



COMUNE DI MELISSANO

Provincia di Lecce

Ufficio Tecnico Comunale
Settore Assetto del Territorio

PIANO GENERALE IMPIANTI PUBBLICITARI

MELISSANO, MARZO 2012

**IL RESPONSABILE DEL SETTORE
ASSETTO DEL TERRITORIO
Arch. Andrea CARROZZO**

FALCONIERI Roberto - SINDACO

PREMESSA

- Situazione esistente
- Finalità ed obiettivi

CAPO I - DISPOSIZIONI GENERALI

- Art. 1 – Oggetto
- Art. 2 - Ambito di applicazione

CAPO II – PRINCIPI DI PIANIFICAZIONE PER LA PUBBLICITA'

- Art. 3 – Principi generali di pianificazione
- Art. 4 – Dimensionamento del piano

PARTE I – LA SUDDIVISIONE DEL TERRITORIO IN ZONE

- Art. 5 - La zonizzazione
 - Art.5.1 - Zona 1: la città antica
 - Art.5.2 - Zona 2: la città residenziale e collettiva
 - Art.5.3 - Zona 3: la città del commercio e della produzione

PARTE II – LA CLASSIFICAZIONE DELLE STRADE

- Art. 6 – La classificazione delle strade

PARTE III – L'INDIVIDUAZIONE DELLE STRADE PER LA PUBBLICITA'

- Art. 7 – Le strade in cui è ammessa la pubblicità
 - Art.7.1 – Strade Categoria Normale

CAPO III – MEZZI PUBBLICITARI

- Art. 8 - Definizione di “mezzo pubblicitario
- Art. 9 – Localizzazione dei mezzi pubblicitari
- Art. 10 – Regole generali per le installazioni

PARTE I – INSEGNE DI ESERCIZIO

- Art.11 - Definizione di insegna di esercizio
 - Art.11.1 - Insegna frontale
 - Art.11.2 - Insegna su tetto
 - Art.11.3 - Insegna a bandiera
 - Art.11.4 - Insegna su palo
 - Art.11.5 - Insegna a totem
 - Art.11.6 - Insegna su tenda

PARTE II - ALTRI MEZZI PUBBLICITARI

- Art.12 – Targhe
- Art.13 – Preinsegne (o frecce direzionali)
- Art.14 - Segnali turistici e di territorio
- Art.15 - Mezzi pubblicitari nelle stazioni di servizio carburanti
- Art.16 - Elementi pubblicitari per l'arredo urbano

CAPO IV - IMPIANTI PUBBLICITARI

- Art.17 - Definizione di impianto pubblicitario
- Art.18 - Gruppo omogeneo di impianti pubblicitari
- Art.19 - Regole generali per la localizzazione

PARTE I – IMPIANTI PUBBLICITARI TEMPORANEI

- Art.20 - Definizione di impianto pubblicitario temporaneo

- Art.21 - Tipologie e formati
 Art.21.1 – Striscione
 Art.21.2 – Gonfalone
 Art.21.3 – Cartello pubblicitario di cantiere
 Art.21.4 - Telone pubblicitario
 Art.21.5 – Locandina o impianto temporaneo di propaganda
 Art.21.6 - Veicoli pubblicitari

PARTE II – IMPIANTI PER AFFISSIONI

- Art.22 - Definizione di impianto pubblicitario per affissioni
- Art.23 – Formati
- Art.24 – Tipologie
 Art.24.1 – Tabella
 Art.24.2 – Stendardo
 Art.24.3 – Poster

PARTE III – IMPIANTI PER PUBBLICITÀ PERMANENTE

- Art.25 - Definizione di impianto per pubblicità permanente
- Art.26 – Formati
- Art.27 – Tipologie
 Art.27.1 - Pannello pubblicitario
 Art.27.2 – Cartello pubblicitario
 Art.27.3 – Insegne pubblicitarie su tetto

CAPO V - CARATTERISTICHE TECNICO-ESECUTIVE, LIMITAZIONI E DIVIETI

- Art.28 – Caratteristiche strutturali e materiche
- Art.29 – Norme per l’illuminazione
- Art.30 – Rilascio di autorizzazione
- Art.31 - Durata e rinnovo dell’Autorizzazione
- Art.32 - Obblighi dell’ intestatario dell’Autorizzazione
- Art.33 - Cessazione dell’Autorizzazione
- Art.34 - Mezzi pubblicitari abusivi o realizzati in difformità dalla autorizzazione
- Art.35 - Penalità, sanzioni, interessi, copertura immediata e rimozione, decorrenza della pubblicità abusiva
- Art.36 - Adeguamenti, delocalizzazioni e rimozioni degli impianti già autorizzati ed in contrasto con la nuova disciplina
- Art.37 – Limitazioni
- Art.38 – Divieti

CAPO VI - VIOLAZIONI, NORME PARTICOLARI E TRANSITORIE, DISPOSIZIONI FINALI, ENTRATA IN VIGORE

- Art.39 – Violazioni
- Art.40 - Norme transitorie
- Art.41 - Disposizioni finali
- Art.42 – Entrata in vigore

PREMESSA

La crescente attenzione che si sta sviluppando per la qualità della città e del territorio, rende necessaria l'introduzione di uno strumento di pianificazione che si occupi del tema della pubblicità, ai sensi del D.Lgs 15 novembre 1993, n. 507, anche di fronte alla proliferazione degli impianti sul territorio.

Situazione esistente

L'attuale distribuzione degli impianti pubblicitari non contribuisce alla costruzione di un'immagine urbana di qualità: essi sono collocati in luoghi non sempre idonei ed il loro posizionamento segue una logica casuale; sono inoltre disomogenei per aspetto, formato e dimensione.

Per quanto riguarda le affissioni, pubbliche o private, l'impatto negativo più forte sulla qualità urbana è dato dalla presenza degli impianti di grande formato, denominati poster: essi sono distribuiti in modo disordinato nel territorio e non seguono alcun criterio di ubicazione urbana.

Minore è l'impatto degli impianti per affissione di piccolo e medio formato, che, oltre ad essere presenti in numero limitato, sono collocati principalmente lungo le strade interne alla città. La logica distributiva è quella di una disposizione sequenziale degli impianti lungo i margini stradali, in direzione parallela alla carreggiata; tale logica tuttavia, a causa della mancanza di precisati requisiti prestazionali, è casuale.

Non si distingue in modo chiaro una gerarchia di strade e non vi sono ritmi, né regole precise di distanza tra i singoli impianti; ciò non garantisce ordine ai fronti stradali.

Per quanto riguarda la cartellonistica privata, i luoghi in cui oggi vi è maggior concentrazione, sono le strade di collegamento con i centri limitrofi, ossia via Racale e via prov. per Taviano-Casarano e le strade più trafficate della città, (via Palermo, Via Fellingine, via Casarano, V.le stazione, via Mazzini, ecc.) da riconoscere quali arterie di maggior interesse pubblicitario. Lungo tali strade gli impianti sono prevalentemente collocati ai margini della carreggiata, in assenza di regole distributive, con densità eccessive e con dimensioni e formati eterogenei, producendo un impatto visivo negativo sul paesaggio.

Inoltre, la disposizione disordinata di tali cartelli, specie sulle strade a scorrimento veloce, costituisce un possibile elemento di impedimento della percezione della segnaletica stradale ed un possibile fattore di disturbo per gli utenti della strada.

Finalità ed obiettivi

Il piano generale degli impianti pubblicitari (P.G.I.P.) si occupa della definizione tipologica degli impianti per la pubblicità esterna e per le affissioni, sia pubbliche che private, nonché dei criteri di localizzazione degli stessi nel territorio comunale, secondo una metodologia che tiene conto dei principi contenuti negli strumenti di pianificazione vigenti, dei principi di tutela e riordino della città costruita e dei suoi spazi aperti, dei vincoli di salvaguardia ambientale e paesaggistica, delle necessità legate alla circolazione ed alla sicurezza stradale, nonché dello sviluppo demografico, sociale ed economico della città.

Il piano generale degli impianti pubblicitari, considerando inoltre che l'attività della pubblicità esterna ha un valore economico per lo sviluppo dell'economia cittadina, attua una regolamentazione che consenta di conseguire gli obiettivi di comunicazione ed informazione propri delle attività pubblicitarie; la pubblicità deve poter raggiungere i cittadini ed essere dagli stessi percepita e riconosciuta.

Per quanto riguarda la compatibilità urbana ed ambientale della pubblicità con il territorio, il piano ripone una particolare attenzione alla fruibilità visiva e funzionale della città, perseguendo l'obiettivo della qualificazione urbana, affinché la presenza della pubblicità non costituisca necessariamente un elemento detrattivo del paesaggio umanizzato, ma possa diventare un'occasione di arricchimento dello stesso. L'obiettivo della salvaguardia dei vuoti urbani, ossia delle aree non edificate né di prossima edificazione, tenuto conto che alcuni impianti pubblicitari sono attualmente dislocati in questi ambiti, induce ad una riconsiderazione della situazione di fatto, prevedendo, in molti casi, la rimozione di impianti pubblicitari esistenti o disponendone una ricollocazione in altre zone di pari interesse pubblicitario.

L'obiettivo della valorizzazione della città costruita, porta alla necessità di non ammettere grandi quantità di impianti all'interno dei quartieri residenziali o nelle zone di densa edificazione, e comunque di cercare soluzioni adeguate alla realtà di tale territorio.

A tal riguardo, una particolare attenzione deve essere dedicata alla progettazione degli impianti, in merito al loro posizionamento, specie se su suolo pubblico, affinché non costituiscano un limite al transito pedonale ed una barriera architettonica al transito dei mezzi di locomozione dei cittadini diversamente abili.

In particolare, si deve porre attenzione all'inserimento della pubblicità nel contesto urbano, ponendola ad adeguata distanza da edifici di interesse pubblico rilevante, come, chiese, cimiteri, ed altri, ricordando

che, le esigenze di tutela dei beni architettonici e monumentali impongono di non ammettere l'installazione di impianti pubblicitari in prossimità di edifici e di beni vincolati.

Le considerazioni di carattere funzionale sulla città inducono ad individuare alcune zone urbane particolarmente vocate alla pubblicità, in relazione alle particolari caratteristiche o alle destinazioni d'uso delle stesse.

Il piano prevede di confermare la presenza di impianti pubblicitari nelle strade di accesso alla città ed in quelle che attraversano la zona produttiva, ma anche di reperire nuovi spazi nei luoghi in attesa di trasformazioni urbanistiche o infrastrutturali, anche a seguito di progetti dettagliati di posizionamento.

Perseguendo il fine di regolare la distribuzione degli impianti pubblicitari e l'esercizio dell'attività di pubblicità esterna, si ritiene che la presenza di impianti pubblicitari, in particolare se di grande formato, possa essere prevalentemente realizzata in piazzali e parcheggi, in zone destinate ad insediamenti commerciali e produttivi, in adiacenza ai grandi centri di attrazione e divertimento, sulle pareti cieche di edifici, sulle recinzioni di tipo chiuso, su i ponteggi di cantiere.

Le scelte progettuali e le necessità legate alla sicurezza stradale comportano un'accurata regolamentazione delle installazioni nelle strade urbane ed extraurbane, affinché non si costituisca alcun disturbo alla circolazione veicolare e pedonale, in conformità con i disposti del codice della strada.

Al fine di ottenere una maggior qualità dei luoghi ed un ordine dei fronti stradali, il piano stabilisce precise regole di collocamento, come l'altezza rispetto al suolo, le distanze, gli allineamenti e gli orientamenti rispetto alla carreggiata e ad altri elementi pubblicitari, urbani o ambientali, limitando la geometria, i formati e le tipologie dei mezzi e degli impianti.

In occasione di progetti di opere pubbliche, di interventi di riqualificazione di vie o spazi connesse al trasporto pubblico, oppure a trasformazioni urbanistico-edilizie soggette a piani attuativi, ad atti unilaterali o a convenzioni, deve essere prevista una progettazione per il riordino della pubblicità; pertanto, l'Amministrazione si riserva la possibilità di far rimuovere mezzi o impianti esistenti, di prevedere o valutare proposte per eventuali ricollocazioni, nonché di imporre modelli stilistici particolari, in modo da assicurarne la corretta armonizzazione con l'arredo previsto nel contesto progettuale.

Al fine di impedire il manifestarsi di forme di pubblicità non autorizzata o in contrasto con le norme che la regolano, l'Amministrazione può adottare, con provvedimenti successivi, particolari tecnologie per l'identificazione, il controllo dell'ubicazione e la verifica di legittimità dei mezzi e degli impianti pubblicitari.

CAPO I - DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1 – Oggetto

1. Sono oggetto del piano generale per gli impianti pubblicitari:
 - a. la pianificazione del territorio comunale attraverso la suddivisione in diverse zone, il dimensionamento e l'individuazione di tratti viari in cui ammettere o vietare la pubblicità;
 - b. la definizione e la classificazione dei "mezzi pubblicitari";
 - c. la definizione e la classificazione degli "impianti pubblicitari";
 - d. le norme per la localizzazione delle diverse tipologie di mezzi e impianti pubblicitari nelle zone e nelle strade individuate dal piano;
 - e. la definizione delle regole per l'installazione dei mezzi e degli impianti pubblicitari.

Art. 2 - Ambito di applicazione

1. Le disposizioni del presente atto hanno applicazione in tutto il territorio comunale, con le eccezioni e le precisazioni che seguono:
 - a. per tutte le strade (o in vista di esse) all'esterno del centro abitato, il rilascio di autorizzazioni per mezzi e impianti pubblicitari è di competenza dell'ente proprietario della strada, nel rispetto delle norme del codice della strada e del relativo regolamento di applicazione ed esecuzione;
 - b. per tutte le strade (o in vista di esse) all'interno del centro abitato, il rilascio di autorizzazioni per mezzi e impianti pubblicitari è di competenza del Comune, in osservanza delle norme di cui sopra al punto a. ed avvalendosi della facoltà prevista di concedere deroghe;
 - c. qualora i mezzi e gli impianti pubblicitari, collocati su un luogo od una strada, siano visibili da un luogo o da una strada appartenente ad altro ente, ogni provvedimento autorizzatorio è subordinato al preventivo nullaosta di quest'ultimo;
 - d. qualora i mezzi e gli impianti pubblicitari, siano da collocarsi su un luogo, un edificio od una strada sottoposti a vincoli di tutela delle bellezze naturali e paesaggistiche o di interesse monumentale, storico e artistico, ogni provvedimento autorizzatorio è subordinato al parere favorevole degli enti od organi preposti alla tutela dei relativi vincoli.

2. La delimitazione del “centro abitato” è individuata nella mappa cartografica “allegato A”.
3. La delimitazione indicativa dei vincoli ambientali è individuata nella mappa cartografica “allegato B”.

CAPO II – PRINCIPI DI PIANIFICAZIONE PER LA PUBBLICITA’

Art. 3 – Principi generali di pianificazione

1. Il piano generale degli impianti pubblicitari si basa su due principi di pianificazione. Il primo è la suddivisione del territorio in zone in cui ammettere o vietare la collocazione dei mezzi pubblicitari, definiti al successivo capo III, e la collocazione degli impianti pubblicitari temporanei, definiti al successivo capo IV-parte I;
il secondo è l'individuazione di una rete di strade, che, sovrapposte alle zone, regolamentano tipologie e gradi di ammissibilità degli impianti pubblicitari permanenti di cui al successivo capo IV, parti II e III.
2. Per la localizzazione dei mezzi pubblicitari e degli impianti pubblicitari temporanei, si fa riferimento alle zone definite nella parte I del presente capo ed individuate nella mappa cartografica allegato C.
3. Per la localizzazione degli impianti pubblicitari permanenti si fa riferimento alla sovrapposizione delle zone di cui alla parte I del presente capo con le strade ritenute idonee ad accogliere questa forma di pubblicità;
4. Le norme di posizionamento di mezzi e impianti pubblicitari sono definite per ogni singola tipologia, in relazione alla classificazione delle strade di cui all'art.2 del D.L.vo 30.4.1992 n.285 e descritte nella parte II del presente capo.

Art. 4 – Dimensionamento del Piano

1. In tutto il territorio comunale è consentita una superficie globale di 1300 mq di spazi pubblicitari e per pubbliche affissioni così ripartita:

- Superficie per la Pubblica Affissione e per le Affissioni Dirette (Affissioni private) mq 1000
- Superficie per la Pubblicità esterna (Impianti privati) mq 300

La superficie degli impianti per le pubbliche affissioni e per le affissioni dirette (affissioni private) è destinata:

- Per circa il 35% alle affissioni di natura istituzionale, sociale e comunque non a rilevanza economica;
- Per circa il 45% alle affissioni di natura commerciale;
- Per circa il 25% alle affissioni dirette (Affissioni Private).

Per pubblicità esterna si intende quella effettuata su impianti privati in aree o spazi pubblici e su aree private.

PARTE I – LA SUDDIVISIONE DEL TERRITORIO IN ZONE

Art. 5 - La zonizzazione

1. Il primo criterio di pianificazione è basato sulla suddivisione della città in “zone”. In riferimento allo strumento urbanistico generale comunale vigente, sono definiti dei criteri di omogeneità in base ai quali raggruppare le zone urbanistiche in alcune “zone” considerate significative dal punto di vista del tema trattato e degli obiettivi prefissi.

Le “zone” sono descritte negli articoli successivi e sono individuate nella mappa cartografica allegato C.

Art.5.1 - Zona 1: la città antica

(colorata in rosso nella mappa cartografica allegato C)

1. E' la zona comprendente il centro storico, i cimiteri e le chiese. Un certo riguardo deve essere posto all'inserimento della pubblicità nel contesto urbano, da posizionare con particolare cura, specie nel caso di edifici con rilevanti caratteristiche storiche o architettoniche e/o soggetti a vincoli monumentali.
2. Le tipologie ed i formati di mezzi ed impianti pubblicitari ammessi sono indicati negli articoli dei capi III e IV.

Art.5.2 - Zona 2: la città residenziale e collettiva

(colorata in verde nella mappa cartografica allegato C)

1. Questa zona comprende i quartieri residenziali, il commercio, la distribuzione medio-piccola ed i luoghi collettivi connessi a queste realtà; si tratta delle parti di città consolidata e compatta.
L'obiettivo è quello della valorizzazione della città costruita attraverso impianti pubblicitari di particolare qualità e pregio. Particolare attenzione deve essere dedicata alla progettazione degli impianti, in merito al loro posizionamento, specie se su suolo pubblico, affinché non costituiscano un limite al transito pedonale.
2. Le tipologie ed i formati di mezzi ed impianti pubblicitari ammessi sono indicati negli articoli dei capi III e IV.

Art.5.3 - Zona 3: la città del commercio e della produzione

(colorata in azzurro nella mappa cartografica allegato C)

1. Questa zona comprende i grandi centri di attrazione e divertimento, i complessi produttivi o tecnologici ed il commercio di distribuzione medio-grande. Questa parte di territorio ha una sicura vocazione per la pubblicità, sia per la funzione che per la consistenza fisica del costruito: grandi superfici murarie cieche, ampi spiazzi, strade di scorrimento. La zona deve essere caratterizzata dalla prevalenza di impianti di dimensioni medio-grandi.
2. Le tipologie ed i formati di mezzi ed impianti pubblicitari ammessi sono indicati negli articoli dei capi III e IV.

PARTE II – LA CLASSIFICAZIONE DELLE STRADE

Art. 6 – La classificazione delle strade

1. Ai fini dell'applicazione delle norme di posizionamento dei mezzi ed impianti pubblicitari è necessario far riferimento alla classificazione delle strade di cui all'art.2 del D.L.vo 30.4.1992 n.285 come di seguito descritte:

- a. Strade A e B (autostrade e strade extraurbane principali) corrispondono alla categoria "strade a scorrimento veloce".
- b. Strade C (strade extraurbane secondarie) corrispondono alla categoria: "strade extraurbane".
- c. Strade D (strade urbane di scorrimento) corrispondono alle categorie "strade di scorrimento".
- d. Strade E (strade urbane di quartiere) corrispondono alla categoria "strade di quartiere" e "strade di interquartiere".
- e. Strade F (strade locali) corrispondono alle categorie "strade interzonal" e "strade locali".

PARTE III – L'INDIVIDUAZIONE DELLE STRADE PER LA PUBBLICITÀ

Art. 7 – Le strade in cui è ammessa la pubblicità

1. Tutte le disposizioni del presente atto relative alle strade valgono anche per posizioni "in vista di esse".
2. Fermo restando il divieto di cui all'art. 23, comma 7, del D.L.vo 30.4.1992 n.285, di collocare mezzi o impianti pubblicitari sulle strade incluse nelle categorie A e B di cui al precedente art. 5, la pubblicità lungo le strade è sempre ammessa per i mezzi pubblicitari di cui al successivo capo III e per gli impianti pubblicitari temporanei, definiti al successivo capo IV, parte I, con le limitazioni indicate nel capo stesso, mentre per gli impianti pubblicitari permanenti di cui alle parti II e III del successivo capo IV, la pubblicità è ammessa solo sulle strade di seguito indicate.
3. Le strade ritenute idonee ad accogliere gli impianti pubblicitari permanenti, individuate all'interno delle categorie stradali di cui al precedente articolo 5 comma 1 lettera b ed e, sono state suddivise in due classi di ammissibilità, come indicato nei successivi articoli 6.1 e 6.2.
4. La compatibilità delle diverse tipologie di impianti pubblicitari permanenti, in funzione di tali classi, viene specificata negli articoli specifici di cui al successivo capo IV, parti II e III.

Art.7.1 – Strade di categoria normale

1. Appartengono alla presente categoria normale tutte le strade e i tratti di strada generalmente ubicate sia all'interno che all'esterno del centro abitato, sia con un'alta densità veicolare e conseguente traffico lento e sia con alta densità veicolare ed alta velocità;

Strade ubicate all'interno del centro abitato:

- sono generalmente caratterizzate da una sezione stradale articolata da marciapiedi, aiuole nonché da spazi ristretti e dalla presenza di alberi ed elementi edilizi e tecnologici, quali segnaletica stradale, pali, cassonetti, cabine telefoniche, passi carrai, pensiline bus, ecc., che risultano di impedimento all'installazione degli impianti pubblicitari ed alla percezione dei messaggi pubblicitari ivi contenuti, specialmente se posti nella posizione perpendicolare all'asse viario, fatti salvi gli elementi pubblicitari per l'arredo urbano.

Tali strade attraversano aree con destinazione urbanistica prevalentemente residenziale, artigianale, commerciale di piccola e media dimensione, con conseguente elevata attività antropica; le condizioni sopra esposte, per quanto riguarda l'installazione degli impianti pubblicitari, hanno generato nel tempo criteri distributivi spontanei, che privilegiano la posizione parallela all'asse stradale, anche considerando che, la percezione dei messaggi richiede, da parte dell'utente, una maggiore disponibilità temporale a coglierne i contenuti; pertanto, in tali strade, l'orientamento prescritto per l'installazione degli impianti pubblicitari è quello parallelo al senso di marcia dei veicoli.

Strade ubicate all'esterno del centro abitato:

- sono caratterizzate da una sezione stradale semplice, generalmente priva di marciapiedi e lambita da scarpate o ampie banchine; gli alberi e gli elementi edilizi e tecnologici, sono diradati.

Tali strade attraversano aree con destinazione urbanistica prevalentemente agricola o produttiva, con conseguente bassa densità antropica;

le condizioni sopra esposte, per quanto riguarda l'installazione degli impianti pubblicitari hanno generato nel tempo criteri distributivi spontanei, che privilegiano la posizione perpendicolare all'asse stradale;

pertanto, in tali strade, l'orientamento prescritto per l'installazione degli impianti pubblicitari è quello perpendicolare al senso di marcia dei veicoli.

CAPO III – MEZZI PUBBLICITARI

Art. 8 - Definizione di “mezzo pubblicitario”

1. “Mezzo pubblicitario” è qualunque struttura, rigida o no, idonea ad evidenziare e promuovere attività professionali, esercizi commerciali, produttivi o di servizio, ovvero ad esporre messaggi informativi o pubblicitari in genere.

In tale definizione sono comprese insegne d'esercizio, targhe, pre-insegne (o frecce direzionali), ed altre forme di pubblicità, quale quella effettuata sugli elementi di arredo urbano, sui veicoli e nelle stazioni di rifornimento carburanti, nonché altre fattispecie non individuabili secondo le definizioni precedenti, la cui ammissibilità deve essere valutata, coerentemente agli obiettivi del presente piano, dal dirigente responsabile del settore sportello dell'edilizia ed ufficio P.M., supportato dalla conferenza di servizi dei settori e/o degli enti interessati, da convocarsi ai sensi di legge.

Sono esclusi gli impianti pubblicitari temporanei e permanenti, di cui al capo IV.

Art. 9 – Localizzazione dei mezzi pubblicitari

1. La possibilità di localizzazione dei mezzi pubblicitari nelle zone del territorio comunale, di cui al capo II, dipende dalla tipologia del mezzo pubblicitario.

Per ognuna delle tipologie, di cui alle parti I e II del presente capo, vengono specificate le zone in cui la pubblicità è ammessa.

Art. 10 – Regole generali per le installazioni

1. Per tutte le tipologie valgono le limitazioni, i divieti e regole generali circa le caratteristiche dei materiali da utilizzare e dell'illuminazione di cui al successivo capo V.
2. Le caratteristiche geometriche, i formati e le regole di posizionamento, come l'altezza dal suolo, le distanze, gli orientamenti rispetto ai vari elementi territoriali, vengono invece specificati per ognuna delle tipologie, di cui alle parti I e II del presente capo.

3. In casi particolari e con il fine di armonizzare nuovi manufatti ad elementi di arredo urbano esistenti o futuri, o comunque per rispettare il carattere ed il decoro urbano dei singoli luoghi è fatta salva la possibilità, per il dirigente responsabile del settore sportello dell'edilizia ed ufficio P.M., supportato dalla conferenza di servizi dei settori e/o degli enti interessati, da convocarsi ai sensi di legge, di prescrivere soluzioni dimensionali, formali o stilistiche diverse da quelle regolate nel presente atto, pur nel rispetto dei principi generali dello stesso.
4. gli **“annunci funebri”** andranno rimossi dai luoghi non degni del messaggio commemorativo e ricollocati su impianti realizzati “ad hoc” e collocati in punti strategici o aree di competenza pubblica quali Chiese, uffici pubblici generali o di quartiere, aree pedonali verdi o pedonali commerciali, vicino alle scuole o istituiti a carattere pubblico come cimiteri, conventi, anche limitrofi alle piazze ed ai luoghi di ritrovo purchè contenuti ed impaginati senza che rechino danno alcuno al paesaggio urbano.
5. tutti i sistemi ed i mezzi pubblicitari a **“carattere provvisorio”**, messi in opera **“dentro i centri abitati”** durante il corso delle manifestazioni di **“interesse sociale e culturale per la città”**, fatto salvi i diritti dei terzi, la pubblica incolumità e quanto obbligatoriamente stabilito da Codice della Strada (*cf. articoli che non demandano al regolamento comunale*), potranno andare in deroga a quanto previsto a patto che siano riportate, chiare e leggibili, le diciture dei marchi di patrocinio degli Enti promotori.
6. negli **impianti sportivi o ricreativi** pubblici o privati (*stadi e campi sportivi, centri di ricreazione, circoli sportivi, palestre e palazzi dello sport, quartieri fieristici, teatri o centri congressi*) la ditta o l'ente di gestione degli impianti stessi, qualora l'Amministrazione Comunale lo richieda, dovranno presentare un progetto di pianificazione dei sistemi e dei mezzi pubblicitari di carattere stabile;
7. i gestori di **cinema, teatri o altri esercizi di pubblico spettacolo**, dovranno presentare un progetto di installazione di impianti di affissione dei manifesti e/o delle locandine su bacheche a muro o bacheche autoportanti, che abbia come ipotesi il coordinamento formale, dimensionale e cromatico ed un corretto posizionamento dei manifesti relativi agli spettacoli nello spazio pubblico; tale progetto dovrà essere approvato dall'Amministrazione Comunale attraverso i propri organi tecnici di competenza e fatto oggetto, in forma di allegato, per la stipula della convenzione di messa in opera di tali impianti.

PARTE I – INSEGNE DI ESERCIZIO

Art.11 - Definizione di insegna di esercizio

1. Insegna di esercizio è la scritta a caratteri alfanumerici, riportante il nome dell'attività che deve evidenziare, completata eventualmente da simboli e da marchi dell'azienda, dei prodotti e dei servizi offerti, realizzata e supportata con materiali di qualsiasi natura, installata nella sede della attività a cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie alla stessa.
2. E' da ritenersi insegna di esercizio anche quella la cui scritta relativa all'esercizio dell'attività è completata con simboli e marchi di ditte diverse da quella principale, purchè attinenti all'attività svolta dalla medesima.
3. Ogni testo contenuto nelle insegne di esercizio deve essere scritto in lingua italiana; ogni testo scritto in lingua straniera deve essere accompagnato dalla relativa traduzione in lingua italiana, da riportare con dimensioni non inferiori a quelle del testo straniero. Fanno eccezione i vocaboli in lingua straniera entrati nel linguaggio d'uso comune (bar, garage, internet point, boutique, ecc.), i nomi di città o persone, i marchi registrati.
4. Le tipologie ammesse, le norme specifiche di localizzazione e le regole di posizionamento per le insegne di esercizio sono individuate negli articoli successivi e nelle schede grafiche di cui all'allegato E.
5. Non sono ammesse insegne di esercizio precarie, ovvero cavalletti, teli, pannelli o altre fattispecie prive di strutture di ancoraggio stabili.
6. Le insegne di esercizio temporanee sono ammesse, purchè dotate di strutture di ancoraggio stabili e conformi alle norme del presente atto.

Art.11.1 - Insegna frontale

1. E' di tipo “frontale”, l'insegna d'esercizio posta in aderenza alla parete su cui viene installata. Può anche essere dipinta.
2. La localizzazione è ammessa in tutte le zone del territorio comunale, di cui alla parte I del capo II.

3. I requisiti geometrici e di posizionamento sono i seguenti:

sporgenza dalla facciata:	non superiore ai 15 cm. per altezze superiori o uguali a 2,5 mt. dal suolo e fino a 4,00 ml.
	non superiore ai 24 cm. per altezze superiori o uguali a 4 mt. dal suolo
posizione in facciata	non ammessa su pilastri e colonne, né sulle catene dei porticati ad archi;
superficie:	nei casi di edifici a destinazione prevalentemente non residenziale la superficie complessiva delle insegne su ogni singola facciata non può superare i 20 mq.; qualora la superficie di ciascuna facciata dell'edificio ove ha sede l'attività sia superiore a 100 mq., è possibile incrementare la superficie complessiva delle insegne su ogni singola facciata nella misura del 10% della superficie di facciata eccedente 100 mq, fino al limite di 50 mq. in tutti gli altri casi la superficie di ogni singola insegna non può superare il limite di 3 mq., ridotto a 1,5 mq. Nella zona 1 di cui al precedente art. 4.1.
illuminazione:	in tutte le zone sia per luce diretta che per luce indiretta

4. La collocazione delle insegne frontali deve avvenire preferibilmente all'interno di vani esistenti in facciata ed effettuata nello spazio dei sopra-ruce, nel caso di vetrine che ne siano dotate, nella misura massima di una per ogni vano disponibile.
5. In ogni caso, per forma e per collocazione, le insegne frontali non devono alterare l'equilibrio delle linee orizzontali e verticali che compongono l'edificio, occultare elementi architettonici o decorativi, né occupare gli spazi tra i pilastri o le colonne dei portici, né occupare finestre o parti di facciata poste a piani diversi dal piano terra. Sulle finestre è ammessa unicamente la posa di tende a rullo non sporgenti e vetrofanie.
6. Le limitazioni di cui al comma precedente possono essere derogate solo in nuovi complessi edilizi, subordinatamente ad un progetto unitario delle insegne, che ne definisca le caratteristiche, le dimensioni, l'altezza dal suolo, ecc.
7. All'interno della zona 1, di cui al precedente art.4.1, in particolare quando trattasi di edifici storici, artistici, di rilevanza architettonica o sottoposti a vincolo monumentale, le insegne devono essere compatibili al contesto in cui si inseriscono ed essere particolarmente curate, nei materiali, nella forma e nei colori; nel caso di impossibilità di collocazione nel sopra-ruce delle vetrine, sono preferibili insegne a lettere scatolate o con messaggi dipinti; soluzioni diverse sono valutate dal dirigente responsabile del settore sportello dell'edilizia ed ufficio P.M., supportato dalla conferenza di servizi dei settori e/o degli enti interessati, da convocarsi ai sensi di legge, coerentemente ai principi del presente piano.
8. le vetrofanie, da applicare sulle vetrine sono sempre ammesse, a condizione che non occupino più del 50% della superficie vetrata .

Art.11.2 - Insegna su tetto

1. E' di tipo "su tetto" l'insegna d'esercizio realizzata su manufatto rigido, anche plurifacciale, supportata da idonea struttura di sostegno, vincolata sulla copertura degli edifici ove risiede l'attività a cui l'insegna si riferisce.
2. La localizzazione è ammessa nelle zone 2 e 3 di cui ai precedenti articoli 4.2 e 4.3, ma solo nel caso di edifici con destinazione prevalentemente non residenziale. E' vietata in tutte le altre zone.
3. I requisiti geometrici e di posizionamento sono i seguenti:

requisito:	deve essere preferibilmente realizzata con lettere singole
dimensioni:	all'esterno del centro abitato: l'ingombro non può superare i 20 mq., qualora la superficie di ciascuna facciata dell'edificio, ove ha sede l'attività, sia superiore a 100 mq, è possibile incrementare la superficie complessiva delle insegne su ogni singola facciata nella misura del 10% della superficie di facciata eccedente 100 mq, fino al limite di 50 mq.; all'interno del centro abitato: l'ingombro deve essere proporzionato ai volumi degli edifici su cui è collocata e pertanto non deve superare in lunghezza il limite del 70% della lunghezza della facciata ed in altezza il limite del 20% dell'altezza dell'edificio e comunque non superiore a 4m,

	fermo restando la coerenza con le linee architettoniche dell'edificio e con il contesto urbano circostante
supporti:	strutture metalliche vincolate alla copertura.
illuminazione:	sia per luce diretta che per luce indiretta

Art.11.3 - Insegna a bandiera

1. E' di tipo "a bandiera", l'insegna d'esercizio posta perpendicolarmente alla parete su cui viene installata.
2. La localizzazione è ammessa in tutte le zone del territorio comunale, di cui alla parte I del capo II.
3. I requisiti geometrici e di posizionamento sono i seguenti:

superficie per facciata:	all'interno del centro abitato: nella zona del centro storico, di cui al precedente art.4.1: non superiore a 1,00 mq.; nelle altre zone: non superiore a 2,5 mq.; all'esterno del centro abitato: non superiore a 6 mq.;
sporgenza dalla facciata, esclusi i supporti:	nella zona 3, di cui al precedente art.4.3: non superiore a 1,5 mt.; nelle altre zone: non superiore a 1 mt.
posizione in facciata:	non ammessa sugli angoli degli edifici, né su pilastri e colonne, né sulle catene dei porticati ad archi.
distanza dall'angolo di edifici:	non inferiore a 0,5 mt.
altezza del margine inferiore:	dalle strade prive di marciapiede: non inferiore a 4,5 mt.; dal suolo privato o da spazi pedonali: non inferiore a 3 mt., per sporgenze comprese tra 0 e 30 cm.; non inferiore a 3,50 mt., per sporgenze superiori a 30 cm.
distanza dal limite della carreggiata:	all'esterno del centro abitato: 3 mt.; all'interno del centro abitato: 0,5 mt.;
illuminazione:	in tutte le zone: diretta o indiretta

4. In ogni caso, per forma e per collocazione, le insegne a bandiera non devono recare disturbo alla viabilità, alterare l'equilibrio delle linee orizzontali e verticali che compongono l'edificio, né occultare elementi architettonici o decorativi.
5. All'interno della zona 1, di cui al precedente art.4.1, in particolare quando trattasi di edifici storici, artistici, di rilevanza architettonica o sottoposti a vincolo monumentale, le insegne devono essere compatibili al contesto in cui si inseriscono ed essere particolarmente curate, nei materiali, nella forma e nei colori, come ad esempio quelle in ferro battuto o quelle con messaggi dipinti; soluzioni diverse sono valutate dal dirigente responsabile del settore sportello dell'edilizia ed ufficio P.M., supportato dalla conferenza di servizi dei settori e/o degli enti interessati, da convocarsi ai sensi di legge, coerentemente ai principi del presente piano.
Per questi casi comunque è vincolante il parere della S.B.A.A.

Art.11.4 - Insegna su palo

1. E' di tipo "su palo", l'insegna d'esercizio realizzata su manufatto di qualsiasi natura, eventualmente anche plurifacciale, sollevata dal suolo e supportata da pali di sostegno, vincolato al terreno nell'area di pertinenza dell'attività a cui l'insegna si riferisce.
2. La localizzazione è ammessa esclusivamente nelle aree di pertinenza dell'attività che sono incluse nelle zone 2 e 3 di cui ai precedenti articoli 4.2 e 4.3, senza possibilità di aggetto sul suolo pubblico.
3. Nel caso di complessi commerciali, artigianali e industriali, quali quelli inclusi nella zona 3 di cui al precedente art.4.3, sono preferibili strutture che raggruppino più insegne purché riferite esclusivamente ad attività esercitate in loco.
4. I requisiti geometrici e di posizionamento sono i seguenti:

superficie per facciata:	zona 2: non superiore a 3mq. Cadauna zona 3: non superiore 10 mq. cadauna
altezza del margine inferiore:	dal suolo carrabile: non inferiore a 4,5 mt.; dal suolo pedonale: non inferiore a 3 mt. in altri casi (es: aiuole): non inferiore a 1,5 mt.
illuminazione:	per luce diretta o indiretta
profondità:	non superiore a 30 cm.
orientamento rispetto al	sia parallelo, che perpendicolare

senso di marcia:	
struttura di sostegno:	di tipo verticale.

5. Le distanze minime delle insegne su palo rispetto ai vari elementi stradali sono quelle prescritte dall'art. 51, commi 2 e 4 del D.P.R. 16.12.1992 n. 495, con la precisazione di cui al comma 5 dello stesso articolo, secondo il quale tali distanze non si applicano alle insegne di esercizio che siano poste parallelamente al senso di marcia dei veicoli ed in aderenza a fabbricati esistenti o ad una distanza dal limite della carreggiata non inferiore a quella prescritta.

Esse sono indicate nella tabella che segue:

distanze in metri applicate nel senso delle singole direttrici di marcia	Strade C con limiti di velocità maggiori di 50 Km/h	Strade D	Strade E- F e Strade C con limiti di velocità non superiori a 50 Km/h
	D.P.R. 495/92 art.51 c.2	D.P.R. 495/92 art.51 c.4	D.P.R. 495/92 art.51 c.4
dal limite della carreggiata	3	1	1
dagli imbocchi delle gallerie	200	100	50
dal punto di tangenza delle curve	100	–	–
prima delle intersezioni	250	50	15
dopo le intersezioni	100	25	10
prima di impianti semaforici	–	50	15
dopo impianti semaforici	–	25	10
prima di segnali di pericolo/ prescrizione	250	50	15
dopo segnali di pericolo/ prescrizione	150	25	10
prima di segnali di indicazione	150	25	10
dopo segnali di indicazione	100	25	10
da altri mezzi o impianti pubblicitari	100	–	–

Le misure in grassetto sono quelle stabilite dal presente piano, in applicazione dell'art .51, comma 4 del D.P.R. 16.12.1992, n.495.

Le strade di tipo C, D, E ed F sono indicate nei precedenti articoli, dal 5.2 al 5.5.

Art.11.5 - Insegna a totem

1. E' di tipo "a totem" l'insegna d'esercizio realizzata su manufatto rigido, eventualmente anche plurifacciale, la cui superficie espositiva ha il margine inferiore appoggiato al suolo, tramite una struttura di sostegno indipendente, ancorata al terreno nella pertinenza dell'attività a cui l'insegna si riferisce.
2. La localizzazione è ammessa esclusivamente nelle aree di pertinenza dell'attività che sono incluse nella zona 2 solo in presenza di una pluralità di esercizi e nella zona 3, di cui al precedente articoli 4.2 e 4.3.
3. Sono preferibili totem che raggruppino più insegne purché riferite esclusivamente ad attività esercitate in loco.
4. I requisiti geometrici e di posizionamento sono i seguenti:

larghezza della base:	in zona 2: non superiore a 2 mt. in zona 3: non superiore a 2,5 mt. Le dimensioni devono essere rapportate al numero delle attività, alle dimensioni ed alle caratteristiche dell'edificio sede dell'attività a cui si riferiscono.
illuminazione:	per luce diretta o indiretta

orientamento rispetto al senso di marcia:	sia parallelo, che perpendicolare
---	-----------------------------------

5. Le distanze minime delle insegne a totem rispetto ai vari elementi stradali sono quelle prescritte dall'art. 51, commi 2 e 4 del D.P.R. 16.12.1992 n. 495, con la precisazione di cui al comma 5 dello stesso articolo, secondo il quale tali distanze non si applicano alle insegne di esercizio che siano poste parallelamente al senso di marcia dei veicoli ed in aderenza a fabbricati esistenti o ad una distanza dal limite della carreggiata non inferiore a quella prescritta.

Esse sono indicate nella tabella che segue:

distanze in metri applicate nel senso delle singole direttrici di marcia	Strade C con limiti di velocità maggiori di 50 Km/h	Strade D	Strade E- F e Strade C con limiti di velocità non superiori a 50 Km/h
	D.P.R. 495/92 art.51 c.2	D.P.R. 495/92 art.51 c.4	D.P.R. 495/92 art.51 c.4
dal limite della carreggiata	3	1	1
dagli imbocchi delle gallerie	200	100	50
dal punto di tangenza delle curve	100	–	–
prima delle intersezioni	250	50	15
dopo le intersezioni	100	25	10
prima di impianti semaforici	–	50	15
dopo impianti semaforici	–	25	10
prima di segnali di pericolo/ prescrizione	250	50	15
dopo segnali di pericolo/ prescrizione	150	25	10
prima di segnali di indicazione	150	25	10
dopo segnali di indicazione	100	25	10
da altri mezzi o impianti pubblicitari	100	–	–

Le misure in grassetto sono quelle stabilite dal presente piano, in applicazione dell'art.51, comma 4 del D.P.R. 16.12.1992, n.495.

Le strade di tipo C, D, E ed F sono indicate nei precedenti articoli, dal 5.2 al 5.5.

Art.11.6 - Insegna su tenda

1. E' "su tenda", l'insegna d'esercizio costituita da una scritta un simbolo o un marchio realizzati su una tenda posta sulla facciata dell'edificio ove ha sede l'attività a cui si riferisce.
2. La localizzazione è ammessa in tutte le zone del territorio comunale, di cui alla parte I del capo II.
3. La tenda su cui realizzare l'insegna, se non è stata precedentemente legittimata con altro atto abilitativo, può essere autorizzata contestualmente al provvedimento di autorizzazione dell'insegna, purchè le sue caratteristiche geometriche e strutturali siano conformi al Regolamento Edilizio.
4. Non è ammessa l'illuminazione.

PARTE II - ALTRI MEZZI PUBBLICITARI

Art.12 – Targhe

1. "Targa" è un mezzo pubblicitario costituito da un manufatto bidimensionale finalizzato alla denominazione di attività professionali, commerciali o di carattere sanitario, installato in aderenza alla parete dell'edificio in cui l'attività si svolge.

2. La targa non deve contenere messaggi pubblicitari, ma unicamente il nome e cognome del professionista o dello studio professionale, con eventuali titoli di studio, orari di apertura, numeri telefonici, e simili.
3. La localizzazione è ammessa in tutte le zone del territorio comunale di cui alla parte I del capo II.
4. I requisiti geometrici e di posizionamento sono i seguenti:

sporgenza dalla facciata:	non superiore ai cm.5
superficie:	non superiore a 1200 cmq
illuminazione:	solo per luce indiretta

5. Non sono ammesse targhe poste perpendicolarmente alla superficie su cui devono essere installate.
6. Non sono ammesse targhe su portali in pietra, su particolari decorazioni di facciata, né sulle colonne dei portici; negli edifici storici o di particolare valore, devono essere consone allo stile architettonico degli stessi.
7. Nel caso di presenza di due o più targhe sulla stessa facciata, è necessario che le stesse siano uniformate per dimensioni, materiali e colori.

Art.13 – Preinsegne (o frecce direzionali)

1. “Preinsegna” è un mezzo pubblicitario costituito da una scritta in caratteri alfanumerici, completata da freccia di orientamento ed eventualmente altri simboli o marchi, realizzata su manufatto rigido, bidimensionale, supportato da idonea struttura di sostegno, finalizzata a pubblicizzare la sede in cui si esercita una determinata attività ed installata in modo da facilitare il reperimento della sede, in prossimità degli incroci compresi entro un raggio di 3 Km dalla sede stessa.
2. La localizzazione è ammessa in tutte le zone di cui alla parte I del capo II.
3. I requisiti geometrici e di posizionamento sono i seguenti:

sagoma:	rettangolare, bidimensionale, bifacciale
dimensioni:	non inferiori (0,70 x 0,20) mq. e non superiori a (1,50 x 0,30) mq.
freccia direzionale	ammessa all'interno della sagoma rettangolare
colori:	fondo: grigio-azzurro (RAL 5024); scritte e simboli: bianchi e/o neri
illuminazione:	non è ammessa, nemmeno con catarifrangenza
altezza dal suolo del margine inferiore	non inferiore a mt.1,5
supporti:	strutture metalliche vincolate al suolo

4. Sono preferibili strutture che raggruppino più preinsegne di uguali dimensioni, fino ad un massimo di 6 per ogni struttura.
5. La distanza massima delle preinsegne prima delle intersezioni è di 100 mt.
6. Le distanze minime delle preinsegne dai vari elementi stradali sono quelle prescritte dall'art.51, commi 2 e 4 del D.P.R. 16.12.1992 n.495, e riportate nella tabella che segue:

distanze minime in metri da applicare nel senso delle singole direttrici di marcia, in funzione dei limiti di velocità prescritti nei singoli tratti stradali.	Strade extraurbane C		Strade extraurbane F e C	
	D.P.R. 495/92, art.51, c.2		D.P.R. 495/92, art.51, c.4	
	con limiti di velocità compresi tra i 70Km/h ed i 90 Km/h	con limiti di velocità compresi tra i 50Km/h ed i 70 Km/h	con limiti di velocità pari o inferiori a 50 Km/h	
dal limite della carreggiata	3	3	1.5	
dagli imbocchi delle gallerie	200	200	100	
prima delle intersezioni	25	25	25	
dal punto di tangenza delle curve	100	100	0	
dai segnali di pericolo	prima	100	100	30
	dopo	50	50	25
dai segnali di	prima	150	150	30

prescrizione	dopo	75	75	25
dai segnali di indicazione	prima	150	140	25
	dopo	85	70	25
da altre preinsegne, mezzi o impianti pubblicitari		100	100	25

La misura in grassetto, riferita alla distanza dal limite della carreggiata, è stabilita dal presente piano, in applicazione dell'art. 51, comma 4 del D.P.R. 16.12.1992 n.495.

Le misure indicate in grassetto corsivo, sono stabilite dal presente piano, in applicazione della facoltà di deroga ammessa dell'art. 51 comma 13 del D.P.R. 16.12.1992 n.495.

Art.14 - Segnali turistici e di territorio

1. Il "Segnale turistico e di territorio" è un segnale stradale verticale di indicazione e di direzione, costituito da una scritta in caratteri alfanumerici, completata da freccia di orientamento, ed eventualmente da simboli o marchi, realizzato su manufatto bidimensionale, utilizzabile su una sola o su entrambe le facce, supportato da idonea struttura di sostegno ancorata al suolo, finalizzato a fornire agli utenti della strada l'indicazione per l'individuazione di itinerari turistici e di territorio .
2. I segnali turistici e di territorio sono normati dall'art.39 del D.L.vo 30.4.1992, n. 285 e dall'art.134 del D.P.R. 16.12.1992, n. 495; le relative indicazioni possono essere inserite nei segnali di cui agli artt.127, 128, 130 e 131 del D.P.R. 16.12.1992, n. 495.
3. I segnali turistici e di territorio si distinguono in temporanei o permanenti a seconda del tipo di messaggio:
 - a. segnali temporanei sono segnali che possono riportare indicazioni relative a percorsi di avvicinamento a luoghi di manifestazioni e mostre, limitatamente alla durata delle stesse;
 - b. segnali permanenti sono segnali che possono riportare:
 - indicazioni turistiche;
 - indicazioni territoriali;
 - indicazioni di luoghi di pubblico interesse;
 - indicazioni alberghiere e ricettive;
 - indicazioni relative a zone o complessi industriali, artigianali e/o commerciali.
 - indicazioni relative a singole attività industriali, artigianali e commerciali, con le precisazioni di cui al successivo comma 5.
4. La localizzazione è ammessa in tutte le zone del territorio comunale di cui alla parte I del capo II sulle strade che conducono direttamente al luogo da reperire.
5. Sono preferibili strutture che raggruppino più segnali di uguali dimensioni, fino ad un massimo di 6 per ogni struttura; qualora fosse necessario installare un numero di segnali maggiore, gli stessi devono essere frazionati in più gruppi, con le modalità di cui all'art. 128 del D.P.R. 16.12.1992, n. 495.
6. All'interno di aree o complessi commerciali, artigianali o industriali, in cui è riconosciuta un'effettiva difficile reperibilità dei luoghi, i segnali relativi alle singole attività, possono essere ammessi anche in vie diverse da quelle di diretto accesso alle stesse.
7. I requisiti geometrici e di posizionamento sono:

sagoma:	bidimensionale, bifacciale: dentro il centro abitato: rettangolare fuori dal centro abitato: rettangolare con punta di freccia (art.128 del D.P.R. 16.12.1992, n.495)
dimensioni:	non inferiori (0,70 x 0,20) mq. e non superiori a (1,50 x 0,30) mq.
freccia direzionale:	dentro il centro abitato: obbligatoria all'interno della sagoma rettangolare fuori dal centro abitato: non ammessa
colori:	marrone, bianco, nero e giallo, combinati in base all'art.78 del D.P.R. 16.12.1992 n.495. E' ammessa la riproduzione con grafica propria delle parole e dei simboli che contraddistinguono il logotipo delle attività.
illuminazione:	obbligatoriamente con catarifrangenza
altezza del margine inferiore:	dal marciapiede: non inferiore a 2,20 mt
distanza dal limite	mt. 0,50 sia all'interno che all'esterno del

della carreggiata:	centro abitato.
--------------------	-----------------

8. L'installazione non deve limitare la percezione dei segnali stradali; in ogni caso devono essere rispettate le disposizioni del D.L.vo 30.4.1992, n. 285 e del D.P.R. 16.12.1992, n. 495.
9. E' vietata qualsiasi forma di indicazione direzionale diversa.

Art.15 - Mezzi pubblicitari nelle stazioni di servizio carburanti

1. Le insegne di esercizio relative alle stazioni di servizio carburanti, sia all'esterno che all'interno del centro abitato, devono osservare le disposizioni di cui all'art. 23, comma 7, D.L.vo 30.4.1992 n.285 e all'art. 51, comma 7, del D.P.R. 16.12.1992 n. 495, nonché i requisiti geometrici e di posizionamento relativi alle insegne di esercizio di cui alla parte I del presente capo.
2. Nell'area occupata dalle stazioni di servizio di carburanti, esclusivamente all'esterno del centro abitato, possono essere installati mezzi pubblicitari diversi dalle insegne di esercizio attinenti ai servizi prestati presso la stazione o l'area di parcheggio, con le seguenti prescrizioni:
 - – non occupino il fronte stradale o le zone di accesso all'area di servizio;
 - – siano costituiti da pannelli rigidi, bidimensionali e bifacciali, ancorati al suolo mediante strutture di sostegno;
 - – siano costituiti da materiali non deperibili, resistenti agli agenti atmosferici e di facile manutenzione, nonché messi in opera in modo da resistere alla spinta del vento;
 - – la superficie massima sia di 6 mq.

Art.16 - Elementi pubblicitari per l'arredo urbano

1. La pubblicità sugli elementi di arredo urbano è subordinata alle specifiche previsioni progettuali negli ambiti della manutenzione dell'adeguamento e della trasformazione degli spazi pubblici; l'ammissibilità o meno di forme pubblicitarie sugli elementi di arredo, e la definizione delle caratteristiche geometriche, del posizionamento rispetto ai vari elementi territoriali e dei formati è pertanto demandata a studi progettuali di dettaglio, finalizzati al miglioramento della qualità ed alla tutela della sicurezza urbana, la cui congruità deve essere valutata in sede di conferenza di servizi tra gli enti e i settori coinvolti, da convocarsi ai sensi di legge e la cui approvazione spetta agli organismi competenti in materia di opere pubbliche (si veda anche il successivo art. 31).
2. La localizzazione è ammessa in tutte le zone del territorio comunale, di cui alla parte I del capo II.
3. Gli elementi di arredo urbano possono supportare l'affissione periodica di manifesti o forme di pubblicità permanente, sia a messaggio fisso che variabile.
4. Le distanze minime di tali manufatti rispetto ai vari elementi stradali sono quelle riportate nel successivo articolo 18.

CAPO IV - IMPIANTI PUBBLICITARI

Art.17 - Definizione di impianto pubblicitario

1. "Impianto pubblicitario" è qualunque struttura, rigida o no, idonea ad esporre messaggi per la diffusione di contenuti relativi sia all'esercizio di attività economiche che ad iniziative di interesse pubblico o prive di rilevanza economica.
2. Gli impianti pubblicitari vengono classificati in base al tempo di permanenza sul territorio ed in funzione della modalità di esposizione del messaggio, nelle seguenti categorie:
 - **impianti pubblicitari temporanei**, installati provvisoriamente in relazione ad eventi temporanei e poi **rimossi** al terminare degli stessi;
 - **impianti pubblicitari per affissioni**, installati stabilmente per l'esposizione di manifesti;
 - **impianti per pubblicità permanente**, installati stabilmente per l'esposizione di messaggi pubblicitari permanenti.

Art.18 - Gruppo omogeneo di impianti pubblicitari

1. Si definisce "gruppo omogeneo di impianti pubblicitari" un insieme di impianti pubblicitari aventi le medesime caratteristiche tipologiche, strutturali, di illuminazione e di formato, posizionati sul territorio secondo una precisa sequenza geometrica e con medesimi allineamenti, orientamenti ed altezze rispetto al suolo. La presenza di elementi territoriali di rilevanza urbana o ambientale determina l'interruzione della suddetta sequenza.

2. La progettazione della pubblicità per “gruppi omogenei” è sempre prescritta nell’ambito dei piani e dei progetti di trasformazione urbana di cui al successivo art. 31; all’esterno dei suddetti ambiti, le installazioni devono comunque tendere, nei limiti del possibile, alla costituzione di gruppi omogenei.

Art.19 - Regole generali per la localizzazione

1. Per tutte le tipologie degli impianti pubblicitari temporanei e permanenti valgono le norme generali circa le caratteristiche tecnico- esecutive, le limitazioni ed i divieti di installazione, di cui al capo V.
2. Le prescrizioni circa la localizzazione, le caratteristiche geometriche, i formati e le regole di posizionamento come l’altezza dal suolo, gli orientamenti rispetto ai vari elementi territoriali, vengono invece specificate per ognuna delle singole tipologie di cui alle parti I, II e III del presente capo.
3. Le distanze minime degli impianti pubblicitari rispetto ai vari elementi stradali, sono quelle prescritte dall’art. 51, commi 2 e 4, del D.P.R. 16.12.1992, n.495 e sono indicate nella tabella che segue, con la precisazione di cui al comma 6 dello stesso articolo, secondo il quale tali distanze, ad eccezione di quelle relative alle intersezioni, non si applicano per gli impianti posti in direzione parallela al senso di marcia dei veicoli e posti in aderenza, per tutta la loro superficie, a fabbricati; in ogni caso, gli impianti fissati al suolo, ad una distanza inferiore a 15m dal bordo della carreggiata e posti in posizione perpendicolare al senso di marcia dei veicoli, devono rispettare le distanze indicate nella tabella seguente:

Tabella delle distanze per gli impianti pubblicitari:

distanze in metri applicate nel senso delle singole direttrici di marcia	strade C con limiti di velocità maggiori di 50 Km/h		strade D e strade E		strade F e strade C con limiti di velocità non superiori a 50 Km/h	
	Perpend.	Parallele	Perpend.	Parallele	Perpend.	Parallele
	D.P.R. 495/92 art.51c.2	D.P.R. 495/92 art.51c.6	D.P.R. 495/92 art.51 c.4	D.P.R. 495/92 art.51c.4 e c.6	D.P.R. 495/92 art.51 c.4	D.P.R. 495/92 art.51c.4 e c.6
dal limite della carreggiata	3	3	1.5	1.5	1.5	1.5
dagli imbocchi delle gallerie	200	--	100	--	100	--
dal punto di tangenza delle curve	100	--	-	-	-	-
prima delle intersezioni	250	250	50	25	30	25
dopo le intersezioni	100	100	25	25	25	25
prima degli impianti semaforici	--	--	50	--	30	--
dopo gli impianti semaforici	--	--	25	--	25	--
prima di segnali di pericolo/prescrizione	250	--	50	--	30	--
dopo segnali di pericolo/prescrizione	150	--	25	--	25	--
prima di segnali di indicazione	150	--	25	--	25	--
dopo segnali di indicazione	100	--	25	--	25	--
da altri mezzi o impianti pubblicitari ad eccezione delle insegne d’esercizio	100	20	25	20	25	20
tra impianti appartenenti ad una sequenza di massimo 3 elementi	100	--	25	--	25	--
tra sequenze di impianti omogenei	100	35	25	35	25	35

Le misure in grassetto sono stabilite dal presente piano, in applicazione dell’art.51, comma 4, del D.P.R. 16.12.1992, n.495.

Le strade C, D, E ed F sono indicate nel precedente articolo 5.

PARTE I – IMPIANTI PUBBLICITARI TEMPORANEI

Art.20 - Definizione di impianto pubblicitario temporaneo

1. “Impianto pubblicitario temporaneo” è un manufatto, ad una o più facce, avente una struttura di sostegno da fissare al suolo o ad edificazioni e finalizzato all’esposizione di messaggi correlati ad eventi di durata limitata, quali manifestazioni, spettacoli, mostre, fiere, iniziative di tipo culturale, istituzionale o per iniziative commerciali. Tale impianto viene installato provvisoriamente a seguito di un provvedimento autorizzativo, la cui validità è limitata al periodo di svolgimento dell’evento a cui si riferisce. Il periodo non può essere superiore a 90 giorni, salvo durata superiore per manifestazioni culturali e sportive. In tutti i casi, l’installatore deve rimuovere gli impianti entro sette giorni dal termine dell’evento.

Art.21 - Tipologie e formati

1. Le tipologie ed i formati ammessi per gli impianti pubblicitari temporanei sono indicate negli articoli seguenti.

Art.21.1 – Striscione

1. “Striscione” è un impianto pubblicitario temporaneo consistente in un manufatto bidimensionale costituito da materiali di qualsiasi natura, privo di rigidità, sostenuto unicamente da funi opportunamente dimensionate, situato su vie o piazze. Ai sensi dell’art.51, comma 10, del D.P.R. 16.12.1992 n.495, l’esposizione di striscioni è ammessa sia per la promozione di manifestazioni e spettacoli che per la promozione di iniziative commerciali.
2. La localizzazione di striscioni è ammessa nelle zone 1, 2, 3 di cui ai precedenti articoli 4.1, 4.2, 4.3 .
3. Nella zona 1 gli striscioni, sono ammessi unicamente per manifestazioni culturali e spettacoli.
4. Le caratteristiche geometriche della superficie espositiva sono le seguenti:

dimensione in altezza:	non superiore a 1,20 mt
orientamento:	nelle strade: trasversalmente nelle piazze: parallelamente ai lati delle stesse
altezza minima dal suolo:	5,10 mt.

5. Le distanze minime di questa tipologia di impianto dai vari elementi territoriali sono indicate nella tabella di cui al comma 3 del precedente art.18, con la precisazione che per striscioni posti trasversalmente alle strade si considerano le distanze per impianti posti in direzione perpendicolare al senso di marcia, mentre per striscioni posti lungo i lati delle piazze si considerano le distanze per impianti posti in direzione parallela al senso di marcia.
6. I punti di ancoraggio degli striscioni possono essere autorizzati su diverse strutture esistenti, previo ottenimento del consenso dei proprietari delle strutture interessate, o su sostegni opportunamente progettati, mentre sono vietati sui pali della pubblica illuminazione, sui sostegni della segnaletica stradale e sugli alberi.

Art.21.2 – Gonfalone

1. “Gonfalone” è l’impianto pubblicitario temporaneo consistente in un manufatto bidimensionale costituito da materiali privi di rigidità, sostenuto da una struttura vincolata al suolo, finalizzato alla promozione di manifestazioni, spettacoli o iniziative commerciali (art.51, comma 10, del D.P.R. 16.12.1992 n.495).
2. La localizzazione di gonfaloni è ammessa nelle zone 1, 2, 3 di cui ai precedenti articoli 4.1, 4.2, 4.3 .
3. Nella zona 1 l’esposizione di gonfaloni è ammessa unicamente per la promozione pubblicitaria di manifestazioni e spettacoli; nelle zone 2 e 3, l’esposizione di gonfaloni è ammessa anche per il lancio di iniziative commerciali.
4. Le caratteristiche geometriche del supporto espositivo sono le seguenti:

superficie massima:	6 mq.
altezza minima dal suolo	0,70 mt.
altezza minima da marciapiedi	2,10 mt.
altezza minima da sedi viarie	5,10 mt.

5. Le distanze minime di queste tipologie di impianto dai vari elementi territoriali sono indicate nella tabella di cui al comma 3 del precedente art.18.

Art.21.3 – Cartello pubblicitario di cantiere

1. “Cartello pubblicitario di è un impianto temporaneo costituito da un pannello bidimensionale, monofacciale, avente una struttura di sostegno fissata al suolo o ancorata ad edificazioni, posto nell’area di pertinenza di un cantiere edile, finalizzato all’esposizione di messaggi pubblicitari riferiti all’intervento edilizio in corso di esecuzione, ad eventi temporanei o a temi diversi. La durata dell’impianto è stabilita dal dirigente responsabile del settore sportello dell’edilizia ed ufficio P.M. in relazione alla normale durata dei lavori del cantiere. Decorsa detta durata l’impianto deve essere rimosso.
2. La localizzazione di cartelli pubblicitari di cantiere è ammessa nelle zone 1, 2, 3 di cui ai precedenti articoli 4.1, 4.2, 4.3 .
3. Le caratteristiche geometriche sono le seguenti:

sagoma	rettangolare
superficie	Zona 1: non superiore a 8 mq. Zone 2, 3: non superiore a 18 mq.
supporti	su pali o strutture edificate.
altezza da suolo	non inferiore a 1,50 mt.

4. Il cartello informativo dei lavori edili, riportante i dati del committente, del direttore dei lavori e dell’impresa costruttrice, le cui dimensioni non devono essere inferiori a (1,00 x 0,70) mq, può essere integrato al cartello pubblicitario della realizzazione edilizia in corso di esecuzione; in tal caso, la superficie complessiva non può superare i 9 mq. per la zona 1 e i 20 mq. per le zone 2 e 3.
5. Le distanze minime da applicare rispetto ai vari elementi territoriali sono indicate nella tabella di cui al comma 3 del precedente art.18.

Art.21.4 - Telone pubblicitario

1. Il “telone pubblicitario” è un impianto pubblicitario temporaneo, consistente in un manufatto bidimensionale costituito da materiali di qualsiasi natura, privo di rigidità, mancante di superficie d’appoggio sostenuto da una struttura rigida vincolata a ponteggi di cantiere o a facciate cieche di costruzioni, finalizzato all’esposizione di messaggi pubblicitari di qualunque natura.
I teloni vincolati a facciate di edifici non interessati da cantiere e quindi privi di ponteggi, sono ammessi soltanto nel caso in cui i messaggi riguardino eventi temporanei culturali.
La durata dell’impianto è stabilita dal dirigente responsabile del settore sportello dell’edilizia e delle imprese in relazione alla durata delle opere edilizie, che devono essere legittimate da regolare atto abilitativo, oppure in relazione alla durata dell’evento temporaneo.
2. La localizzazione di teloni pubblicitari è ammessa nelle zone 1, 2, 3 di cui ai precedenti articoli 4.1, 4.2, 4.3 .
3. Caratteristiche geometriche: nella zona 1, di cui al precedente art. 4.1, il telone deve coprire l’intera parete dell’edificio o del ponteggio e la sua superficie deve essere occupata almeno per il 60% dalla simulazione in scala reale della facciata dell’edificio, mentre la restante percentuale può essere utilizzata per i messaggi pubblicitari.
Nelle altre zone non sono previste limitazioni circa le percentuali di utilizzo;
Le disposizioni del presente comma non si applicano ai teloni riguardanti eventi temporanei culturali.
4. Il telaio di sostegno deve essere opportunamente dimensionato e vincolato alla struttura in elevazione nel rispetto delle prescrizioni di cui al successivo art.27.
5. Le distanze minime di questa tipologia di impianto dai vari elementi territoriali sono indicate nella tabella di cui al comma 3 del precedente art.18.

Art.21.5 – Locandina o impianto temporaneo di propaganda

1. Si definisce “Locandina o impianto temporaneo di propaganda” qualunque impianto pubblicitario temporaneo non individuabile secondo le definizioni di cui ai precedenti articoli dal 20.1 al 20.6, costituito da materiali di qualsiasi natura sostenuto da cavalletti o strutture precarie ed appoggiato al suolo o ad edificazioni, finalizzato alla promozione di manifestazioni, spettacoli, prodotti, attività o iniziative commerciali.
2. La localizzazione di questo tipo di impianti è vietata su tutto il territorio comunale, per ragioni di tutela della pubblica e privata incolumità, del verde, dell’arredo urbano, delle pertinenze stradali e degli spazi pubblici in generale .

3. L'esposizione di questo tipo di impianti è autorizzata solo all'interno di attività commerciali o in aree e spazi pubblici e/o aperti al pubblico

Art.21.6 - Veicoli pubblicitari

1. Per la pubblicità sui veicoli valgono le disposizioni di cui all'art. 23, comma 2, del D.L.vo 30.4.1992, n. 285 e di cui all'art. 57 del D.P.R. 16.12.1992 n.495; essa può essere effettuata solo mediante autoveicoli speciali omologati ai sensi dell'art. 203, comma 1, lettera q), del D.P.R. 16.12.1992 n.495.
2. La localizzazione dei veicoli pubblicitari è ammessa negli spazi in cui è consentita la sosta o in aree diverse, esclusivamente nelle zone 2, 3 di cui agli articoli 4.2, 4.3, previo ottenimento di specifica autorizzazione, rilasciata dal settore sportello dell'edilizia ed ufficio P.M.; tale atto, in caso di sosta su aree pubbliche, vale anche come autorizzazione per l'occupazione del suolo pubblico.
3. Le distanze minime di tali veicoli rispetto ai vari elementi stradali sono quelle riportate nella tabella di cui all'articolo 18.

PARTE II – IMPIANTI PER AFFISSIONI

Art.22 - Definizione di impianto pubblicitario per affissioni

1. "Impianto pubblicitario per affissioni" è un manufatto bidimensionale, mono o bi-facciale, avente una struttura di sostegno fissata al suolo o ancorata ad edificazioni, come recinzioni e facciate cieche di edifici, installato stabilmente come supporto per l'esposizione di manifesti.
2. Il pannello espositivo deve essere costituito da una plancia e da una cornice in lamiera zincata, in vetroresina o altro materiale, purché di tipo rigido e non deperibile, resistente agli agenti atmosferici e di facile manutenzione.

Art.23 – Formati

1. I formati ammessi per i pannelli espositivi, al netto delle cornici, degli impianti per affissione sono fondati sul modulo del foglio standard 70 cm x 100 cm; essi sono indicati nell'elenco che segue e nelle schede grafiche di cui all'allegato E:

Formato F2

Numero fogli: 2
Dimensioni (cm.): 100 x 140;
Superficie (mq.) 1,40
Orientamento: verticale e orizzontale

Formato F4

Numero fogli: 4
Dimensioni (cm.): 140 x 200;
Superficie (mq.) 2,80
Orientamento: verticale e orizzontale

Formato F8

Numero fogli: 8
Dimensioni(cm.): 280 x 200;
Superficie (mq.) 5,60
Orientamento: solo orizzontale

Formato F16

Numero fogli: 16
Dimensioni (cm.): 400 x 280
Superficie (mq.) 11,20
Orientamento: solo orizzontale

Formato F24

Numero fogli: 24
Dimensioni (cm.): 600 x 280
Superficie (mq.) 16,80
Orientamento: solo orizzontale

Art.24 – Tipologie

1. Le tipologie ammesse per gli impianti per affissioni sono indicate negli articoli seguenti e nelle schede grafiche di cui all'allegato E.

Art.24.1 – Tabella

1. “Tabella” è un impianto pubblicitario bidimensionale, monofacciale, costituito da una plancia, da una cornice e da una struttura di sostegno ancorata ad edificazioni, installato stabilmente come supporto per l'esposizione di manifesti.
2. La localizzazione di tabelle per affissioni è ammessa nelle strade di classe I e di classe II elencate nei precedenti articoli 6.1 e 6.2, in presenza di edificazioni fisse, non di pregio, aventi altezza minima di 3 m. e comprese nelle zone 1, 2, 3 di cui ai precedenti articoli 4.1, 4.2, 4.3.
4. La direzione rispetto al senso di marcia della strada coincide con quella della costruzione a cui la tabella viene ancorata.
5. Caratteristiche geometriche della plancia espositiva:

formati ammessi nelle varie zone:	zona 1: F2 zone 2, 3: F2, F4, F8.
altezza minima dal suolo	0,70 mt. fino a spessore 10 cm.
altezza minima dal suolo per impianti a parete con cassonetti luminosi o a messaggio variabile	3,5 mt per spessore >10 cm. e < 30 cm. in presenza di marciapiede 4,50 mt in assenza di marciapiede
spessore massimo	30 cm

6. Le distanze minime di questa tipologia di impianto dai vari elementi territoriali sono indicate nella tabella di cui al comma 3 del precedente art.18.
7. La collocazione delle tabelle per affissioni deve avvenire preferibilmente all'interno di vani esistenti sul muro della costruzione a cui devono essere ancorate; in particolare, quando trattasi di edifici storici, artistici, di rilevanza architettonica o sottoposti a vincolo monumentale, esse devono essere particolarmente curate, nel rispetto di eventuali prescrizioni dettate dall'ente preposto alla tutela dell'eventuale vincolo e dal dirigente responsabile del settore sportello dell'edilizia ed ufficio P.M., supportato dalla conferenza di servizi tra i settori e/o gli enti interessati, da convocarsi ai sensi di legge, e comunque nel rispetto dei principi generali del piano.

Art.24.2 – Stendardo

1. “Stendardo” è un impianto pubblicitario bidimensionale, mono o bi-facciale, costituito da una plancia, da una cornice e da una struttura di sostegno ancorata al suolo, installato stabilmente come supporto per l'esposizione di manifesti.
 - La localizzazione di stendardi per affissioni è ammessa nelle strade di classe I e di classe II nei precedenti articoli 6.1 e 6.2.
 - Il posizionamento è ammesso esclusivamente per i tratti dei margini delle suddette strade che siano adiacenti alle zone 1, 2, 3, di cui ai precedenti artt. 4.1, 4.2, 4.3.
2. Caratteristiche geometriche della plancia espositiva:

formati ammessi nelle varie zone:	zona 1 F4 zona 2, 3:,F4, F8,
altezza minima dal suolo	0,70 mt.
altezza dal suolo del margine inferiore per orientamento perpendicol. alla strada	
- dal suolo pedonale/ciclabile:	2,20 mt.
- in altri casi (es-. aiuole):	1,50 mt.
spessore massimo	30 cm

3. E' ammessa l'aggregazione di due stendardi supportanti il formato F4 verticale in un'unica struttura; in tal caso l'impianto viene denominato stendardo gemellato.
4. Nelle strade di classe I, il posizionamento della plancia espositiva deve avvenire parallelamente al senso di marcia dei veicoli e la struttura di sostegno deve essere costituita da due pali, posti alle estremità del pannello espositivo, la cui sezione sia contenuta in un'area quadrata avente lato massimo di 15cm.;
5. Nelle strade di classe II il posizionamento della plancia espositiva deve avvenire perpendicolarmente al senso di marcia dei veicoli e la struttura di sostegno deve essere costituita da un palo verticale, la cui sezione sia contenuta in un'area quadrata avente lato massimo di 20 cm;

6. Soluzioni diverse potranno essere valutate solo nell'ambito di progetti di dettaglio, coerentemente con gli indirizzi e le prescrizioni contenute nel precedente capo II e conformemente a quanto previsto nel successivo art. 31.
7. Le distanze minime di questa tipologia di impianto dai vari elementi territoriali sono indicate nella tabella di cui al comma 3 del precedente art.18.
8. Nel caso in cui esistano costruzioni fisse o muri a distanze dalla carreggiata inferiori a quelle prescritte, il posizionamento di impianti paralleli alla carreggiata è ammesso in aderenza con tali edificazioni.

Art.24.3 – Poster

1. “Poster” è un impianto pubblicitario bidimensionale, mono o bi-facciale, costituito da una plancia, da una cornice e da una struttura di sostegno ancorata al suolo o ad edificazioni, installato stabilmente come supporto per l'esposizione di manifesti di grande formato.
2. La localizzazione di poster per affissioni è ammessa nelle strade delle classi I, II, elencate nei precedenti articoli 6.1, 6.2, esclusivamente per i tratti dei margini stradali adiacenti alle zone 2 e 3 (di cui ai precedenti artt. 4.2, 4.3) e preferibilmente in ancoraggio o in aderenza a recinzioni di tipo chiuso prive di rivestimenti o a pareti cieche di edifici non di pregio.
3. Caratteristiche geometriche della plancia espositiva:

formati ammessi nelle varie zone:	Zone 3 : F16, F24
altezza minima dal suolo	0,70 mt.
altezza dal suolo del margine inferiore per orientamento perpendicol. alla strada	
- dal suolo pedonale/ciclabile:	2,20 mt.
- in altri casi (es- aiuole):	1,50 mt.
spessore massimo	30 cm

4. Nelle strade di classe I, il posizionamento della plancia espositiva deve avvenire parallelamente al senso di marcia dei veicoli e la struttura di sostegno deve essere costituita da due pali, posti alle estremità del pannello espositivo.
5. Nelle strade di classe II il posizionamento della plancia espositiva deve avvenire perpendicolarmente al senso di marcia dei veicoli e la struttura di sostegno deve essere costituita da un palo verticale.
6. Soluzioni diverse potranno essere valutate solo nell'ambito di progetti di dettaglio, coerentemente con gli indirizzi e le prescrizioni contenute nel precedente capo II e conformemente a quanto previsto nel successivo art. 31.
7. Le distanze minime di questa tipologia di impianto dai vari elementi territoriali sono indicate nella tabella di cui al comma 3 del precedente art.18.
8. Nel caso in cui esistano costruzioni fisse o muri a distanze dalla carreggiata inferiori a quelle prescritte, il posizionamento di impianti paralleli alla carreggiata è ammesso in allineamento con tali edificazioni.

PARTE III – IMPIANTI PER PUBBLICITÀ PERMANENTE

Art.25 - Definizione di impianto per pubblicità permanente

1. “Impianto per pubblicità permanente” è un manufatto bidimensionale, mono o bi-facciale, avente una struttura di sostegno fissata al suolo o ancorata ad edificazioni e installato stabilmente come supporto per l'esposizione di messaggi pubblicitari permanenti.

Art.26 – Formati

1. I formati ammessi per i pannelli espositivi degli impianti per la pubblicità permanente sono indicati nell'elenco che segue e nelle schede di cui all'allegato E:

Formato C2

Dimensioni (cm.) 100 x 150;

Superficie (mq.) 1,50

Orientamento orizzontale e verticale

Formato C4

Dimensioni (cm.) 200 x 150

Superficie (mq.) 3,00

Orientamento orizzontale e verticale

Formato C6

Dimensioni (cm.) 200 x 200

Superficie (mq.) 4,00

Orientamento –

Formato C8

Dimensioni (cm.) 300 x 200;

Superficie (mq.) 6,00

Orientamento solo orizzontale

Formato C16

Dimensioni (cm.) 400 x 300;

Superficie (mq.) 12,00

Orientamento solo orizzontale

Formato C24

Dimensioni (cm.) 600 x 300;

Superficie (mq.) 18,00

Orientamento solo orizzontale

Art.27 – Tipologie

1. Le tipologie ammesse per gli impianti per pubblicità permanente sono indicate negli articoli seguenti e nelle schede grafiche di cui all'allegato E.

Art.27.1 - Pannello pubblicitario

1. "Pannello pubblicitario" è un impianto pubblicitario bidimensionale, monofacciale, costituito da una plancia, da una eventuale cornice e da una struttura di sostegno ancorata o posta in aderenza ad edificazioni, installato stabilmente come supporto per l'esposizione di messaggi pubblicitari permanenti.
2. La localizzazione di pannelli per pubblicità permanente è ammessa nelle strade delle zone 1, 2 e 3 elencate nel precedente articolo 4, in presenza di edificazioni fisse, non di pregio, aventi altezza minima di 3 mt.
3. La direzione rispetto al senso di marcia della strada coincide con quella della costruzione a cui il pannello viene ancorato.
4. Caratteristiche geometriche della plancia espositiva:

formati ammessi nelle varie zone:	Zona 1: C2, zona 2: C2, C4, C6 e C8 zone 3: C4, C6, C8, C16 e C24;
altezza minima dal suolo	0,70 mt.
altezza minima dal suolo per impianti a parete con cassonetti luminosi o a messaggio variabile	3,5 mt
spessore massimo	30 cm

5. I formati indicati nel precedente comma 4, possono essere derogati in funzione della superficie della facciata cieca. In particolare, si prevede che l'impianto possa occupare fino al 70% della parete.
6. per ogni parete è ammesso un solo pannello, ad eccezione per i casi di edifici produttivi o commerciali con facciate di grande estensione o per le recinzioni cieche, ove e' possibile posizionare sequenze di pannelli, parallelamente al senso di marcia dei veicoli, fino ad un massimo di tre elementi per ogni sequenza.
7. Le distanze minime di questa tipologia di impianto dai vari elementi territoriali sono indicate nella tabella di cui al comma 3 del precedente art.18;
8. La collocazione dei pannelli murali deve avvenire preferibilmente all'interno di vani esistenti sul muro della costruzione a cui devono essere ancorati; in particolare, quando trattasi di edifici storici, artistici, di rilevanza architettonica o sottoposti a vincolo monumentale, essi devono essere particolarmente curati, nel rispetto di eventuali prescrizioni dettate dall'ente preposto alla tutela dell'eventuale vincolo e dal dirigente responsabile del settore sportello dell'edilizia ed ufficio P.M., supportato dalla

conferenza di servizi dei settori e/o enti interessati, da convocarsi ai sensi di legge, e comunque nel rispetto dei principi generali del presente piano.

Art.27.2 – Cartello pubblicitario

1. “Cartello pubblicitario” è un impianto pubblicitario bidimensionale, mono o bi-facciale, costituito da una plancia, da una eventuale cornice e da una struttura di sostegno ancorata al suolo, installato stabilmente come supporto per l’esposizione di messaggi pubblicitari fissi.
2. L’esposizione del “Cartello pubblicitario” è ammessa nella zona 1,2 e 3 (artt. 4.1,4.2 e 4.3).
3. Caratteristiche geometriche della plancia espositiva:

Formati ammessi nelle varie zone per orientamento parallelo alla strada :	zona 1: C2 ; zona 2: C2, C4, C6 zona 3: C2, C4, C8, C16 e C24;
altezza dal suolo del margine inferiore per orientamento parallelo alla strada :	0,70 mt.
Formati ammessi nelle varie zone per orientamento perpendicolare alla strada :	zona 2: C4, C6, C8 zone 3: C4, C6,C8, C16, C24;
altezza dal suolo del margine inferiore, per orientamento perpendicolare alla strada , dal suolo pedonale/ciclabile.	2,20 mt. 1,50 mt.
spessore massimo	30 cm

4. Nelle strade della zona 1 e 2 il posizionamento della plancia espositiva deve avvenire parallelamente al senso di marcia dei veicoli e la struttura di sostegno deve essere costituita da due pali, posti alle estremità del pannello espositivo.
5. Nelle strade della zona 3 il posizionamento della plancia espositiva deve avvenire perpendicolarmente al senso di marcia dei veicoli e la struttura di sostegno deve essere costituita da un palo verticale, la cui sezione sia contenuta in un’area quadrata avente lato massimo di 20 cm;
6. Soluzioni diverse potranno essere valutate solo nell’ambito di progetti di dettaglio, coerentemente con gli indirizzi e le prescrizioni contenute nel precedente capo II e conformemente a quanto previsto nel successivo art. 31.
7. Le distanze minime di questa tipologia di impianto dai vari elementi territoriali sono indicate nella tabella di cui al comma 3 del precedente art.18.

Art. 27.3 – Insegne pubblicitarie su tetto

1. “Insegna pubblicitaria” è un impianto pubblicitario monofacciale o plurifacciale, a lettere scatolate singole, la cui struttura di sostegno è ancorata alla sommità di edificazioni ubicate in un luogo diverso dalla sede del soggetto reclamizzato.
2. La localizzazione delle insegne pubblicitarie è ammessa soltanto su edifici adibiti ad attività commerciale e comunque in zone che non siano soggette a vincoli paesaggistico-ambientali (zona 3 vedi art. 4.3)
3. La direzione dell’insegna deve essere parallela a quella della facciata dell’edificio, indipendentemente da come esso si collocato rispetto alle strade circostanti.
4. Caratteristiche geometriche:

requisito:	deve essere realizzata con lettere singole
dimensioni:	l’ingombro deve essere proporzionato ai volumi degli edifici su cui è collocata e pertanto non deve superare in lunghezza il limite del 70% della lunghezza della facciata ed in altezza il limite del 20% dell’altezza dell’edificio e comunque non superiore a 4m, fermo restando la coerenza con le linee architettoniche dell’edificio e con il contesto urbano circostante
supporti:	strutture metalliche vincolate alla copertura
illuminazione:	sia per luce diretta che per luce indiretta

CAPO V - CARATTERISTICHE TECNICO-ESECUTIVE, AUTORIZZAZIONI, LIMITAZIONI E DIVIETI

Art.28 – Caratteristiche strutturali e materiche

1. I mezzi e gli impianti pubblicitari e le relative strutture di sostegno devono essere progettati e realizzati con materiali non deperibili e di facile manutenzione, nonché messi in opera in modo da resistere alla spinta del vento ed agli altri agenti atmosferici. Per garantire un elevato grado di sicurezza delle strutture ed un buono stato di conservazione dei mezzi e degli impianti pubblicitari, è necessaria una manutenzione periodica degli stessi, a cura e spese del titolare del provvedimento autorizzativo.
Qualora le suddette strutture costituiscano manufatti la cui realizzazione e posa in opera sia regolamentata da specifiche norme, l'osservanza delle stesse deve essere documentata. L'installatore deve rilasciare dichiarazione che attesti il rispetto dei requisiti sopra citati e la regolare esecuzione dell'impianto. In particolare, per gli impianti con superfici superiori a 25 mq, devono essere rispettate le prescrizioni di cui agli articoli 64, 65 e 67 del D.P.R. 6.6.2001 n.380.
2. In caso di assenza del marciapiede, le insegne a bandiera devono essere poste ad un'altezza minima da terra non inferiore a mt. 4,50 e sporgere dal filo di costruzione dell'edificio (esclusi i corpi aggettanti) per un massimo di m. 0.50.
3. In presenza del marciapiede l'altezza da terra dell'insegna a bandiera può essere ridotta a m. 2.5, solo nel caso in cui la sporgenza dell'insegna dal filo di costruzione dell'edificio (esclusi i corpi aggettanti) sia inferiore di 40 cm della larghezza del marciapiede.
4. Il dirigente responsabile del settore sportello dell'edilizia ed ufficio P.M. supportato dalla conferenza di servizi dei settori e/o enti interessati, da convocarsi ai sensi di legge, può imporre modelli stilistici, strutture e colori particolari, per alcune fattispecie di mezzi o impianti pubblicitari, per assicurare la corretta armonizzazione degli stessi con l'arredo previsto e con il contesto urbano, nel rispetto dei criteri generali del piano.

Art.29 – Norme per l'illuminazione

1. I mezzi e gli impianti pubblicitari, a seconda delle diverse tipologie, possono essere illuminati sia per luce diretta (con sorgente luminosa interna: cassonetti luminosi, filamenti neon, ecc.), sia per luce indiretta (con sorgente luminosa esterna, frontale o riflessa dal supporto retrostante); il tipo di illuminazione ammessa è indicato per ogni tipologia di impianto.
2. Le sorgenti luminose non possono avere luce intermittente, né di intensità luminosa tale da determinare pericolo di abbagliamento, e comunque devono rispettare le norme vigenti in materia di inquinamento luminoso; va adottata particolare cautela nell'uso di sorgenti luminose verdi e rosse, al fine di non ingenerare confusione con la segnaletica stradale luminosa; per i mezzi o gli impianti pubblicitari posti a meno di 15m dal bordo della carreggiata ed aventi sorgenti luminose rosse o verdi, fatta eccezione per le farmacie ed i posti di pronto soccorso, la distanza minima prescritta dalle intersezioni semaforizzate è di 300 metri all'esterno del centro abitato (art. 50 D.P.R. 16.12.1992, n.495), mentre è ridotta a 100 metri all'interno del centro abitato.

Art. 30 - Rilascio di Autorizzazione

Tutte le domande e/o comunicazioni previste dal presente regolamento devono essere presentate o inviate esclusivamente all'Ufficio Tecnico del Comune di Melissano. Tutti i termini per la conclusione dei singoli procedimenti, o parti di essi, indicati nel presente Piano, decorrono dalla data di arrivo della domanda e/o della comunicazione.

L'autorizzazione per installare e modificare impianti pubblicitari è rilasciata dall'Ufficio Tecnico sentito il parere dell'ufficio Viabilità e Traffico, fatti salvi i diritti dei terzi ed il Comune resta sollevato da qualsiasi responsabilità derivante dall'installazione e dalla presenza del mezzo pubblicitario.

L'Amministrazione comunale manterrà un registro (eventualmente informatizzato) delle autorizzazioni rilasciate in ordine cronologico con l'indicazione dell'intestatario, di una sommaria descrizione dell'impianto, nonché degli estremi dell'autorizzazione.

Quando gli impianti pubblicitari sono installati in strade ricadenti nel demanio provinciale o statale, gli stessi devono ottenere il preventivo nulla-osta dell'ente proprietario della strada.

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

Art. 31 – Durata e rinnovo dell’Autorizzazione

Salvo diverse indicazioni, l’Autorizzazione all’installazione dei mezzi pubblicitari permanenti ha validità per un periodo di tre anni.

L’Autorizzazione all’installazione di gigantografie pubblicitarie su ponteggi, ha validità per un periodo indicato nella concessione di suolo pubblico per il ponteggio, ovvero, se il ponteggio installato in proprietà privata, fino alla conclusione dei lavori.

L’Autorizzazione all’installazione dei mezzi pubblicitari provvisori in occasione di manifestazioni, mostre, spettacoli ha validità pari alla durata dell’evento con decorrenza 15 giorni antecedenti all’evento e 24 ore successive.

L’Autorizzazione all’installazione di mezzi pubblicitari permanenti, potrà essere rinnovata con provvedimento espresso dall’Amministrazione Comunale da richiedersi almeno sei mesi prima della scadenza dell’Autorizzazione originaria.

L’istanza di rinnovo deve essere presentata con le stesse modalità della prima istanza.

In mancanza del provvedimento espresso di rinnovo dell’Autorizzazione, la stessa si riterrà scaduta senza necessità di disdetta.

Art. 32 – Obblighi dell’intestatario dell’Autorizzazione

L’installazione degli impianti pubblicitari permanenti deve avvenire, a pena di decadenza entro tre mesi dalla data dell’Autorizzazione, previa corresponsione dell’imposta dovuta.

Entro sei mesi dalla data del provvedimento di Autorizzazione il titolare ha l’obbligo di comunicare all’Ufficio competente, l’avvenuta installazione dell’impianto pubblicitario allegando una o più foto in formato digitale o stampate per ogni impianto pubblicitario installato.

Il titolare dell’autorizzazione ha l’obbligo di:

- effettuare la dovuta manutenzione verificando periodicamente il buono stato dell’impianto pubblicitario;
- effettuare tutti gli interventi necessari per il mantenimento delle condizioni di sicurezza;
- adempiere, nei termini prescritti, a tutte le disposizioni impartite dal Comune, sia al momento del rilascio dell’Autorizzazione sia successivamente a seguito di intervenute e motivate esigenze;
- provvedere alla rimozione di quanto installato in caso di rinuncia, scadenza, decadenza oltreché in caso di revoca dell’Autorizzazione a seguito di motivata richiesta da parte del Comune;
- provvedere alla rimozione dei mezzi pubblicitari temporanei in genere compresi quelli autorizzati in occasioni di manifestazioni o spettacoli per il cui svolgimento sono stati autorizzati, entro le 24 ore successive alla data di scadenza indicata nell’autorizzazione, ripristinando il preesistente stato dei luoghi;
- provvedere agli adempimenti derivanti dalla disciplina dell’imposta.

Su ogni mezzo o impianto pubblicitario autorizzato dovrà essere saldamente fissato a cura e spese del titolare dell’Autorizzazione, una targhetta stampata posta in posizione facilmente accessibile, sulla quale sono riportati i seguenti dati:

- Comune di Melissano;
- soggetto titolare;
- numero e data dell’Autorizzazione e relativa data di scadenza.

La targhetta di cui al comma precedente deve essere sostituita ad ogni rinnovo dell’Autorizzazione ed ogni qualvolta intervenga una variazione in uno dei dati su di essa riportati ed ogni volta che si rende illeggibile.

In tutti i casi in cui la collocazione del manufatto comporti la manomissione di suolo comunale o di marciapiede pubblico, dovranno essere osservate le norme che regolano tale materia.

Art. 33 – Cessazione dell’Autorizzazione

L’Autorizzazione può essere revocata prima dei tre anni per i seguenti motivi:

- motivi di interesse pubblico incompatibili con la permanenza dell’impianto;
- inadempimento degli obblighi da parte del titolare dell’Autorizzazione;
- mancata corresponsione di quanto dovuto al Comune;
- rinuncia espressa con documentazione dell’avvenuta rimozione dell’impianto e riconsegna del titolo originale.

Art. 34 – Mezzi pubblicitari abusivi o realizzati in difformità dalla autorizzazione

Sono considerate abusive tutte le forme di pubblicità poste in opera senza la prescritta preventiva autorizzazione.

È considerata altresì abusiva ogni variazione del messaggio pubblicitario non autorizzata.

Sono considerate abusive, tutte le forme di pubblicità poste in opera in modo difforme dalle condizioni e caratteristiche dell'autorizzazione, sia per forma, per contenuto, dimensioni, colori, sistemazione e ubicazione del mezzo pubblicitario.

Tutti gli impianti:

- abusivi, dovranno essere rimossi entro 10 (dieci) giorni dall'ordinanza di rimozione;
- difformi, dovranno essere adeguati entro 10 (dieci) giorni dalla diffida, a seguito di inadempienza seguirà ordinanza di rimozione e conseguente decadenza dell'autorizzazione;

Nel frattempo l'A.C. dispone la copertura del messaggio pubblicitario.

Art. 35 – Penalità, sanzioni, interessi, copertura immediata e rimozione, decorrenza della pubblicità abusiva

Resta ferma l'applicazione delle sanzioni di cui all'art.23 del D.Lgs. 30.04.1992, n.285, ovvero se non comminabili, di quelle stabilite dall'art.24, comma 2, del D.Lgs. 15.11.1993, n.507.

Il Comune per i mezzi pubblicitari privi della scritta autorizzazione o installati in difformità della stessa, può disporre la copertura della pubblicità con essi effettuata in modo che sia privata di efficacia, con invito ai responsabili di provvedere direttamente entro 10 giorni dalla notifica dell'atto. Decorso il predetto termine il Comune provvede d'ufficio. Tale copertura potrà essere effettuata con le modalità ritenute più congrue ed opportune e delle operazioni compiute verrà redatto apposito processo verbale. L'impianto sarà privo di efficacia pubblicitaria fino a quando i responsabili della violazione non provvederanno a ripristinare lo status quo ante ovvero a ripristinare la pubblicità in modo conforme.

Indipendentemente dalla copertura, nei casi in cui gli impianti suddetti siano installati in difformità dal Piano Generale degli Impianti o in caso di pericolo per la sicurezza della circolazione stradale, il Comune provvede alla rimozione e alla custodia dell'impianto, previa diffida all'installatore e/o a colui che dispone materialmente o giuridicamente del mezzo pubblicitario, a provvedere direttamente a proprie spese.

Sia in caso di copertura del messaggio che di rimozione di mezzi pubblicitari effettuate d'ufficio, le spese sostenute dall'Amministrazione sono poste a carico dei soggetti responsabili della violazione, procedendo alla notifica di apposito avviso per il recupero delle predette somme, comprese quelle di deposito del mezzo pubblicitario rimosso sia in caso di deposito presso terzi, sia in caso di custodia presso i locali dell'Amministrazione.

L'impianto pubblicitario rimosso in deposito può essere riconsegnato solo previo pagamento dell'intero debito.

Trascorso il termine di centottanta giorni dalla rimozione, senza che vi sia richiesta di restituzione e pagamento dell'intero debito, il Comune procede alla distruzione dell'impianto. Le spese di distruzione sono a totale ed esclusivo carico dei responsabili.

Art. 36 – Adeguamenti, delocalizzazioni e rimozioni degli impianti già autorizzati ed in contrasto con la nuova disciplina

Tutti gli impianti pubblicitari esistenti, muniti di regolare autorizzazione e realizzati in completa difformità alla stessa che non rispondono alle disposizioni del presente Piano, devono essere adeguati a cura e spese del titolare dell'Autorizzazione.

I titolari degli impianti di cui al precedente comma dovranno pertanto, entro e non oltre un anno dall'entrata in vigore del presente Piano, indirizzare domanda atta ad ottenere la nuova autorizzazione, l'Amministrazione si pronuncerà sull'istanza di adeguamento entro e non oltre 90 giorni dal suo ricevimento.

In caso di esito negativo ovvero in caso di mancata istanza di adeguamento, l'Amministrazione indicherà all'interessato la data entro cui l'impianto dovrà essere rimosso.

L'Amministrazione può, in caso di impianti per i quali non sia possibile l'adeguamento, consentire la delocalizzazione previa istanza secondo quanto previsto dal presente Piano, con reinstallazione esclusivamente in altra zona, e spese a carico del titolare dell'Autorizzazione.

Il presente articolo si applica a tutti i provvedimenti di concessione e autorizzazione per l'installazione di impianti pubblicitari su suolo pubblico e privato.

Art.37 – Limitazioni

1. Conformemente alle indicazioni del codice della strada, i mezzi e gli impianti pubblicitari, per dimensioni, forma, colori, disegno e ubicazione:
 - a. non devono ostacolare la visibilità dei segnali stradali entro lo spazio di avvistamento degli stessi;
 - b. non devono arrecare disturbo visivo agli utenti della strada e distrarne l'attenzione con conseguente pericolo per la sicurezza della circolazione;
 - c. non devono costituire ostacolo o impedimento alla circolazione dei cittadini diversamente abili;
 - d. non devono essere rifrangenti, né produrre abbagliamento;
 - e. non possono essere posizionati sulle isole di traffico, né sulle intersezioni canalizzate;
 - f. non possono essere posizionati su alberi – aree destinate a verde pubblico, su impianti di segnaletica stradale o sulle reti tecnologiche;
 - g. non possono essere posizionati in luoghi sottoposti a vincoli paesaggistici o monumentali se non previo nulla osta dell'autorità competente in materia;
 - h. non possono essere posizionati su parapetti di balconi, nelle arcate frontali e di testa dei portici;
 - i. non possono essere dotati di sorgenti sonore, ad eccezione dei veicoli, con le limitazioni previste dalle norme comunali in materia.
 - l. la pubblicità su ponteggi di cantiere deve avere la caratteristica di impianto di pubblicità, può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta (illuminato) e l'immagine pubblicitaria non potrà avere dimensione superiore al 50% della superficie complessiva del ponteggio.
 - m. l'installazione di impianti temporanei quali striscioni e gonfaloni deve avvenire esclusivamente su montanti preposti e/o su strutture appositamente destinate e/o autorizzate.

Art.38 – Divieti

1. Il posizionamento di mezzi e impianti pubblicitari, lungo le strade ove ne è consentita l'installazione, è comunque vietato nei seguenti punti:
 - a. sulle corsie esterne alle carreggiate, sulle cunette e sulle pertinenze stradali di esercizio comprese tra carreggiate contigue di larghezza inferiore a 4 mt.
 - b. in corrispondenza delle intersezioni, ad eccezione per i segnali turistici e di territorio di cui all'art. 13;
 - c. lungo le curve e sull'area delimitata dalla corda tracciata tra i due punti di tangenza;
 - d. sulle scarpate stradali sovrastanti la carreggiata, se la pendenza è superiore a 45°;
 - e. in corrispondenza dei raccordi verticali concavi e convessi segnalati;
 - f. sui ponti e sottoponti non ferroviari, esternamente al centro abitato;
 - g. sui cavalcavia stradali e loro rampe, esternamente al centro abitato;
 - h. sui parapetti stradali, sulle barriere di sicurezza e sugli altri dispositivi laterali di protezione e di segnalamento;
 - i. sui marciapiedi e spazi pubblici, ad eccezione per gli elementi di arredo urbano e per gli impianti pubblicitari posti in direzione parallela al senso di marcia dei veicoli, ammessi solo in presenza ed in allineamento con alberi o elementi verticali di arredo urbano (pali della luce, paline dell'autobus, ecc.) ed alla condizione che sia garantito un libero passaggio di larghezza non inferiore a mt.1,5;
 - j. sulle recinzioni con ringhiera.
 - l. non è consentita l'apposizione di manifesti al di fuori dai supporti appositamente previsti per tale uso e non contemplati nel Piano.
 - m. nella fascia di rispetto cimiteriale ad eccezione degli "annunci funebri".

CAPO VI - VIOLAZIONI, NORME PARTICOLARI E TRANSITORIE, DISPOSIZIONI FINALI, ENTRATA IN VIGORE

Art.39 – Violazioni

1. Chiunque viola le disposizioni del presente atto è soggetto alle norme di cui all'art.40-41 e 42 del "Regolamento per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni" ed alla legislazione vigente in materia (L. 24.11.1981, n.689, art. 23 D.L.vo 30.4.1992, n.285, art. 56 del D.P.R. 16.12.1992, n. 495 e successive modifiche e integrazioni).

Art.40 - Norme transitorie

1. Per quanto concerne gli “impianti pubblicitari per affissioni” e gli “impianti per pubblicità permanente”, si procederà con il riordino degli impianti oggetto di autorizzazione, mediante progetti di riordino.
2. Al fine di assicurare un’adeguata progettazione, programmazione, qualificazione e quantificazione nella collocazione e nella ricollocazione sul territorio di detti impianti pubblicitari, assicurando in tal modo il pieno raggiungimento degli obiettivi del piano, le richieste di autorizzazione di nuovi impianti presentate successivamente alla data di entrata in vigore della presente norma non potranno essere accolte per il periodo di un anno dall’entrata in vigore della medesima.
Trascorso detto termine si riattiverà l’accettazione e l’istruttoria delle istanze.
3. Al fine del riordino in conformità al Piano degli impianti già oggetto di autorizzazione, si procederà mediante:
 - la suddivisione dell’intero territorio comunale in ambiti da assoggettare a progetti di riordino degli impianti pubblicitari per affissioni e degli impianti per la pubblicità permanente;
 - l’individuazione e rimozione degli impianti pubblicitari per affissioni e degli impianti per la pubblicità permanente non oggetto di alcun provvedimento autorizzatorio;
 - la progettazione, via per via, delle posizioni disponibili in conformità al Piano e delle caratteristiche geometrico-strutturali degli impianti.
4. Il riordino degli impianti collocati in strade per le quali il Piano prevede l’ammissibilità deve avvenire secondo le modalità e sulla base dei criteri seguenti:
 - a. ricollocazione nelle nuove posizioni, via per via, degli impianti già esistenti ed autorizzati, procedendo agli spostamenti, per ogni lato della strada, nella direzione inversa al corrispondente senso di marcia, secondo l’ordine in cui gli impianti si trovano; qualora un impianto da ricollocare si trovi in esatta coincidenza con una posizione prevista nella progettazione di riordino, lo stesso, su richiesta del concessionario, sarà mantenuto in tale posizione;
 - b. qualora il numero degli impianti, originariamente autorizzati nella singola via oggetto di riordino, sia superiore ai posti disponibili, le posizioni risultanti dalla ricollocazione, saranno assegnate ad ogni ditta, secondo il criterio di proporzionalità rispetto al numero di impianti originariamente posseduti nella via, con un minimo di almeno un impianto per ditta sulla stessa via; qualora l’applicazione delle formule proporzionali dia per alcune ditte valori numerici decimali di 0.5, l’arrotondamento avverrà per eccesso, mentre per i valori decimali inferiori a 0.5 l’arrotondamento avverrà per difetto.
Nel caso in cui il nuovo numero degli impianti così determinato comporti un esubero di impianti rispetto ai posti disponibili, l’arrotondamento per eccesso avverrà prioritariamente per le ditte con meno impianti e, come criterio in subordine, a favore delle ditte con titolo autorizzatorio più anziano sino a rendere equivalenti il numero degli impianti rispetto ai posti previsti;
 - c. qualora non fosse possibile assegnare ad una ditta almeno un impianto per mancanza di posizioni disponibili sulla via, la ditta avrà diritto di priorità nella ricollocazione su altre strade.
5. Al termine delle procedure di assegnazione di cui al comma 4, gli impianti in esubero verranno ricollocati, ove possibile, su altre strade previste dal presente Piano, sempre garantendo almeno un impianto per ditta e per ogni via e fatto salvo il diritto di priorità di cui al comma 4 punto c).
In caso di parità di condizioni si applica il criterio di anzianità del titolo autorizzatorio.
6. Gli impianti autorizzati, ma ubicati in una via non più ammessa dal Piano, dovranno, se richiesti dal concessionario, essere ricollocati:
 - in posizioni rimaste libere nelle strade ammesse dal Piano a seguito delle assegnazioni di cui all c. 4;
 - in posizioni libere in altre vie.
7. Nel periodo di non accoglimento di nuove domande previsto al comma 2, il Settore sportello dell’edilizia ed ufficio P.M. effettuerà le suddette operazioni di riordino degli impianti con la seguente sequenza temporale:
 - 1) individuazione e rimozione degli impianti pubblicitari per affissioni e degli impianti per la pubblicità permanente non oggetto di alcun provvedimento autorizzatorio;
 - 2) individuazione delle posizioni conformi nelle vie ammesse dal Piano ed assegnazione delle stesse alle ditte già autorizzate nelle medesime vie;
 - 3) ricollocazione degli impianti in esubero nelle posizioni rimaste libere secondo il seguente ordine di priorità:
 - impianti di cui al comma 4 punto c) ed impianti di cui al comma 6;

- impianti in esubero nelle vie ammesse dal Piano.
- 8. Periodicamente verranno effettuati censimenti dei mezzi e degli impianti pubblicitari esistenti.
- 9. Tutti gli impianti pubblicitari installati all'entrata in vigore del Piano ma non rispondenti ai dettami dello stesso, devono essere adeguati entro mesi sei a decorrere dalla relativa entrata in vigore, a cura e spese del titolare dell'autorizzazione. Decorso tale tempo l'Amministrazione provvederà alla rimozione del manufatto addebitando le spese al titolare dell'impianto.
- 10. Tutti gli impianti pubblicitari non autorizzati devono essere rimossi entro mesi tre dall'entrata in vigore del presente Piano, a cura e spese del titolare del manufatto. Decorso tale tempo l'Amministrazione provvederà alla rimozione del manufatto addebitando le spese al titolare dell'impianto.
- 11. Gli impianti di pubblica affissione devono essere adeguati o realizzati entro anni tre dall'entrata in vigore del Piano.

Art. 41 - Disposizioni finali

1. Per mezzo o impianto pubblicitario non previsto dal presente piano si applicano le prescrizioni indicate per mezzo o impianto pubblicitario individuato come simile con deliberazione della Giunta comunale.
2. In caso di mutamento di classificazione di una strada o dei limiti del "centro abitato" rimangono in vigore le autorizzazioni rilasciate per mezzi ed impianti pubblicitari fino alla scadenza prevista dal relativo atto anche se in contrasto con le disposizioni del piano.

Art. 42 – Entrata in vigore

Il presente Piano, approvato dal Consiglio Comunale, entra in vigore dalla data di esecutività del relativo provvedimento. Da tale data sono abrogate, ove incompatibili, tutte le disposizioni contenute in altri regolamenti comunali che disciplinano la materia di cui al presente Piano.

Il Piano, può essere sottoposto a revisione per effetto di una maggiore sensibilità ed attenzione nella definizione e tutela del paesaggio urbano, di variazioni demografiche rilevanti, di espansione del centro abitato e relativa variazione del perimetro del centro abitato, di modifiche sostanziali della viabilità e di ogni altra causa rilevante che, a giudizio dell'amministrazione comunale, possa determinare una variazione nella dislocazione degli impianti.