



COMUNE DI PERUGIA

REGOLAMENTO DEL PIANO GENERALE DELLA PUBBLICITA'

Norme tecniche di attuazione

Allegato B alla Delibera Consiglio comunale n. 157 del 16/12/02
Modificato ed integrato dall'Allegato 3 alla Delibera Consiglio comunale n. 251 del 5/12/05
Modificato dall'Allegato A alla Delibera Consiglio comunale n. 190 del 29/10/07
Modificato dall'Allegato A alla Delibera Consiglio comunale n. 10 del 17/01/2011
Modificato con Delibera Consiglio comunale n. 1 del 18/01/2017
Modificato con Delibera Consiglio comunale n. 59 del 15/05/2017
Modificato con Delibera Consiglio comunale n. 42 del 12/04/2021

Il presente Regolamento è conforme a quello depositato presso la U.O. Segreteria Organi Istituzionali e Comunicazione del Comune di Perugia.



COMUNE DI PERUGIA

REGOLAMENTO DEL PIANO GENERALE DELLA PUBBLICITA'

Norme tecniche di attuazione

INDICE

Titolo I - DISPOSIZIONI GENERALI

- Art. 1 - Oggetto del Regolamento
- Art. 2 - Ripartizione del territorio comunale
- Art. 3 - Impianti di pubblicità esterna permanente
- Art. 4 - Pubblicità esterna temporanea
- Art. 4 bis – Cartelli vendesi\affittasi
- Art. 5 - Pubbliche affissioni
- Art. 5 bis - Marchi registrati del Comune di Perugia

Titolo II - DISPOSIZIONI DI NATURA TECNICA

- Art. 6 - Caratteristiche generali degli impianti pubblicitari
- Art. 7 - Limitazioni per motivi di viabilità
- Art. 8 - Limitazioni per ubicazioni particolari
- Art. 9 - Deroghe alle distanze minime previste dal Codice della strada
- Art. 10 - Caratteristiche e condizioni specifiche delle diverse tipologie di mezzi pubblicitari

Titolo III - PROGRAMMAZIONE

- Art. 11 - Programmazione della pubblicità permanente e temporanea
- Art. 12 - Programmazione delle affissioni
- Art. 13 - Concessione di impianti pubblicitari o di altri beni di proprietà comunale o di pubblica utilità

Titolo IV - DISPOSIZIONI DI CARATTERE PROCEDURALE

- Art. 14 - Titoli necessari
- Art. 15 - Modalità di presentazione dell'istanza di autorizzazione e della segnalazione certificata d'inizio attività
- Art. 16 - Istruttoria e rilascio delle autorizzazioni
- Art. 17 - Durata e rinnovo dell'autorizzazione
- Art. 18 - Forme particolari di pubblicità
- Art. 19 - Obblighi del titolare dell'autorizzazione

Titolo V - DISPOSIZIONI TRANSITORIE E FINALI

- Art. 20 - Sanzioni e revoca
- Art. 21 - Regolarizzazione

ALLEGATI

- Allegato B.1 - Rappresentazione fotografica esemplificativa
- Allegato B.2 - Caratteristiche e condizioni di installazione dei mezzi pubblicitari

Titolo I
DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1

(Oggetto del Regolamento)

1. Il presente regolamento, in attuazione di quanto disposto dal D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507, disciplina, secondo principi di razionalità, funzionalità e sicurezza, la collocazione dei mezzi pubblicitari sul territorio del Comune di Perugia.
2. Il regolamento non si applica:
 - a) ai segnali turistici e di territorio, come definiti dal Regolamento di attuazione del codice della strada (DPR 495/1992), purché conformi alle caratteristiche previste nella risoluzione del Ministero delle Finanze n. 48/E/IV/7/609 del 1° aprile 1996;
 - b) alla pubblicità effettuata su mezzi di trasporto collettivo, compresi il servizio di linea ed i bus-navetta, o con aeromobili e palloni frenati;
 - c) alla pubblicità effettuata in via esclusiva dallo Stato e dagli altri Enti e soggetti con finalità di pubblico interesse o religiose;
 - d) alla pubblicità ed ai mezzi di segnalazione o di indicazione la cui esposizione sia obbligatoria per legge o regolamento;
 - e) alla pubblicità all'interno di luoghi aperti al pubblico, se non visibile dalla strada;
 - f) ai mezzi di comunicazione ed informazione culturale, turistica, istituzionale e di pubblica utilità;
 - g) ai cartelli segnalanti la sponsorizzazione della realizzazione delle opere pubbliche o della manutenzione di aree verdi o simili limitatamente alle disposizioni contenute nei successivi articoli 10 e 11;
 - h) alla pubblicità che utilizza marchi registrati dal Comune di Perugia come definiti e disciplinati dal successivo art. 5 bis, limitatamente alle disposizioni contenute nei successivi articoli 10 e 11.

Art. 2

(Ripartizione del territorio comunale)

1. Ai fini del presente regolamento ed in conformità a quanto stabilito dal Piano regolatore generale, il territorio del Comune di Perugia è suddiviso nelle seguenti zone, definite nei termini previsti dalla pianificazione urbanistica vigente:
 - a) Zona A1, comprendente il centro storico della città e delle frazioni, corrispondente alle zone territoriali omogenee definite "A" nel Piano regolatore generale, secondo la classificazione di cui all'art.17 Legge 765/67 e D.M. 1444/68;
 - b) Zona A2, comprendente le restanti parti del "centro abitato", individuato nella deliberazione della Giunta Comunale del 21 aprile 1994, n. 1333 e succ. mod.
 - c) Zona B, comprendente le restanti parti del territorio comunale.

Art. 3

(Impianti di pubblicità esterna permanente)

1. I messaggi di pubblicità permanente sono esposti con manufatti saldamente ancorati a terra o a muro, aventi cioè caratteristica di “impianto”.
2. La pubblicità permanente è esposta per periodi di tempo continuativi superiori a 90 giorni fuori dai centri abitati.
3. Si distinguono le seguenti tipologie di impianto:
 - a) *Insegna e simili*. Impianto destinato all’indicazione ed all’individuazione di attività in genere, installato nella relativa sede o nelle sue pertinenze; può essere anche luminoso o illuminato e contiene una scritta, in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da un simbolo o da un marchio; a seconda della collocazione, può essere: a bandiera orizzontale o verticale, se in aggetto da una costruzione, frontale, a tetto su pensilina o sulle facciate di edifici, su palina, cioè con supporto proprio. Sono assimilate alle insegne: le targhe di esercizio o professionali, consistenti in una scritta, priva di luminosità propria, in caratteri alfanumerici completata eventualmente da un simbolo o marchio, che può essere collocata, solo in assenza di vetrine, sello stipite della porta o, in presenza di comprovate difficoltà tecniche, lateralmente ad essa o sui battenti; i messaggi su tenda, consistenti in una scritta, in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da un simbolo o da un marchio, posta direttamente su tende in tessuto o materiali assimilabili, poste esternamente a protezione di vetrine o ingressi; le vetrofanie, consistente in una scritta, in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da un simbolo o da un marchio, su superfici in vetro, anche con pellicole adesive; le iscrizioni su muro, che identificano l’attività a cui si riferiscono con tecniche pittoriche direttamente sull’edificio;
 - b) *Preinsegna*. Struttura finalizzata al reperimento della sede dove si esercita una determinata attività, supportata da sostegno proprio, realizzata su manufatti bifacciali e bidimensionali, utilizzabili su una sola o su entrambe le facce, contenente frecce di indicazione utili per facilitare il reperimento della sede indicata e scritte in caratteri alfanumerici, completate eventualmente da simboli e da marchi: a fini di tutela e di omogeneità della segnaletica, nelle aree del centro storico possono essere installate preinsegne o altri supporti pubblicitari con caratteristiche tecniche particolari definite in specifici protocolli d’intesa con la Soprintendenza;
 - c) *Cartello stradale*. Elemento monofacciale o bifacciale vincolato al suolo da idonea struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari esposti sul manufatto mediante pannello serigrafato;
 - d) *Cartello a messaggio variabile*. Elemento monofacciale o polifacciale fissato al suolo da idonea struttura di sostegno finalizzato all’esposizione di messaggi pubblicitari variabili con prismi rotanti, sistemi digitali o altro;
 - e) *Tabella a messaggio variabile*. Elemento monofacciale fissato a parete con idonea struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari variabili con prismi rotanti, sistemi digitali o altro; può essere posizionato su frontespizi di edifici privi di aperture o elementi decorativi di pregio;
 - f) *Pensilina di attesa bus*. Struttura integrata con pensilina di attesa mezzi pubblici, ad essa rigidamente vincolata finalizzata alla diffusione dei messaggi istituzionali o pubblicitari, direttamente con sovrapposizione di manifesti, pannelli serigrafati o simili;
 - g) *Palina di fermata bus*. Struttura integrata con la palina di indicazione linee e fermata dei mezzi pubblici;
 - h) *Cestino portarifiuti*. Struttura integrata a cestino portarifiuti, ad esso rigidamente vincolata, finalizzata alla diffusione dei messaggi pubblicitari, direttamente con l’esposizione di pannelli serigrafati o simili;
 - i) *Transenna parapetonale*. Struttura pubblicitaria mono o bifacciale di superficie inferiore ad 1 mq, solidamente vincolati a barriere parapetonali;

- j) *Orologio*. Struttura integrata ad orologi, barometri, ecc., ad essi rigidamente vincolata, finalizzata alla diffusione dei messaggi pubblicitari, con l'esposizione di pannelli serigrafati o simili;
- k) *Quadro informativo*. Struttura pubblicitaria mono o bifacciale solidamente vincolata ad impianto planimetrico informativo, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari con l'esposizione di pannelli serigrafati o simili;
- l) *Trespole polifacciale o totem*. Elemento tridimensionale multifacciale, vincolato al suolo da qualsiasi struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione dei messaggi istituzionali o commerciali, sia direttamente sia con sovrapposizione di altri elementi come manifesti o simili.

Art. 4

(Pubblicità esterna temporanea)

1. I messaggi di pubblicità temporanea sono esposti su elementi realizzati con materiali di qualsiasi natura, ma senza caratteristiche di "impianto" poiché privi di rigidità propria, mancanti di una superficie di appoggio e comunque non aderenti ad essa, salvo quanto previsto per le locandine dall'art. 47, comma 5, del D.P.R. 495/92 (Regolamento del Codice della strada).
2. L'autorizzazione per l'esposizione di messaggi pubblicitari temporanei è rilasciata nel rispetto di quanto prescritto dall'art. 51, comma 10, del D.P.R. 495/92 (Regolamento del Codice della strada), per una durata comunque non superiore a novanta giorni; non è consentito il rilascio di autorizzazioni per formati e durata diversi da quelli indicati nel presente regolamento, salvo diversa determinazione della Giunta comunale in casi eccezionali legati a grandi eventi.
3. Si distinguono le seguenti tipologie: striscione, stendardo e locandina; quest'ultima tipologia può essere anche vincolata al suolo da propria struttura di sostegno.
4. I *mezzi pittorici*, messaggi pubblicitari di superficie superiore a 18 mq vincolati a impalcature edilizie, ponteggi o recinzioni di cantiere, sono assimilati ai messaggi di pubblicità temporanea e sono esposti per una durata non superiore a dodici mesi, salvo espresso rinnovo autorizzato in accoglimento di oggettive motivazioni per un periodo comunque non superiore a quello di efficacia del titolo edificatorio rilasciato.

Art. 4 bis

(Cartelli vendesi\affittasi)

1. I cartelli "vendesi\affittasi" degli immobili sui quali sono affissi, di superficie non superiore ad un quarto di metro quadro, non sono soggetti ad autorizzazione. Per i medesimi cartelli, se di misura superiore ad un metro quadro, è prevista la preventiva autorizzazione.

Art. 5

(Pubbliche affissioni)

1. Gli impianti di pubblicità destinati alle pubbliche affissioni devono essere di tipo permanente e si distinguono nelle seguenti tipologie.
 - a) *Cartello affissionale*. Elemento bifacciale vincolato al suolo da idonea struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, tramite sovrapposizione di altri elementi quali manifesti o simili;

- b) *Tabella affissionale*. Elemento monofacciale vincolato a parete da idonea struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, sia direttamente sia tramite sovrapposizione di altri elementi quali manifesti o simili;
 - c) *Trespole polifacciale o totem affissionale*. Elemento tridimensionale multifacciale, vincolato al suolo da qualsiasi struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione dei messaggi istituzionali, sia direttamente sia con sovrapposizione di altri elementi come manifesti o simili.
- 2 Al fine di favorire una gestione efficace della pubblica affissione, l'Amministrazione pianifica e realizza in forma diretta, o in forma indiretta attraverso il concessionario, l'ammodernamento e la progressiva sostituzione o ricollocazione degli impianti.

Art. 5 bis

(Marchi registrati del Comune di Perugia)

1. L'Amministrazione Comunale, ai sensi della normativa vigente, può provvedere alla registrazione di propri marchi sia per promuovere proprie attività ed iniziative sia per lo sfruttamento degli stessi a fini pubblicitari e commerciali.
2. Le modalità di riproduzione, utilizzo e concessione dei marchi registrati sono definite da apposito disciplinare approvato dalla Giunta comunale.
3. L'uso dei marchi registrati di cui ai commi precedenti, da parte di soggetti terzi per attività pubblicitarie o materiale editoriale, anche in abbinamento ad altri marchi, viene concesso tramite specifica licenza d'uso, nel rispetto dei criteri operativi previsti nel disciplinare.
4. I proventi derivanti dallo sfruttamento commerciale dei marchi registrati dovranno essere destinati al finanziamento delle attività istituzionali o alla copertura degli eventuali disavanzi pregressi dell'Ente.
5. Resta ferma la possibilità dell'Amministrazione comunale di utilizzare lo stemma previsto dallo Statuto per iniziative organizzate dall'ente e di concedere l'uso gratuito dello stesso nei casi in cui l'Amministrazione patrocinia eventi o iniziative di terzi.

Titolo II
DISPOSIZIONI DI NATURA TECNICA

Art. 6

(Caratteristiche generali degli impianti pubblicitari)

1. Fermo restando quanto stabilito dal Regolamento comunale per l'attività edilizia, gli impianti pubblicitari debbono possedere le seguenti caratteristiche costruttive:
 - a) i materiali devono avere caratteristiche di consistenza, durezza, sicurezza e resistenza agli agenti atmosferici e le eventuali strutture di sostegno e di fondazione devono essere stabili, salde ed ancorate, anche con riferimento alla spinta del vento, sia nel complesso sia nei singoli elementi;
 - b) i manufatti devono essere rifiniti in ogni loro parte, anche non direttamente visibile e comunque mantenuti in perfetta efficienza;
 - c) le strutture portanti devono assicurarne la conservazione per un lungo periodo;
 - d) i messaggi pubblicitari devono essere inseriti in una cornice costituita da una plancia in lamiera zincata;
 - e) le vetrine apribili devono essere chiuse con vetro antinfortunistico di adeguati spessori e dotate di serratura;
 - f) il sistema di illuminazione, a luce diretta, indiretta o riflessa, deve essere realizzato a regola d'arte, in conformità alle normative CEI e nel rispetto della L.R. n. 20/2005 "Norme in materia di prevenzione dall'inquinamento luminoso e risparmio energetico" e del regolamento regionale d'attuazione 05/04/2007 n. 2.

2. L'affissione di manifesti è consentita solamente sugli impianti permanenti destinati allo scopo.

Art. 7

(Limitazioni per motivi di viabilità)

1. L'installazione dei mezzi pubblicitari deve consentire sempre la perfetta visibilità, nel senso di marcia, di semafori, incroci, segnali stradali di pericolo ed attraversamenti pedonali. In particolare, a norma dell'articolo 51, 3° comma del Codice della Strada è vietata l'installazione di mezzi pubblicitari:
 - a) in corrispondenza di intersezioni;
 - b) lungo le curve nell'area della corda interna tracciata tra i due punti di tangenza;
 - c) in corrispondenza di cunette o dossi;
 - d) sui cavalcavia o loro rampe, sui parapetti stradali, sui ponti e sottoponti non ferroviari, sui cavalcavia stradali e loro banchine;
 - e) sulle banchine di sicurezza e sugli altri dispositivi laterali di protezione e di segnalamento o comunque in modo tale da pregiudicare la sicurezza della circolazione veicolare e pedonale;
 - f) sulla segnaletica stradale.

2. All'interno del centro abitato gli impianti posti sui marciapiedi devono garantire uno spazio per il passaggio dei pedoni.

Art. 8

(Divieti e limitazioni per ubicazioni particolari)

1. Sugli edifici e nei luoghi di interesse storico ed artistico, od in prossimità di essi, è vietata l'installazione di cartelli o tabelle a messaggio variabile.

2. La collocazione di impianti pubblicitari sugli edifici, nei luoghi di interesse storico ed artistico od in prossimità di essi, è subordinata all'approvazione da parte della Soprintendenza competente, ai sensi dell'articolo 49 D.Lgs. 42/04 e s.m.i.. La Giunta comunale può proporre e definire con la Soprintendenza l'adozione di specifici protocolli d'intesa per concordare, anche nelle aree vincolate, l'autorizzazione mediante procedure semplificate di impianti o messaggi pubblicitari rispondenti a determinati modelli standard secondo criteri condivisi di tutela dei beni monumentali e del decoro urbano.
3. Non è consentito installare mezzi pubblicitari:
 - a) su elementi architettonici quali fregi, cornici, balaustre, inferriate decorate caratterizzanti facciate di edifici, anche in assenza di specifico vincolo ai sensi del D.Lgs. 42/04 e s.m.i.;
 - b) sul muro di cinta dei cimiteri;
 - c) su aree destinate a verde pubblico e nei parchi urbani, ad eccezione delle pubbliche affissioni.
4. All'interno delle zone A1 è vietata l'installazione dei segni orizzontali reclamistici sulla strada o sul marciapiede e l'utilizzo di proiezioni luminose dirette ed indirette, quali elementi di richiamo.
5. E' vietata l'utilizzazione di alberi come supporto di mezzi pubblicitari e l'abbattimento di alberi di alto fusto per il posizionamento di mezzi pubblicitari è subordinata alla preventiva autorizzazione comunale.
6. Nelle seguenti vie (o gruppi di vie) l'apposizione di messaggi pubblicitari pittorici, di superficie superiore a 18 mq, è limitata alle quantità indicate:
 - a) Corso Vannucci, Piazza IV Novembre e Via Fani: 1 messaggio;
 - b) Piazza Piccinino e Piazza Danti: 1 messaggio;
 - c) Piazza Italia: 1 messaggio;
 - d) Piazza Matteotti: 1 messaggio;
 - e) Via Oberdan: 1 messaggio;
 - f) Via Baglioni: 1 messaggio;
 - g) Piazza della Repubblica e Via Mazzini: 1 messaggio.

Art. 9

(Deroghe alle distanze minime previste dal Codice della strada)

1. All'interno del centro abitato (zone A1 e A2 di cui al precedente art.2) e con riferimento alla classificazione delle strade operata dall'articolo 2 del vigente Codice della Strada, i mezzi pubblicitari possono essere collocati nel rispetto delle sottoindicate distanze minime espresse in metri lineari.
 - a) Strade di tipo D, urbane di scorrimento: 50 metri da successivo semaforo, intersezione, segnale di pericolo o prescrizione; 25 metri da precedente semaforo, intersezione, segnale stradale o da successivo segnale stradale di indicazione; 100 metri da precedenti o successive gallerie ponti e sottoponti;
 - b) Strade di tipo E ed F, urbane di quartiere e locali:
 - per mezzi collocati in modo non parallelo al senso di marcia: 15 metri da successivo semaforo, intersezione, segnale stradale di qualsiasi tipo; 10 metri da precedente semaforo, intersezione, segnale stradale; 25 metri da precedenti o successive gallerie ponti e sottoponti;
 - per mezzi collocati in modo parallelo al senso di marcia non sono richieste distanze minime, salvo la distanza da gallerie, ponti e sottoponti che è richiesta in 12,5 metri ove il mezzo pubblicitario non sia in aderenza su muro.

Art. 10

(Caratteristiche e condizioni specifiche delle diverse tipologie di mezzi pubblicitari)

1. La rappresentazione fotografica esemplificativa delle diverse tipologie di mezzi pubblicitari descritte agli artt.3 e 4 è contenuta nell'allegato B.1.
2. Le caratteristiche e le condizioni specifiche per l'installazione dei singoli mezzi pubblicitari sono riportate nell'allegato B.2 nel quale le possibilità di installazione dei mezzi pubblicitari sono indicate da caselle di colore grigio.
3. Oltre a quanto previsto nell'allegato B.2, sono stabilite le seguenti ulteriori prescrizioni specifiche:
 - a) *Preinsegne*: debbono essere fissate in almeno due punti al sostegno che può essere di tipo monopalo a racchetta o bipalo ad arco. E' ammessa l'installazione congiunta di più preinsegne di formato mt. 1,00 x 0,20 oppure 1,25 x 0,25 oppure 1,50 x 0,30 ciascuno, fino ad un massimo di sei elementi, a condizione che le stesse abbiano pari dimensioni. Deve essere sempre garantito uno spazio per il transito pedonale.
Nel centro storico sono ammesse preinsegne di dimensioni ridotte con caratteristiche conformi ai sensi dell'art.3 lett b) e 8 del presente regolamento;
 - b) *Cartello a messaggio variabile*: la profondità non può superare 50 cm. e deve essere garantito il transito pedonale;
 - c) *Tablette a messaggi variabili*: sono ammesse concentrazioni di impianti omogenei esclusivamente su fronti ciechi degli edifici. E' ammessa una superficie pubblicitaria totale non superiore al 50 % della superficie cieca dell'edificio e comunque non superiore a 72 mq. complessivi. I manufatti devono essere asportabili. Il livello di luminosità non deve arrecare disturbo a persone o all'ambiente circostante;
 - d) *Palina di fermata bus*: l'inserimento del messaggio pubblicitario è consentito solamente sul lato posteriore rispetto al senso di marcia e non deve coincidere con le indicazioni di servizio;
 - e) *Transenna parapetonale*: sono ammesse concentrazioni di manufatti omogenei fino ad un massimo di nove;
 - f) *Tabella affissionale*: possono essere realizzate concentrazioni di impianti omogenei.

Art. 10 bis

(Pubblicità con veicoli)

1. La pubblicità con veicoli deve essere conforme all'art. 57 del DPR495/92 e alle norme là richiamate e al medesimo collegato.

Una disciplina particolare è di seguito prevista per gli speciali veicoli omologati, nel gergo locale denominati camion vela o vele come di seguito, che diffondono messaggi pubblicitari visivi mediante speciali attrezzature installate sulla motrice, classificati come auto pubblicitarie e per mostre pubblicitarie nel rispetto delle norme del C.d.s. e del relativo Regolamento di esecuzione.

La Giunta può definire in un apposito programma le aree di sosta destinate allo stazionamento dei veicoli pubblicitari a fronte della corresponsione di specifica tariffa.

Le vele transitano nel territorio comunale secondo le norme del Codice della strada e del relativo Regolamento di esecuzione.

I veicoli medesimi possono sostare in caso di guasto tecnico, a condizione che il messaggio installato sia debitamente coperto.

Titolo III

PROGRAMMAZIONE

Art. 11

(Programmazione della pubblicità permanente e temporanea)

1. Le autorizzazioni per l'installazione di pubblicità esterna permanente possono essere rilasciate fino al raggiungimento di una superficie totale sul territorio comunale pari al 30% (trentapercento) di quella che risulta destinata alla pubblica affissione alla data del 31/12 dell'anno precedente all'emissione del bando. Non è subordinato alla sussistenza di contingente il rilascio di autorizzazioni per le seguenti tipologie di impianti:
 - a) alle insegne di esercizio ed impianti assimilati;
 - b) agli impianti pubblicitari di servizio di cui all'art. 51, comma 8, D.P.R. 495/92;
 - c) ai mezzi di comunicazione ed informazione culturale, turistica ed istituzionale e di pubblica utilità;
 - d) ai cartelli segnalanti la sponsorizzazione della realizzazione delle opere pubbliche o della manutenzione delle aree verdi.
2. La disponibilità del plafond è assegnata previa emanazione di apposito bando nel quale sono definiti i termini per la presentazione delle istanze. Le procedure di assegnazione delle superfici pubblicitarie, conseguenti all'emanazione del bando decadono trascorsi tre anni dalla scadenza del termine per la presentazione della domanda. La Giunta Comunale definisce le priorità per l'assegnazione del plafond.
3. Al termine di ogni trimestre solare successivo all'approvazione della graduatoria di assegnazione l'ufficio competente rileva, dandone atto con apposita determinazione dirigenziale, la disponibilità di superficie autorizzabile tenendo conto anche dei recuperi derivanti dalla dismissione volontaria o forzata degli impianti esistenti. All'assegnazione si procede, quando è rilevata una superficie interessata da rinuncia o revoca non inferiore a mq 18, con l'emanazione di apposito bando, nel quale sono definiti i termini per la presentazione delle istanze.
4. Le istanze relative agli impianti previsti dal precedente comma 3, sono presentate nell'ambito di specifica procedura pubblica di assegnazione degli spazi e sono esaminate secondo i criteri definiti nel bando. A parità di punteggio si terrà conto dei seguenti criteri integrativi applicabili in ordine successivo:
 - a. Impianto per il quale si realizza il maggior risparmio in termini energetici, asseverato specificamente da tecnico competente;
 - b. richiesta avanzata da chi dispone della minor superficie già autorizzata nel territorio comunale; 8
 - c. data di arrivo al protocollo generale;
 - d. sorteggio.Le relative autorizzazioni sono rilasciate fino all'esaurimento della superficie ammessa.
5. Qualora residuino ancora impianti da assegnare dopo aver esaurito la graduatoria dei richiedenti, l'ufficio competente provvede a riaprire i termini per la presentazione delle istanze e procede ad esaminare le medesime in ordine di presentazione in base ai criteri indicati.
6. In caso di nuova realizzazione di strade extraurbane e di strade urbane di scorrimento, ovvero qualora le medesime costituiscano prolungamenti di strade preesistenti sarà possibile procedere mediante revisione della programmazione alla determinazione di nuova superficie pubblicitaria da destinare in parte alla pubblica affissione ed in parte alla pubblicità esterna permanente nel rispetto del limite percentuale previsto dal precedente comma 1.

7. Le autorizzazioni di pubblicità temporanea sono rilasciate entro i seguenti limiti relativi ad ogni messaggio esposto per ciascuna delle tre zone indicate all'art. 2, comma 1, lett. a), b) e c):
- a) per un solo elemento, trattandosi di striscioni;
 - b) per non oltre venti elementi, trattandosi di standardi;
 - c) per un solo elemento, trattandosi di mezzo pubblicitario pittorico.

Art. 12

(Programmazione delle affissioni)

1. Ai sensi dell'art. 3, comma 3, del D.Lgs. 507/93 e s.m.i., la superficie degli impianti per le pubbliche affissioni è così ripartita:
 - a) affissioni di natura istituzionale, per adempiere ad obblighi di legge, ed altre affissioni prive di rilevanza commerciale o comunque economica in quanto di natura sociale culturale o sportiva, costituenti funzione prioritaria del servizio delle pubbliche affissioni: venticinque per cento, di cui il cinque per cento riservato all'attività politica e sindacale ed il dieci per cento riservato ai soggetti di cui all'art. 20 del D.Lgs. 507/93 e s.m.i., che possono affiggere direttamente negli spazi riservati, in esenzione dal diritto di affissione, in ottemperanza a quanto previsto dall'art. 20bis D.Lgs 507/93 e s.m.i.;
 - b) affissioni di natura commerciale o comunque aventi rilevanza economica, svolte dal servizio delle pubbliche affissioni e costituenti funzione accessoria del servizio delle pubbliche affissioni: settanta per cento;
 - c) affissioni dirette, anche per conto terzi, effettuate su spazi pubblici da soggetti diversi dal concessionario del pubblico servizio: cinque per cento.
2. Salvo sia diversamente disposto da norme di legge o regolamenti, l'affissione di cui al comma 1 lettera a) è sottoposta alle seguenti limitazioni:
 - a) ogni richiesta di affissione non può superare i 150 fogli, per una durata di 15 giorni salvo che riguardi un'attività politica o sindacale il cui limite è elevato a 200 per una durata di 15 giorni;
 - b) ogni soggetto richiedente non può presentare più di una richiesta di affissione per lo stesso manifesto.
3. Per decessi in giorni festivi o prefestivi le imprese di pompe funebri possono affiggere direttamente, negli spazi a ciò destinati, avvisi, annunci o manifesti, nel rispetto del presente regolamento.

Art. 13

(Concessione di impianti pubblicitari su beni di proprietà comunale o di pubblica utilità)

1. Il Comune può concedere a privati di collocare impianti pubblicitari o esporre mezzi pittorici su beni immobili o impianti sportivi dei quali ha la proprietà o il godimento o appartenenti al demanio o al patrimonio indisponibile comunale. Il Comune può anche concedere ai privati di installare sui beni di loro proprietà e di interesse pubblico impianti pubblicitari o mezzi pittorici. Per gli impianti pubblicitari e per i mezzi pittorici di cui al presente articolo che realizzino pubblicità esterna deve essere corrisposto, di norma, un canone che si aggiunge all'imposta di pubblicità ed alla tassa per l'occupazione degli spazi ed aree pubbliche ove applicabile.
2. L'assegnazione di superficie per pubblicità esterna permanente sui predetti beni è disposta per lotti, composti in base a criteri di funzionalità ed economicità. Nell'ipotesi di concessione di impianti sportivi, ogni impianto costituisce un lotto.

2 bis. Gli importi del canone per la collocazione di mezzi pittorici nei cantieri di opere pubbliche, sono determinati nel modo seguente:

€ 60 al mq al mese Zona A1

€ 45 al mq al mese Zona A2

€ 35 al mq al mese Zona B

Tutti gli importi sopra indicati sono al netto d’IVA e da rapportare al periodo di riferimento.

3. Salvo i casi nei quali i beni di cui al comma 1 sono assegnati a soggetti privati a seguito di gara, la procedura per l’attribuzione delle superfici pubblicitarie è disciplinata dalla normativa nazionale e comunitaria in materia di appalti pubblici ed al termine l’aggiudicatario versa idonea cauzione a garanzia dell’esatto adempimento degli obblighi contrattuali.
4. Il rapporto è disciplinato da convenzione contenente la specificazione del canone annuo dovuto, del numero e dell’ubicazione degli impianti, della ripartizione delle spese, delle responsabilità per danni, della durata, eventuale rinnovabilità ed ipotesi di revoca della concessione.
5. La concessione ha durata massima di nove anni ed alla sua scadenza, ovvero alla eventuale risoluzione anticipata del rapporto di convenzione, si procede ad assegnazione mediante nuova procedura di gara.
6. Le disposizioni di cui al presente articolo si applicano, in quanto compatibili, alle ipotesi di concessione da parte del Comune a privati, diversi dal concessionario di pubbliche affissioni, del diritto di utilizzare impianti di proprietà comunale per l’affissione diretta di manifesti ed altri mezzi pubblicitari, anche per conto di terzi.

Titolo IV
DISPOSIZIONI DI CARATTERE PROCEDURALE

Art. 14
(Titoli necessari)

1. E' soggetta a preventiva autorizzazione amministrativa da parte del Comune l'installazione di mezzi di pubblicità esterna su strade di proprietà comunale e su strade situate all'interno del centro abitato o in vista di esse. Sono altresì soggette a preventiva autorizzazione amministrativa da parte del Comune le modifiche di mezzi pubblicitari inerenti tipologia, caratteristiche tecniche, forma, dimensioni ed inclinazione rispetto alla strada.
Nelle aree vincolate l'autorizzazione è soggetta al parere preventivo della Soprintendenza ai sensi del D. Lgs 42/2004
2. Per impianti pubblicitari diversi da insegne e preinsegne installati fuori dal centro abitato, il messaggio non può essere modificato prima di 90 giorni dall'installazione o dall'eventuale precedente modifica, previa segnalazione certificata di inizio attività di cui al successivo art.13 co. 6; in ogni caso per i soli impianti a messaggio variabile, sistemi digitali (o led) è necessario esporre il messaggio pubblicitario per una durata non inferiore a cinque minuti fuori dai centri abitati e non inferiore ad un minuto dentro i centri abitati.
3. Per comprovati motivi di pubblico interesse è ammessa la rilocalizzazione di impianti pubblicitari autorizzabile nel rispetto di tutte le disposizioni vigenti.
4. La rilocalizzazione di impianti pubblicitari installati da oltre tre anni, nell'ambito di 1 km. dal precedente posizionamento, è autorizzabile nel rispetto di tutte le disposizioni vigenti. La distanza è riferita al percorso stradale più breve.
5. Il frazionamento di mezzi pubblicitari mediante contestuale realizzazione e posizionamento di nuovi impianti aventi dimensioni di formato inferiore è soggetto ad autorizzazione, nel rispetto di tutte le disposizioni vigenti. Analogamente è acconsentito l'accorpamento delle superfici di non più di due impianti per operatore l'anno per la realizzazione di un impianto nuovo di dimensioni comunque non superiori a quelle previste.
Qualora uno dei nuovi impianti venga posizionato oltre un km dalla precedente localizzazione (nel caso di accorpamento, con riguardo ad almeno uno degli impianti preesistenti) la superficie dei nuovi impianti non potrà essere superiore all'80% di quella originaria, tranne il caso in cui la nuova localizzazione sia lungo le strade che attraversano o delimitano le zone urbanistiche omogenee "D" individuate nel Piano Regolatore Generale.
6. E' soggetta a comunicazione la variazione della titolarità dell'impianto pubblicitario, fermo restando il periodo di validità dell'autorizzazione originaria.
7. Non è soggetta ad autorizzazione:
 - a) la pubblicità effettuata all'interno di locali, strutture o impianti , salvo che sia visibile dalla strada;
 - b) la pubblicità effettuata su vetrine ovvero, ad esclusione delle zone A e di quelle vincolate, quella effettuata con messaggi su tende, per le quali è sufficiente produrre copia della dichiarazione resa ai fini dell'imposta sulla pubblicità, come previsto dall'art.8 D.Lgs. 507/93.
8. L'installazione di targhe inerenti attività sanitarie è soggetta alla disciplina di cui alla Legge 175/92.

Art. 15

(Modalità di presentazione dell'istanza di autorizzazione e della segnalazione certificata d'inizio attività)

1. L'istanza di autorizzazione in bollo o la segnalazione certificata d'inizio attività, redatte su appositi modelli, sono inoltrate al competente ufficio dal soggetto interessato al rilascio dell'autorizzazione. Ogni istanza o dichiarazione deve riferirsi ad una sola attività economica, fatta eccezione per le preinsegne, ma può comprendere più mezzi pubblicitari.
2. Salvo quanto previsto ai successivi punti 4 e 6, alla domanda per impianti pubblicitari permanenti devono essere allegati i seguenti documenti in numero di tre copie:
 - a) progetto quotato in scala 1:20 (planimetrie, prospetti e sezioni, in stato attuale e di progetto) e relazione tecnica descrittiva dell'impianto pubblicitario, dai quali risultino:
 - 1) il tipo di mezzo pubblicitario, le dimensioni, i colori ed il numero di lati utilizzati per il messaggio;
 - 2) i materiali e la loro resistenza agli agenti atmosferici;
 - 3) l'eventuale luminosità ed il suo tipo;
 - 4) la collocazione sia rispetto al senso di marcia (parallelo, ortogonale, obliquo), che rispetto al fabbricato, alla carreggiata ed al marciapiede;
 - 5) l'altezza minima e massima dal piano di calpestio;
 - 6) la distanza da altri mezzi pubblicitari;
 - 7) relazione ambientale su zone sottoposte alla disciplina di cui al D.Lgs. n. 42/04 e s.m.i.
 - b) bozzetto a colori del messaggio pubblicitario;
 - c) documentazione fotografica in formato cm 9 x 12 che individui esattamente la collocazione dell'impianto rispetto all'ambiente circostante (foto panoramica), una foto del particolare ove verrà collocato l'impianto e una con fotomontaggio dell'impianto previsto;
 - d) planimetria che individui l'esatta posizione dell'impianto con riferimento a due punti immutabili, la toponomastica, le distanze dagli elementi di cui all'articolo 9, comma 1 ed i riferimenti catastali;
 - e) autodichiarazione ai sensi dell'art. 47 del D.P.R. 445/00 e s.m.i., redatta sul modulo predisposto, sottoscritta dal richiedente ed asseverata da un professionista abilitato per i punti 1 e 5, che:
 - I. il manufatto è stato calcolato e progettato e sarà realizzato e posto in opera rispettando le norme di disciplina della materia ed in particolare tenendo conto della natura del terreno o del supporto, della spinta del vento e di ogni altro elemento rilevante, in modo da garantirne la stabilità e la sicurezza;
 - II. l'attività oggetto del messaggio pubblicitario è svolta in conformità alle norme di legge;
 - III. l'impianto pubblicitario sarà collocato su beni o aree di proprietà privata o pubblica indicando, in questo secondo caso, la superficie occupata;
 - IV. la documentazione fotografica corrisponde allo stato dei luoghi;
 - V. l'eventuale impianto elettrico di mezzo pubblicitario luminoso o illuminato sarà realizzato ed installato a regola d'arte, in conformità alle normative CEI e nel rispetto della L.R. n. 20/2005 "Norme in materia di prevenzione dall'inquinamento luminoso e risparmio energetico" e del regolamento regionale d'attuazione n. 2 del 05/04/2007.
3. Tutte le copie dei documenti di cui al comma 2, punti a), b), c) e d) devono essere sottoscritte congiuntamente da un tecnico abilitato (o dal fornitore dell'impianto) e dall'istante.
4. Per le targhe la documentazione (in tre copie) di cui al comma 2, punto a) è limitata alla relazione tecnica descrittiva e la documentazione di cui ai punti da a) ad e) è sottoscritta solamente dall'istante.

5. Per i mezzi pubblicitari temporanei la documentazione da allegare alla domanda è limitata ai punti b), c), d) ed e) del comma 2, con esclusione del fotomontaggio e dei riferimenti catastali.
6. Quando la modifica del mezzo pubblicitario collocato all'esterno del centro abitato riguarda esclusivamente il messaggio in esso contenuto, la documentazione allegata è limitata ai seguenti documenti, sottoscritti dall'interessato, in tre copie:
 - a) documentazione fotografica di rilievo dello stato dei luoghi al momento della segnalazione;
 - b) bozzetto a colori del nuovo messaggio pubblicitario o, trattandosi di pubblicità a messaggio variabile, di tutti i nuovi messaggi previsti;
 - c) dichiarazione resa ai sensi dell'art. 47 D.P.R. 445/00 e s.m.i., con la quale l'interessato attesta che: ogni altro elemento dell'autorizzazione esistente resta immutato; la documentazione fotografica corrisponde allo stato dei luoghi, il messaggio è conforme al Codice della strada (D.Lgs. 285/92 e s.m.i.) ed al relativo Regolamento di attuazione (D.P.R. 495/92 e s.m.i., con particolare riguardo all'art. 49);
 - d) in caso di segnalazione certificata d'inizio attività: l'attestazione di versamento degli oneri previsti dal Codice della strada (art. 23 ed art. 405 del Regolamento), con gli importi stabiliti dalla Giunta comunale e con le eventuali agevolazioni previste nel caso di istanze o SCIA riguardanti più modifiche dei messaggi.

Art. 16

(Istruttoria e rilascio delle autorizzazioni)

1. Alla presentazione dell'istanza è data comunicazione di avvio del procedimento ai sensi della legge n. 241/90 che è concluso:
 - a) entro sessanta giorni, trattandosi di pubblicità permanente;
 - b) entro quindici giorni, trattandosi di pubblicità temporanea.
2. Nel caso di carenza o incompletezza della documentazione, il procedimento è sospeso dalla data della richiesta di integrazione ed i termini riprendono a decorrere dalla data di regolarizzazione, da effettuarsi nel congruo termine a tal fine assegnato in ogni caso non superiore a trenta giorni, decorso inutilmente il quale l'istanza è respinta.
3. Ai fini dell'istruttoria, l'ufficio competente acquisisce:
 - a) il parere della Struttura Organizzativa Vigilanza, per i profili di compatibilità con la normativa sulla circolazione stradale;
 - b) il parere o autorizzazione della Sovrintendenza competente, trattandosi di aree o edifici vincolati;
 - c) il nulla osta tecnico dell'Ente proprietario della strada, nel caso di mezzi pubblicitari su strade non di proprietà comunale;
 - d) i provvedimenti ed i pareri necessari per ottemperare a quanto previsto dall'art. 49, comma 3, del Regolamento di attuazione del codice della strada D.P.R. 495/92.
4. Per i mezzi pubblicitari pittorici l'ufficio competente acquisisce altresì:
 - a) Pareri necessari per le zone A1;
 - b) la dichiarazione di inizio dei lavori relativi al ponteggio, impalcatura o recinzione di cantiere su cui è esposto il messaggio; la vigenza dell'autorizzazione è comunque subordinata alla effettiva prosecuzione dei lavori;
 - c) la nomina di un tecnico abilitato quale responsabile della sicurezza, per la durata di esposizione del messaggio.
5. L'accoglimento o il rigetto dell'istanza sono comunicati all'interessato che può ritirare materialmente l'autorizzazione solo dopo aver assolto all'imposta ed agli altri oneri previsti e comunque non oltre 30 giorni dal ricevimento della comunicazione.

6. L'autorizzazione amministrativa rilasciata ai sensi del presente regolamento costituisce titolo per l'esecuzione delle opere edilizie strettamente connesse all'impianto pubblicitario autorizzato, salvo quanto diversamente disciplinato dal Regolamento edilizio comunale o da altre norme di settore.

Art. 17

(Durata e rinnovo dell'autorizzazione)

1. L'autorizzazione all'installazione di impianti pubblicitari permanenti collocati su aree di pertinenza stradale o spazi pubblici ha validità temporale di tre anni dalla data di emissione, rinnovabile per pari periodo. L'istanza di rinnovo deve essere presentata almeno trenta giorni prima della sua scadenza: la mancata richiesta di rinnovo nei termini comporta l'applicazione dell'art. 23 C° 4 e 11 del CDS.
2. L'autorizzazione delle insegne di esercizio e targhe professionali è rilasciata per la durata di tre anni. Nell'annualità immediatamente successiva al triennio, contestualmente al pagamento dell'imposta sulla pubblicità, deve essere presentata la SCIA per il rinnovo dell'autorizzazione, dichiarando che lo stato dei luoghi non è stato modificato rispetto all'autorizzazione originaria.
3. Qualora in sede di rinnovo, venga richiesta la modifica di uno o più elementi dell'autorizzazione, si applica la procedura ordinaria prevista per l'installazione di un nuovo impianto pubblicitario senza necessità, tuttavia, di acquisire specifica documentazione relativa agli elementi che l'interessato dichiara immutati.
4. L'autorizzazione per la variazione di un mezzo pubblicitario esistente non costituisce rinnovo dell'autorizzazione precedentemente rilasciata per la sua installazione, che mantiene il suo termine di validità.
5. La mancata esposizione di messaggi su impianti di pubblicità permanente prolungata per almeno 12 mesi ed accertata sulla base degli elementi istruttori disponibili (mancato pagamento dell'imposta di pubblicità, mancata presentazione della SCIA relativa all'esposizione del messaggio o accertamento della polizia municipale) comporta il diniego di rinnovo dell'autorizzazione dell'impianto per mancato utilizzo prolungato. Il rinnovo non comporta oneri istruttori.

Art.18

(Forme particolari di pubblicità)

1. Le forme di pubblicità indicate negli articoli 13 e 15, commi 2, 3, 4 e 5, del D.Lgs.507/93 sono soggette ad autorizzazione comunale indicante il tipo, la misura, il luogo, la durata della pubblicità che si intende effettuare e la denominazione e indirizzo del soggetto pubblicizzato.
2. La pubblicità commerciale svolta mediante distribuzione di manifestini o di altro materiale pubblicitario è vietata nelle vie e piazze comprese all'interno delle mura urbane e nelle scale mobili. I manifestini o il materiale pubblicitario utilizzato per la distribuzione deve recare l'espressa indicazione delle modalità di corretto smaltimento secondo criteri di differenziazione.
3. La pubblicità fonica è consentita nel rispetto delle norme in materia di impatto acustico. Essa è vietata:
 - a) in forma ambulante con autoveicoli, motoveicoli, rimorchi e ciclomotori, salvo nel caso in cui abbia ad oggetto messaggi di pubblico interesse disposti dall'Autorità di Pubblica Sicurezza o dal Sindaco o che avvenga, previa autorizzazione, da parte di candidati a cariche pubbliche, nel periodo di campagna elettorale, nel rispetto delle norme di cui all'art.7 della L.130/75;
 - b) a distanza minore di 200 metri da ospedali, cliniche, istituti geriatrici o dalle scuole di ogni ordine e grado durante l'orario di lezione.

3bis. Sul territorio comunale è vietata la pubblicità effettuata mediante la sosta di rimorchi per uso speciale pubblicitario, come definiti dall'art. 56, comma 2, lettera d) del D.Lgs. 285/92 e s.m.i. e dall'art. 204, comma 2, lettera s) del D.P.R. 495/92 e s.m.i.

4. La pubblicità commerciale su veicoli è ammessa esclusivamente:

- a) su veicoli o rimorchi di proprietà dell'impresa, o adibiti ai trasporti per suo conto, mediante apposizione del marchio, della ragione sociale e dell'indirizzo dell'impresa per non più di tre volte e purché ciascuna iscrizione non superi un metro quadrato;
- b) su taxi circolanti entro i centri abitati, luminosa purché non intermittente né realizzata con messaggi variabili ed alle condizioni indicate nell'art.57 del Regolamento al Codice della Strada approvato con D.P.R.495/92.

5. Chi intende effettuare la pubblicità di cui al presente articolo presenta istanza, almeno quindici giorni prima della data di inizio della pubblicità, contenente il tipo, il luogo, la durata e, trattandosi di pubblicità fonica, il messaggio da diffondere e gli orari, la denominazione e l'indirizzo del soggetto pubblicizzato.

Art. 19

(Obblighi del titolare dell'autorizzazione)

1. L'installazione dei mezzi pubblicitari autorizzati deve avvenire, a pena di decadenza, entro sessanta giorni dal rilascio dell'autorizzazione o dalla comunicazione, ove ammessa, salvo proroga per comprovati motivi.

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

- a) adempiere alle eventuali prescrizioni poste nell'autorizzazione;
- b) mantenere costantemente in buono stato i mezzi pubblicitari e le eventuali strutture di sostegno. Qualora si riscontri un perdurante stato di incuria o di non utilizzo degli spazi pubblicitari, è fatto obbligo al gestore di apporre adeguata copertura di colore neutro o cartellonistica promozionale ai sensi dell'art. 5 bis del presente Regolamento
- c) rimuovere, a proprie spese, i mezzi pubblicitari in caso di decadenza o revoca dell'autorizzazione o di motivata richiesta del Comune, ripristinando integralmente lo stato dei luoghi, nei termini da questo stabilito e comunque entro un termine massimo di trenta giorni dall'ingiunzione;
- d) versare l'imposta comunale sulla pubblicità e gli altri oneri connessi (istruttoria, suolo pubblico, etc);
- e) comunicare, entro trenta giorni, la cessazione o il trasferimento dell'attività oggetto del messaggio pubblicitario;
- f) apporre saldamente, su ogni impianto di pubblicità permanente, una targhetta metallica ben visibile con incisi i dati previsti dall'art.55 del Regolamento di attuazione del Codice della strada D.P.R. 495/92, da sostituire in caso di rinnovo dell'autorizzazione o variazione dei dati in essa riportati.

Titolo V
DISPOSIZIONI TRANSITORIE E FINALI

Art. 20
(Sanzioni e revoca)

1. L'installazione di mezzi pubblicitari non autorizzati soggiace alle sanzioni previste dall'art. 23, comma 11 del Codice della strada.
2. Le violazioni del presente regolamento o di eventuali prescrizioni contenute nelle autorizzazioni sono punite ai sensi dell'articolo 24, D.Lgs.507/93 e dell'articolo 23, comma 12, del Codice della strada.
3. Nelle ipotesi di cui ai commi 1 e 2 è fatto obbligo al titolare di rimuovere, ove sia possibile e sia stato richiesto dal Comune, i motivi di irregolarità, entro il termine assegnato, decorso inutilmente il quale il mezzo pubblicitario è rimosso dal Comune a spese del titolare.
- 3bis. In caso di violazione dell'art. 18, comma 3bis, nonché in ogni ipotesi di installazione di mezzi pubblicitari abusivi, qualora il trasgressore non provveda alla rimozione entro e non oltre dieci giorni dalla notifica del verbale di violazione, il Comune provvede d'ufficio addebitando ai responsabili le spese sostenute, ai sensi dell'art. 24, comma 2, D.Lgs. 507/93. Il Comune o il concessionario del servizio di pubblica affissione può comunque effettuare l'immediata copertura della pubblicità abusiva, in modo che sia privata di efficacia pubblicitaria.
4. I mezzi pubblicitari rimossi sono conservati per quindici giorni affinché il titolare provveda al loro ritiro, versati le eventuali sanzioni e gli oneri di conservazione. Decorso detto termine, i mezzi sono distrutti a spese del titolare.
- 4bis. L'esposizione di messaggi pubblicitari senza la preventiva autorizzazione o segnalazione di inizio attività ai sensi dell'articolo 23, comma 13 bis, del Codice della strada, comporta l'immediata copertura dei messaggi abusivi, da parte dei servizi comunali competenti o del concessionario del servizio di pubblica affissione.
5. L'autorizzazione è revocata:
 - a) qualora, decorsi trenta giorni dalla comunicazione di accoglimento dell'istanza, l'interessato non provveda al pagamento degli oneri ed al ritiro del titolo;
 - b) qualora, decorsi novanta giorni dal ritiro del titolo, l'interessato non realizzi il mezzo pubblicitario assentito, salvo proroga per gravi e comprovati motivi;
 - c) qualora, trattandosi di insegna di esercizio, sia accertata la cessazione o il trasferimento dell'attività;
 - d) qualora risulti che sono venuti meno i presupposti di legge per il rilascio dell'autorizzazione o per il legittimo svolgimento dell'attività pubblicizzata;
 - e) nel caso di rimozione coattiva del mezzo pubblicitario di cui al comma 3;
 - f) per sopravvenute ragioni di interesse pubblico;
 - g) dopo almeno due accertamenti di esposizione di messaggi sullo stesso impianto in difetto del pagamento dell'imposta di pubblicità;
 - h) mancato rispetto del decoro urbano accertato dalla Polizia Municipale.
6. In caso di revoca dell'autorizzazione il titolare è tenuto a rimuovere il mezzo pubblicitario entro il termine assegnato dal Comune, decorso inutilmente il quale è rimosso dal Comune con addebito delle spese a carico del titolare.

Art. 21

(Regolarizzazione)

1. I titolari degli impianti pubblicitari permanenti esistenti alla data di entrata in vigore del presente regolamento, possono richiederne il rinnovo in forma di regolarizzazione, inoltrando specifica istanza entro tre mesi o comunque contestualmente alla scadenza successiva di liquidazione dell'imposta pubblicitaria da parte del soggetto riscossore.
2. Il Comune, a seguito dell'istanza di regolarizzazione, indica le eventuali opere e modifiche da apportare, stabilendo un termine, non superiore a novanta giorni, per la loro esecuzione.
3. Sono regolarizzabili i mezzi ed impianti pubblicitari:
 - a) che risultino conformi a quelle stabilite nel presente regolamento;
 - b) che possono essere adeguati alle norme del presente regolamento, mediante interventi non relativi alla tipologia o all'ubicazione.
4. I mezzi pubblicitari non rinnovati nei termini previsti al comma 1 sono rimossi a cura del titolare o, in caso di inadempienza, dal Comune, a spese del titolare.

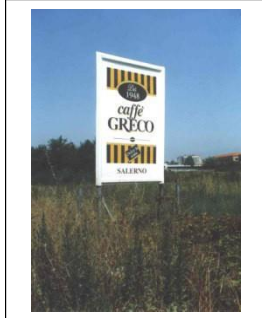
ALLEGATO B.1 – RAPPRESENTAZIONE FOTOGRAFICA ESEMPLIFICATIVA

PUBBLICITA' PERMANENTE

Preinsegna



Cartello stradale



Cartello a messaggio variabile o a cassonetto luminoso



Tabella a messaggio variabile o a cassonetto luminoso



Pensilina di attesa bus



Palina di fermata bus



Cestino portarifiuti



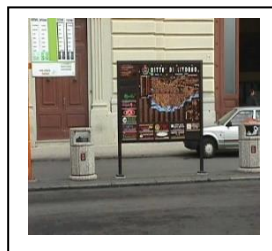
Transenna parapedonale



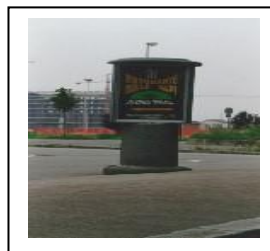
Orologio



Quadro informativo



Trespolo polifacciale o totem



Impianto LED



PUBBLICITA' TEMPORANEA ED AFFISSIONI

Striscione



Gonfalone



Mezzo pittorico



Cartello affissionale



Tabella affissionale



Trespolo polifacciale o totem affissionale



ALLEGATO B.2 - CARATTERISTICHE E CONDIZIONI DI INSTALLAZIONE DI MEZZI PUBBLICITARI

	Pubblicità permanente																					
	Presinsegna		Cartello stradale		Cartello a messaggio variabile		Tabella a messaggio variabile		Pensilina di attesa bus		Palina di fermata bus		Cestino portarifiuti		Transenna parapetonale		Orologio		Quadro informativo		Trespolo polifacciale o Totem	
Distanza dal margine esterno del marciapiede	0.5		1.5		1.0		0.5		-		-		-		0.30		-		-		0.20	
Distanza dal limite di carreggiata	1.5		1.5		3.0		1.5		-		-		0.60		0.60		0.60		0.60		0.20	
Distanza da altro impianto temporaneo	-		12.5		12.5		12.5		-		-		-		-		-		-		-	
Distanza da altro impianto permanente	-		25		25		25		-		-		-		-		-		-		3	
Illuminazione consentita	Non luminosa		Non luminosa		Lum. o illum.		Lum. o illum.		Luminosa		Non luminosa		Non luminoso		Non luminoso		Non luminoso		Non luminoso			
Ammissibile in zona AI			NO		NO		NO								NO		NO		NO			
ALTEZZA MINIMA (Min.) E MASSIMA (Max.) dal piano di calpestio (in metri)	Min. (1)	Max.	Min. (1)	Max.	Min. (1)	Max.	Min. (1)	Max.	Min.	Max.	Min.	Max.	Min.	Max.	Min.	Max.	Min.	Max.	Min.	Max.	Min.	Max.
FORMATI SPECIFICI AMMESSI																						
Base	Altezza																					
0.70	1.00		1.2 3.0		1.5 4.0		2.2 6.0				-		-								0.5 4.5	
1.00	0.20		2.2 3.5																			
1.00	1.40		1.2 4.0		1.5 4.0		2.2 6.0				-		-								0.5 4.5	
1.25	0.25		2.2 3.7																			
1.40	1.00		1.2 4.0		1.5 4.0		2.2 6.0															
1.40	2.00		1.2 4.0		1.5 4.0		2.2 6.0															
1.50	0.30		2.2 4.0																			
2.00	1.40		1.2 4.0		1.5 4.0		2.2 6.0															
3.00	2.00		1.2 5.0		2.5 8.0		3.0 8.0															
4.00	3.00		1.5 8.0		4.0 12.0		4.0 10.0															
6.00	3.00		1.5 8.0		4.0 12.0		4.0 10.0															
FORMATI GENERICI AMMESSI																						
Superficie complessiva non superiore a 1 mq.											-		-		0.10 1.20		0.10 1.20		2.20 3.20		1.00 3.20	
Superficie complessiva non superiore a 3 mq.									-		-											
Superficie complessiva non superiore a 10 mq.																						
Superficie complessiva maggiore di 18 mq.																						

(1) L'altezza minima è di 50 cm. se installati parallelamente all'asse della carreggiata e fuori dal marciapiede.

LEGENDA

Altezza minima: distanza minima in metri tra il piano di calpestio ed il margine inferiore del mezzo pubblicitario;

Altezza massima: distanza massima in metri tra il piano di calpestio ed il margine superiore del mezzo pubblicitario;

Distanza dal margine del marciapiede: distanza minima in metri tra il margine esterno del marciapiede ed il punto di massimo ingombro del mezzo pubblicitario, misurato in proiezione, in assenza di marciapiede;

Distanza dal limite di carreggiata: distanza minima in metri tra il limite della carreggiata ed il punto di massimo ingombro del mezzo pubblicitario, misurato in proiezione, in assenza di marciapiede;

Distanza da altro impianto: distanza minima in metri tra il nuovo mezzo pubblicitario ed altro già esistente o già autorizzato, misurata in proiezione tra i punti di massimo ingombro più prossimi;

Illuminazione consentita: tipo di illuminazione, non luminoso, luminoso, illuminato;

Formati specifici ammessi: combinazioni delle misure della base e dell'altezza, del mezzo pubblicitario, ammesse per quel mezzo pubblicitario, con riferimento ad una sola faccia;

Formati generici ammessi: valore massimo di superficie, espressa in metri quadrati, che può avere il mezzo pubblicitario nella zona considerata, quale che sia la sua forma, con riferimento ad una sola faccia

	Pubblicità temporanea								Affissioni					
	Striscione		Gonfalone		Locandina		Mezzo pittorico		Cartello affissionale		Tabella affissionale		Trespolo polifacciale o totem affiss.	
Distanza dal margine esterno del marciapiede	-	-	-	-	1.0	-	-	-	0.1	-	0.1	-	-	0.2
Distanza dal limite di carreggiata	-	-	-	-	1.5	-	1.5	-	0.1	-	0.1	-	-	0.2
Distanza da altro impianto temporaneo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Distanza da altro impianto permanente	12.5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3.0
Illuminazione consentita	Non luminoso		Non luminoso		Non luminosa		Lum. o illum.		Non luminoso		Non luminoso			
Amnesso in zona A1	NO													
ALTEZZA MINIMA (Min.) E MASSIMA (Max.) dal piano di calpestio (in metri)	Mim.	Max.	Min.	Max.	Min.	Max.	Min.	Max.	Min.	Max.	Min.	Max.	Min.	Max.
FORMATI SPECIFICI AMMESSI														
Base	Altezza													
0.50	0.70								0.1	4.0	0.1	4.0		
0.70	0.50								0.1	4.0	0.1	4.0		
0.70	1.00			4.0	-	-	-		0.1	4.0	0.1	4.0	0.5	4.5
1.00	0.20													
1.00	0.70								0.1	4.0	0.1	4.0		
1.00	1.40			4.0	-	-	2.4		0.1	4.0	0.1	4.0	0.5	4.5
1.00	1.50								0.1	4.0	0.1	4.0		
1.00	2.00								0.1	4.0	0.1	4.0		
1.25	0.25													
1.40	1.00								0.1	4.0	0.1	4.0		
1.40	2.00			4.0	-				0.1	4.0	0.1	4.0	0.5	4.5
1.50	0.30													
1.50	1.00								0.1	4.0	0.1	4.0	0.5	4.5
1.50	2.00								0.1	4.0	0.1	4.0	0.5	4.5
2.00	1.00								0.1	4.0	0.1	4.0		
2.00	1.40								0.1	4.0	0.1	4.0		
2.00	1.50								0.1	4.0	0.1	4.0		
3.00	2.00													
4.00	3.00													
6.00	3.00								0.1	7.0	0.1	7.0		
FORMATI GENERICI AMMESSI														
Superficie complessiva non superiore a 1 mq.														
Superficie complessiva non superiore a 3 mq.														
Superficie complessiva non superiore a 10 mq.														
Superficie complessiva maggiore di 18 mq.														

LEGENDA: (Vedi Pubblicità permanente)