COMUNE DI Vogogna

Provincia di Verbania

REGOLAMENTO COMUNALE DEGLI
IMPIANTI PUBBLICITARI

TITOLO 1

DISPOSIZIONI GENERALI

Art.1 Oggetto del regolamento.

Il presente regolamento, che costituisce appendice normativa del Piano Generale degli Impianti, disciplina in conformità alle vigenti disposizioni e nell'osservanza dei disposti di cui all'art. 3 del D.Lgs. 15/11/1993 n.507, tutto quanto concerne la collocazione degli impianti pubblicitari nell'ambito del territorio comunale, con particolare riferimento alle procedure relative alle autorizzazioni, alle caratteristiche, alle tipologie, ai divieti, alle sanzioni, nel rispetto delle disposizioni previste dal D.Lgs. 30/04/1992 n.285 e del relativo regolamento d'esecuzione e d'attuazione D.P.R. 16/12/1992 n.495 e n.610 del 16/09/1996 e successive modificazioni ed integrazioni; Il regolamento si applica su tutto il territorio comunale agli impianti pubblicitari installati su suolo pubblico o aperti al pubblico o suolo privati e suolo privati di uso pubblico; Fatti salvi i casi espressamente stabiliti da leggi statali e regionali o da altri regolamenti del Comune, non si possono installare impianti pubblicitari senza prima aver ottenuto la necessaria autorizzazione.

Art.2 Suddivisione in zone del territorio comunale.

Ai fini del presente regolamento, il territorio comunale è suddiviso in:

- Centro e nuclei storici, definendo come tali gli insediamenti dotati di struttura urbana, anche se di dimensioni minime, per i quali viene riconosciuto, come obiettivo primario, la conservazione e il recupero. ☐ Ambiti di particolare valore storico-artistico-ambientale, espressamente vincolati ai sensi del D.Lgs. 22/01/2004 n.42, di cui si promuovono la valorizzazione e la tutela.
- Centro abitato, definendo come tale la parte del territorio inclusa in un perimetro che comprende tutte le aree edificate con continuità, ancorché intervallate da strade, lotti interclusi, piazze, giardini, così come definito dall'art. 4 del D.Lgs. 30/04/1992 n.285 e delimitato lungo le vie d'accesso da appositi segnali d'inizio e fine, ai sensi dell'art.131 del D.p.r. 16/12/1992 n.495. ☐ Rimanente parte del territorio comunale.

Art.3 Classificazione degli impianti pubblicitari.

Indipendentemente dalla loro finalità commerciale o istituzionale, gli impianti pubblicitari si distinguono in:

- Impianti Pubblicitari Generici.
- Insegne d'Esercizio.

Art.4 Installazione degli impianti pubblicitari.

L'installazione degli impianti pubblicitari deve avvenire in conformità a quanto disposto dal D.Lgs.30/04/1992 n.285 e dal D.P.R. 16/12/1992 n.495. Per quanto riguarda distanze minime ed arretramenti, all'esterno dei centri abitati, si deve fare particolare riferimento ai parametri previsti dall'art.51 del Regolamento di Esecuzione ed Attuazione del Codice della Strada, mentre all'interno dei centri abitati, limitatamente ai casi previsti dallo stesso, l'Amministrazione ha la facoltà di concedere deroghe alle norme, ai sensi dell'art. 23, comma 6, del Codice della Strada, nel rispetto delle esigenze di sicurezza della 3 circolazione stradale, valutando di volta in volta i casi proposti, con particolare attenzione alle impossibilità di ordine tecnico, da documentarsi attraverso apposita relazione, per una diversa collocazione. Il contenuto dei messaggi pubblicitari non deve essere offensivo per la pubblica morale e il buon costume, nonché per il sentimento religioso.

Art.5 Pubblicità effettuata attraverso diffusori sonori.

Le pubblicità effettuate attraverso diffusori sonori, sono vietate nei centri storici, in prossimità di strutture sanitarie e assimilate, di strutture cimiteriali e luoghi di culto, di luoghi culturali e di studio limitatamente agli orari di apertura degli stessi. Nei centri abitati, per ragioni di pubblico interesse e al fine di assicurare la pubblica quiete, sono consentite unicamente nei giorni feriali, dalle ore 9.30 alle ore 12.00 e dalle ore 16.30 alle ore 19.00, eccetto le zone individuate da apposita ordinanza Sindacale. Nei giorni festivi e in orari diversi da quelli sopra previsti, è facoltà dell'Amministrazione accordare eventuali deroghe in concomitanza con lo svolgimento di manifestazioni di carattere sportivo, culturale, sociale, religioso e simili.

TITOLO II IMPIANTI PUBBLICITARI GENERICI

CAPO I

Art.6 Definizione.

Per impianti pubblicitari generici si intendono quegli impianti atti a far conoscere simboli e prodotti di natura commerciale, artigianale, industriale, agricola, professionale e di servizio, nonché a divulgare messaggi istituzionali, sociali, ideologici e pubblicizzare manifestazioni, anche a carattere temporaneo, quali congressi, mostre, fiere campionarie, spettacoli ed altri eventi.

Art.7 Caratteristiche generali.

a) Criteri strutturali.

Le strutture devono essere realizzate con materiali non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici; le parti di sostegno e di fonazione devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento, saldamente realizzate e ancorate, sia globalmente che nei singoli elementi, tenendo conto del contesto fisico dell'intervento e, comunque, in modo da garantire la sicurezza e la stabilità.

b) Sagoma e colori.

Gli impianti pubblicitari, in ogni caso, non devono generare confusione con la segnaletica stradale, arrecare disturbo visivo o produrre abbagliamento. La sagoma deve essere regolare: di norma, non è ammessa la forma a disco o triangolare, fatta eccezione per i manufatti di particolare pregio artistico. L'uso del colore rosso deve essere limitato esclusivamente alle riproduzioni di marchi depositati e comunque non potrà interessare più di 1/5 dell'intera superficie. Il colore delle strutture di sostegno e delle cornici, deve uniformarsi alle caratteristiche dei luoghi e dell'ambiente circostante.

c) Criteri dimensionali.

Le dimensioni massime, ove previste, vengono puntualmente indicate nelle singole tipologie, di seguito disciplinate.

d) Criteri di posizionamento.

Gli impianti pubblicitari generici possono essere posizionati:

- A parete:

- ✓ sui muri e facciate prive di finestre e decori, possono occupare fino al 20% della superficie totale;
 - ✓ sulle recinzioni cieche prive di cornici, possono occupare fino al 20% della superficie totale, senza eccedere dagli ingombri del manufatto edilizio.
- Isolati:
- ✓ collocati a terra su proprie strutture, possono essere monofacciali, bifacciali o polifacciali. Il bordo inferiore di tali impianti, ad eccezione dei mezzi pubblicitari di servizio, dovrà essere, in ogni suo punto, ad una quota non inferiore a 1,50 ml rispetto a quella della banchina stradale, misurata nella sezione stradale corrispondente e l'altezza massima di tutto il manufatto non potrà superare i 4,50 ml. Gli impianti, collocati a terra su proprie strutture e accostati a manufatti edilizi, non potranno eccedere dagli ingombri dei manufatti stessi. Gli impianti pubblicitari generici non possono essere posizionati in corrispondenza ed in prossimità delle intersezioni stradali. Non è consentito il posizionamento degli impianti che non siano, a giudizio insindacabile dell'Amministrazione, armonizzati con il contesto urbano e compatibili con il decoro architettonico degli edifici. All'interno del centro abitato, il posizionamento di impianti ed altri mezzi pubblicitari è consentito, in deroga al 4° comma dell'art. 51 del Reg. Es. del Codice della Strada, purché:
 - a) collocati perpendicolarmente al senso di marcia dei veicoli, secondo le disposizioni di cui all'art. 51 del Reg. Es. del Codice della Strada, nonché a distanza non inferiore a mt. 1,50 dal limite di carreggiata;
 - b) collocati parallelamente al senso di marcia dei veicoli in aderenza ai fabbricati, ovvero ad una distanza non inferiore a mt.1,50 dal limite della carreggiata;
 - c) vengano osservate le seguenti distanze minime:
 - mt. 10 da altri cartelli e mezzi pubblicitari;
 - mt. 25 prima dei segnali stradali di pericolo e di prescrizione;
 - mt. 25 dopo i segnali stradali di pericolo e di prescrizione;
 - mt. 10 prima dei segnali di indicazioni;
 - mt. 10 dopo i segnali di indicazioni;
 - mt. 20 prima delle intersezioni (incroci);
 - mt. 20 dopo le intersezioni (incroci);
 - mt. 20 dal punto di tangenza delle curve orizzontali;
 - mt. 20 dagli imbocchi delle gallerie o sottopassi stradali o ferroviari;
 - mt. 20 dal vertice dei raccordi verticali concavi e convessi (cunette e dossi).

Le distanze di cui sopra non si applicano agli impianti installati parallelamente ed in aderenza ai fabbricati. 5

Art. 8 Classificazione.

Gli impianti pubblicitari generici, si distinguono nelle seguenti tipologie:

- Impianti Permanenti.
- Impianti Temporanei.

CAPO II

IMPIANTI PERMANENTI E IMPIANTI TEMPORANEI

Sezione I

Impianti permanenti.

Art.9 Impianti permanenti per affissioni pubbliche e private.

a) Definizione.

Si definiscono impianti permanenti per affissioni, i manufatti destinati a supportare manifesti cartacei o similari per la diffusione di messaggi commerciali, istituzionali di ogni genere, sociali, per la promozione di manifestazioni e spettacoli ed altri eventi, applicati dal Servizio Affissioni o dalle imprese titolari delle concessioni.

b) Collocazione.

Tali impianti, armonicamente inseriti nel contesto urbano ed ambientale, possono essere posizionati in zone centrali o periferiche, normalmente lungo le arterie di maggior traffico automobilistico (compatibilmente con le normative viabilistiche e di sicurezza) e nelle aree a particolare vocazione pubblicitaria quali parcheggi, con particolare zone ove sono concentrate attività produttive/commerciali. Ad eccezione degli impianti esistenti di proprietà Comunale, il relativo posizionamento è vietato negli ambiti di particolare valore storicoartistico/ambientale.

c) Tipologie.

Gli impianti permanenti per affissioni pubbliche e private si distinguono nelle seguenti tipologie di massima:

- Tabelloni monofacciali.

Impianti a parete o isolati, collocati a terra su proprie strutture, accostati o meno a manufatti edilizi, normalmente costituiti da un quadro in lamiera delimitato da una cornice caratterizzata dall'assenza di spigoli vivi, delle dimensioni di 70 cm x 100 cm (formato standard) o multipli, con dimensione massima 400 cm x 3,00 cm.

- Tabelloni bifacciali.

Impianti isolati, collocati a terra su proprie strutture, normalmente costituiti da un quadro in lamiera delimitato da una cornice caratterizzata dall'assenza di spigoli vivi, delle dimensioni di 70 cm x 100 cm (formato standard) o multipli, con dimensione massima 400 cm x 300 cm.

Art. 10 Impianti pubblicitari di servizio.

a) Definizione.

Si definiscono impianti pubblicitari di servizio, i manufatti predisposti e/o finalizzati alla divulgazione di messaggi/servizi di pubblica utilità nell'ambito dell'arredo urbano e stradale, rigidamente ancorati al

suolo, recanti supporti per affissione di manifesti o simili o cartelli pubblicitari (orologi, panchine, pensiline, toponomastica, transenne parapetonali)

b) Collocazione.

Tali impianti possono essere posizionati in tutte le zone della città, ad esclusione degli ambiti di particolare valore storico-artistico-ambientale, nei quali saranno ammissibili sole se organicamente inseriti nell'ambito di un più ampio progetto di definizione dell'arredo urbano appositamente elaborato dall'Amministrazione Comunale e/o dai privati proponenti, per assicurare un armonico inserimento nel contesto urbano ed ambientale.

Art.11 Impianti di cartellonistica.

a) Definizione.

Si definiscono impianti di cartellonistica, i manufatti fissi, dotati di supporti autonomi, destinati alla divulgazione di messaggi di pubblica utilità e/o pubblicitari, esposti in luogo diverso da quello di esercizio dell'attività.

b) Tipologie.

Gli impianti di cartellonistica si distinguono nelle seguenti tipologie di massima:

– Cartelli.

Impianti monofacciali o bifacciali, a parete o isolati, collocati a terra su proprie strutture, accostati o meno a manufatti edilizi, normalmente costituiti da un quadro in lamiera delimitato da una cornice caratterizzata dall'assenza di spigoli vivi; le relative dimensioni non possono superare 12 mq.

– Impianti a messaggio variabile.

Impianti monofacciali o bifacciali, ad alto contenuto tecnologico, utilizzati per la tempestiva diffusione di messaggi istituzionali di ogni genere, con particolare riferimento alle condizioni meteorologiche e viabilistiche, nonché per la diffusione di messaggi pubblicitari commerciali; le relative dimensioni non possono superare 12,00 mq. Nel caso in cui tali impianti sono installati da parte di privati per la diffusione di messaggi pubblicitari, l'Amministrazione Comunale si riserva la facoltà di disciplinare l'utilizzo, al fine di garantire un equo temperamento tra l'interesse pubblico e privato attraverso la diffusione, oltre che di messaggi pubblicitari, anche di messaggi a carattere "istituzionale". (Il periodo di variabilità del messaggio non può essere inferiore a 10 secondi).

Sezione II

Impianti temporanei.

Nel caso di pubblicità temporanea costituita da: segni orizzontali reclamistici, striscioni, locandine, bandiere, cartelli di cantiere, stendardi, plance e similari, si applicano le disposizioni di cui all'art. 51 del Reg. Es. del Codice della Strada, sostituito dall'art.41 del D.P.R. 16/09/1966, n.610. 7 La richiesta dell'interessato, da presentarsi almeno 30 giorni prima del previsto posizionamento, deve essere corredata da quanto previsto dall'ufficio competente per il rilascio dell'autorizzazione. L'ufficio di Polizia Locale provvederà all'istruttoria e al rilascio dell'autorizzazione, secondo le direttive della A.C. e nel rispetto delle vigenti disposizioni di legge, previo versamento dei corrispettivi stabiliti dalla Giunta comunale per l'istruttoria al rilascio autorizzazione. Al titolare dell'autorizzazione rilasciata ai sensi del presente articolo è fatto obbligo di provvedere alla rimozione del materiale e dei segnali entro le 24 ore successive alla scadenza del periodo autorizzato ai sensi del 2° comma dell'art.54 del Re. d'esecuzione del Codice della Strada.

TITOLO III INSEGNE D'ESERCIZIO

CAPO I

Disposizioni generali

Art. 12 Definizione.

Per insegne d'esercizio s'intendono le iscrizioni in carattere alfanumerici, completate eventualmente da simboli o da marchi, installate nella sede dell'attività a cui si riferiscono ovvero, unicamente nell'ipotesi in cui la sede dell'attività sia difficilmente visibile dalla strada o da spazi pubblici, nelle pertinenze accessorie alla stessa.

Art.13 Caratteristiche generali.

a) Criteri strutturali.

Le strutture devono essere realizzate con materiali non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici; le eventuali parti di sostegno e di fondazione devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento, saldamente realizzate e ancorate, sia globalmente che nei singoli elementi, tenendo conto del contesto fisico dell'intervento e comunque in modo da garantire la sicurezza e la stabilità e non ingenerare confusione con la segnaletica stradale.

b) Criteri dimensionali.

Le dimensioni massime, ove previste, vengono puntualmente indicate delle singole tipologie, di seguito disciplinate.

c) Criteri di posizionamento.

Nei centri e nuclei storici e negli ambiti di particolare valore storico-artistico-ambientale, il posizionamento delle insegne d'esercizio deve essere rispettoso dei seguenti criteri:

- ✓ Fatto salvo il mantenimento, il ripristino o la riproposizione di insegne o iscrizioni pubblicitarie originarie, che appartengono all'architettura di botteghe o esercizi che costituiscano una testimonianza significativa della storia, della tradizione e del costume della città, l'installazione di insegne d'esercizio può essere ammessa unicamente nella luce di vetrina o di porta ingresso (o sopraluci); le insegne devono essere di tipo opaco, eventualmente illuminate/retroilluminate e devono essere inserite nel rispetto degli elementi architettonici eventualmente esistenti, quali timpani, archi, colonne, bugnati, cornici, fregi, ecc...
- ✓ Solo nel caso in cui il rispetto dei criteri sopra individuati risultasse oggettivamente impossibile o, comunque, controproducente per l'estetica della facciata, potrà essere autorizzata la collocazione delle insegne direttamente sul muro di facciata, al di sopra delle luci di vetrina o di ingresso, sempre a condizione che le stesse non coprano modanature o decorazioni e che assecondino la composizione dei pieni e delle luci del prospetto.
- ✓ Sul medesimo prospetto dello stesso edificio, a luci uguali, potranno essere posizionate unicamente insegne analoghe, per dimensioni, collocazione e foggia.
- ✓ Posizioni e dimensioni differenziate potranno essere ammesse o prescritte solo allo scopo di attenuare o di ricondurre ad una composizione unitaria del prospetto eventuali disarmonie esistenti. All'esterno dei centri e nuclei storici e degli ambiti di particolare valore storico-artistico ambientale, le prescrizioni di cui sopra non hanno carattere vincolante, ma il posizionamento delle

insegne d'esercizio deve comunque tenere conto, in linea di principio, dei medesimi criteri progettuali, con particolare riferimento agli allineamenti. Ad eccezione degli impianti pubblicitari pertinenziali di attività insediate dell'edificio, sopra le linee di copertura degli edifici, non è consentito il posizionamento di impianti che non siano, a giudizio insindacabile dell'Amministrazione, armonizzati con il contesto urbano e compatibili con il decoro architettonico degli edifici.

Art.14 Classificazione.

Le insegne d'esercizio, in base al loro posizionamento, si distinguono nelle seguenti tipologie:

- Insegne frontali.
- Insegne a bandiera.
- Insegne a stelo
- totem.

CAPO II

Insegne frontali, a bandiera e a stelo – totem. Insegne frontali.

Sezione 1

Insegne frontali.

a) Definizione.

Le insegne frontali sono strutture applicate al perimetro esterno di un edificio e presentano sempre il lato decorato o la scritta parallela al filo di costruzione e, generalmente, all'asse vario.

b) Collocazione.

Tali impianti possono essere posizionati in tutte le zone della città, fatta salva l'esclusione, nei centri e nuclei storici e negli ambiti di particolare valore storico-artistico-ambientale, di alcune tipologie, come puntualmente individuate alla successiva lettera c).

c) Tipologie.

Le insegne frontali si distinguono nelle seguenti tipologie di massima:

- Cassonetti monofacciali luminosi.

Struttura parallelepipedica, formata da una gabbia di alluminio, con spessore non superiore a 12 cm, sulla quale è applicato un pannello in materiale plastico trasparente, recante il testo pubblicitario, ed all'interno della quale sono poste le luci. Deve essere inserita nello spazio sopra la luce delle vetrine o delle porte d'ingresso e collocata in apposito vano portainsegne. Nel caso in cui non esista tale spazio, può essere posta al di sopra della vetrina, in appoggio al filo superiore, ma contenuta nei limiti laterali dell'infisso e, comunque, nel rispetto degli elementi architettonici della facciata. Tali impianti sono vietati all'interno dei centri e nuclei storici e negli ambiti di particolare valore storico-artistico-ambientale.

- Lettere scatolate luminose.

Struttura nella quale il testo, il simbolo, il luogo e quant'altro sono realizzati con singole gabbie, con spessore non superiore a 12 cm, dotate di parti trasparenti atte a consentire la fuoriuscita di luce proveniente da apposita fonte posta all'interno. Il relativo posizionamento è vietato, all'interno dei centri e nuclei storici e negli ambiti di particolare valore storico-artistico-ambientale.

- Filamenti neon.

Struttura nella quale il testo e quant'altro sono realizzati con tubi fluorescenti piegati a caldo, su pannelli di fondo; è l'insegna tessa che in questo caso si presenta luminosa e illuminante. Nei centri e nuclei storici e negli ambiti di particolare valore storico-artistico-ambientale, tali impianti sono ammessi soltanto al piano terra, all'interno delle vetrine.

- Lettere in rilievo illuminate.

Impianto nel quale il testo, il simbolo, il logo e quant'altro, sono realizzati con materiale appositamente foggato "a spessore" per creare il testo o l'immagine del messaggio pubblicitario; è illuminato da fonte esterna che proietta la luce verso l'insegna.

- Pannelli decorati.

Impianto nel quale il testo, il simbolo, il logo e quant'altro sono dipinti su pannello di fondo, applicato alla cartella portainsegna o alla facciata; è illuminato da fonte esterna (faretto o filamento neon debitamente mascherati), che proietta la luce l'insegna.

- Targhe pendule artistiche.

Manufatti in lastra di metallo, anche verniciato, rame, legno, sagomati in fogge storiche, provvisti di catene mobili e montati su supporto con lavorazioni "classiche". Il bordo inferiore deve essere mantenuto ad una quota non inferiore a 2.50 ml dal piano del marciapiede, se posti al di sopra di spazi pedonali, a 4,50 ml, se posti sulla pubblica via. Il massimo sporto deve essere arretrato di almeno 20 cm rispetto al filo del marciapiede e, comunque, l'oggetto totale non deve essere superiore a 1,00 ml.

- Targhe

Manufatti di forma regolare, in lastra di ottone, ceramica, pietra, generalmente indicanti attività professionali e collocati lateralmente alle porte sugli stipiti, curando il rispetto degli elementi architettonici, della dimensione massima di 40 cm x 30 cm (con la dimensione maggiore disposta in senso orizzontale). Qualora siano previste targhe "in serie" sullo stesso edificio, le stesse dovranno avere la medesima dimensione e foggia; quando siano previste in numero superiore a tre, dovrà essere predisposto apposito portatarghe. Sono ammesse targhe pubblicitarie da collocare lateralmente alla porta d'ingresso all'attività, purché realizzate con la lastra in materiale trasparente (plexiglas, pvc, cristallo), montata su idonei distanziatori di almeno 2 cm, al fine di salvaguardare la superficie muraria originale; in tali casi la superficie massima ammessa non potrà superare 0.50 mq .

- Bacheche.

Vetrinette con frontali apribili, preferibilmente in lastra di metallo anche verniciato a legno, installate a muro o collocate a terra su supporto proprio e destinate all'esposizione di quotidiani, periodici, comunicati di vario genere, nonché all'esposizione di menù, tariffe e prezzi di pubblici esercizi; la dimensione massima ammessa non potrà superare 80 cm x 120 cm. Le bacheche a muro devono essere posizionate curando gli allineamenti ed il rispetto degli elementi architettonici; le bacheche con appoggi a terra non devono intralciare il pubblico transito e non devono ostacolare il passaggio a portatori di handicap.

– Tende.

Manufatti mobili o semimobili, in tessuto o materiali assimilabili, con o senza struttura di supporto rigida, posti esternamente a protezione di vetrine ed ingressi. Sono consentite unicamente a sbalzo e devono essere retrattili, in tela di colore che si armonizzi con l'ambiente; possono essere interessate da scritte o messaggi pubblicitari e denominazioni di esercizio per una superficie non superiore ad un quarto di quella di telo interessato. Devono rispettare un'altezza minima dalla quota del marciapiede di 2.50 ml comprese le parti mobili; il massimo sporto deve essere arretrato di almeno 20 cm rispetto al filo del marciapiede e comunque non possono avere un oggetto superiore a 2.00 ml. In strade prive di marciapiede e comunque a traffico limitato, l'oggetto delle tende non dovrà superare 1.20 ml. L'installazione di tali manufatti è vietata quando si pregiudichi, anche parzialmente, la visibilità di regolatori di traffico o altre indicazioni di interesse pubblico.

– Pubblicità sui cristalli di protezione delle finestre.

Ove esistano esercizi aperti al pubblico (assicurazioni, sportelli bancari, parrucchieri, ecc.) posti ai piani superiori degli edifici, è ammessa l'installazione di diciture pubblicitarie sui cristalli di protezione delle finestre a condizione che siano realizzate con materiale trasparente (vetro, plexiglas) e l'altezza non superi un terzo dell'altezza della finestra.

– Vetrofanie e vetrografie.

Le vetrofanie sono immagini pubblicitarie e testi realizzati su pellicola aderenti alle vetrine delle attività. Le vetrografie sono immagini e testi realizzati direttamente sul vetro. Tali mezzi pubblicitari sono ammessi nel limite massimo di un terzo della superficie di ogni singola specchiatura; nel caso di superfici non superiori a 0.50 mq, il relativo posizionamento non necessita di autorizzazione, (fatta salva, in ogni caso, l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità).

– Iscrizioni dipinte, bassorilievi, sculture, mosaici, fregi, graffiti, murales. Sono rilevanti ai fini del presente regolamento solo se connesse a messaggi pubblicitari, che non potranno comunque superare il 10% della superficie dell'opera. 11 Le composizioni e le tecniche devono essere accuratamente studiate per assicurare un armonico inserimento nel contesto urbano ed ambientale.

– Preinsegne. Si definiscono preinsegne le scritte in caratteri alfanumerici, completate da frecce d'orientamento ed eventualmente da simboli e da marchi, realizzate su manufatto bifacciale e bidimensionale, utilizzabile su una sola o su entrambe le facce e supportate da una idonea struttura di sostegno; tali impianti sono finalizzati alla pubblicizzazione direzionale della sede dove si esercita una determinata attività e potranno essere installati nei soli casi in cui facilitino il reperimento di aziende non ben identificabili dalla sede stradale. Non possono essere luminose, né illuminate. Sono da preferire gli accorpamenti delle preinsegne (fino ad un numero massimo di 6), su unica struttura di sostegno, in modo tale da costituire un Gruppo Unitario Segnaletico, favorendo anche un graduale riordino delle esistenti.

Sezione II

Insegne a bandiera

a) Definizione.

Le insegne a bandiera sono strutture bifacciali, generalmente ancorate ad aste infisse sulla facciata di un edificio o supportate da pali ancorati nel terreno.

b) Collocazione.

Ad eccezione delle targhe pendule artistiche, all'interno dei centri e nuclei storici e negli ambiti di particolare valore storico-artistico-ambientale, le insegne a bandiera sono vietate. All'esterno di tali zone, alle insegne a bandiera, ancorate ad aste infisse sulla facciata di edifici, è comunque da preferirsi l'applicazione di insegne frontali. L'installazione delle insegne a bandiera è, in ogni caso, vietata quando si pregiudichi, anche parzialmente, la visibilità di regolatori di traffico o altre indicazioni di interesse pubblico.

c) Caratteristiche.

Il bordo inferiore delle insegne a bandiera deve essere posto ad una quota non inferiore a 2,50 ml dal piano del marciapiede, se posti al di sopra di spazi pedonali, a 4,50 ml, se posti sulla pubblica via. Il massimo sporto deve essere arretrato di almeno 20 cm rispetto al filo del marciapiede e, comunque, l'oggetto totale non deve essere superiore a 1.00 ml. Le insegne a bandiera indicanti punti di rivendita di prodotti monopolio di stato (sali, tabacchi, valori bollati, lotto, totocalcio, totip, ecc.) o di pubblicità sanitaria, installate secondo specifiche normative di settore, devono comunque inglobare tutti i messaggi in un unico impianto.

Sezione III

Insegne a stelo – totem.

a) Definizione.

Le insegne nel terreno – totem, sono impianti tridimensionali, multifacciali, ancorati al suolo con plinti di fondazione in cls e apposita struttura di sostegno caratterizzata da un telaio che può supportare diverse soluzioni tecniche per l'esposizione di messaggi pubblicitari.

b) Collocazione.

Tali insegne sono vietate all'interno dei centri e nuclei storici e negli ambiti di particolare valore storico-artistico-ambientale. È in ogni caso vietata l'installazione di totem quando si pregiudichi, anche parzialmente, la visibilità di regolatori di traffico o altre indicazioni di interesse pubblico. Ove ammesse, sono posizionabili a condizione che non intralcino il pubblico transito e non ostacolino il passaggio a portatori di handicap.

c) Caratteristiche.

I totem non possono superare l'altezza di 4,00 ml e la larghezza di 2,00 ml; forme e materiali devono essere accuratamente studiati per assicurare un armonico inserimento nel contesto urbano ed ambientale nel quale viene richiesta la collocazione.

TITOLO IV PROCEDURE PER IL RILASCIO DELL'AUTORIZZAZIONE

CAPO I

Disposizioni generali.

Art. 15 Individuazione delle competenze.

La collocazione degli impianti pubblicitari in luoghi pubblici, aperti al pubblico, suolo privato e privato ad uso pubblico, è, nell'ambito del centro abitato del territorio comunale, soggetta ad autorizzazione da parte

del Comune, salvo il preventivo nulla osta tecnico dell'Ente proprietario se la strada è statale, regionale o provinciale, ai sensi dell'art.23, comma 4, del D.Lgs. 30/04/1992 n.285. All'esterno del centro abitato del territorio comunale, l'autorizzazione è rilasciata dai competenti Enti proprietari della strada, con le modalità indicate dall'art.53 del D.P.R. 16/12/1992 n.495. Gli impianti pubblicitari posti in ambiti di particolare valore storico-artistico-ambientale, espressamente vincolati ai sensi del D.Lgs. 22/01/2004 n.42, qualora ammissibili, sono autorizzati previa acquisizione del nulla osta dell'Ente preposto alla tutela del vincolo o subdelegato.

CAPO II

L'Autorizzazione

Sezione I

Presentazione domanda e istruttoria.

Art. 16 Presentazione della domanda.

La domanda di autorizzazione, prodotta in conformità ai disposti di cui alla vigente normativa sull'imposta di bollo, deve essere, preferibilmente, redatta su apposito modello predisposto dagli uffici comunali e deve essere consegnata all'ufficio protocollo generale, che rilascia ricevuta attestante la relativa presentazione; la consegna all'ufficio protocollo deve essere preceduta dalla verifica della pratica presso l'ufficio preposto all'istruttoria. La domanda di autorizzazione deve contenere i seguenti dati ed essere corredata, a pena di improcedibilità, degli allegati di seguito elencati:

- Indicazione delle generalità, della residenza o domicilio ed il codice fiscale del richiedente; nel caso di soggetti diversi dalle persone fisiche, la dominazione, la ragione sociale, la sede legale, la partita IVA e le generalità del rappresentante legale;
- Ubicazione esatte del luogo ove s'intende installare l'impianto pubblicitario, opportunamente identificato in apposito elaborato planimetrico;
- Bozzetti grafici a colori, in cinque copie, riportanti le dimensioni, i materiali, i colori, le caratteristiche tecnico-costruttive dell'impianto, nonché, ad eccezione degli impianti a messaggio variabile e per affissioni, il testo per esteso del messaggio pubblicitario;
- Documentazione fotografica del luogo interessato dall'installazione;
- Fotomontaggio indicante l'esatta posizione del manufatto previsto;
- Impegnativa al rispetto, in sede di realizzazione e collocazione degli impianti, della normativa e corrispondente assunzione di responsabilità per eventuali danni derivanti a terzi;
- Nulla osta del proprietario dell'area, o del proprietario/amministratore del fabbricato interessato all'installazione;
- Per le targhe mediche professionali, nulla osta dell'Albo Provinciale dei Medici/Ordine di appartenenza, o dell'A.S.L. nel caso di gabinetti polispecialistici e studi associati;
- Attestazione dell'avvenuto versamento dei corrispettivi e dei diritti di istruttoria di cui al successivo art.18. L'Amministrazione comunale provvede, secondo quanto disposto dalla Legge 07/08/1990 n.241, a comunicare all'interessato, entro dieci giorni dall'assunzione della pratica al Protocollo Generale, l'avvio del procedimento. La ricevuta di cui al comma 1, completa di tutti i dati previsti, sostituisce, agli effetti di legge, la comunicazione di avvio al procedimento.

Art.17 Istruttoria della domanda e rilascio dell'autorizzazione.

La domanda di autorizzazione viene esaminata, secondo l'ordine cronologico di presentazione riscontrabile in base al protocollo d'ingresso, da un tecnico d'ufficio preposto all'istruttoria ai fini della verifica della conformità della stessa al presente Regolamento, previa acquisizione del parere obbligatorio dell'ufficio Polizia Locale competente, per l'attestazione della conformità dell'istanza al Codice della Strada ed al relativo Regolamento di Esecuzione ed Attuazione. Qualora l'installazione dell'impianto debba avvenire su area di proprietà comunale, l'ufficio preposto all'istruttoria avrà cura di acquisire i pareri di competenza degli altri uffici dell'Amministrazione cui spetta la gestione del patrimonio e del demanio comunale. Il responsabile del procedimento, qualora sia opportuno acquisire il parere o particolari prescrizioni da parte di distinte unità organizzative interne all'Amministrazione o da parte di Enti diversi, può convocare una Conferenza dei Servizi, secondo quanto disposto dalla Legge 07/08/1990 n.241 e sue successive modificazioni e integrazioni. L'autorizzazione viene rilasciata all'interessato entro sessanta giorni dalla data di presentazione della domanda; in caso di provvedimento di diniego, questo deve essere opportunamente motivato. L'autorizzazione all'installazione di impianti pubblicitari, ha validità per un periodo di tre anni, salvo specifica diversa autorizzazione, decorrenti dalla data di notifica del provvedimento, ai sensi dell'art. 53 del D.P.R. 16/12/1992 n.495, ed è rinnovabile per un uguale periodo di tempo, subordinatamente alla presentazione di apposita domanda che dovrà essere fatta pervenire al competente ufficio almeno sessanta giorni prima della scadenza dell'autorizzazione medesima. La pubblicità temporanea è ammessa per una durata massima di novanta giorni, salvo motivate proroghe. Qualora l'installazione dell'impianto debba avvenire su area di proprietà comunale, l'autorizzazione di cui sopra tiene luogo della concessione del suolo pubblico e ne disciplina le modalità, ivi compreso il ripristino dell'area al termine della concessione; in tal caso il rilascio dell'autorizzazione può essere subordinato, a giudizio insindacabile dell'ufficio, a prestazione di idonea cauzione. L'autorizzazione può in ogni caso, per motivate sopravvenute ragioni di interesse pubblico, ivi compreso l'adeguamento della segnaletica stradale, essere revocata in qualsiasi momento, con conseguente obbligo di ripristino della situazione preesistente.

Art.18 Corrispettivi per il rilascio e il rinnovo dell'autorizzazione.

Per il rilascio dell'autorizzazione o il rinnovo della stessa, è dovuto all'Amministrazione comunale un corrispettivo, ai sensi dell'art. 53, comma 7, del D.P.R. 16/12/1992 N.495 comprensivo di tutti gli oneri inerenti l'istruttoria della pratica. Il suddetto corrispettivo dovrà essere differenziato in funzione della tipologia degli impianti e della diversa complessità degli adempimenti istruttori, secondo i raggruppamenti di seguito indicati:

- Impianti pubblicitari generici permanenti di servizio, impianti pubblicitari generici temporanei, insegne di esercizio (diritti istruttoria 30,00 euro)
- Impianti pubblicitari generici permanenti per affissioni e di cartellonistica (diritti istruttoria 50,00 euro)

Il corrispettivo per il rilascio/rinnovo è determinato in misura fissa ed è corrisposto al momento della presentazione della domanda. L'eventuale emissione del provvedimento di contenuto negativo o il mancato ritiro dell'autorizzazione non comporteranno alcun diritto al rimborso. L'importo del corrispettivo viene stabilito con deliberazione della Giunta Comunale da adottare entro il 31 ottobre di ciascun anno, con effetto dal 1 gennaio dell'anno successivo, ovvero entro il termine stabilito per l'approvazione del bilancio di previsione. Sezione II Obblighi del titolare e decadenza dell'autorizzazione

Art.19 Obblighi del titolare dell'autorizzazione.

Ogni impianto pubblicitario autorizzato, dovrà riportare, saldamente fissata, ai sensi dell'art. 55 del D.P.R. 16/12/1992 n. 495, apposita targhetta metallica, posta in posizione facilmente accessibile, sulla quale sono riportati, con caratteri incisi, i seguenti dati:

- Amministrazione rilasciante.
- Soggetto titolare.
- Numero dell'autorizzazione.
- Progressiva chilometrica del punto di installazione.
- Data di scadenza dell'autorizzazione.

Per gli impianti pubblicitari, per i quali risulta difficoltosa l'applicazione di targhette, è ammesso che i suddetti dati siano riportati con scritte a carattere indelebile. La targhetta o la scritta di cui sopra, devono essere sostituite ad ogni rinnovo dell'autorizzazione ed ogniqualvolta intervenga la variazione di uno dei dati su di esse riportati. Tutti gli impianti pubblicitari luminosi o illuminati, nei casi in cui ne sia consentita l'installazione, non possono avere luci intermittenti, né d'intensità luminosa superiore a 150 candele per metro quadrato, o che comunque provochino abbagliamento o intralcio alla circolazione stradale. L'illuminazione deve essere realizzata dall'alto verso il basso e comunque sempre nel pieno rispetto dei disposti della L.R. 27/03/2000 n.17 in materia di risparmio energetico e lotta all'inquinamento luminoso. Il sistema di illuminazione deve essere conforme alle norme di cui alla Legge 05/03/1990 n. 46 in materia di sicurezza degli impianti. Il titolare dell'autorizzazione deve adempiere, nei tempi prescritti, a tutte le prescrizioni impartite dall'Ente competente al momento del rilascio dell'autorizzazione o, successivamente, per intervenute e motivate esigenze; deve, inoltre, costantemente mantenere i manufatti pubblicitari in perfette condizioni di sicurezza, manutenzione e decoro. Deve procedere immediatamente alla rimozione dei manufatti nel caso di decadenza o revoca dell'autorizzazione o di insussistenza delle condizioni di sicurezza previste all'atto dell'installazione o di motivata richiesta da parte dell'Ente competente al rilascio dell'autorizzazione. È fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione di provvedere, prima dell'installazione dell'impianto pubblicitario, al ritiro del titolo abilitativo presso il competente ufficio comunale, che, in tale sede, procederà alla relativa notifica. Il titolare dell'autorizzazione, prima dell'installazione dell'impianto, deve ritirare il titolo abilitativo e deve presentare al Comune o al Concessionario del servizio, apposita dichiarazione, ai fini dell'applicazione dell'imposta sulla pubblicità, in caso di occupazione di suolo pubblico, denuncia agli effetti dell'applicazione del Tassa di Occupazione di Spazi ed Aree Pubbliche (Tosap).

Art.20 Decadenza dell'autorizzazione.

Costituiscono cause di decadenza dell'autorizzazione:

- Inadempimento, da parte del titolare dell'autorizzazione, degli obblighi di cui al precedente art.19.
- Mancato ritiro dell'autorizzazione entro novanta giorni dalla data di ricezione di apposita comunicazione da parte dell'ufficio preposto dall'istruttoria.
- Mancata esposizione dell'impianto pubblicitario nel termine di novanta giorni decorrenti dalla data di notifica dell'autorizzazione.
- Rinuncia espressa all'autorizzazione, da parte del titolare.

TITOLO V

VIGILANZA E SANZIONI.

Art. 21 Vigilanza.

I controlli sulla corretta realizzazione e sull'esatto posizionamento degli impianti pubblicitari rispetto a quanto autorizzato, nonché sul loro stato di conservazione e sulla buona manutenzione, oltretutto sui termini di scadenza delle autorizzazioni, sono effettuati dagli uffici preposti della Polizia Locale, e LLPP e dal personale degli altri Enti proprietari delle strade. Limitatamente ai luoghi sottoposti a vincoli a tutela di bellezze naturali o paesaggistiche o di edifici o di luoghi di interesse storico o artistico, la vigilanza può essere svolta, nell'ambito delle rispettive competenze, anche da funzionari di Ministeri dell'Ambiente e dei Beni Culturali, i quali trasmettono le proprie segnalazioni al Comune o all'ente proprietario della strada per i provvedimenti di competenza. Qualunque inadempienza venga rilevata da parte del personale incaricato della vigilanza, deve essere contestata, a mezzo di specifico verbale, al soggetto titolare dell'autorizzazione che deve provvedere entro il termine fissato ad eliminare quanto accertato.

Art.22 Sanzioni.

L'esposizione di un impianto pubblicitario non preventivamente autorizzato o, comunque, installato in difformità rispetto alle prescrizioni di cui all'autorizzazione rilasciata, costituisce violazione al Regolamento Comunale, punibile con sanzioni amministrative pecuniarie stabilite ai sensi del D.Lgs. 30/04/1992 n. 285m del D.P.R. 16/12/1992 n.495, art.7 bis D.Lgs. n.267/2000 nonché del D.Lgs 22/01/2004 n.42 per gli ambiti di particolare valore storicoartistico-ambientale, espressamente vincolanti. La violazione delle norme del presente Regolamento, laddove non riguardante fattispecie di illecito per il quale la relativa sanzione amministrativa pecuniaria risulta già disposta dal vigente Codice della Strada o dal D.Lgs. 22/01/2004 n.42 e notificata entro novanta giorni, è punita con la sanzione amministrativa pecuniaria determinata ai sensi dell'art. 24 del D.Lgs. 15/11/1993 n.507; la suddetta sanzione, se non è avvenuta la contestazione immediata, deve essere notificata entro novanta giorni quanto disposto dalle norme contenute nelle sezioni I e II del capo I della Legge 24/11/1981 n.689. Dalle violazioni suddette consegue, ai sensi di legge, la sanzione amministrativa accessoria dell'obbligo posto a carico dell'autore e a proprie spese, di rimuovere gli impianti realizzati entro e non oltre quindici giorni dalla data di comunicazione dell'atto. In caso di inottemperanza, il Comune provvederà d'ufficio, addebitando al responsabile le spese sostenute, ferma restando la possibilità di effettuare l'immediata copertura della pubblicità abusiva, in modo che sia privata di efficacia pubblicitaria. Gli impianti pubblicitari la cui autorizzazione risulti scaduta, sia decaduta o sia stata revocata, quelli in stato di abbandono o in pericolo di stabilità che possono causare danno al decoro urbano e/o pregiudizio alla pubblica sicurezza, devono essere rimossi dall'originario titolare dell'autorizzazione, che deve altresì provvedere, entro quindici giorni, al ripristino dei luoghi che abbiano subito alterazioni per effetto dell'installazione dell'impianto. In caso di inottemperanza, il Comune provvederà d'ufficio, con deposito del manufatto nel magazzino comunale, addebitando al titolare le spese sostenute, nonché le spese di custodia; decorsi tre mesi il materiale rimosso e non ritirato potrà essere avviato a distruzione.

TITOLO VI

PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI

Art. 23 Competenze e criteri.

Il Piano Generale degli impianti, del quale il presente Regolamento costituisce parte integrante e sostanziale in quanto appendice normativa, verrà predisposto dall'Amministrazione comunale ai sensi dell'art. 3 del D.Lgs. 15/11/1993 n.507. Il Piano, previo censimento degli impianti esistenti, dovrà prevedere la distribuzione degli impianti su tutto il territorio comunale, avendo riguardo alle esigenze di carattere sociale, istituzionale, economico e alla concentrazione demografica, nonché alla tutela ambientale paesaggistica e delle viabilità, nel rispetto di quanto disposto dal presente "Regolamento Comunale degli Impianti Pubblicitari". Oggetto del Piano sono, in particolare, la tipologia, la quantità degli impianti permanenti per affissioni pubbliche/private e gli impianti a messaggio variabile, ivi compresi gli impianti da attribuire, per affissioni dirette, a soggetti privati diversi dal concessionario del pubblico servizio e per i quali l'Amministrazione Comunale si riserva la facoltà di rilasciare in concessione la titolarità dei posizionamenti ad una o più ditte operanti nel settore con il relativo periodo di autorizzazione. A norma del D.Lgs 15/11/1993 n.507, il Piano stabilirà la collocazione e ridefinirà, rispetto a quanto in via provvisoria determinato dal vigente "Regolamento per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni e per l'effettuazione del relativo servizio", la ripartizione della superficie degli impianti pubblici da destinare alle affissioni di natura istituzionale e quella da destinare alle affissioni di natura commerciale, nonché la superficie degli impianti da attribuire a soggetti privati.

TITOLO VII

DISPOSIZIONI TRANSITORIE E FINALI

CAPO I

Disposizioni transitorie

Art. 24 Adeguamento degli impianti esistenti.

Gli impianti pubblicitari, già installati sulla base di autorizzazione in essere alla data di entrata in vigore del Regolamento, devono essere adeguati alle sue disposizioni, a cura e spese del titolare dell'autorizzazione, entro il termine massimo di un anno massimo dalla suddetta data, ovvero, entro il medesimo termine, rimossi. Qualora l'autorizzazione scada prima del termine di adeguamento sopra assegnato, il rinnovo è in ogni caso subordinato all'adeguamento dell'impianto alle nuove disposizioni; tale adeguamento dovrà necessariamente intervenire entro il termine di decorrenza iniziale del rinnovo stesso.

Art. 25 Posizionamento nuovi impianti.

Nelle more dell'adozione del Piano Generale degli Impianti è comunque ammessa l'installazione di impianti pubblicitari, diversi da quelli di cui al successivo comma del presente articolo, purché la stessa avvenga nel rispetto dei criteri e dei principi dettati dal presente Regolamento. Sino all'adozione del Piano Generale degli Impianti e fermi restando gli obblighi di adeguamento imposti dal presente Regolamento, non potrà essere consentita l'installazione di nuovi impianti permanenti per affissioni pubbliche/private se non previo motivato atto di indirizzo della Giunta Comunale.

CAPO II

Disposizioni finali

Art.26 Norma finale.

Il presente Regolamento, relativamente agli impianti pubblicitari, viene ad integrare, ove compatibili, le disposizioni eventualmente già contenute in altri regolamenti comunali vigenti, fermo restando, a far data dell'entrata in vigore dello stesso, l'abrogazione di ogni altra norma regolamentare comunale confliggente con il medesimo. 18 Art. 27 Norma di rinvio. Per tutto quanto non espressamente contemplato nel presente Regolamento, si fa espresso rinvio al D.Lgs. 30/04/1992 n.285 (Codice della Strada), al D.P.R. 16/12/1992 n.495 (Regolamento di Esecuzione ed Attuazione), al D.Lgs. 15/11/1993 n.507 e successive modificazioni ed integrazioni (Imposta sulla pubblicità e diritti sulle pubbliche affissioni), nonché alle altre norme legislative e regolamentari vigenti in materia. Art. 28 Entrata in vigore Le disposizioni del presente regolamento hanno effetto Il presente Regolamento, dopo l'approvazione da parte degli Organi competenti, entra in vigore a decorrere dal primo gennaio 2021.