrazione al Codice della Strada ed al relativo Regolamento di esecuzione, sono punite con le sanzioni amministrative ed accessorie previste dal Codice della Strada stesso. Le sanzioni vengono irrogate dalla Polizia Locale.

2. In caso di violazione alle disposizioni delle presenti norme o in caso di installazione abusiva, fatta salva l'applicazione delle sanzioni previste dal Codice della strada di cui sopra, il responsabile della violazione sarà assoggettato alle sanzioni previste all'art. 24 del D. Lgs. 507/93 e s.m.i. con le procedure di cui alla Legge 689/91.

3. Delle eventuali sanzione accessorie, ai sensi dell'art. 24 del D.Lgs. 507/93 deve essere fatta menzione nel verbale di accertamento di violazione. Le insegne d'esercizio esposte abusivamente e rimosse d'ufficio possono essere oggetto di confisca ai sensi dell'art. 20 della L. 24.11.81 n. 689 a garanzia delle sanzioni amministrative e delle spese di rimozione.

4. La pubblicità sanitaria abusiva sarà sanzionata anche dalle norme specifiche previste dalla Legge 5.2.92 n. 175.

5. Nel caso in cui si accerti che materiale derivante da pubblicità tramite volantinaggio venga fatto cadere su suolo pubblico, al trasgressore si applica la sanzione prevista dall'art. 15 comma 1 lettera f) bis che prevede: "*insozzare la strada o le sue pertinenze gettando rifiuti o oggetti da veicoli in sosta o in movimento è soggetto alla sanzione amministrativa pecuniaria da euro 106 a euro 425*".

6. Per le violazioni alle prescrizioni dell'art. 14 (presente Piano), quando non sono previste ed espressamente vietate dal vigente Codice della Strada (o da altre norme), si applica la sanzione amministrativa pecuniaria pari a una somma non inferiore a euro 25,00 e non superiore a euro 500,00 ai sensi dell'articolo 7 bis del Decreto Legislativo 18 Agosto 2000 n. 267.

7. Sono soggette altresì a sanzioni l'omesso o il parziale versamento dell'imposta dovuta, l'omessa o infedele dichiarazione dell'imposta comunale della pubblicità, secondo i D.Lgs. n. 471 , 472 , 473 del 18/12/1997.

CAPO IV –NORME FINALI

Art. 48 - Norme Transitorie

1. Tutti gli impianti pubblicitari esistenti, all'entrata in vigore del presente Piano, installati e regolati da autorizzazioni, ma non rispondenti alle disposizioni dello stesso, devono essere adeguati a cura e spese del titolare dell'autorizzazione, all'atto di nuova richiesta per rinnovo o modifica dell'impianto.

2. I titolari degli impianti pubblicitari esistenti all'entrata in vigore del presente Piano privi di autorizzazione, se conformi allo stesso, devono richiedere l'autorizzazione entro 180 giorni dall'approvazione del presente Piano, per poter mantenere l'impianto esistente, mentre, se non rispondenti alle disposizioni dello stesso, sono tenuti a rimuoverli o adeguarli a loro cura e spese entro 180 dall'approvazione del Piano.

3. Tutti gli impianti di cui al CAPO II esistenti installati su suolo pubblico ma non rispondenti alle disposizioni del presente Piano, devono essere rimossi o adeguati a cure e spese del soggetto che ha installato l'impianto o ne trae beneficio entro il 30.09.2015. Le autorizzazioni con scadenza antecedente i termini di cui al precedente comma 2, saranno rinnovate solo se adeguate o adeguabili alle norme del presente Piano. Gli impianti di cui al CAPO II installati su suolo pubblico rispondenti alle disposizioni del presente piano, possono essere regolarizzati con richiesta della concessione e della relativa autorizzazione.

4. Le autorizzazioni con scadenza antecedente i termini di cui al precedente comma 2, saranno rinnovate solo se adeguate o adeguabili alle norme del presente Piano.

5. Le norme del presente piano prevalgono sulle disposizioni del vigente "*Regolamento comunale per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni e per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni*" riferibili alle fattispecie qui novellate.

6. 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 delle presenti norme.

7. I termini di cui ai precedenti commi 1 e 2 del presente articolo sono prorogati al 30.09.2015.

Art. 49 – Entrata in vigore

1. Il presente Piano Generale degli impianti pubblicitari entra in vigore dal 01/05/2012.

2. Da tale data sono abrogate, ove incompatibili, tutte le disposizioni contenute in altri regolamenti Comunali che disciplinano la materia di cui al presente Piano.