CITTA' DI GRAVELLONA TOCE
Provincia del Verbano Cusio Ossola
P.zza Resistenza,10 – Tel. 0323/848386 – Fax 0323/864168 – C.F. 00332450030

REGOLAMENTO COMUNALE SULLA PUBBLICITÀ

Redatto in conformità art. 23 Nuovo Codice Della Strada approvato con D. Lgs. 30 aprile 1992 n. 285 e s.m.i., e suo Regolamento di esecuzione e di attuazione di cui al D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495 (Titolo II - Articoli da 47 a 59) aggiornato, da ultimo, con le modifiche apportate dal *D.L. 21 giugno 2013, n. 69*, convertito, con modificazioni, dalla *L. 9 agosto 2013, n. 98* e dal *D.L. 24 giugno 2014, n. 90*, convertito, con modificazioni, dalla *L. 11 agosto 2014, n. 114*.

APPROVATO CON D.C.C. N. 44 DEL 16/04/2009 E N. 75 DEL 24/09/2009
MODIFICATO CON D.C.C. N. 48 DEL 19/10/2016 e D.C.C. N. 38 DEL 29/09/2017

INDICE:

Capo I **Disposizioni generali**
Art. 1 - Finalità del regolamento
Art. 2 - Definizione dei mezzi pubblicitari
Art. 3 - Particolari forme di pubblicità
Capo II **Classificazione, definizione e norme specifiche**
Art. 4 - Insegne pubblicitarie e di esercizio
Art. 5 - Preinsegna
Art. 6 - Sorgente Luminosa
Art. 7 - Cartelli Pubblicitari
Art. 8 - Striscioni, locandine e stendardi
Art. 9 - Segni Orizzontali reclamistici
Art. 10 - Impianti pubblicitari di servizio
Art. 11 - Impianti di pubblicità o propaganda
Art. 12 - Manifesto
Art. 13 - Targhe
Art. 14 - Bacheche
Art. 15 - Tende
Art. 16 - Impianto a messaggio variabile o multimediale
Art. 17 - Impianto di insegne o targhe coordinate
Art. 18 - Vetrofanie e vetrografie

Art. 19 - Pubblicità sui veicoli
Art. 20 - Pubblicità sonora e fonica
Art. 21 - Cartelli pubblicitari temporanei
Art. 22 - Pubblicità nei cantieri edili
Art. 23 - Gigantografie sui ponteggi di cantieri edili
Art. 24 - Mezzi Pubblicitari nelle stazioni di servizio e nei parcheggi
Art. 25 - Segnali turistici e di territorio
Art. 26 - Caratteristiche e dimensioni degli impianti per affissioni
Art. 27- distribuzione di Volantini, opuscoli e simili
Capo III Norme comuni a tutte le forme di pubblicità
Art. 28 - Disciplina di inserimento impianti
Art. 29 - Progetti Particolareggiati
Art. 30 - Collocazione vietata
Art. 31 - Collocazione lungo le strade e la fasce di pertinenza
Art. 32 - Caratteristiche dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari
Art. 33 - caratteristiche dei cartelli e dei mezzi pubblicitari luminosi
Capo IV Locazione di forme pubblicitarie all'interno dei centri storici o zone di interesse storico, artistico, culturale e ambientale
Art. 34 - Norme generali all'interno di zone da tutelare
Capo V Procedure per il rilascio dell'autorizzazione
Art. 35 - Autorizzazioni fuori dal centro abitato
Art. 36 - Autorizzazioni entro il centro abitato
Art. 37 - Autorizzazioni specifiche e Comunicazioni preventive
Art. 38 - Rilascio dell'autorizzazione
Art. 39 - interventi di sostituzione e modifica insegne
Art. 40 - Validità e rinnovo dell'autorizzazione
Art. 41- Obblighi dei titolari dell'autorizzazione
Art. 42 - Decadenza dell'autorizzazione
Capo VI Vigilanza e sanzioni
Art. 43 - Vigilanza
Art. 44 - Sanzioni amministrative e accessorie
Capo VII Disposizioni finali e transitorie
Art. 45 - Norme Transitoria
Art. 46 - Abrogazioni
Art. 47 - Entrata in vigore del Regolamento

CAPO I - DISPOSIZIONI GENERALI

ART. 1 – FINALITA' DEL REGOLAMENTO

Il presente regolamento disciplina, con riferimento all'intero territorio comunale, la materia concernente i mezzi pubblicitari e gli impianti di pubblicità e propaganda, come di seguito definiti, entro il centro abitato e fuori dallo stesso, ove di competenza comunale, in conformità ai disposti vigenti in materia di tutela delle strade ed aree pubbliche di cui all'art. 23 del Nuovo Codice Della Strada approvato con D.Lgs. 30 aprile 1992 n. 285 e s.m.i.

Si prefigge anche lo scopo, sempre con riferimento all'attività impiantistica pubblicitaria, di tutelare i valori storico-architettonici dell'ambiente urbano e quelli paesaggistici del territorio comunale.

Il Piano generale degli impianti pubblicitari definisce altresì tipologie e quantità degli impianti pubblicitari ammessi all'interno del centro abitato, suddiviso in macro aree, al fine di effettuare un corretto riordino dell'esposizione pubblicitaria sull'assetto urbanistico della città ed in ottemperanza alle disposizioni di cui all'art. 3 del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507 e smi, individua quantità e collocazione degli impianti destinati alle pubbliche affissioni, nonché gli impianti pubblicitari di proprietà comunale, e quantità massime e tipologie degli impianti di pubblicità potenzialmente ammessi realizzabili dai privati.

Per quanto concerne l'applicazione dell'Imposta Comunale sulla Pubblicità, del canone per l'occupazione suolo pubblico, e del Diritto sulle Pubbliche Affissioni, come anche per l'effettuazione del servizio delle Pubbliche Affissioni e della eventuale Gestione in Concessione, si rinvia alle disposizioni dello specifico Regolamento comunale.

ART. 2 – DEFINIZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI

Ai fini dell'applicazione del presente regolamento per <u>mezzi pubblicitari</u> si intendono tutti quelli definiti dall'art. 47 del D.P.R. n. 495/92 (ART. 23 C.d.S.) e successive modifiche ed integrazioni, come di seguito riportati:

a) Insegna di esercizio
b) Preinsegna
c) Sorgente luminosa
d) Cartello
e) Striscione, locandina e stendardo
f) Segno orizzontale reclamistico
g) Impianto pubblicitario di servizio
h) Impianto di pubblicità o propaganda

I mezzi elencati al comma precedente ai punti b) e) f) g) h) vengono indicati per brevità con il termine "altri mezzi pubblicitari".

ART. 3 – PARTICOLARI FORME DI PUBBLICITA'

Costituiscono <u>forme particolari di pubblicità</u> e pertanto soggette a particolare regolamentazione, definite e disciplinate secondo le disposizioni del presente regolamento:

a) Manifesto
b) Targhe
c) Bacheche
d) tende a servizio delle attività commerciali e pubblici esercizi
e) Impianto a messaggio variabile
f) Impianto di insegne o targhe coordinate
g) Vetrofanie, vetrografie
h) Pubblicità sui veicoli
i) Pubblicità sonora e fonica
j) Cartelli pubblicitari temporanei
k) Pubblicità nei cantieri edili
l) Gigantografie su ponteggi nei cantieri edili
m) Mezzi pubblicitari nelle stazioni di servizio e nei parcheggi
n) Segnali turistici e di territorio
o) Impianti per le affissioni
p) Segnaletica stradale pubblicitaria
q) Volantinaggio o similari

CAPO II - CLASSIFICAZIONE, DEFINIZIONE E NORME SPECIFICHE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

ART. 4 - INSEGNE PUBBLICITARIE E DI ESERCIZIO

4.1. <u>Definizioni</u>

a) Definizione ex art. 47 del D.P.R. 495/92 e s.m.i.: Si definisce **"insegna di esercizio"** la scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da simboli e da marchi, realizzata e supportata con materiali di qualsiasi natura, installata nella sede dell' attività a cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie alla stessa. Può essere luminosa sia per luce propria che per luce indiretta.

   Per pertinenze accessorie si intendono gli spazi ed aree limitrofe alla sede dell' attività e poste a servizio, anche non esclusivo, di essa.

   In caso di pertinenze accessorie comuni a più attività, è necessario utilizzare un mezzo pubblicitario unitario.

b) Si definisce" insegna **pubblicitaria** "la scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da simboli e da marchi, realizzata e supportata con materiali di qualsiasi natura, non installata nella sede dell'attività a cui si riferisce né nelle pertinenze accessorie alla stessa. Può essere luminosa sia per luce propria che per luce indiretta.

c) Le insegne di esercizio e pubblicitarie si classificano, secondo la propria collocazione, in:

1) insegna su palina o collocata su supporto proprio.
2) insegna frontale
3) insegna a bandiera orizzontale (in aggetto da una costruzione)
4) insegna a bandiera verticale (in aggetto da una costruzione)
5) insegna a tetto o sulle facciate di edifici destinati ad attività industriali, commerciali o a funzioni direzionali;
6) insegne realizzate con tecniche pittoriche direttamente sul muro o su altri elementi delle facciate.
7) **Insegne pubblicitarie tipo "totem",** ovvero un mezzo pubblicitario tridimensionale, ancorato direttamente al terreno, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici sia direttamente, sia tramite sovrapposizione di altri elementi, quali manifesti, adesivi, ecc. Possono essere luminosi, illuminati o non luminosi.

4.2. Caratteristiche principali

4.2.a Le dimensioni massime ammissibili per le insegne **all' interno del centro abitato**:

a) per le insegne a bandiera, frontali, su palina collocate parallelamente all'asse stradale è ammessa una dimensione massima di 10 mq;

b) per le insegne a bandiera, frontali, su palina collocate ortogonalmente all' asse stradale è ammessa una dimensione massima di 2 mq;

c) per le insegne a tetto o sulle facciate dei fabbricati, comprese quelle pittoriche, è ammessa una dimensione massima di 20 mq., qualora la superficie di ciascuna facciata dell'edificio ove ha sede l'attività sia superiore a mq. 100, è possibile incrementare la superficie dell'insegna di esercizio fino al limite massimo del 50% della superficie di facciata.

d) Per gli impianti "totem" Le dimensioni massime sono pari a mq. 3 di base per m 6.00 di altezza.

4.2.b Le dimensioni massime ammissibili per le insegne **poste fuori dal centro abitato**:

- le insegne a bandiera, frontali, su palina non devono superare la superficie di mq. 6, ad eccezione delle insegne di esercizio poste parallelamente al senso di marcia dei veicoli o in aderenza ai fabbricati, che possono raggiungere la superficie di mq. 20; qualora la superficie di ciascuna facciata dell'edificio ove ha sede l'attività sia superiore a mq. 100, è possibile incrementare la superficie dell'insegna di esercizio nella misura del 10% della superficie di facciata eccedente mq. 100, fino al limite di mq. 50.

4.2.c Caratteristiche particolari delle insegne **poste fuori ed all'interno del centro abitato**:

- Non sono ammesse insegne a tetto su fabbricati destinati alla residenza.
- Le insegne a bandiera sia orizzontali che verticali aggettanti su percorsi esclusivamente pedonali devono essere installate, nel rispetto delle distanze minime di cui al Titolo III successivo, in modo tale che la distanza da terra al bordo inferiore sia uguale o superiore a ml. 3,00.
- Le insegne a bandiera sia orizzontali che verticali aggettanti su piste ciclabili, su sedi stradali o passaggi accessibili da automezzi devono essere installate in modo tale che la distanza da terra al bordo inferiore sia uguale o superiore a m. 4,70.
- Per le insegne a bandiera, la distanza del bordo verticale esterno rispetto al filo del muro dell'edificio non può superare i 2/3 dell'ampiezza del marciapiede ed in valore assoluto m. 1,20.

- Le insegne frontali devono essere installate nel vano compreso tra gli stipiti e l'architrave delle aperture, od immediatamente sopra lo stesso, fermo restando il mantenimento dei requisiti minimi di aeroilluminazione del locale. Devono, inoltre, avere una sporgenza massima, rispetto al filo esterno del muro, di cm. 15 ed essere contenute all'interno della larghezza del vano stesso.
- Ove consentite, le insegne a tetto non possono sporgere dalla sagoma dell'edificio.
- Le insegne montate su supporto proprio o su palina, se collocate su area privata devono rispettare un'altezza da terra misurata dalla quota del terreno al bordo superiore non maggiore a ml. 6,00; se aggettanti su suolo pubblico devono rispettare le condizioni indicate ai punti precedenti.

ART. 5 - PREINSEGNA

5.1. Definizioni

Definizione ex art. 47 del D.P.R. 495/92 e s.m.i.: si definisce **"preinsegna"** la scritta in caratteri alfanumerici, completata da freccia dì orientamento, ed eventualmente da simboli e da marchi, realizzata su manufatto bifacciale e bidimensionale, utilizzabile su una sola o entrambe le facce, supportato da un' idonea struttura di sostegno, finalizzata alla pubblicizzazione direzionale della sede ove si esercita una determinata attività ed installata in modo da facilitare il reperimento della sede stessa e comunque nel raggio di 5 Km. Non può essere luminosa, né per luce propria né per luce indiretta.

5.2. Caratteristiche principali

Le preinsegne, qualificabili anche con il termine di "segnaletica stradale pubblicitaria" o "Frecce segnaletiche", possono contenere informazioni turistiche, commerciali, industriali, alberghiere, territoriali, di luogo e di pubblico interesse, ed avranno le seguenti caratteristiche:

1. dovranno essere realizzati in pannelli metallici monofacciali o bifacciali, non luminosi, di forma rettangolare e nelle misure di centimetri 25 x 125 ciascuna, o comunque dimensioni comprese fra 0,20 m x 1,00 m. e 0,3 m x 1,50 m.

2. I colori devono essere conformi a quanto previsto dal Codice della Strada in relazione all'attività esercitata, preferibilmente nei colori standard giallo e grigio scuro

3. È ammesso l'abbinamento, su un'unica struttura di sostegno, di un numero massimo di sei preinsegne per ogni senso di marcia, a condizione che abbiano le stesse dimensioni e siano oggetto di un'unica autorizzazione. In ogni gruppo di frecce segnaletiche, potrà essere ammessa una sola freccia per ogni singola attività.

4. Le frecce segnaletiche di norma dovranno essere collocate:
   a) Su appositi sostegni, stabilmente infissi nel terreno.
   b) In corrispondenza di testate e\o porzioni di pareti o frontespizi o ciechi, senza precludere l'apertura di eventuali parti mobili aventi funzione aeroilluminante.

5. Solo in casi eccezionali, adeguatamente motivati e documentati in sede di progetto, quali ad esempio l'esistenza di oggettive impossibilità di altra collocazione e\o la presenza di particolari caratteristiche, sarà possibile autorizzare una diversa collocazione

6. Frecce segnaletiche o qualsiasi altro loro elemento non possono sporgere sul suolo pubblico per più di 4 centimetri rispetto al filo del fabbricato.

7. Le parti costituenti frecce segnaletiche che, per un qualsiasi documentato motivo, dovessero sporgere oltre 4 centimetri rispetto al filo del fabbricato, devono essere collocate ad almeno centimetri 250 rispetto alla quota del marciapiede antistante, ed in ogni caso non possono sporgere sul suolo pubblico per più di centimetri 15.

8. Nei luoghi ove l'installazione prevista prospetti su di un marciapiede a raso o su spazio pubblico privo di marciapiede non sarà ammessa alcuna sporgenza oltre i centimetri 4. La sporgenza massima ammessa di centimetri 15 potrà essere realizzata solo ad una altezza minima di centimetri 350 rispetto al suolo.

9. Ciascuna freccia deve riportare scritte in caratteri chiari e ben leggibili in lingua italiana od europea, disposti su non più di due righe sovrapposte. Eventuali marchi o logotipi potranno essere in altri colori e dovranno essere di modeste dimensioni. Il simbolo indicatore di direzione deve essere realizzato sotto forma di freccia o di triangolo, ben visibile e collocato ad una estremità del pannello.

10. Le frecce segnaletiche non devono costituire intralcio alla circolazione, non devono impedire la corretta visione della segnaletica stradale e degli impianti semaforici. In prossimità delle intersezioni o di punti di potenziale pericolosità viabilistica, le frecce segnaletiche devono conformarsi a principi di minimo impatto visivo.

11. È vietata l'installazione di nuove frecce segnaletiche, sporgenti su suolo pubblico oltre centimetri quattro, fatta eccezione per gli elementi indicanti servizi di pubblica utilità quali ad esempio farmacie e punti telefonici pubblici. Queste frecce segnaletiche potranno sporgere sul sedime pubblico solo nella misura necessaria a garantire la loro funzionalità.

ART. 6 - SORGENTE LUMINOSA

6.1. Definizioni

Definizione ex art. 47 del D.P.R. 495/92 e s.m.i.: si definisce **"sorgente luminosa"** qualsiasi corpo illuminante o insieme di corpi illuminanti che, diffondendo luce in modo punti forme o lineare o planare, illumina aree, fabbricati, monumenti, manufatti di qualsiasi natura ed emergenze naturali.

6.2. Caratteristiche principali

- Sono ammessi impianti di illuminazione all'esterno dei fabbricati purché di tipo particolarmente studiato per garantire un arredo coerente anche ad impianto spento, alle seguenti condizioni:
  1. dovranno inserirsi armonicamente nel contesto circostante
  2. collocazione di lampade di tipo "applique" senza braccio sul paramento murario, ad un'altezza minima di mt. 2.50 e sporgenza massima di cm. 20
  3. collocazione di lampade "a braccio" (faretti, lanterne, globi, ecc.) sul paramento murario, sopra le forature, ad un'altezza minima di m. 2.80 in presenza di marciapiedi rialzati o aree pedonali e m. 4.50 se aggettanti su piste ciclabili, su sedi stradali o passaggi accessibili da automezzi, con sporgenza massima di cm. 50

- Gli apparecchi di illuminazione privata collocati all'interno di vetrine non necessitano di apposita autorizzazione
- Qualora sia prevista l'installazione di più apparecchi di illuminazione privata, questi dovranno essere realizzati secondo un progetto unitario, di tipologia uniforme.
- In ogni caso il fascio luminoso proveniente dagli apparecchi di illuminazione privata non dovrà essere indirizzato direttamente od indirettamente verso il senso di marcia dei veicoli.
- Gli apparecchi di illuminazione privata non potranno in alcun modo costituire intralcio alla circolazione od impedire la corretta visione della segnaletica stradale e degli impianti semaforici.

ART. 7 – CARTELLI PUBBLICITARI

7.1 Definizioni

Definizione ex art. 47 D.P.R. n° 495/92 e s.m.i.: Si definisce **"cartello"** un manufatto bidimensionale supportato da una idonea struttura di sostegno, con una sola o entrambe le facce finalizzate alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici sia direttamente, sia tramite sovrapposizione di altri elementi, quali manifesti, adesivi, ecc. ad esclusione delle affissioni. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.

7.2 Caratteristiche principali

- I cartelli sono utilizzabili su entrambe le facce anche per immagini diverse.
- In funzione della loro collocazione, i cartelli si distinguono in:
    a) isolati paralleli, quando abbiano struttura di sostegno propria e la loro faccia sia parallela all' asse stradale;
    b) isolati ortogonali, quando abbiano struttura di sostegno propria e la loro faccia sia ortogonale all' asse stradale;
    c) a parete.
- Le dimensioni massime non devono superare la superficie di mq. 12.00
- L'installazione di cartelli pubblicitari di dimensioni maggiori a mq. 12.00, quali ad esempio impianti tipo "Poster", potranno essere ammesse, su specifica istanza adeguatamente motivata da sottoporre all'esame della Giunta Comunale.
- Il piano generale comunale degli impianti pubblicitari definisce altresì i cartelli pubblicitari di proprietà comunale, e stabilisce quantità massime e tipologie dei cartelli pubblicitari potenzialmente ammessi realizzabili dai privati entro il centro abitato del territorio comunale, suddiviso per macro aree.

Art. 8 – STRISCIONI, LOCANDINE E STENDARDI

8.1. Definizioni

Definizione ex art. 47 D.P.R. 495/92 e s.m.i.: si definisce "**striscione, locandina e stendardo"** l'elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidezza, mancante di una superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa. Può essere luminoso per luce indiretta. La locandina, se posizionata su terreno, può essere realizzata anche in materiale rigido.

8.2. Caratteristiche principali

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

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

c) Su tali mezzi, oltre al titolo, luogo e periodo di svolgimento dello spettacolo o della manifestazione, è consentito apporre il marchio e la denominazione di enti, associazioni, ditte o sponsor in generale.

d) Striscioni e stendardi se posti su pali della illuminazione pubblica, collocati al limite della carreggiata, devono avere il bordo inferiore distante almeno mt. 5.10 da terra.

e) Stendardi installati su pali della illuminazione pubblica, collocati all'interno del marciapiede, devono distare almeno mtl. 2.50 dal suolo se la loro proiezione ricade completamente sul marciapiede.

f) In ogni caso il bordo inferiore di striscioni e stendardi posizionati al di sopra della carreggiata stradale deve risultare sempre superiore a m 5,10 rispetto al piano stradale.

g) L' esposizione di striscioni, locandine e stendardi potrà avere esclusivamente a carattere temporaneo: è ammessa unicamente durante il periodo di svolgimento della manifestazione, iniziativa commerciale, o dello spettacolo cui si riferiscono, oltre che durante il mese precedente e le ventiquattro ore successive agli stessi.

h) Le locandine possono essere distribuite esclusivamente all'interno dei pubblici esercizi e negozi.

i) Le distanze dai cartelli e dagli altri mezzi pubblicitari sono così ridotte:

   1. Fuori centro abitato: m 50;
   2. Entro Centro Abitato: m 5.

j) Gli striscioni e gli stendardi non possono avere altezza superiore a m 1,00 e devono essere ancorati agli edifici o altri sostegni, previa apposita autorizzazione ai sensi del presente regolamento.

Art. 9 – SEGNI ORIZZONTALI RECLAMISTICI

9.1. Definizioni

Definizione ex art. 47 D.P.R. 495/92 e s.m.i.: si definisce **"segno orizzontale reclamistico"** la riproduzione sulla superficie stradale, con pellicole adesive, di scritte e caratteri alfanumerici, di simboli e marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici.

9.2. Caratteristiche principali

a) I segni orizzontali reclamistici sono ammessi unicamente all' interno di aree di uso pubblico di pertinenza di complessi industriali e commerciali e lungo il percorso di manifestazioni sportive o su aree delimitate, destinate allo svolgimento di manifestazioni di vario genere, limitatamente al periodo di svolgimento delle stesse e alle 24 ore precedenti e successive.

b) Per essi Si applicano solo le distanze previste per le collocazioni di mezzi pubblicitari fuori ed entro i centri abitati unicamente rispetto ai segnali stradali orizzontali.

c) Devono essere realizzati con materiali rimovibili, ma che assicurino un buon ancoraggio alla superficie stradale per tutto il periodo di utilizzo. Devono garantire, inoltre, una buona aderenza dei veicoli sugli stessi.

d) E' fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione, rilasciata per la posa di segni orizzontali reclamistici, di provvedere alla rimozione degli stessi entro le 24 ore successive alla conclusione della manifestazione pubblicizzata, ripristinando lo stato dei luoghi e il grado di aderenza delle superfici stradali. Trascorso inutilmente tale termine, l'esposizione verrà considerata abusiva e quindi sanzionabile ai sensi della normativa vigente.

Art. 10 – IMPIANTI PUBBLICITARI DI SERVIZIO

10.1 Definizioni

Definizione ex art. 47 D.P.R. 495/92 e s.m.i.: si definisce "**impianto pubblicitario di servizio"**, qualunque manufatto avente quale scopo primario un servizio di pubblica utilità nell'ambito dell'arredo urbano e stradale (quali paline, pensiline per fermata autobus, transenne parapedonali, cestini per rifiuti, panchine, orologi e simili) recante uno spazio pubblicitario che può anche essere luminoso sia per luce diretta che indiretta

10.2 Caratteristiche principali

a) La pubblicità sugli elementi di arredo urbano e stradale è vietata su tutto il territorio urbano, salvo apposite convenzioni
b) La collocazione di impianti pubblicitari di servizio lungo i percorsi pedonali deve sempre garantire un passaggio libero conforme a quanto stabilito dal codice della strada e alle normative sull'abbattimento delle barriere architettoniche di cui alle leggi n. 13 dei 9/1/89 e n. 104 dei 5/2/92 e relativo regolamento di attuazione.

Art. 11 – IMPIANTI DI PUBBLICITA' O PROPAGANDA

11.1 Definizioni

Definizione ex art. 47 D.P.R. 495/92 e s.m.i.: si definisce "**impianto di pubblicità o propaganda"**, qualunque manufatto finalizzato alla pubblicità o alla propaganda sia di prodotti che di attività e non individuabile secondo definizioni precedenti, né come insegna di esercizio, né come preinsegna, né come cartello, né come striscione, locandina o stendardo, né come segno orizzontale reclamistico, né come impianto pubblicitario di esercizio. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.

Art. 12 – MANIFESTO

12.1 Definizioni

Si considera **"manifesto"** l'elemento bidimensionale, realizzato in materiale di qualsiasi natura, ma prevalentemente cartaceo, privo di rigidezza, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, posto in opera su strutture murarie o su altri supporti, comunque diverso dai cartelli e dagli altri mezzi pubblicitari.

12.2 Caratteristiche principali

a) Non può essere luminoso né per luce propria né per luce indiretta.
b) La collocazione di manifesti al di fuori degli spazi preordinati è vietata in ogni luogo del territorio comunale, eccetto quelli strettamente temporanei emessi da autorità giudiziaria, da pubblica amministrazione e, a seguito di incidenti o di calamità, dalle aziende o Enti erogatori di pubblici servizi.

Art. 13 - TARGHE

13.1 Definizioni

a) **Targhe**: Si considera targa il manufatto rigido, di forma piana, realizzato con materiali di qualsiasi natura (metallo, plastica, legno, pietra, ecc.) recante una scritta in caratteri alfanumerici completata eventualmente da un simbolo o marchio, installata sull'ingresso che dà accesso ai locali della sede di esercizio dell'attività o nelle pertinenze accessorie, nel caso in cui l'attività stessa sia priva di vetrine.

b) **Targhe pubblicitarie** simili alle targhe di cui al punto a) per dimensioni e caratteristiche, si differenziano per l'ubicazione che potrà avvenire in luoghi diversi dalla sede di esercizio o dalle pertinenze accessorie, nei soli casi in cui la sede stessa dell'attività sia poco o per nulla visibile dalla strada e/o da spazi pubblici e/o di uso pubblico.

13.2 Caratteristiche principali

a) Le targhe e le targhe pubblicitarie avranno dimensioni massime di cm 50 x 70 e dovranno essere collocate negli stipiti della porta della sede dell'attività o dell'ingresso alle pertinenze accessorie, lateralmente alla porta, o ingresso, oppure sui battenti dei medesimi. Non potranno essere dotate di luce propria.

b) Le targhe, se multiple, installate presso lo stesso condominio o stabile, devono essere coordinate fra loro, avere le stessa caratteristiche per forma, materiale, dimensioni ed armonizzarsi son l'architettura degli edifici su cui si collocano.

Art. 14 - BACHECHE

14.1. Definizioni

Per bacheche si intendono vetrinette con fronte apribile o a giorno, installate a muro o collocate a terra su supporto proprio destinate all' esposizione di quotidiani, periodici o altri mezzi di stampa o alla diffusione di informazioni o propaganda dell'attività di enti pubblici, partiti politici e associazioni varie, nonché all'esposizione di menu, tariffe e prezzi di pubblici esercizi e alberghi. Potranno essere ammesse installazione di bacheche a servizio di attività commerciali, ~~previa autorizzazione.~~

14.2 Caratteristiche principali

a) Le bacheche installate a muro non potranno sporgere dal filo esterno della muratura, per più di **10** cm ed avranno dimensioni massime di cm 100 x 200. Per sporgenze superiori a 4 cm, su suolo pubblico, deve essere garantito, a norma di legge, lo spazio necessario al transito dei disabili su sedia a ruote.

b) Non potranno essere posizionate ortogonalmente al senso di marcia

c) Per le bacheche a servizio di attività commerciale, ammesse nel numero massimo di due per esercizio, dovranno essere installate esclusivamente a parete in adiacenza all'esercizio di riferimento.

Art. 15 - TENDE

15.1. Definizioni

Le tende sono dei manufatti mobili o semimobili in tessuto o in materiali assimilabili a servizio delle attività commerciali e pubblici esercizi, posti esternamente, a protezione di vetrine e/o ingressi.

15.2 Caratteristiche principali

Per quanto riguarda l'installazione di tende a protezione di mostre, vetrine ed accessi pedonali si osservano le seguenti disposizioni:

a) dovranno osservare un'altezza minima dalla quota dei marciapiedi di mt. 2,20, a condizione che ciò non arrechi disturbo alla visibilità, ed una sporgenza inferiore di almeno cm 30 rispetto alla larghezza dei marciapiedi e comunque non superiore a mt. 2.00.
b) devono essere rientranti, o riavvolgibili a fine orario
c) riferirsi esclusivamente ad attività commerciali poste al piano terra

d) l'altezza delle scritte, di una o due righe, non deve essere comunque superiore a 20 cm.
e) le scritte devono riprodurre solo l'attività esercitata, la ragione sociale, i marchi delle merci poste in vendita nei locali sede dell'attività
f) devono essere poste solo sul pendente frontale parallelo all'edificio e non su quelli laterali o sulla falda della tenda
g) La collocazione di tende aggettanti su aree pubbliche può essere vietata dall'Autorità comunale per motivi di inserimento ambientale e decoro urbano.

Art. 16 - IMPIANTO A MESSAGGIO VARIABILE O MULTIMEDIALE

16.1. Definizioni

Si definisce impianto a messaggio variabile qualunque manufatto finalizzato alla pubblicità e/o alla propaganda sia di prodotti che di attività, caratterizzato dalla variabilità dei messaggio e/o delle immagini trasmesse, con caratteristiche diverse e di dimensioni variabili. La pubblicità multimediale consiste nell'installazione di apposite pannellature e schermi multimediali

16.2 Caratteristiche principali

a) Può essere luminoso per luce diretta o per luce indiretta e deve avere dimensione massima di 24 mq all'interno dei centri abitati.

b) Se l'impianto è collocato perpendicolarmente al senso di marcia, la variabilità del messaggio deve avere una frequenza minima di 90 secondi.

c) Gli schermi di dimensione massima pari a (60 pollici), potranno essere autorizzati solo ed unicamente all'interno di isole o vie a prevalente frequentazione pedonale e comunque in ambiti urbani non caratterizzati da eccessivo passaggio di autoveicoli;

d) È vietata in prossimità di strutture sanitarie ed assimilate, di luoghi cimiteriali e di luoghi di culto;

e) Ulteriori limitazioni e/o regolamentazioni possono essere introdotte con apposito provvedimento di carattere generale del Sindaco;

Art. 17 - IMPIANTO DI INSEGNE O TARGHE COORDINATE

17.1. Definizioni

Per impianto di insegne o targhe coordinate si intende quel manufatto destinato alla collocazione di una pluralità di insegne (più di tre) o targhe di esercizio monofacciali o bifacciali.

17.2 Caratteristiche principali

Si rimanda a quanto prescritto e contenuto negli articoli precedenti per le specifiche tipologie di impianti.

Art. 18 - VETROFANIE E VETROGRAFIE

18.1. Definizioni

a) Per **vetrofania** si intende la riproduzione su superfici vetrate con pellicole adesive di scritte in caratteri alfanumerici di simboli e di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari e/o propagandistici.
b) Per **vetrografia** si intende la riproduzione su superfici vetrate di caratteri alfanumerici di simboli e di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari e/o propagandistici, attraverso la lavorazione diretta sul supporto vetroso, tramite molatura o incisione, meccanica o mediante acidi,

18.2 Caratteristiche principali

a) L'apposizione di vetrofanie e l'esecuzione di vetrografie è consentita solo se attinenti all'attività esercitata.
b) in ogni caso devono essere collocate all'interno delle vetrine ubicate ai piani terra o nelle aperture poste al piano superiore aperte su percorsi o piazze, solo se costituiscono pertinenza di attività prive di vetrina al piano terra.

Art. 19 – PUBBLICITA' SUI VEICOLI

In attuazione ai disposti di cui all'art. 23 comma 2 del Nuovo Codice della Strada è vietata l'apposizione di scritte o insegne pubblicitarie luminose sui veicoli.

E' consentita quella di scritte o insegne pubblicitarie rifrangenti nei limiti e alle condizioni stabiliti dal regolamento di Attuazione del CDS, purché sia escluso ogni rischio di abbagliamento o di distrazione dell'attenzione nella guida per i conducenti degli altri veicoli.

In conformità all'art. 57 del Regolamento di attuazione del Nuovo Codice della Strada:

1. L'apposizione sui veicoli di pubblicità non luminosa è consentita, salvo quanto previsto ai commi 3 e 4, unicamente se non effettuata per conto terzi a titolo oneroso e se realizzata con sporgenze non superiori a 3 cm rispetto alla superficie del veicolo sulla quale sono applicate, fermi restando i limiti di cui all'articolo 61 del codice. Sulle autovetture ad uso privato è consentita unicamente l'apposizione del marchio e della ragione sociale della ditta cui appartiene il veicolo.

2. La pubblicità non luminosa per conto terzi è consentita sui veicoli adibiti al trasporto di linea e non di linea alle seguenti condizioni:
   a) che non sia realizzata mediante messaggi variabili;
   b) che non sia esposta sulla parte anteriore del veicolo;
   c) che sulle altre parti del veicolo sia posizionata, rispetto ai dispositivi di segnalazione visiva e di illuminazione ed alle targhe, in modo tale da non ridurre la visibilità e la percettibilità degli stessi;
   d) che sia contenuta entro forme geometriche regolari;
   e) che, se realizzata mediante pannelli aggiuntivi, gli stessi non sporgano di oltre 3 cm rispetto alla superficie sulla quale sono applicati.

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

a) che sia realizzata con pannello rettangolare piano bifacciale, saldamente ancorato al di sopra dell'abitacolo del veicolo e posto in posizione parallela al senso di marcia. Il pannello deve avere le dimensioni esterne di 75x35 cm e la pubblicità non deve essere realizzata con messaggi variabili;

b) che sia realizzata tramite l'applicazione sul lunotto posteriore del veicolo di pellicola della misura di 100x12 cm;

c) che sia realizzata tramite l'applicazione di pellicola sulle superfici del veicolo ad esclusione di quelle vetrate.

Le esposizioni pubblicitarie di cui alle lettere a) e c) sono alternative tra loro. I veicoli adibiti al servizio taxi sui quali sono esposti messaggi pubblicitari di cui al capo a) non possono circolare sulle autostrade.

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

a) che la pellicola utilizzata abbia caratteristiche di rifrangenza non superiori a quelle di classe 1;

b) che la superficie della parte rifrangente non occupi più di due terzi della fiancata del veicolo e comunque non sia superiore a 3 m^2;

c) che il colore bianco sia contenuto nella misura non superiore ad 1/6 della superficie;

d) che sia esposta unicamente sui fianchi del veicolo a distanza non inferiore a 70 cm dai dispositivi di segnalazione visiva;

e) che non sia realizzata mediante messaggi variabili.

5. In tutti i casi, le scritte, i simboli e la combinazione dei colori non devono generare confusione con i segnali stradali e, in particolare, non devono avere forme di disco o di triangolo, né disegni confondibili con i simboli segnaletici regolamentari di pericolo, obbligo, prescrizione o indicazione.

6. All'interno dei veicoli è proibita ogni scritta o insegna luminosa pubblicitaria che sia visibile, direttamente o indirettamente, dal conducente o che comunque possa determinare abbagliamento o motivo di confusione con i dispositivi di segnalazione visiva e di illuminazione dei veicoli stessi.

7. Le disposizioni di cui ai commi precedenti non si applicano ai veicoli al seguito delle competizioni sportive autorizzate ai sensi dell'articolo 9 del codice.

Art. 20 – PUBBLICITA' SONORA E FONICA

---

1. La pubblicità fonica è ammesso nell'ambito del Comune, nel rispetto della normativa vigente e dei limiti stabiliti dalle disposizioni inerenti l'esposizione al rumore e dal piano di zonizzazione acustica.

2. La pubblicità fonica effettuata con autoveicoli, motoveicoli, rimorchi e ciclomotori all'interno dei centri abitati è ammessa nei giorni feriali nelle ore diurne dalle ore 9:00 alle ore 12:30 e dalle ore 16:00 alle 19:30.

3. All'interno degli impianti sportivi e sul suolo pubblico se rivolta alla promozione di manifestazioni sportive o di particolare interesse per la cittadinanza è ammessa la pubblicità fonica effettuata per conto altrui attraverso appositi apparecchi amplificatori e simili.
4. La pubblicità fonica è vietata nei Centri Storici e in prossimità di strutture sanitarie e assimilate, di luoghi culturali e/o di studio limitatamente agli orari di apertura degli stessi, di strutture cimiteriali e luoghi di culto.
5. Nei giorni festivi e negli orari non previsti sopra, è possibile concedere deroghe, durante lo svolgimento di manifestazioni di carattere sportivo, culturale, sociale, religioso e simili.
6. La pubblicità elettorale è disciplinata dalle disposizioni che regolano la materia.

Art. 21 – CARTELLI PUBBLICITARI TEMPORANEI

21.1 Definizioni

Per Cartelli pubblicitari temporanei si intendono manufatti pubblicitari mobili riferiti a manifestazioni, spettacoli (anche circensi) ed iniziative temporanee di carattere culturale e sportivo, aperte al pubblico, ed a iniziative commerciali di carattere temporaneo (durata massima 30 giorni consecutivi)

21.2 Caratteristiche principali

a) È consentita l'esposizione massima di n. 10 cartelli per manifestazione; questi non possono superare le dimensioni di mt 0.70x1.00, salvo debita autorizzazione in caso di motivate esigenze.
b) La collocazione di tali cartelli è ammessa unicamente durante il periodo di svolgimento della manifestazione o dell'iniziativa cui si riferisce oltre che i 10 giorni precedenti e le 24 ore successive.
c) I cartelli esposti su cavalletti relativi a messaggi pubblicitari riferiti alla attività della sede di esercizio sono ammessi esclusivamente nelle aree cortilizie private dell'esercizio stesso, tenendo comunque conto degli appositi ancoraggi per la sicurezza
d) Per le attività dei teatri e musei, statali o comunali, per le attività culturali e sportive in generale, e per le mostre che si svolgono all'interno degli edifici comunali è consentita la installazione di strutture tipo "sandwich" bifacciali e vetrinette o simili posate direttamente al suolo.

Art. 22 – PUBBLICITA' NEI CANTIERI EDILI

---

a) Sulle strutture temporanee dei cantieri edili, quali ponteggi o recinzioni, è ammessa l'installazione di messaggi pubblicitari diversi dalle affissioni, attinenti le attività del cantiere, quindi in materiali opachi non cartacei, anche illuminati in modo indiretto. Tale pubblicità deve avvenire nel rispetto di quanto stabilito dall'art. 17, comma 1 bis, del d.lgs. 507/93.

b) La superficie dei mezzi pubblicitario non può essere maggiore del 50% dei ponteggi o della recinzione, tale limite non si applica nel caso di disegni che riproducano la facciata dell'edificio oggetto dei lavori.

Art. 23 – GIGANTOGRAFIE SUI PONTEGGI DI CANTIERI EDILI

23.1 Definizioni

Si intendono gigantografie su ponteggi le immagini e/o i messaggi riprodotti su teli di protezione apposti su ponteggi in occasione dei lavori edilizi.
Per le finalità a cui sono destinati, tali veicoli comunicazionali, si distinguono nelle seguenti tipologie:

a) **Artistica:** per tipologie artistiche si intendono le gigantografie, di qualunque formato e dimensione riproducenti (esclusivamente) immagini riferite alle decorazioni delle facciate, a riprese fotografiche, a riproduzioni di opere d'arte.

b) **Pubblicitaria:** Per tipologie pubblicitarie si intendono le gigantografie, di qualunque formato e dimensione, riproducenti messaggi pubblicitari a mezzo scritte e/o immagini.

c) **Mista:** Per tipologie miste si intendono le gigantografie che riproducono, in modo variamente combinato, tipologie artistiche con messaggi pubblicitari.

23.2 Caratteristiche principali

La collocazione delle suddette tipologie è consentita esclusivamente in occasione dello svolgimento di lavori edilizi ed è soggetta alle seguenti condizioni e limitazioni:

a) Le comunicazioni per l'installazione di gigantografie su ponteggi devono essere accompagnate da un bozzetto riproducente (in adeguata scala) le immagini previste.

b) L'impatto scenico riprodotto sulle gigantografie deve risultare compatibile con le caratteristiche dell'edificio e l'assetto urbano del contesto di riferimento. E ciò, particolarmente, in prossimità di luoghi con rilevanti pregi di carattere architettonico e/o naturalistico.

c) I messaggi pubblicitari devono altresì risultare compatibili in termini di "competizione commerciale" con le attività presenti sull'edificio e nelle aree adiacenti.

d) Le dimensioni delle gigantografie possono estendersi alla intera superficie del ponteggio nel caso di tipologie artistiche o di disegni che riproducano la facciata dell'edificio oggetto dei lavori.

e) Qualora il periodo di installazione dei ponteggi ecceda la durata dei lavori a cui i medesimi sono preposti, per il periodo eccedente è consentita la collocazione di gigantografie ad esclusivo contenuto artistico.

f) È vietata la collocazione sul territorio comunale di gigantografie a tipologia pubblicitaria.

g) È consentita la collocazione di gigantografie a tipologia mista con il limite che la superficie destinata a messaggi pubblicitari, opportunamente confinata, non ecceda il 10% del totale della superficie autorizzata.

Art. 24 - MEZZI PUBBLICITARI NELLE STAZIONI DI SERVIZIO E NELLE AREE DI PARCHEGGIO

Si richiamano integralmente i disposti di cui all'art. 52 del Regolamento di attuazione del Nuovo Codice della Strada, D.P.R. 495/92 e s.m.i., (art. 23 CDS):

1. Nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio possono essere collocati cartelli, insegne di esercizio e altri e mezzi pubblicitari la cui superficie complessiva non supera

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

2. Nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio, entro i centri abitati, si applicano le disposizioni previste dal presente Regolamento per le specifiche tipologie di impianti.

3. Nelle aree di parcheggio è ammessa, in eccedenza alle superfici pubblicitarie computate in misura percentuale, la collocazione di altri mezzi pubblicitari abbinati alla prestazione di servizi per l'utenza della strada entro il limite di 2 m² per ogni servizio prestato.

4. In ognuno dei casi suddetti si applicano tutte le altre disposizioni del codice e del presente regolamento.

Art. 25 - SEGNALI TURISTICI E DI TERRITORIO

Si rimanda integralmente a quanto disposto all'art. 134 del regolamento di attuazione del Nuovo codice della Strada:

1. Le indicazioni di questa categoria possono essere inserite nei segnali di cui agli articoli 127, 128, 130 e 131 e si suddividono nelle seguenti tipologie espresse in maniera sintetica, rinviando per il dettaglio all'articolo 78, comma 2:

   a) turistiche;

   b) industriali, artigianali, commerciali;

   c) alberghiere;

   d) territoriali;

   e) di luoghi di pubblico interesse.

   I simboli relativi a queste indicazioni sono rappresentati fra quelli di cui alle figure da II.100 a II.231 del Regolamento del C.d.S.

2. I segnali con le indicazioni di cui al comma 1 possono essere posti in posizione autonoma e singola, come segnali di direzione isolati, o come segnali di localizzazione, ma in tal caso non devono interferire con l'avvistamento e la visibilità dei segnali di pericolo, di prescrizione e di indicazione di cui al presente regolamento. Se impiegati devono essere installati unicamente sulle strade che conducono direttamente al luogo segnalato, e salvo casi di impossibilità, a non oltre 10 km di distanza dal luogo.

3. L'onere per la fornitura, per l'installazione e la manutenzione dei segnali di cui al comma 1 è a carico del soggetto interessato all'installazione; qualora trattasi di soggetto diverso dall'ente proprietario della strada, dovrà essere ottenuta la preventiva autorizzazione di quest'ultimo, che fisserà i criteri tecnici per l'installazione.

4. I segnali di indicazione turistica e territoriale sono a fondo marrone con cornici ed iscrizioni di colore bianco. Simboli, iscrizioni e composizione grafica sono esemplificati dalle figure II.294 e II.295 del regolamento C.d.S. L'inizio del territorio comunale o di località entro il territorio comunale di particolare interesse può essere indicato con segnali rettangolari a fondo marrone di dimensioni ridotte.

5. I segnali con le indicazioni di cui al comma 1, lettera b) possono essere installati, a giudizio dell'ente proprietario della strada, qualora per la configurazione dei luoghi e della rete stradale si reputi utile l'impianto di un sistema segnaletico informativo di avvio alle zone di attività, purché non compromettano la sicurezza della circolazione e la efficacia della restante segnaletica e siano installati in posizione autonoma. Ove non esista una zona di attività concentrate, l'uso di segnali di avvio ad una singola azienda è consentito sulle strade extraurbane se l'azienda stessa è destinazione od origine di un consistente traffico veicolare, sempre nel rispetto delle prescrizioni di cui ai commi 2 e 3.

6. Nessuna indicazione di attività singola può essere inserita sui preavvisi di intersezione, sui segnali di preselezione, sui segnali di direzione, su quelli di conferma. Può essere invece installato nelle intersezioni e combinato, ove necessario col «gruppo segnaletico unitario» ivi esistente, il segnale di direzione con l'indicazione di «zona industriale, zona artigianale, zona commerciale» (fig. II.296) che, col relativo simbolo, può essere inserito nei preavvisi di intersezione o nei segnali di preselezione.

7. Nei centri abitati, ove la zona o le zone industriali, artigianali o commerciali sono ben localizzate, si deve fare uso di segnali indicanti collettivamente la zona; tutte le attività e gli insediamenti particolari saranno indicati successivamente sulle intersezioni locali a valle degli itinerari principali di avvio alla «zona industriale» o «zona artigianale» o «zona commerciale» in genere (fig. II.297).

8. Le parole ed i simboli indicanti il logotipo delle ditte possono essere riprodotti con la grafica propria, al fine di renderne visivamente più agevole la percezione.

9. I segnali di indicazione alberghiera devono far parte di un sistema unitario ed autonomo di segnalamento di indicazione qualora, a giudizio dell'ente proprietario della strada, sia utile segnalare l'avvio ai vari alberghi. L'installazione di tale sistema segnaletico è subordinata alla autorizzazione dell'ente proprietario della strada che stabilirà le modalità per la posa in opera.

10. La segnaletica di indicazione alberghiera comprende:

    a) un segnale con funzione di preavviso di un punto o di un ufficio di informazioni turistico-alberghiere o del segnale di informazione di cui alla lettera b) seguente (fig. II.298 regolamento C.d.S.);

    b) un segnale di informazione generale sul numero, categoria ed eventuale denominazione degli alberghi (fig. II.299 regolamento C.d.S.);

    c) una serie di segnali specializzati di preavviso e direzione, posti in sequenza in posizioni autonome e non interferenti con la normale segnaletica di indicazione, per indirizzare l'utente sull'itinerario di destinazione (fig. II.300 e II.301 regolamento C.d.S.);

11. I segnali di indicazione alberghiera sono a fondo bianco con cornici, simboli, iscrizioni e composizione grafica come esemplificati dalle figure.

Art. 26 - CARATTERISTICHE E DIMENSIONI DEGLI IMPIANTI PER LE AFFISSIONI

1. L'affissione di manifesti, avvisi e fotografie, il cui formato si sviluppa su multipli di cm 70 x 100 è effettuata solamente su impianti per affissioni studiati nell'ambito di progetti di arredo urbano seguendo le tipologie ed i criteri di collocazione nel Piano degli Impianti.

2. Gli impianti di vario genere dovranno essere dotati di una targhetta mono o bifacciale, indicante il concessionario o il proprietario del mezzo pubblicitario, il numero identificativo dell'impianto stesso utile anche nel caso di informatizzazione del sistema nel suo complesso.

Art. 27 – DISTRIBUZIONE DI VOLANTINI, OPUSCOLI E ALTRI SIMILI OGGETTI

1. A tutela del decoro del contesto urbano nelle strade, nelle piazze, nei giardini e nei parchi comunali e, in generale, negli spazi pubblici o aperti al pubblico, sono vietati il lancio e la diffusione non regolata di volantini pubblicitari, opuscoli o altro materiale divulgativo, come pure il posizionamento di volantini sotto il tergicristallo delle autovetture in sosta.
2. Il volantinaggio deve essere preventivamente comunicato all'Ufficio competente con l'indicazione della modalità di distribuzione degli opuscoli o volantini o altri simili materiali divulgativi, del numero dei giorni e del numero di persone impiegati per la distribuzione.
3. È vietata ogni forma di volantinaggio, raccolta fondi o di distribuzione di materiale pubblicitario fuori da scuole di ogni ordine e grado, cimiteri, ospedali, case di riposo salvo specifica autorizzazione del Sindaco.
4. Gli opuscoli, i volantini ed altri simili materiali divulgativi sono distribuiti esclusivamente mediante:
   a) consegna individuale a mano alle persone;
   b) collocazione ordinata nelle apposite cassette postali site presso le abitazioni private, gli esercizi pubblici ecc.;
   c) prelevamento da appositi contenitori, la cui collocazione su eventuale suolo pubblico deve essere oggetto di autorizzazione.
5. La libera distribuzione di volantini è comunque ammessa, previa comunicazione all'Ufficio competente, per motivi di pubblico interesse, in circostanze eccezionali e straordinarie, da parte di Amministrazioni Pubbliche, di Enti pubblici o di soggetti gestori di servizi pubblici al fine di effettuare comunicazioni urgenti o particolari rivolte alla cittadinanza.
6. Per l'effettuazione dell'attività di volantinaggio, l'interessato dovrà rivolgersi preventivamente alla ditta concessionaria del servizio o in mancanza all'Ufficio Tributi e versare il relativo tributo.
7. I soggetti committenti la distribuzione di materiale pubblicitario mediante consegna di volantini, opuscoli e simili materiali divulgativi vigilano affinché tali strumenti siano diffusi nel rispetto di quanto previsto dai precedenti commi.

CAPO III - NORME COMUNI A TUTTE LE FORME DI PUBBLICITA'

Art. 28 – DISCIPLINA DI INSERIMENTO IMPIANTI

L'installazione degli impianti sarà ordinata ai seguenti criteri:

1. **Sicurezza:** i mezzi pubblicitari non devono costituire pericolo o disturbo per la sicurezza stradale, sia per quanto concerne la circolazione veicolare sia per quella pedonale. L'Amministrazione comunale è esonerata da ogni responsabilità civile e penale per danni arrecati a cose o persone in conseguenza della installazione, permanenza, manutenzione e rimozione degli impianti pubblicitari di proprietà privata installati su suolo ed aree pubbliche. I soggetti autorizzati ad installare gli impianti stipuleranno idoneo contratto per la copertura assicurativa del rischio da responsabilità civile.
2. **Decoro:** i mezzi pubblicitari dovranno inserirsi nel contesto cittadino come elementi di arredo urbano che ne arricchiscano il panorama. A tal fine l'Ufficio comunale competente al rilascio delle autorizzazioni verifica che gli impianti da installare siano omogenei dal punto di vista formale e cromatico, evitando il posizionamento di impianti di formati diversi in uno stesso sito.
3. **Funzionalità:** i mezzi pubblicitari non dovranno costituire impedimento ad un funzionale e razionale utilizzo del territorio e, nello stesso tempo, dovranno soddisfare nel miglior modo possibile le esigenze particolari della realtà locale.

Art. 29 – PROGETTI PARTICOLAREGGIATI

L'Amministrazione potrà consentire l'esecuzione di progetti particolareggiati interessanti specifiche porzioni del centro abitato, anche in deroga alle norme del presente regolamento.

In presenza di Piano Particolareggiato vigente o adottato all'entrata in vigore del presente regolamento, si osservano altresì le specifiche disposizioni in esso contenute.

Art. 30 – COLLOCAZIONE VIETATA

1. In attuazione ai disposti di cui all'art. 23 comma 1 del Nuovo Codice della Strada e s.m.i., lungo le strade o in vista di esse è vietato collocare insegne, cartelli, manifesti, impianti di pubblicità o propaganda, segni orizzontali reclamistici, sorgenti luminose, visibili dai veicoli transitanti sulle strade, che per dimensioni, forma, colori, disegno e ubicazione possono ingenerare confusione con la segnaletica stradale, ovvero possono renderne difficile la comprensione o ridurne la visibilità o l'efficacia, ovvero arrecare disturbo visivo agli utenti della strada o distrarne l'attenzione con conseguente pericolo per la sicurezza della circolazione; in ogni caso, detti impianti non devono costituire ostacolo o, comunque, impedimento alla circolazione delle persone invalide. Sono, altresì, vietati i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari rifrangenti, nonché' le sorgenti e le pubblicità luminose che possono produrre abbagliamento. Sulle isole di traffico delle intersezioni canalizzate è vietata la posa di qualunque installazione diversa dalla prescritta segnaletica.
2. È vietata l'apposizione di scritte o insegne pubblicitarie luminose sui veicoli. E' consentita quella di scritte o insegne pubblicitarie rifrangenti nei limiti e alle condizioni stabiliti dal

regolamento, purché sia escluso ogni rischio di abbagliamento o di distrazione dell'attenzione nella guida per i conducenti degli altri veicoli.

3. Il posizionamento dei cartelli pubblicitari deve comunque avvenire in modo da non occultare targhe toponomastiche e quant'altro destinato alla pubblica visibilità.

4. La collocazione degli impianti fissi per le affissioni è sempre vietata in aree private.

---

art. 31 – COLLOCAZIONE LUNGO LE STRADE E LE FASCE DI PERTINENZA

Si richiamano i disposti di cui all'art. 51 del Regolamento di attuazione del Nuovo Codice della Strada, D.P.R. 495/92 e s.m.i., (ART. 23 cds):

1. Lungo o in prossimità delle strade, fuori e dentro i centri abitati, è consentita l'affissione di manifesti esclusivamente sugli appositi supporti.

2. Il posizionamento di cartelli, di insegne di esercizio e di altri mezzi pubblicitari **fuori dai centri abitati** e dai tratti di strade extraurbane per i quali, in considerazione di particolari situazioni di carattere non transitorio, è imposto un limite di velocità non superiore a 50 km/h, salvo i casi specifici previsti ai successivi commi, lungo o in prossimità delle strade dove ne è consentita l'installazione, è autorizzato ed effettuato nel rispetto delle seguenti distanze minime:

   a) 3 m dal limite della carreggiata;
   b) 100 m dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari;
   c) 250 m prima dei segnali stradali di pericolo e di prescrizione;
   d) 150 m dopo i segnali stradali di pericolo e di prescrizione;
   e) 150 m prima dei segnali di indicazione;
   f) 100 m dopo i segnali di indicazione;
   g) 100 m dal punto di tangenza delle curve come definite all'articolo 3, comma 1, punto 20), del codice;
   h) 250 m prima delle intersezioni;
   i) 100 m dopo le intersezioni;
   k) 200 m dagli imbocchi delle gallerie.

   Le distanze si applicano nel senso delle singole direttrici di marcia. Nel caso in cui, lateralmente alla sede stradale e in corrispondenza del luogo in cui viene chiesto il posizionamento di cartelli, di insegne di esercizio o di altri mezzi pubblicitari, già esistano a distanza inferiore a 3 m dalla carreggiata, costruzioni fisse, muri, filari di alberi, di altezza non inferiore a 3 m, è ammesso il posizionamento stesso in allineamento con la costruzione fissa, con il muro e con i tronchi degli alberi. I cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari non devono, in ogni caso, ostacolare la visibilità dei segnali stradali entro lo spazio di avvistamento.

3. Il posizionamento dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari **fuori dai centri abitati,** lungo o in prossimità delle strade ove ne è consentita l'installazione, è comunque **vietato** nei seguenti punti:

   a) sulle corsie esterne alle carreggiate, sulle cunette e sulle pertinenze di esercizio delle strade che risultano comprese tra carreggiate contigue;
   b) in corrispondenza delle intersezioni;

c) lungo le curve come definite all'articolo 3, comma 1, punto 20), del codice e su tutta l'area compresa tra la curva stessa e la corda tracciata tra i due punti di tangenza;

d) sulle scarpate stradali sovrastanti la carreggiata in terreni di qualsiasi natura e pendenza superiore a 45°;

e) in corrispondenza dei raccordi verticali concavi e convessi segnalati;

f) sui ponti e sottoponti non ferroviari;

g) sui cavalcavia stradali e loro rampe;

h) sui parapetti stradali, sulle barriere di sicurezza e sugli altri dispositivi laterali di protezione e di segnalamento.

4. Il posizionamento di cartelli, di insegne di esercizio e di altri mezzi pubblicitari **entro i centri abitati**, ed entro i tratti di strade extraurbane per i quali, in considerazione di particolari situazioni di carattere non transitorio, è imposto un limite di velocità non superiore a 50 km/h, salvo i casi specifici previsti ai successivi commi (pertanto ad eccezione impianti posti in posizione parallela al senso di marcia dei veicoli o in aderenza a fabbricati esistenti), è vietato in tutti i punti indicati al comma 3, e, ove consentito dal presente regolamento, esso è autorizzato ed effettuato, di norma, nel rispetto delle seguenti distanze minime, fatta salva la possibilità di deroga:

   a) 50 m, lungo le strade urbane di scorrimento e le strade urbane di quartiere, prima dei segnali stradali di pericolo e di prescrizione, degli impianti semaforici e delle intersezioni;

   b) 30 m, lungo le strade locali, prima dei segnali stradali di pericolo e di prescrizione, degli impianti semaforici e delle intersezioni;

   c) 25 m dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari, dai segnali di indicazione e dopo i segnali stradali di pericolo e di prescrizione, gli impianti semaforici e le intersezioni;

   d) 100 m dagli imbocchi delle gallerie.

   All'interno del centro abitato si deroga all'applicazione del divieto di cui al comma 3, lettera a), limitatamente alle pertinenze di esercizio che risultano comprese tra carreggiate contigue e che hanno una larghezza superiore a 4 m., altresì è ammessa l'installazione, oltre il limite della carreggiata, di cartelli, insegne di esercizio e altri mezzi pubblicitari sempreché gli stessi non ostacoli in ogni caso la visibilità dei segnali stradali entro lo spazio di avvistamento.

5. Le norme di cui ai commi 2 e 4, e quella di cui al comma 3, lettera c), non si applicano all'interno del centro abitato per le insegne di esercizio, a condizione che le stesse siano collocate parallelamente al senso di marcia dei veicoli o in aderenza ai fabbricati esistenti, e se poste fuori dai centri abitati, ad una distanza dal limite della carreggiata, non inferiore a 3 m, sempreché siano rispettate le disposizioni dell'articolo 23, comma 1, del codice.

6. Le distanze indicate ai commi 2 e 4, ad eccezione di quelle relative alle intersezioni, non sono rispettate per i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari collocati entro il centro abitato, in posizione parallela al senso di marcia dei veicoli o posti in aderenza, per tutta la loro superficie, a fabbricati, o comunque, fuori dai centri abitati, ad una distanza non inferiore a 3 m dal limite della carreggiata, fermo restando il rispetto della distanza minima di 10 m dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari, dai segnali di indicazione, dai segnali stradali di pericolo e di prescrizione, e dagli impianti semaforici.

7. Fuori dai centri abitati può essere autorizzata la collocazione, per ogni senso di marcia, di una sola insegna di esercizio per ogni stazione di rifornimento di carburante e stazione di servizio, della superficie massima di 4 m², ferme restando tutte le altre disposizioni del presente articolo. Le insegne di esercizio di cui sopra sono collocate nel rispetto delle distanze e delle norme di cui ai commi 2, 3 e 4, ad eccezione della distanza dal limite della carreggiata.

8. Per gli impianti pubblicitari di servizio costituiti da paline e pensiline di fermata autobus, e da transenne para pedonali recanti uno spazio pubblicitario con superficie inferiore a 3 m², non si applicano, fuori ed entro i centri abitati, le distanze previste al comma 2, sempreché siano rispettate le disposizioni dell'articolo 23, comma 1, del codice. Nei centri abitati, è ammessa la diffusione di messaggi pubblicitari utilizzando transenne parapedonali sempreché siano rispettate le disposizioni dell'articolo 23, comma 1, del codice.

9. I segni orizzontali reclamistici sono ammessi unicamente:

   a) all'interno di aree ad uso pubblico di pertinenza di complessi industriali o commerciali;

   b) lungo il percorso di manifestazioni sportive o su aree delimitate, destinate allo svolgimento di manifestazioni di vario genere, limitatamente al periodo di svolgimento delle stesse ed alle ventiquattro ore precedenti e successive. Per essi non si applica il comma 3 e le distanze di cui ai commi 2 e 4 si applicano unicamente rispetto ai segnali stradali orizzontali.

10. L'esposizione di striscioni è ammessa unicamente per la promozione pubblicitaria di manifestazioni e spettacoli. L'esposizione di locandine e stendardi è ammessa per la promozione pubblicitaria di manifestazioni e spettacoli, oltre che per il lancio di iniziative commerciali. L'esposizione di striscioni, locandine e stendardi è limitata al periodo di svolgimento della manifestazione, dello spettacolo o della iniziativa cui si riferisce, oltre che alla settimana precedente ed alle ventiquattro ore successive allo stesso. Per gli striscioni, le locandine e gli stendardi, le distanze dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari previste dai commi 2 e 4 si riducono rispettivamente a 50 m ed a 12,5 m.

11. **Fuori dai centri abitati** è vietata la collocazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari a messaggio variabile, aventi un periodo di variabilità inferiore a cinque minuti, in posizione trasversale al senso di marcia dei veicoli. Entro i centri abitati il periodo di variabilità ammesso è fissato è fissato dal presente regolamento.

12. È vietata l'apposizione di messaggi pubblicitari sui bordi dei marciapiedi e dei cigli stradali.

13. **Fuori dai centri abitati**, ad una distanza, prima delle intersezioni, non superiore a 500 m, è ammesso il posizionamento di preinsegne in deroga alle distanze minime stabilite dal comma 2, lettere b), c), d), e), f) ed h). In tal caso, le preinsegne possono essere posizionate ad una distanza minima prima dei segnali stradali pari allo spazio di avvistamento previsto per essi e, dopo i segnali stradali, pari al 50% dello stesso spazio. Rispetto agli altri cartelli o mezzi pubblicitari è rispettata una distanza minima di 100 m.

Art. 32 - CARATTERISTICHE DEI CARTELLI, DELLE INSEGNE DI ESERCIZIO E DEGLI ALTRI MEZZI PUBBLICITARI

Si richiamano integralmente i disposti di cui all'art. 49 del Regolamento di attuazione del Nuovo Codice della Strada, D.P.R. 495/92 e s.m.i.:

1. I cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari devono essere realizzati nelle loro parti strutturali con materiali non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici.

2. Le strutture di sostegno e di fondazione devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento, saldamente realizzate ed ancorate, sia globalmente che nei singoli elementi.

3. Qualora le suddette strutture costituiscono manufatti la cui realizzazione e posa in opera è regolamentata da specifiche norme, l'osservanza delle stesse e l'adempimento degli obblighi da queste previste deve essere documentato prima del ritiro dell'autorizzazione di cui all'articolo 23, comma 4, del codice.

4. I cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari hanno sagoma regolare, che in ogni caso non deve generare confusione con la segnaletica stradale. Particolare cautela è adottata nell'uso dei colori, specialmente del rosso, e del loro abbinamento, al fine di non generare confusione con la segnaletica stradale, specialmente in corrispondenza e in prossimità delle intersezioni. Occorre altresì evitare che il colore rosso utilizzato nei cartelli, nelle insegne di esercizio e negli altri mezzi pubblicitari costituisca sfondo di segnali stradali di pericolo, di precedenza e d'obbligo, limitandone la percettibilità.

2. Il bordo inferiore dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari, ad eccezione degli impianti pubblicitari di servizio, posti in opera fuori dai centri abitati, deve essere, in ogni suo punto, ad una quota non inferiore a 1,5 m rispetto a quella della banchina stradale misurata nella sezione stradale corrispondente. Il bordo inferiore degli striscioni, delle locandine e degli stendardi, se posizionati al di sopra della carreggiata, sia sulle strade urbane che sulle strade extraurbane, deve essere in ogni suo punto, ad una quota non inferiore a 5,1 m rispetto al piano della carreggiata.

3. I segni orizzontali reclamistici, ove consentiti, devono essere realizzati con materiali removibili ma ben ancorati, nel momento dell'utilizzo, alla superficie stradale e che garantiscano una buona aderenza dei veicoli sugli stessi.

art. 33 - CARATTERISTICHE DEI CARTELLI E DEI MEZZI PUBBLICITARI LUMINOSI

Si richiamano integralmente i disposti di cui all'art. 50 del Regolamento di attuazione del Nuovo Codice della Strada, D.P.R. 495/92 e s.m.i., (art. 23 CDS):

1. Le sorgenti luminose, i cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari luminosi, per luce propria o per luce indiretta, posti fuori dai centri abitati, lungo o in prossimità delle strade dove ne è consentita l'installazione, non possono avere luce né intermittente, né di intensità luminosa superiore a 150 candele per metro quadrato, o che, comunque, provochi abbagliamento.

2. Le sorgenti luminose, i cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari luminosi hanno una sagoma regolare che in ogni caso non deve generare confusione con la segnaletica stradale. Particolare cautela è adottata nell'uso dei colori, specialmente del rosso e del verde, e del loro abbinamento, al fine di non generare confusione con la segnaletica luminosa specialmente in corrispondenza e in prossimità delle intersezioni. Nel caso di intersezioni semaforizzate, ad una distanza dalle stesse inferiore a 300 m, fuori dai centri abitati, è vietato l'uso dei colori rosso e verde nelle sorgenti luminose, nei cartelli, nelle insegne di esercizio e negli altri mezzi pubblicitari posti a meno di 15 m dal bordo della carreggiata, salvo motivata deroga da parte dell'ente concedente l'autorizzazione.

3. La croce rossa luminosa è consentita esclusivamente per indicare farmacie, ambulatori e posti di pronto soccorso.

4. Entro il centro abitato si applicano le disposizioni previste del presente Regolamento

CAPO IV - LOCAZIONE DI FORME PUBBLICITARIE ALL'INTERNO DEI CENTRI STORICI O DI ZONE DI INTERESSE STORICO, ARTISTICO, CULTURALE ED AMBIENTALE

Art. 34 - NORME GENERALI SULLA PUBBLICITÀ ALL'INTERNO DI ZONE DA TUTELARE

1. Il posizionamento di cartelli e mezzi pubblicitari è vietato sulle facciate di edifici di interesse storico o artistico, con la sola esclusione di insegne poste in aderenza a fabbricati adiacenti.
2. Il Comune, all' interno dei vecchi nuclei, e in prossimità degli edifici e manufatti di cui al presente Capo, potrà imporre particolari indicazioni di carattere estetico.
3. In via eccezionale l'autorizzazione per la ubicazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari in deroga al presente Capo potrà essere sottoposta al parere della Commissione locale per il Paesaggio o degli Enti Competenti.
4. L'elenco di edifici di interesse storico, artistico e bellezze naturali del territorio comunale, potrà essere aggiornato dal Comune con appositi atti amministrativi.

CAPO V - PROCEDURE PER IL RILASCIO DELL'AUTORIZZAZIONE

Art. 35 - AUTORIZZAZIONI FUORI DAL CENTRO ABITATO

Si richiamano integralmente i disposti di cui all'art. 53 del Regolamento di attuazione del Nuovo Codice della Strada, D.P.R. 495/92 e s.m.i.(ART. 23 C.D.S.):

1. L'autorizzazione al posizionamento di cartelli, di insegne di esercizio e di altri mezzi pubblicitari fuori dai centri abitati, lungo le strade o in vista di essa, richiesta dall'articolo 23, comma 4, del codice, è rilasciata:
   a) per le strade e le autostrade statali dalla direzione compartimentale dell'A.N.A.S. competente per territorio o dagli uffici speciali per le autostrade;
   b) per le autostrade in concessione dalla società concessionaria;
   c) per le strade regionali, provinciali, comunali e di proprietà di altri enti, dalle rispettive amministrazioni;
   d) per le strade militari dal comando territoriale competente.
2. Tutte le procedure per il rilascio delle autorizzazioni devono essere improntate ai princìpi della massima semplificazione e della determinazione dei tempi di rilascio.
3. Il soggetto interessato al rilascio di una autorizzazione per l'installazione di cartelli, di insegne di esercizio o di altri mezzi pubblicitari deve presentare la relativa domanda presso il competente ufficio dell'ente indicato al comma 1, allegando, oltre alla documentazione amministrativa richiesta dall'ente competente, un'autodichiarazione, redatta ai sensi della legge 4 gennaio 1968, n. 15, con la quale si attesti che il manufatto che si intende collocare è stato calcolato e realizzato e sarà posto in opera

tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento, in modo da garantirne la stabilità. Per le successive domande di rilascio di autorizzazione è sufficiente il rinvio alla stessa autodichiarazione. Alla domanda deve essere allegato un bozzetto del messaggio da esporre ed il verbale di constatazione redatto da parte del capocantoniere o del personale preposto, in duplice copia, ove è riportata la posizione nella quale si richiede l'autorizzazione all'installazione. In sostituzione del verbale di constatazione, su richiesta dell'ente competente, può essere allegata una planimetria ove sono riportati gli elementi necessari per una prima valutazione della domanda. Possono essere allegati anche più bozzetti, precisando il tempo di esposizione previsto per ciascuno di essi e che, comunque, non può essere inferiore a tre mesi. Se la domanda è relativa a cartelli, insegne di esercizio o altri mezzi pubblicitari per l'esposizione di messaggi variabili devono essere allegati i bozzetti di tutti i messaggi previsti.

4. L'ufficio ricevente la domanda restituisce all'interessato una delle due copie della planimetria riportando sulla stessa gli estremi di ricevimento.

5. L'ufficio competente entro i sessanta giorni successivi, concede o nega l'autorizzazione. In caso di diniego, questo deve essere motivato.

6. L'autorizzazione all'installazione di cartelli, di insegne di esercizio o di mezzi pubblicitari ha validità per un periodo di tre anni ed è rinnovabile; essa deve essere intestata al soggetto richiedente di cui al comma 3.

7. Il corrispettivo che il soggetto richiedente deve versare per il rilascio dell'autorizzazione deve essere determinabile da parte dello stesso soggetto sulla base di un prezzario annuale, comprensivo di tutti gli oneri, esclusi solo quelli previsti dall'articolo 405, che deve essere predisposto e reso pubblico da parte di ciascun ente competente entro il trentuno ottobre dell'anno precedente a quello di applicazione del listino.

8. Fuori dai centri abitati, qualora il soggetto titolare dell'autorizzazione, decorsi almeno tre mesi, fermo restando la durata della stessa, intenda variare il messaggio pubblicitario riportato su un cartello o su un altro mezzo pubblicitario, deve farne domanda, allegando il bozzetto del nuovo messaggio, all'ente competente, il quale è tenuto a rilasciare l'autorizzazione entro i successivi quindici giorni, decorsi i quali si intende rilasciata.

9. Gli enti proprietari delle strade indicati al comma 1 sono tenuti a mantenere un registro delle autorizzazioni rilasciate, che contenga in ordine di tempo l'indicazione della domanda, del rilascio dell'autorizzazione ed una sommaria descrizione del cartello, dell'insegna di esercizio o mezzo pubblicitario autorizzato; le posizioni autorizzate dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari devono essere riportate nel catasto stradale.

10. Gli enti proprietari predispongono, ogni tre anni, a richiesta del Ministro dei lavori pubblici - Ispettorato generale per la circolazione e la sicurezza stradale, specifico rapporto sulla densità pubblicitaria per aree territorialmente definite. I dati relativi alle indagini all'uopo svolte sono destinati a popolare il sistema informativo dell'archivio nazionale delle strade di cui agli articoli 225 e 226 del codice.

Art. 36 - AUTORIZZAZIONI ENTRO IL CENTRO ABITATO

1. Chiunque intenda installare impianti pubblicitari, all'interno del territorio comunale, deve presentare una istanza volta ad ottenere regolare autorizzazione amministrativa nei casi dovuti ai sensi art. 23 comma 4 del C.d.S., ai sensi del presente Regolamento, del Codice della Strada, e nel rispetto dei disposti del Regolamento per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e dei diritti sulle pubbliche affissioni.

2. In conformità a quanto prescritto dall'art. 23 comma 4 del Nuovo Codice Della Strada approvato con D. Lgs. 30 aprile 1992 n. 285 e s.m.i., la collocazione di **cartelli e di altri mezzi pubblicitari** lungo le strade o in vista di esse è soggetta in ogni caso ad autorizzazione da parte dell'ente proprietario della strada nel rispetto delle norme del Codice della strada: nell'interno dei Centri abitati la competenza è dei Comuni, salvo il preventivo nulla osta tecnico dell'ente proprietario se la strada è statale, regionale o provinciale.

3. In applicazione ai disposti di cui all'art. 23 comma 4 del Nuovo Codice della Strada, richiamato al comma precedente, e richiamata la puntuale definizione di mezzi pubblicitari all'art. 47 del Regolamento di attuazione del Nuovo Codice della Strada, approvato con D.P.R. 495/92 e s.m.i., risulta pertanto assoggettata all'obbligo di ottenimento di preventiva autorizzazione la collocazione entro il centro abitato di **cartelli e** altri mezzi pubblicitari, quali, ai sensi citato art. 47 comma 9: **preinsegne, striscioni, locandine e stendardi, Segni orizzontali reclamistici, Impianti pubblicitari di servizio, Impianto di pubblicità o propaganda.**

4. Per le restanti tipologie di mezzi pubblicitari, come definite ai sensi medesimo art. 47 del Regolamento di attuazione del Nuovo Codice della Strada, quali **Insegne di esercizio e sorgenti luminose, nonché per le forme particolari di pubblicità definite dal presente regolamento**, per cui l'art. 23 del Codice della Strada non impone l'obbligo di ottenimento di preventiva autorizzazione, è ammessa la collocazione, entro il centro abitato, previa comunicazione all'ufficio competente Comunale.

5. La domanda per l'installazione di impianti pubblicitari di cui ai punti precedenti, da compilarsi sugli appositi moduli, sconta l'imposta di bollo nella misura stabilita dalle leggi fiscali, deve essere presentata al competente Ufficio Comunale, corredata dei seguenti documenti:

a) Progetto quotato dell'opera e relativa descrizione tecnica, dai quali siano individuabili gli elementi essenziali dell'opera e la sua eventuale collocazione sul fabbricato, compreso il disegno del possibile supporto, debitamente firmato dal titolare dell'impresa esecutrice o dall'interessato, se l'opera è realizzata in economia.
b) Bozzetto colorato del messaggio pubblicitario da esporre.
c) Documentazione fotografica che illustri il punto di collocazione nell'ambiente circostante; in caso di impianto su suolo è necessario produrre una planimetria catastale del luogo interessato.
d) Autodichiarazione con la quale si attesta che l'opera sarà realizzata rispettando la normativa in materia, che il manufatto sarà calcolato e posto in opera tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento, in modo da garantirne la stabilità e sarà realizzato con materiale resistente agli agenti atmosferici.
e) Autodichiarazione dalla quale emerga che l'attività oggetto di richiesta è regolarmente autorizzata, ovvero che il titolare è iscritto agli albi professionali istituiti e che la destinazione d'uso dei locali è legittima.
f) Nulla osta del proprietario dell'immobile o dell'amministratore condominiale o autodichiarazione di proprietà.

g) Eventuali pareri esterni già acquisiti
h) Istanza di nulla osta indirizzato all'Amministrazione Comunale in caso di posa su area di proprietà Comunale;

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

7. L'istanza per la installazione di mezzi pubblicitari a carattere sanitario deve essere presentata, previa autorizzazione del messaggio pubblicitario da parte dei rispettivi ordini o collegi professionali locali, nel rispetto della normativa di riferimento

---

Art. 37 - AUTORIZZAZIONI SPECIFICHE – COMUNICAZIONI PREVENTIVE

37.1 Per i mezzi pubblicitari e forme particolari di pubblicità, per cui l'art. 23 del Codice della Strada non impone l'obbligo di ottenimento di preventiva autorizzazione, come definiti al precedente articolo punto 4., quali **Insegne di esercizio e sorgenti luminose, nonché per le forme particolari di pubblicità definite dal presente regolamento**, è ammessa la collocazione, entro il centro abitato, previa comunicazione al competente Ufficio Comunale, corredata da:

a) Bozzetto colorato quotato del mezzo messaggio pubblicitario da esporre.
b) Documentazione fotografica che illustri il punto di collocazione nell'ambiente circostante e/o sull'edificio.
c) In caso di impianto su suolo, è necessario produrre una planimetria catastale del luogo interessato.
d) Eventuali pareri esterni e/o autorizzazioni già acquisiti

37.2 Comunicazioni per pubblicità temporanea

1. Si richiamano le disposizioni di cui all'art. 51 comma 10 del Reg. Es. del Codice della Strada: L'esposizione di striscioni è ammessa unicamente per la promozione pubblicitaria di manifestazioni e spettacoli. L'esposizione di locandine e stendardi è ammessa per la promozione pubblicitaria di manifestazioni e spettacoli, oltre che per il lancio di iniziative commerciali. L'esposizione di striscioni, locandine e stendardi è limitata al periodo di svolgimento della manifestazione, dello spettacolo o della iniziativa cui si riferisce, oltre che alla settimana precedente ed alle ventiquattro ore successive allo stesso. Per gli striscioni, le locandine e gli stendardi, le distanze dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari previste dai commi 2 e 4 si riducono rispettivamente a 50 m ed a 12,5 m.

2. Per forme particolari di pubblicità, a carattere temporaneo, per una durata non superiore a 30 giorni consecutivi, da effettuarsi all'interno del centro abitato e non configurabili quali "mezzi pubblicitari collocati sulle strade o in vista di esse" così come definiti dall'art. 47 del DPR n. 495/92 (art. 23 C.S.) e quindi assoggettati all'ottenimento di Autorizzazione, potrà essere ammessa semplice comunicazione, da presentarsi almeno 10 giorni prima del previsto posizionamento, e corredata da:
   a) planimetria con indicazione del sito;
   b) relazione con breve descrizione dei materiali, colori, forme, ecc…;
   c) bozzetto con dimensioni;
   d) autodichiarazione per la stabilità, ove necessaria per il tipo di mezzo pubblicitario utilizzato.

3. Al titolare è fatto obbligo di provvedere alla rimozione del materiale e dei segnali entro le 24 ore successive alla scadenza del periodo autorizzativo ai sensi del 2° comma dell'art. 54 del Reg. Es. del Codice della Strada.

4. Rimane comunque fatto salvo l'ottenimento di pareri o autorizzazioni esterni ove dovuti.

37.3 Affissioni dirette

1. I manifesti e le locandine affisse esclusivamente all'interno delle vetrine dei negozi, previo accordo con i proprietari, non necessitano di autorizzazione amministrativa ma devono assolvere l'imposta di pubblicità, se dovuta, e riportare comunque il timbro del concessionario.

2. Manifesti e locandine dovranno essere rimossi entro le 24 ore successive alla conclusione della manifestazione pubblicizzata.

3. Trascorso inutilmente tale termine, l'esposizione verrà considerata abusiva e quindi sanzionabile ai sensi del D.lgs. n. 507/93.

Art. 38 - RILASCIO DELL'AUTORIZZAZIONE

---

1. L'istruttoria delle pratiche é affidata al Responsabile del procedimento individuato con provvedimento dirigenziale che dovrà raccogliere i pareri degli altri uffici comunali interessati.

2. L'autorizzazione è rilasciata all'interessato entro 60 giorni dalla data di presentazione della relativa richiesta. È in ogni caso negato il rilascio o il rinnovo della autorizzazione nel caso in cui il richiedente abbia pendenze in materia di pubblicità con il Comune.

3. Il termine rimane sospeso nel caso in cui l'Amministrazione Comunale inviti i richiedenti, a mezzo di comunicazione scritta, a produrre ulteriore documentazione o ad integrare quella depositata, che dovrà essere prodotta entro i tempi indicati. In caso di mancato ricevimento di quanto richiesto, la domanda presentata si intende respinta.

4. Per il procedimento autorizzatorio di cui al presente regolamento trovano applicazione le norme in materia di cui al D.P.R. 160/2010 e s.m.i. e della convenzione per la gestione associata dello Sportello Unico attività Produttive vigente.

5. Per tutto quanto non previsto dal presente regolamento in materia di procedimento amministrativo, trovano applicazione i disposti di cui alla Legge 241/1990 e s.m.i. e/o eventuali ulteriori disposizioni di legge in materia

---

Art. 39 - INTERVENTI DI SOSTITUZIONE E MODIFICA DELLE INSEGNE

Ogni modifica e/o sostituzione del messaggio pubblicitario, deve essere preventivamente comunicata agli uffici competenti, allegando il bozzetto del nuovo messaggio.

Art. 40 – VALIDITÀ E RINNOVO DELL'AUTORIZZAZIONE

1. L'autorizzazione relativa ai cartelli e altri mezzi pubblicitari di cui all'art. 23 comma 4 C.D.S. e art. 36 c. 3 presente regolamento ha validità massima di anni tre, in conformità a quanto previsto dall'art. 53, comma 6, del D.P.R. 16/12/1992 n. 495 e smi.

2. Allo scadere dell'autorizzazione, gli impianti devono essere rimossi entro il termine perentorio di trenta giorni. Scaduto tale termine, il mezzo pubblicitario si intenderà non autorizzato e si applicherà quanto previsto del presente Regolamento.

3. L'autorizzazione relativa ai cartelli e altri mezzi pubblicitari di cui all'art. 23 comma 4 C.D.S. e art. 36 c. 3 presente regolamento è rinnovabile una sola volta, per una durata massima di ulteriori anni tre, a condizione che venga presentata domanda dal medesimo soggetto titolare dell'autorizzazione, da prodursi almeno trenta giorni prima della data di scadenza.

4. La domanda deve essere semplicemente corredata della dichiarazione del titolare che attesti il perdurare dei requisiti di cui all'autorizzazione originale e le condizioni di perfetta manutenzione del manufatto.

5. Il mancato rispetto delle condizioni di cui al comma 3, comporta l'impossibilità di rinnovo e, pertanto, l'applicazione di quanto prescritto al comma 2.

Art. 41 - OBBLIGHI DEI TITOLARE DELL'AUTORIZZAZIONE

1. E' fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione di:

a) verificare il buono stato di conservazione dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari e delle loro strutture di sostegno

b) effettuare tutti gli interventi necessari al loro buon mantenimento

c) adempiere nei tempi richiesti a tutte le prescrizioni impartite dal Comune ai sensi dell'art. 405 comma 1 del D.p.r. 495/1992, al momento dei rilascio dei l'autorizzazione o anche successivamente per intervenute e motivate esigenze

d) procedere alla rimozione nel caso di decadenza o revoca dell'autorizzazione o di insussistenza delle condizioni di sicurezza previste all'atto dei l'installazione o di motivata richiesta da parte dell'ente competente al rilascio

e) su ogni cartello o mezzo pubblicitario autorizzato dovrà essere saldamente fissata una targhetta non deteriorabile, posta in posizione facilmente accessibile, sulla quale sono riportati, con caratteri incisi, i seguenti dati: amministrazione rilasciante, soggetto titolare, numero dell'autorizzazione: progressione chilometrica del punto di installazione, data di scadenza.

2. La targhetta di cui sopra deve essere sostituita ad ogni rinnovo dell'autorizzazione ed ogni qualvolta intervenga una variazione di uno dei dati su di essa riportati.

3. Qualora l'applicazione della targhetta risulta difficoltosa, è ammesso che i dati identificativi siano riportati con scritte a carattere indelebile.
4. L'autorizzazione non esonera il titolare dall'obbligo di attenersi strettamente, sotto la propria responsabilità, alle leggi e ai regolamenti vigenti, nonché ad ogni eventuale diritto di terzi o a quanto prescritto dai regolamenti condominiali.

5. L'autorizzazione alla collocazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari è subordinata alla regolare approvazione, da parte dei competenti organi, dell'insediamento e dell'esercizio dell'attività cui il messaggio pubblicitario è riferito, nei locali indicati.

6. E' fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione, rilasciata per la posa di segni orizzontali reclamistici, di striscioni, locandine e stendardi, di provvedere alla rimozione degli stessi entro le 24 ore successive alla conclusione della manifestazione pubblicizzata, ripristinando il preesistente stato dei luoghi ed il preesistente grado di aderenza delle superfici stradali.

Art. 42 - DECADENZA DELL'AUTORIZZAZIONE

Costituiscono cause di decadenza dell'autorizzazione:

a) La cessazione o il trasferimento dell'attività pubblicizzata.
b) L'annullamento o la revoca, l'inesistenza o l'irregolarità della autorizzazione all'esercizio dell'attività.
c) La non rispondenza del messaggio pubblicitario autorizzato alle attività cui esso inerisce.
d) La mancata osservanza delle condizioni alle quali fu subordinata l'autorizzazione.
e) La mancata realizzazione dell'opera entro novanta giorni dal rilascio dell'autorizzazione.
f) Il mancato ritiro dell'autorizzazione entro trenta giorni dalla data della notifica, salvo proroga motivata richiesta dagli interessati.
g) Lo stato di degrado del manufatto pubblicitario.
h) La mancata utilizzazione dell'impianto pubblicitario.
i) mancata realizzazione delle opere entro 180 giorni dalla data del rilascio, o in caso di mancato ritiro dell'autorizzazione stessa entro 60 giorni dalla comunicazione dell'avvenuto rilascio.

Per le autorizzazioni decadute si applica quanto previsto al comma 2 dell'art. 40.

CAPO VI – VIGILANZA E SANZIONI

Art. 43 – VIGILANZA

In attuazione ai disposti di cui all'art. 56 del regolamento di attuazione del Nuovo codice della Strada:

1. Gli enti proprietari delle strade sono tenuti a vigilare, a mezzo del proprio personale competente in materia di viabilità, sulla corretta realizzazione e sull'esatto posizionamento dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari rispetto a quanto autorizzato. Gli stessi enti sono obbligati a vigilare anche sullo stato di conservazione e sulla buona manutenzione dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari oltreché sui termini di scadenza delle autorizzazioni concesse.

2. Qualunque inadempienza venga rilevata da parte del personale incaricato della vigilanza, deve essere contestata a mezzo di specifico verbale al soggetto titolare dell'autorizzazione che deve provvedere entro il termine fissato. Decorso tale termine l'ente proprietario, valutate le osservazioni avanzate, entro dieci giorni, dal soggetto, provvede d'ufficio rivalendosi per le spese sul soggetto titolare dell'autorizzazione.

3. La vigilanza può essere, inoltre, svolta da tutto il personale di cui all'articolo 12, comma 1 del codice, il quale trasmette le proprie segnalazioni all'ente proprietario della strada per i provvedimenti di competenza.

4. Limitatamente al disposto dell'articolo 23, comma 3, del codice la vigilanza può essere svolta, nell'ambito delle rispettive competenze, anche da funzionari dei Ministeri dell'ambiente e dei beni culturali, i quali trasmettono le proprie segnalazioni all'ente proprietario della strada per i provvedimenti di competenza.

6. Tutti i messaggi pubblicitari e propagandistici che possono essere variati senza autorizzazione ai sensi dell'articolo 53, comma 8, del Regolamento di attuazione del CDS se non rispondenti al disposto dell'articolo 23, comma 1, del codice, devono essere rimossi entro gli otto giorni successivi alla notifica del verbale di contestazione, a cura e spese del soggetto titolare dell'autorizzazione o del concessionario. In caso di inottemperanza si procede d'ufficio.

7. Tutti i messaggi, esposti difformemente dalle autorizzazioni rilasciate, dovranno essere rimossi, previa contestazione scritta, a cura e spese del soggetto titolare dell'autorizzazione o del concessionario, entro il termine di otto giorni dalla diffida pervenuta. In caso d'inottemperanza si procede d'ufficio.

Art. 44 - SANZIONI AMMINISTRATIVE ED ACCESSORIE

In attuazione ai disposti di cui all'art. 23 del Nuovo codice della Strada:

1. Chiunque viola le disposizioni dell'articolo 23 C.d.S. e quelle del regolamento e' soggetto alla sanzione amministrativa del pagamento di una somma da euro 422,00 a euro 1'695,00.

2. Chiunque non osserva le prescrizioni indicate nelle autorizzazioni previste dall'art. 23 C.d.S. e' soggetto alla sanzione amministrativa del pagamento di una somma da euro 1.388,00 a euro 13.876,00 in via solidale con il soggetto pubblicizzato.

3. Gli enti proprietari, per le strade di rispettiva competenza, assicurano il rispetto delle disposizioni del presente articolo. Per il raggiungimento di tale fine l'ufficio o comando da cui dipende l'agente accertatore, che ha redatto il verbale di contestazione delle violazioni di cui ai commi 11 e 12, trasmette copia dello stesso al competente ente proprietario della strada.

4. In caso di collocazione di cartelli, insegne di esercizio o altri mezzi pubblicitari privi di autorizzazione o comunque in contrasto con quanto disposto dal comma 1 dell'art. 23 C.d.S., l'ente proprietario della strada diffida l'autore della violazione e il proprietario o il possessore del suolo privato, nei modi di legge, a rimuovere il mezzo pubblicitario a loro spese entro e non oltre dieci giorni dalla data di comunicazione dell'atto. Decorso il suddetto termine, l'ente proprietario provvede ad effettuare la rimozione del mezzo pubblicitario e alla sua custodia ponendo i relativi oneri a carico dell'autore della violazione e, in via tra loro solidale, del proprietario o possessore del suolo; a tal fine tutti gli organi di polizia stradale di cui all'articolo 12 C.d.S. sono autorizzati ad accedere sul fondo privato ove e' collocato il mezzo pubblicitario. Chiunque viola le prescrizioni indicate al presente comma e' soggetto alla sanzione amministrativa del pagamento di una somma da euro 4'734,00 a euro 18'935,00; nel caso in cui non sia possibile individuare l'autore della violazione, alla stessa sanzione amministrativa e' soggetto chi utilizza gli spazi pubblicitari privi di autorizzazione.

5. In caso di inottemperanza al divieto, i cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari sono rimossi ai sensi del comma precedente. Le regioni possono individuare entro dodici mesi dalla data di entrata in vigore della presente disposizione le strade di interesse panoramico ed ambientale nelle quali i cartelli, le insegne di esercizio ed altri mezzi pubblicitari provocano deturpamento del paesaggio. Entro sei mesi dal provvedimento di individuazione delle strade di interesse panoramico ed ambientale i comuni provvedono alle rimozioni ai sensi del comma precedente.

6. Nel caso in cui l'installazione dei cartelli, delle insegne di esercizio o di altri mezzi pubblicitari sia realizzata su suolo demaniale ovvero rientrante nel patrimonio degli enti proprietari delle strade, o nel caso in cui la loro ubicazione lungo le strade e le fasce di pertinenza costituisca pericolo per la circolazione, in quanto in contrasto con le disposizioni contenute nel regolamento, l'ente proprietario esegue senza indugio la rimozione del mezzo pubblicitario. Successivamente alla stessa, l'ente proprietario trasmette la nota delle spese sostenute al prefetto, che emette ordinanza - ingiunzione di pagamento. Tale ordinanza costituisce titolo esecutivo ai sensi di legge.

7. In ogni caso, l'ente proprietario può liberamente disporre dei mezzi pubblicitari rimossi in conformità al presente articolo, una volta che sia decorso il termine di sessanta giorni senza che l'autore della violazione, il proprietario o il possessore del terreno ne abbiano richiesto la restituzione. Il predetto termine decorre dalla data della diffida, nel caso di rimozione effettuata ai sensi dei commi precedenti.

8. Per tutte le violazioni al presente Regolamento non sanzionate direttamente dal Codice della Strada è prevista l'applicazione della sanzione da euro 206,00 a euro 1.549,00.

9. Oltre gli organi di polizia stradale di cui all'articolo 12 C.d.S., l'organo competente a irrogare le sanzioni amministrative per le violazioni al presente Regolamento, con formale provvedimento, è il Dirigente del Servizio comunale individuato a norma dell'art. 107 del D.lgs. 18.08.2000, n. 267

10. Le sanzioni amministrative per le violazioni delle disposizioni del presente Regolamento si applicano a carico del proprietario del mezzo pubblicitario e, in solido, a carico dei soggetti indicati nell'art. 6 comma 2 del D. L. vo 507/93 e di chi ha installato il mezzo o ha consentito l'installazione dello stesso.

11. Resta ferma la cumulabilità con le sanzioni previste dal Codice della strada, dal Regolamento e dalle norme tributarie vigenti.

12. L'amministrazione comunale dispone altresì la rimozione degli impianti pubblicitari abusivi facendone menzione nel suddetto verbale. In caso di inottemperanza all'ordine di rimozione entro il termine stabilito, l'Amministrazione comunale provvederà d'ufficio, addebitando ai responsabili le spese sostenute a norma dell'art. 24, comma 2 del D. Lgs 15.11.1993, n. 507. Il Comune, o il concessionario (affidatario) del servizio, può altresì effettuare l'immediata copertura della pubblicità abusiva con successiva notifica di apposito avviso motivato.

13. I mezzi pubblicitari esposti abusivamente possono essere sequestrati a garanzia del pagamento delle spese di rimozione e di custodia, nonché dell'Imposta e degli interessi.

14. Sono altresì rimossi i veicoli di cui all'art. 54, lett. g) del D. Lgs. 285/92 ed art. 203, comma II, lette q) del D.P.R. n. 495/92, qualora gli stessi siano in sosta su area pubblica o aperta al pubblico e non abbiano ottemperato all'obbligo di rimuovere o coprire la pubblicità come previsto dal precedente art. 9, comma 9 del presente Regolamento.

15. I proventi delle sanzioni amministrative, diversi dal C.d.S., sono devoluti al Comune e destinati al potenziamento e miglioramento del servizio e degli impianti della pubblica affissione del Comune, nonché all'aggiornamento del Piano generale degli impianti pubblicitari.

CAPO VII - DISPOSIZIONI FINALI E TRANSITORIE

Art. 45 - NORMA TRANSITORIA

1. Tutti gli impianti pubblicitari installati e regolarmente autorizzati all'entrata in vigore del presente Regolamento, ma non rispondenti alle disposizioni dello stesso, dovranno essere rimossi od adeguati allo scadere dell'autorizzazione, fatto salvo eventuale unico e solo rinnovo richiesto nei termini e con le modalità fissate al precedente articolo 40.

2. I titolari degli impianti, scaduti i termini di cui al comma precedente dovranno presentare istanza all'Ufficio preposto, atta ad ottenere nuova autorizzazione, in conformità alle prescrizioni del presente Regolamento, delle norme di settore vigenti al momento del deposito dell'istanza.

3. Quanto contenuto e prescritto dal presente regolamento dovrà essere rispettato dalla data di entrata in vigore, sia per le nuove istanze di autorizzazione sia per le pratiche in itinere di cui non risulta ancora rilasciata la relativa autorizzazione, con relativo obbligo di adeguamento degli impianti qualora non conformi, pena inammissibilità istanza.

Art. 46 - ABROGAZIONI

Con l'entrata in vigore il presente regolamento sostituisce il Regolamento Comunale sulla pubblicità approvato con D.C.C. n. 48 del 19/10/2016.

Art. 47 - ENTRATA IN VIGORE DEL REGOLAMENTO

Il presente regolamento entra in vigore dopo l'approvazione degli organi competenti e la pubblicazione per 15 giorni all'Albo Pretorio dei Comune; da tale data sono abrogate ove incompatibili tutte le disposizioni contenute in altri Regolamenti Comunali che disciplinano la materia.

Eventuali provvedimenti legislativi, regionali e/o di adeguamento della normativa nazionale in materia di Pubblicità, comporteranno contestuale varante al testo del presente Regolamento con conseguente applicazione dei disposti sovracomunali vigenti.

Per quanto non espressamente disposto o richiamato in esso, si rinvia alla normativa generale.