



Piano Generale degli impianti pubblicitari



Norme tecniche di attuazione

Studio Colombini S&W snc di Colombini Simona & C.
formazione - consulenza - management - suap - programmazione urbanistica-commerciale

CAPO I - DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1 - Oggetto	Pag. 5
Art. 2 - Ambito di applicazione	Pag. 5
Art. 3 - Istituzione del concessionario per la pubblicità	Pag. 5
Art. 4 - Il Responsabile al controllo – Commissione per la pubblicità	Pag. 6

CAPO II – CRITERI DI PIANIFICAZIONE

Art. 5 - Criteri generali di pianificazione	Pag. 7
---	--------

PARTE I – CLASSIFICAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI

Art. 6 - Definizioni	Pag. 7
Art. 7 - Durata	Pag. 8
Art. 8 - Destinazione d'uso	Pag. 8

PARTE II – LA CLASSIFICAZIONE DELLE STRADE

Art. 9 - La classificazione delle strade	Pag. 9
Art. 10 - Le strade in cui è ammessa la pubblicità	Pag. 11

PARTE III – CENTRO ABITATO

Art. 11 - Il centro abitato e la possibile espansione	Pag. 12
Art. 12 - Azzonamento del territorio	Pag. 13
Art. 13 - Deroche alle distanze previste dal vigente Codice della Strada	Pag. 14

PARTE IV – DISPOSIZIONI GENERALI PER LE NUOVE INSTALLAZIONI

Art. 14 - Criteri principali	Pag. 15
------------------------------	---------

CAPO III – MEZZI PUBBLICITARI

Art. 15 - Definizione di mezzo pubblicitario	Pag. 16
Art. 16 - Localizzazione e regole per l'installazione	Pag. 16

PARTE I – INSEGNE DI ESERCIZIO

Art. 17 - Definizione di insegna di esercizio	Pag. 16
1 Insegna frontale	Pag. 17
2 Insegna a bandiera	Pag. 18
3 Insegna su palo	Pag. 18
4 Insegna a totem	Pag. 20
5 Insegna su tenda	Pag. 20
6 Vetrofanie e pannelli	Pag. 20
7 Impianti pubblicitari sulle vetrine o all'interno delle stesse	Pag. 20
8 Insegna su tetto	Pag. 21

PARTE II – ALTRI MEZZI PUBBLICITARI

Art. 18 - Targhe	Pag. 21
Art. 19 - Preinsegne	Pag. 22
Art. 20 - Segnali turistici di territorio	Pag. 23
Art. 21 - Mezzi pubblicitari nelle stazioni di servizio carburanti	Pag. 24

CAPO IV – IMPIANTI PUBBLICITARI

Art. 22 - Definizione di impianto pubblicitario	Pag. 25
Art. 23 - Gruppo omogeneo di impianti pubblicitari	Pag. 25
Art. 24 - Regole generali per la localizzazione e installazione	Pag. 25

PARTE I – IMPIANTI PUBBLICITARI TEMPORANEI

Art. 25 - Definizione di impianto temporaneo pubblicitario	Pag. 27
Art. 26 - Tipologie e formati	Pag. 27
1 Striscione	Pag. 27
2 Teloni	Pag. 28
3 Gonfalone	Pag. 28
4 Stele e palloni aerostatici frenati	Pag. 28

5	Cartello pubblicitario su ponteggi	Pag. 29
6	Telone pubblicitario di cantiere	Pag. 29
7	Segno orizzontale reclamistico	Pag. 30
8	Locandina o impianto temporaneo di propaganda	Pag. 30
9	Impianti pubblicitari su automezzi vela	Pag. 30
10	Cartello Vendesi/Affittasi	Pag. 31
11	Altre tipologie temporanee	Pag. 31
PARTE II – IMPIANTI PUBBLICITARI PERMANENTI		
Art. 27	- Definizione di impianto pubblicitario permanente	Pag. 31
Art. 28	- Formati	Pag. 31
Art. 29	- Tipologie	Pag. 32
1	Pannello pubblicitario	Pag. 32
2	Cartello pubblicitario	Pag. 33
3	Impianto pubblicitario su tetto	Pag. 34
4	Impianti pubblicitari su paline o pensiline del trasporto pubblico	Pag. 34
5	Transenna para pedonale	Pag. 35
6	Pubblicità sulle vetrine o all'interno delle stesse mediante monitor, vetrine interattive, proiezioni su telo o simili	Pag. 35
7	Progetti di sponsorizzazione	Pag. 35
8	Elementi pubblicitari per l'arredo urbano	Pag. 36
PARTE III – IMPIANTI PER AFFISSIONI CARTACEE		
Art. 30	- Definizione di impianto pubblicitario per affissioni	Pag. 36
Art. 31	- Formati	Pag. 36
Art. 32	- Tipologie	Pag. 37
1	Tabella	Pag. 37
2	Stendardo o stendardo gemellato	Pag. 37
3	Poster	Pag. 38
CAPO V – CARATTERISTICHE TECNICO ESECUTIVE E PIANIFICAZIONE		
Art. 33	- Caratteristiche strutturali e materiche	Pag. 40
Art. 34	- Norme per l'illuminazione, uso dei colori e messaggio variabile	Pag. 40
Art. 35	- Progettazione della pubblicità per ambiti territoriali	Pag. 41
CAPO VI – ALTRE FORME DI PUBBLICITA'		
Art. 36	- Pubblicità sui veicoli	Pag. 43
Art. 37	- Pubblicità fonica	Pag. 43
Art. 38	- Pubblicità varia	Pag. 43
Art. 39	- Pubblicità con proiezioni	Pag. 44
CAPO VII – AUTORIZZAZIONI, CONCESSIONI, LIMITAZIONI E DIVIETI, VIOLAZIONI, NORME PARTICOLARI, DISPOSIZIONI FINALI E TRANSITORIE		
Art. 40	- Autorizzazioni	Pag. 46
Art. 41	- Concessioni	Pag. 48
Art. 42	- Installazione, manutenzione e rimozione dei mezzi e impianti Pubblicitari	Pag. 48
Art. 43	- Limitazioni e divieti	Pag. 48
Art. 44	- Violazioni e vigilanza	Pag. 50
Art. 45	- Sanzioni	Pag. 50
Art. 46	- Revoca	Pag. 51
Art. 47	- Decadenza	Pag. 51
Art. 48	- Disposizioni finali e transitorie	Pag. 51
ALLEGATI		Pag. 53

CAPO I - DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1 – Oggetto

Sono oggetto del piano generale per gli impianti pubblicitari:

- a. la pianificazione del territorio comunale attraverso la suddivisione in diverse zone e l'individuazione di tratti viari in cui ammettere o vietare la pubblicità;
- b. la definizione e la classificazione dei “mezzi pubblicitari”;
- c. la definizione e la classificazione degli “impianti pubblicitari”;
- d. le norme per la localizzazione delle diverse tipologie di mezzi e impianti pubblicitari nelle zone e nelle strade individuate dal piano;
- e. la definizione delle regole tecnico-esecutive per l'installazione dei mezzi e degli impianti pubblicitari.

Art. 2 – Ambito di applicazione

Le disposizioni del presente piano hanno applicazione in tutto il territorio comunale, con le eccezioni e le precisazioni che seguono:

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

Art. 3 - Istituzione del concessionario per la pubblicità

Valutata la necessità di pianificare e regolamentare le installazioni pubblicitarie sul territorio si dispone la possibilità di poter affidare, ad uno o più concessionari, la gestione della pubblicità sulle strutture di arredo urbano e affissioni dirette, da distribuire o integrare nell'ambito del territorio comunale.

Il “Concessionario per la gestione pubblicitaria delle strutture di arredo urbano e affissione diretta” provvederà all'installazione e la gestione delle strutture di arredo urbano e affissione diretta, a garanzia e nel pieno rispetto e responsabilità delle norme contenute nel Piano.

Il rapporto tra l'Amministrazione Comunale ed il Concessionario per la gestione pubblicitaria sarà disciplinato da apposita convenzione. Le norme contenute in tale convenzione potranno essere integrative a quelle del presente Piano.

Il Concessionario disporrà il pieno controllo delle installazioni che insistono sul suolo pubblico ed all'interno della delimitazione del centro abitato e a tal fine disporrà un

riordino su tutto il territorio avanzando eventuale richiesta agli altri Enti proprietari delle strade di delega di competenza per il rilascio delle autorizzazioni per le strade provinciali che attraversano l'intero territorio del comune di Ciserano, qualora ciò non fosse già di competenza comunale. Detta situazione garantirebbe di fatto il pieno controllo delle installazioni pubblicitarie sul territorio da parte degli uffici comunali competenti.

Con l'affidamento della gestione in esclusiva, il Concessionario diventa garante nei confronti dell'Amministrazione Comunale, della corretta interpretazione ed applicazione delle norme contenute nel Piano.

Art. 4 - Il responsabile al controllo – Commissione per la pubblicità

Il controllo è in capo al Responsabile dell'Ufficio "Gestione e Pianificazione del Territorio" il quale è Responsabile Unico con funzione principale di esaminare le domande per l'installazione di impianti pubblicitari, ma anche lo scopo di garantire l'esigenza dell'utenza, la salvaguardia del patrimonio artistico e architettonico, il decoro dell'ambiente ed il rispetto della legislazione vigente acquisendo, qualora lo ritenga necessario o previsto obbligatoriamente, il parere della commissione per la pubblicità.

L'istituzione della Commissione per la pubblicità è disposta dalla Giunta Comunale ed è composta:

- dal Responsabile Unico che la presiede;
- dal Responsabile della Polizia Locale per l'osservanza della sicurezza stradale;
- da un Tecnico in architettura dell'arredo urbano;
- da un Tecnico in ambiente e paesaggistica.

Il Responsabile Unico prenderà in carico questo strumento e lo aggiornerà, nel tempo, con le modifiche o aggiunte che via - via si renderanno necessarie, e sarà lo stesso ad esprimere i pareri tecnici sulle domande di nuova installazione o di modifica degli impianti considerati nel presente Piano.

In sintesi i compiti saranno:

1. esaminare le domande in ordine progressivo al numero di protocollo comunale;
2. accertare la conformità della documentazione tecnica prevista nel presente Piano;
3. acquisire chiarimenti direttamente dal richiedente o dalla ditta installatrice;
4. richiedere, per le installazioni da collocarsi su edifici di particolare interesse storico-artistico, l'eventuale campionatura del materiale impiegato e del colore prescelto;
5. prescrivere le modifiche ritenute necessarie affinché gli impianti possano inserirsi adeguatamente ed armoniosamente negli edifici e nell'ambiente;
6. convocare la commissione per la pubblicità se obbligatorio o se ritiene necessario acquisirne il parere;
7. esprimere parere ampiamente motivato, specialmente in caso di rigetto della domanda, in conformità a quanto disposto dal presente Piano e dalle norme vigenti;
8. concedere deroghe alle norme contenute nel presente Piano;
9. istituire e mantenere il Registro delle autorizzazioni.

CAPO II – CRITERI DI PIANIFICAZIONE

Art. 5 – Criteri generali di pianificazione

Il piano generale degli impianti pubblicitari si basa su quattro criteri di pianificazione:

- Il primo è la classificazione dei mezzi pubblicitari;
- Il secondo è la classificazione delle strade, che, sovrapposte alle zone, regolamentano tipologie e gradi di ammissibilità degli impianti pubblicitari;
- Il terzo è la delimitazione del centro abitato e la sua possibilità di prossima espansione urbanistica;
- Il quarto è la suddivisione del territorio in zone in cui ammettere o vietare la collocazione dei mezzi pubblicitari sia permanenti che temporanei.

PARTE I – CLASSIFICAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI

Art. 6 - Definizioni

Il primo criterio persegue la necessità di definire le tipologie degli impianti pubblicitari. Essi sono inizialmente classificati come indicati nel Regolamento di esecuzione ed attuazione del C.d.S.

La citata classificazione suddivide le tipologie di impianti pubblicitari nelle seguenti categorie:

- **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.
- **Preinsegna:** la scritta in caratteri alfanumerici, completata da freccia di orientamento, ed eventualmente da simboli e da marchi, realizzata su manufatto bifacciale e bidimensionale, utilizzabile su una sola o su entrambe le facce, supportato da una idonea struttura di sostegno, finalizzata alla pubblicizzazione direzionale della sede dove 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.
- **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. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.
- **Striscione, locandina e stendardo:** l'elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, mancante di una superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa. Può essere luminoso per luce indiretta. La locandina, se posizionata sul terreno, può essere realizzata anche in materiale rigido.
- **Segno orizzontale reclamistico:** la riproduzione sulla superficie stradale, con pellicole adesive, di scritte in caratteri alfanumerici, di simboli e di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici.

- **Impianto pubblicitario di servizio:** qualunque manufatto avente quale scopo primario un servizio di pubblica utilità nell'ambito dell'arredo urbano e stradale (fermate autobus, pensiline, transenne para pedonali, cestini, panchine, orologi, o simili) recante uno spazio pubblicitario che può anche essere luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.
- **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 servizio. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.

Art. 7 - Durata

I mezzi pubblicitari considerati dal Piano e come precedentemente definiti, ad eccezione degli impianti per affissione pubblica ed impianti per le affissioni dirette, sono ulteriormente classificati in funzione della durata del periodo di esposizione, nelle seguenti due categorie:

- **Mezzi di pubblicità temporanea:** appartengono a questa categoria i mezzi esplicitamente finalizzati all'esposizione di pubblicità relazionata a speciali eventi di durata limitata (3 mesi massimo) quali manifestazioni, spettacoli, mostre, fiere, vendite, offerte promozionali, ecc.
L'esposizione dei messaggi su questi mezzi, che possono essere anche solidamente ancorati al suolo in maniera permanente o ad altre strutture in elevazione, è ammessa solo ed unicamente durante il periodo di svolgimento della manifestazione o evento a cui si riferiscono, oltre che durante i sette giorni precedenti e le 24 ore successive alla stessa.
Fanno eccezione i mezzi destinati alle affissioni dirette, che non potranno avere durata di esposizione superiore a 15 giorni consecutivi, senza possibilità di rinnovo. L'intervallo tra una esposizione e la successiva non dovrà essere inferiore a giorni 15.
- **Mezzi di pubblicità permanente:** rientrano in tale categoria i mezzi pubblicitari, vincolati solidamente al suolo o ad altre strutture in elevazione, destinati a costituire un supporto duraturo per l'esposizione di messaggi pubblicitari quali: cartelli, tabelle murali, impianti associati a prestazioni di pubblico interesse, ecc.
È definito quindi permanente il mezzo che, indipendentemente dal supporto impiegato, abbia durata in opera superiore a 3 mesi per ciascuna autorizzazione richiesta. Le autorizzazioni di mezzi permanenti sono sempre rilasciate in forma precaria e quindi revocabili in qualsiasi momento da parte dell'Amministrazione Comunale per sopravvenute necessità. All'atto del rilascio dell'autorizzazione, gli organi comunali competenti potranno stabilire la durata ammessa per ogni singola installazione che, come previsto dal vigente Regolamento di esecuzione ed attuazione del C.d.S., avrà durata di anni 3, non automaticamente rinnovabile. Nel caso dell'istituzione della figura del concessionario citato in precedenza, la durata dell'autorizzazione potrà essere legata alla durata della convenzione stipulata.

Art. 8 – Destinazione d'uso

In aggiunta alla tipologia e durata, un'ultima classificazione dei mezzi pubblicitari identifica gli stessi in funzione della loro destinazione d'uso, che nel Piano risultano essere:

- **Istituzionali:** appartengono a questa categoria i mezzi preposti alla comunicazione, informazione e diffusione di messaggi o iniziative di pubblico interesse, normalmente effettuati da Enti pubblici o di diritto pubblico o comunque da altro (associazioni, circoli, ecc. regolamentati da statuto) e comunque senza fine di lucro

- **Commerciali:** sono tutti i mezzi pubblicitari adibiti all'esposizione di messaggi pubblicitari, ovvero intesi alla divulgazione di informazioni, comunicazioni e quant'altro utile alla promozione di un'attività, un prodotto o un servizio.

Al fine di permettere una agevole individuazione delle diverse tipologie di mezzi, secondo la citata classificazione è possibile consultare, a titolo esemplificativo, cataloghi di immagini che identificano un mezzo pubblicitario per tipologia descritta.

PARTE II – LA CLASSIFICAZIONE DELLE STRADE

Art. 9 – La classificazione delle strade

Come secondo criterio, ai fini dell'applicazione delle norme di posizionamento dei mezzi ed impianti pubblicitari, è necessario far riferimento alla classificazione delle strade in osservanza al vigente codice della strada e come individuate nel PGT vigente e aventi le seguenti caratteristiche minime (**allegato 1**):

A - Autostrada: strada extraurbana o urbana a carreggiate indipendenti o separate da spartitraffico invalicabile, ciascuna con almeno due corsie di marcia, eventuale banchina pavimentata a sinistra e corsia di emergenza o banchina pavimentata a destra, priva di intersezioni a raso e di accessi privati, dotata di recinzione e di sistemi di assistenza all'utente lungo l'intero tracciato, riservata alla circolazione di talune categorie di veicoli a motore e contraddistinta da appositi segnali di inizio e fine. Deve essere attrezzata con apposite aree di servizio ed aree di parcheggio, entrambe con accessi dotati di corsie di decelerazione e di accelerazione.

B - Strada extraurbana principale: strada a carreggiate indipendenti o separate da spartitraffico invalicabile, ciascuna con almeno due corsie di marcia e banchina pavimentata a destra, priva di intersezioni a raso, con accessi alle proprietà laterali coordinati, contraddistinta dagli appositi segnali di inizio e fine, riservata alla circolazione di talune categorie di veicoli a motore; per eventuali altre categorie di utenti devono essere previsti opportuni spazi. Deve essere attrezzata con apposite aree di servizio, che comprendano spazi per la sosta, con accessi dotati di corsie di decelerazione e di accelerazione.

C - Strada extraurbana secondaria: strada ad unica carreggiata con almeno una corsia per senso di marcia e banchine.

D - Strada urbana di scorrimento: strada a carreggiate indipendenti o separate da spartitraffico, ciascuna con almeno due corsie di marcia, ed una eventuale corsia riservata ai mezzi pubblici, banchina pavimentata a destra e marciapiedi, con le eventuali intersezioni a raso semaforizzate; per la sosta sono previste apposite aree o fasce laterali esterne alla carreggiata, entrambe con immissioni ed uscite concentrate.

E - Strada urbana di quartiere: strada ad unica carreggiata con almeno due corsie, banchine pavimentate e marciapiedi; per la sosta sono previste aree attrezzate con apposita corsia di manovra, esterna alla carreggiata.

E-bis - Strada urbana ciclabile: strada urbana ad unica carreggiata, con banchine pavimentate e marciapiedi, con limite di velocità non superiore a 30 km/h, definita da apposita segnaletica verticale ed orizzontale, con priorità per i velocipedisti.

F - Strada locale: strada urbana od extraurbana opportunamente sistemata ai fini di cui al comma 1 non facente parte degli altri tipi di strade.

F-bis - Itinerario ciclopedonale: strada locale, urbana, extraurbana o vicinale, destinata prevalentemente alla percorrenza pedonale e ciclabile e caratterizzata da una sicurezza intrinseca a tutela dell'utenza debole della strada.

Strada di servizio: strada affiancata ad una strada principale (autostrada, strada extraurbana principale, strada urbana di scorrimento) avente la funzione di consentire la sosta ed il raggruppamento degli accessi dalle proprietà laterali alla strada principale e viceversa, nonché il movimento e le manovre dei veicoli non ammessi sulla strada principale stessa.

Lo stesso Codice della Strada prescrive che le strade di tipo **D**, **E** ed **F** siano classificate comunali quando sono all'interno dei centri abitati di comuni aventi popolazione superiore ai 10.000 abitanti.

Essendo il centro abitato del Comune di Ciserano costituito da circa 6.000 abitanti, dette strade risultanti provinciali comprese nella perimetrazione del centro abitato sono classificati come comunali in adempimento al disposto dell'art. 7, comma 3, del C.d.S. (allegato 3):

Strada di tipo A	Progetto autostradale in attraversamento del territorio
Strade di tipo B	Non presenti sul territorio
Strade di tipo C	Strada Provinciale 144 – esterna al centro abitato Strada Provinciale 122 - tratto esterno al centro abitato
Strade di tipo D	Non presenti sul territorio
Strade di tipo E	Via Francesca (SP 122 tratto interno al centro abitato) Corso Europa (in attraversamento quartiere Zingonia) Via Boltiere (da inizio centro abitato all'innesto con la via Francesca) Via J.F. Kennedy Via Giulio Natta Via Amedeo di Savoia Via Cabina Via Gandhi Via Caduti di Nicolajenka Via Arcene (da via Caduti di Nicolajenka fino al confine comunale) Via Modena (tratto complanare alla via Francesca) Eventuali altre strade di tipo E possono essere individuate ed aggiunte con provvedimento della Giunta comunale.
Strade E bis	Non presenti sul territorio
Strade di tipo F	Tutte le vie, piazze e località non rientranti nelle precedenti categorie e comprese all'interno dell'intero territorio comunale
Strade F bis	Tutti i percorsi ciclopedonali presenti nel centro abitato

Art. 10 – Le strade in cui è ammessa la pubblicità

Tutte le disposizioni del presente piano relative alle strade valgono anche per posizioni “in vista di esse”.

Fermo restando il divieto di collocare mezzi o impianti pubblicitari sulle strade incluse nelle categorie A e B di cui al precedente art. 9, la pubblicità lungo le altre strade è sempre ammessa per i mezzi pubblicitari di cui al successivo capo III e per gli impianti pubblicitari temporanei, definiti al successivo capo IV, parte I, con le limitazioni indicate nei capi stessi, mentre le strade ritenute idonee ad accogliere gli impianti pubblicitari permanenti, individuate all'interno delle categorie stradali di cui al precedente articolo 9, sono individuate nelle successive classi stradali.

Le nuove postazioni di impianti pubblicitari permanenti su suolo pubblico, nelle vie rientranti nelle classi I e II, possono essere autorizzate solo a seguito di specifico progetto di riordino, con individuazione delle postazioni consentite.

La compatibilità delle diverse tipologie di impianti pubblicitari permanenti, in funzione delle seguenti classi, viene specificata negli articoli di cui al successivo capo IV, parti II e III.

Strade di Classe I – Sono le strade o i tratti di strada ubicate all'interno del centro storico e residenziale tipo **F**, con una moderata densità veicolare e conseguente traffico lento; esse sono generalmente caratterizzate da una sezione stradale stretta che risulta di impedimento all'installazione degli impianti pubblicitari ed alla percezione dei messaggi pubblicitari ivi contenuti, specialmente se posti nella posizione perpendicolare all'asse viario.

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

In detta classe I rientrano tutte le strade della zona 1 (tessuto storico) e zona 2 (ambito residenziale consolidato) come indicate nella successiva Parte IV, e gli impianti pubblicitari dovranno collocarsi principalmente con orientamento parallelo all'asse stradale salvo eventuali deroghe dettate da indicazioni di servizi pubblici e comunque con sporgenze non proiettanti sulla pubblica via.

Strade di classe II - Sono le strade o i tratti di strada generalmente ubicate all'interno del centro abitato residenziale e produttivo di tipo **E**, con un'alta densità veicolare e conseguente traffico a velocità moderata; esse sono anche caratterizzate da una sezione stradale articolata da marciapiedi, aiuole e piste ciclabili, incroci semaforizzati, roatorie, nonché da vie complanari e strade di servizio, e dalla presenza di alberi ed elementi tecnologici, quali segnaletica stradale, pali illuminazione pubblica, passi carrai, pensiline bus, ecc., che risultano di impedimento all'installazione degli impianti pubblicitari. Tali strade attraversano aree con destinazione urbanistica prevalentemente produttiva e residenziale con servizi scolastici e sportivi, con conseguente elevata attività antropica; pertanto, in tali strade, l'orientamento prescritto per l'installazione degli impianti pubblicitari viene indicato in relazione alla struttura viaria evitando l'installazione davanti alle proprietà private al fine di evitare oscuramenti o degradi architettonici.

Strade di classe III - Appartengono alla classe III le strade di tipo **C** e i tratti di strada generalmente ubicate all'esterno del centro abitato, con un'alta densità veicolare ad alta velocità; esse sono caratterizzate da una sezione stradale semplice, generalmente priva di marciapiedi e lambita da scarpate o ampie banchine; gli alberi e gli elementi edilizi e tecnologici, sono diradati. Tali strade attraversano aree con destinazione urbanistica prevalentemente agricola o produttiva, con conseguente bassa densità antropica; le condizioni sopra esposte, per quanto riguarda l'installazione degli impianti pubblicitari hanno generato nel tempo criteri distributivi spontanei, che privilegiano la posizione perpendicolare all'asse stradale; pertanto in tali strade, l'orientamento prescritto per l'installazione degli impianti pubblicitari è quello perpendicolare al senso di marcia dei veicoli ma con dimensioni contenute.

Nei progetti di riordino o nuova installazione può essere previsto un orientamento diverso da quello sopra indicato.

PARTE III – IL CENTRO ABITATO

Art. 11 – Il centro abitato e la possibile espansione

Il terzo criterio di programmazione è la definizione del “centro abitato” quale insieme di edifici, delimitato lungo le vie di accesso dagli appositi segnali di inizio e fine. Per insieme di edifici si intende un raggruppamento continuo, ancorché intervallato da strade, terrazze, giardini o simili, costituito da non meno di venticinque fabbricati e da aree di uso pubblici con accessi veicolari o pedonali sulla strada.

La delimitazione del centro abitato di Ciserano, come indicato da delibera della Giunta Comunale, individua come capisaldi della delimitazione le seguenti località stradali:

- 1 – Via Francesca** - (SP 122) - con provenienza da Pontirolo all'altezza del civico n. 53;
con provenienza da Verdellino all'altezza della via Vecchia Francesca;
- 2 – Corso Europa** - con provenienza da Verdellino all'altezza del civico 101;
con provenienza da Ciserano all'altezza del civico 42;
- 3 – Via Alessandria** - con provenienza da Verdellino all'altezza di civico 10;
- 4 – Via Boltiere** - con provenienza da Boltiere all'altezza del retro-accesso allo stabilimento Turini;
- 5 – Via Arcene** - al sottopasso ferroviario.

Vengono altresì individuate le aree di possibile espansione del “centro abitato” mediante nuovi interventi edificatori a valenza sia residenziale che economica e produttiva e indicati in cartografia (**allegato 2**).

Art. 12 – Azzonamento del territorio

Il quarto criterio di pianificazione è basato sulla suddivisione del territorio in “zone”. In riferimento al vigente Piano di Governo del Territorio (P.G.T.) sono definiti dei valori di omogeneità in base ai quali raggruppare le aree urbanistiche in “zone” considerate significative dal punto di vista del tema trattato e degli obiettivi prefissati:

Zona 1: tessuto storico architettonico di conservazione urbanistica.

È una zona sottoposta a vincoli comprendente il centro storico, i nuclei antichi periferici.

Un certo riguardo deve essere posto all’inserimento della pubblicità nel contesto urbano, da posizionare con particolare cura, specie nel caso di edifici con rilevanti caratteristiche storiche o architettoniche e/o soggetti a vincoli monumentali (allegato 3).

Zona 2: ambito residenziale consolidato.

Individuata nel PGT vigente nell’ambito del tessuto urbano consolidato, ambiti di recente formazione a prevalente destinazione residenziale.

Questa zona comprende i quartieri residenziali, il commercio, la distribuzione medio-piccola ed i luoghi collettivi connessi a queste realtà.

L’obiettivo è quello della valorizzazione le zone residenziali costruite attraverso impianti pubblicitari di particolare qualità e pregio. Particolare attenzione deve essere dedicata alla progettazione degli impianti, in merito al loro posizionamento, specie se su suolo pubblico, affinché non costituiscano un limite al transito pedonale (allegato 4).

Zona 3: ambiti del commercio e della produzione

Individuata nel PGT vigente nell’ambito del tessuto urbano consolidato come:

- Ambiti a prevalente destinazione terziaria e direzionale, commerciale e produttiva limitrofa agli ambiti residenziali;
- Ambito Zingonia esclusivamente a destinazione produttiva, terziaria e commerciale senza limitazione per le attività insalubri;

Questa zona comprende i complessi produttivi o tecnologici ed il commercio, per gran parte disposto lungo le cosiddette “strade mercato” Corso Europa e in complanare con la via Francesca.

Questa parte di territorio ha una sicura vocazione per la pubblicità, sia per la funzione che per la consistenza fisica del costruito; tuttavia, per la collocazione pubblicitaria lungo la via Francesca, in attraversamento del territorio comunale a confine dell’ambito prettamente residenziale, è preclusa l’installazione di impianti pubblicitari di dimensioni medio-grandi (allegato 5).

Zona 4: ambiti fuori dal centro abitato

Il territorio comunale esterno alla delimitazione del centro abitato rappresenta un’area nella quale sono recepite integralmente le norme di cui all’art. 23 del vigente Codice della Strada e relativo Regolamento di esecuzione e attuazione, nonché tutti i vincoli imposti dalla normativa vigente quali ad esempio paesaggistici - ambientali – monumentali.

Nell’ambito di questa parte del territorio eventuali nuclei antichi o di antichi casali e fattorie di particolare pregio storico vengono assimilati, ai fini del presente Piano, alla zona “1” e pertanto assoggettabili a doppia normativa, cioè quella del codice della strada e della normativa specifica di zona tipo “1”.

Zona 5: ambiti urbani marginali e agricolo di conservazione

Individuata nel PGT vigente nell’ambito non urbanizzato, come:

- Aree agricole di pianura;
- Aree rurali periurbane.

Questa zona comprende le zone agricole. L'obiettivo del piano è quello di salvaguardare i grandi campi agricoli, senza tuttavia precludere la possibilità di collocare la pubblicità delle diverse imprese agricole insediate e lungo i margini delle strade in attraversamento del territorio ed esterne al centro abitato, nel rispetto della zona di confine e classificazione della strada (**allegato 6**).

Nel tratto esterno del centro abitato, a margine dell'area agricola e nella fascia di rispetto stradale, è assentita l'installazione di impianti pubblicitari perpendicolari alla strada, di dimensioni medie e a distanza superiore ai 100 m. fra ogni impianto.

Zona 6: *parco locale di interesse sovracomunale (PLIS)*

Individuata nel PGT vigente come Ambito di salvaguardia ambientale.

L'azzoneamento comprende le aree ricadenti entro il perimetro vigente del Parco Locale di Interesse Sovracomunale della Geradadda e le aree interessate dalla proposta di ampliamento del PLIS (**allegato 7**).

Questa zona è considerata di pregio ambientale; pertanto, obiettivo del piano è quello della salvaguardia degli scorci panoramici e dei vuoti urbani, all'interno o in vista dei quali la pubblicità non viene ritenuta compatibile. Nel tratto esterno del centro abitato, a margine di confine dell'area parco lungo la fascia di rispetto stradale della SP 122, è assentita l'installazione di impianti pubblicitari perpendicolari alla strada, di dimensioni contenute e a distanza superiore ai 100 m. fra ogni impianto.

Zona 7: *ambiti del territorio in trasformazione o compatibilizzazione*

Ambiti diversi indicati nel PGT vigente come ambiti di trasformazione o nuovo sviluppo urbano, economico-produttivo, di rigenerazione o compatibilizzazione di aree interessate dalla presenza di strutture produttive o tecnologiche che, per il loro stato di degrado, per morfologia o per destinazione d'uso, si pongono in un rapporto non corretto con il contesto paesistico, ambientale o territoriale, ovvero determinano situazioni di particolare criticità per la loro interclusione, tangenza o prossimità a zone residenziali.

In questi ambiti è assentita la pubblicità correlata ai cantieri in attività. Altre forme di pubblicità sono da considerarsi parti integranti dell'ambito di trasformazione e valutate, da parte degli organismi competenti, contestualmente all'approvazione dei diversi piani attuativi. In assenza di detta concertazione trova applicazione la norma più restrittiva con riferimento alla destinazione economica della zona d'insediamento.

Art. 13 – *Deroghe alle distanze previste dal vigente C.d.S.*

Il vigente Regolamento di esecuzione e attuazione del C.d.S. stabilisce le norme per le dimensioni, le caratteristiche, l'ubicazione dei mezzi pubblicitari lungo le strade, le fasce di pertinenza e nelle stazioni di servizio e di rifornimento di carburante.

Nell'interno del centro abitato, nel rispetto di quanto previsto dal comma precedente, il comune ha la facoltà di concedere deroghe:

- alle norme relative alle distanze minime per il posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari, nel rispetto delle esigenze di sicurezza della circolazione stradale e limitatamente alle strade di tipo E ed F;
- alle norme relative alle distanze minime per il posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari, sempre nel rispetto delle esigenze di sicurezza della circolazione stradale.

Il Comune stabilisce inoltre la distanza dal limite della carreggiata, all'interno del centro abitato, vietando la collocazione di 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.

Le distanze si applicano nel senso delle singole direttrici di marcia. Nel caso in cui esistano, a distanza inferiore di quella prevista dalla carreggiata, altre costruzioni o alberi è ammesso il posizionamento in allineamento agli stessi.

Le distanze minime che si applicano all'interno del centro abitato per gli impianti pubblicitari dovranno rispettare le distanze minime riportate nella pianificazione di ogni singola zona omogenea di appartenenza e ad altri parametri dimensionali.

In ogni caso, per impianti paralleli al senso di marcia, è vietato installare in allineamento un numero d'impianti superiore a tre elementi contigui.

In caso di impianti luminosi o illuminati, all'interno del centro abitato, le distanze indicate nella pianificazione, ad eccezione di quella dalla carreggiata, sono da aumentare del 50%, con la sola eccezione per le insegne di esercizio.

PARTE IV – DISPOSIZIONI GENERALI PER LE NUOVE INSTALLAZIONI

Art. 14 – Criteri principali

I criteri principali presi in considerazione per le norme da adottare nel caso di nuove installazioni, rappresentano elementi di garanzia relativamente ai temi:

- ***Della sicurezza*** - è necessario garantire che i mezzi pubblicitari non costituiscano, in alcun modo, pericolo o disturbo per la sicurezza stradale, sia per quanto concerne la circolazione veicolare sia per quella pedonale. Particolare attenzione è da rivolgere agli aspetti più propriamente visivi oltreché ai criteri di tipo antinfortunistico, ai quali la progettazione e l'ubicazione si ritiene dovranno conformarsi.
- ***Decoro*** - le norme indicate nel Piano tendono a garantire che i mezzi pubblicitari non si pongano come elementi di disturbo all'estetica dell'ambiente naturale come di quello umano, ma al contrario, ove possibile, diventino nel contesto cittadino elementi di arredo urbano che ne arricchiscano il panorama. A questo scopo dovrà essere posta particolare attenzione da parte degli uffici competenti affinché gli impianti da installare siano tutti omogenei ed uniformi dal punto di vista formale e cromatico, evitando il posizionamento di impianti di formati diversi negli stessi luoghi.
- ***Funzionalità*** - particolare attenzione è da rivolgere al tema della fruibilità del contesto urbano. L'obiettivo è quello di garantire che i mezzi pubblicitari non costituiscano impedimento ad un funzionale e razionale utilizzo del territorio e, nello stesso tempo, soddisfino nel miglior modo possibile le peculiari esigenze della realtà locale. Il ripristino e le nuove installazioni dovranno recepire integralmente la normativa prevista e citata precedentemente, oltre ai criteri ed alle deroghe stabilite nel presente Piano.

CAPO III – MEZZI PUBBLICITARI

Art. 15 – Definizione di mezzo pubblicitario

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

In tale definizione sono comprese insegne d'esercizio, targhe, preinsegne, ed altre forme di pubblicità, quale quella effettuata sui veicoli e nelle stazioni di rifornimento carburanti nonché altre fattispecie non individuabili secondo le definizioni precedenti, la cui ammissibilità deve essere valutata, coerentemente agli obiettivi del presente piano, dal Responsabile dell'ufficio competente con l'eventuale parere della commissione per la pubblicità se lo ritiene necessario.

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

Art. 16 – Localizzazione e regole per le installazioni

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

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

Per tutte le tipologie valgono le limitazioni, i divieti e regole generali circa le caratteristiche dei materiali da utilizzare e dell'illuminazione di cui al successivo capo V.

Le caratteristiche geometriche, i formati, le regole di posizionamento, come l'altezza dal suolo, le distanze, gli orientamenti rispetto ai vari elementi territoriali, il tipo di illuminazione, l'ammissibilità del messaggio variabile vengono invece specificati per ognuna delle tipologie, di cui alle parti I e II del presente capo.

In casi particolari e con il fine di armonizzare nuovi manufatti ad elementi di arredo urbano esistenti o futuri, o comunque per rispettare il carattere ed il decoro urbano dei singoli luoghi è fatta salva la possibilità, per il responsabile competente, con eventuale parere della commissione per la pubblicità se lo ritiene necessario, di prescrivere soluzioni dimensionali, formali o stilistiche diverse da quelle regolate nel presente piano, pur nel rispetto dei principi generali dello stesso.

PARTE I – INSEGNE DI ESERCIZIO

Art. 17 – Definizione di insegna di esercizio

Insegna di esercizio è la scritta a caratteri alfa-numeric, riportante il nome dell'attività che deve evidenziare, completata eventualmente da simboli e da marchi dell'azienda, dei prodotti e dei servizi offerti, realizzata e supportata con materiali di qualsiasi natura, installata nella sede dell'attività a cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie alla stessa.

È da ritenersi insegna di esercizio anche quella la cui scritta relativa all'esercizio dell'attività è completata con simboli e marchi di ditte diverse da quella principale, purché attinenti all'attività svolta dalla medesima.

Ogni testo contenuto nelle insegne di esercizio deve essere scritto in lingua italiana; ogni testo scritto in lingua straniera deve essere accompagnato dalla relativa traduzione in lingua italiana, da riportare con dimensioni non inferiori a quelle del testo straniero.

Fanno eccezione i vocaboli in lingua straniera entrati nel linguaggio d'uso comune (bar, garage, internet point, boutique, ecc.), i nomi di città o persone, i marchi registrati.

Le insegne di esercizio temporanee sono ammesse, purché dotate di strutture di ancoraggio stabili e conformi alle norme del presente piano. L'insegna realizzata con teli, striscioni o materiale simile, ancorata stabilmente a strutture, rientra nella categoria delle insegne temporanee.

Le tipologie ammesse, le norme specifiche di localizzazione e le regole di posizionamento per le insegne di esercizio sono le seguenti:

1 – Insegna frontale: è l'insegna d'esercizio posta in aderenza alla parete su cui viene installata. Può anche essere dipinta.

La localizzazione è ammessa in tutte le zone del territorio comunale.

I requisiti geometrici e di posizionamento sono i seguenti:

sporgenza dalla facciata:	Fino a 2,5 m. dal suolo: non superiore ai 15 cm. Da 2,5 m. fino a 4 m. dal suolo: non superiore ai 25 cm.
posizione in facciata:	non ammessa su pilastri e colonne, né sulle catene dei porticati ad archi;
superficie:	nei casi di edifici a destinazione non residenziale la superficie complessiva delle insegne su ogni singola facciata non può superare i 20 mq.; qualora la superficie di facciata dell'edificio sia superiore a 100 mq., è possibile incrementare la superficie complessiva delle insegne nella misura del 10% della superficie eccedente 100 mq, fino al limite di 40 mq. In tutti gli altri casi la superficie di ogni singola insegna non può superare il limite di 5 mq. Eventuali varianti sono valutate dal Responsabile con l'eventuale parere della commissione per la pubblicità.
illuminazione:	Sia per luce diretta che per luce indiretta.
messaggio variabile:	non ammesso

La collocazione delle insegne frontali deve avvenire preferibilmente all'interno di vani esistenti in facciata ed effettuata nello spazio del sopraluce, nel caso di vetrine che ne siano dotate, nella misura massima di una per ogni vano disponibile. Possono essere altresì collocate all'interno o nello spazio della vetrina.

In ogni caso, per forma e per collocazione, le insegne frontali non devono alterare l'equilibrio delle linee orizzontali e verticali che compongono l'edificio, occultare elementi architettonici o decorativi, né occupare gli spazi tra i pilastri o le colonne dei portici, né occupare finestre o parti di facciata poste a piani diversi dal piano terra. Sulle finestre è ammessa unicamente la posa di tende a rullo non sporgenti e vetrofanie.

Le limitazioni di cui al comma precedente possono essere derogate solo in complessi edilizi, subordinatamente ad un progetto unitario delle insegne, che ne definisca le

caratteristiche, le dimensioni, l'altezza dal suolo, ecc. Eventuali deroghe nella zona 1 sono ammesse solo con parere favorevole della commissione per la pubblicità.

All'interno della zona 1, in particolare quando trattasi di edifici storici, artistici, di rilevanza architettonica o sottoposti a vincolo monumentale, le insegne devono essere compatibili con il contesto in cui si inseriscono ed essere particolarmente curate, nei materiali, nella forma e nei colori; nel caso di impossibilità di collocazione nel sopraluce delle vetrine, sono preferibili insegne a lettere scatolate o con messaggi dipinti.

2 – Insegna a bandiera: è l'insegna d'esercizio posta perpendicolarmente alla parete su cui viene installata. Salva diversa previsione di legge, è ammessa solo laddove non si possa installare l'insegna frontale.

Rilevando che sul territorio le uniche insegne a bandiera fisse alla parete sono quelle di indicazione delle farmacie e delle tabaccherie, si dispone che la localizzazione delle insegne a bandiera fisse alla parete sono escluse su tutto il territorio comunale ad eccezione quelle indicanti i servizi di farmacia, tabaccheria e altri servizi pubblici.

I requisiti geometrici e di posizionamento sono i seguenti:

superficie per insegna:	non superiore a cm. 60 x 60
sporgenza dalla facciata	non superiore a cm. 70
posizione in facciata:	non ammessa sugli angoli degli edifici, né su pilastri e colonne, né sulle catene dei porticati ad archi.
distanza dall'angolo di edifici:	non inferiore a cm. 50.
altezza del margine inferiore:	sopra marciapiede o area privata non inferiore a m. 3 a bordo strada senza marciapiede a m. 4,5
distanza dal limite della carreggiata:	il posizionamento è vietato quando il limite della proiezione dell'insegna cade a meno di cm. 50 dal bordo del marciapiede
illuminazione:	diretta o indiretta.
messaggio variabile	non ammesso

In ogni caso, per forma e per collocazione, le insegne a bandiera non devono recare disturbo alla viabilità, alterare l'equilibrio delle linee orizzontali e verticali che compongono l'edificio, né occultare elementi architettonici o decorativi.

All'interno della zona 1, in particolare quando trattasi di edifici storici, artistici, di rilevanza architettonica o sottoposti a vincolo monumentale, le insegne a bandiera devono essere compatibili con il contesto in cui si inseriscono ed essere particolarmente curate, nei materiali, nella forma e nei colori, come ad esempio quelle in ferro battuto o quelle con messaggi dipinti.

3 – Insegna su palo: è l'insegna d'esercizio realizzata su manufatto di qualsiasi natura, rigida o non, eventualmente anche plurifacciale, sollevata dal suolo e supportata da pali di sostegno, vincolati al terreno. L'intera insegna su palo deve ricadere nell'area di pertinenza dell'attività.

La localizzazione è ammessa esclusivamente nelle aree di pertinenza dell'attività che sono incluse in tutte le zone del territorio, senza possibilità di oggetto sul suolo pubblico.

Nel caso di complessi commerciali, industriali o di servizi, sono ammesse strutture che raggruppino più insegne purché riferite esclusivamente ad attività esercitate in loco.

I requisiti geometrici e di posizionamento dell'insegna sono i seguenti:

superficie per facciata	zone 1 e 2: non superiore a 1,5 mq. cadauna zone 3 e 4: non superiore a 5 mq. cadauna
altezza del margine inferiore:	dal suolo carrabile: non inferiore a 4,5 m.; dal suolo pedonale: - non inferiore a 3 m. in altri casi (es: aiuole): - non inferiore a 1,5 m.
illuminazione:	per luce diretta o indiretta
profondità:	non superiore a 1 m.
orientamento rispetto al senso di marcia:	sia parallelo che perpendicolare
struttura di sostegno:	di tipo verticale.
messaggio variabile:	non ammesso

Ai sensi dell'art. 51, comma 5, del vigente Regolamento di esecuzione e attuazione del C.d.S., le distanze minime delle insegne su palo rispetto ai vari elementi stradali non si applicano alle insegne di esercizio che siano poste parallelamente al senso di marcia dei veicoli ed in aderenza a fabbricati esistenti o ad una distanza dal limite della carreggiata non inferiore a quella prescritta.

Esse sono indicate nella tabella che segue:

distanze in metri applicate nel senso delle singole direttrici di marcia.	Strade C fuori dal centro abitato	Strade E nel centro abitato	Strade F
dal limite della carreggiata	3	1	0,50
da altri mezzi o impianti pubblicitari	100	25	10
prima di segnali di pericolo/prescrizione	250	50	15
dopo segnali di pericolo/prescrizione	150	25	10
prima di segnali di indicazione	150	25	10
dopo segnali di indicazione	100	25	10
dal punto di tangenza delle curve	100	-	-
prima delle intersezioni	250	50	15
dopo le intersezioni	100	25	10
dagli imbocchi delle gallerie	200	100	50
prima di impianti semaforici	-	50	15
dopo impianti semaforici	-	25	10

Le misure in grassetto sono quelle stabilite dal presente piano, in applicazione dell'art.51, comma 4, del vigente Regolamento di esecuzione e attuazione del C.d.S.

4 – Insegna a totem: è l'insegna d'esercizio realizzata su manufatto rigido, eventualmente anche plurifacciale, la cui superficie espositiva ha il margine inferiore appoggiato al suolo, tramite una struttura di sostegno indipendente, ancorata al terreno nella pertinenza delle attività a cui l'insegna si riferisce. Può contenere messaggi variabili realizzati con sistemi digitali governabili da remoto, con le modalità e le limitazioni di cui all'art. 34.

La localizzazione è ammessa esclusivamente nelle aree di pertinenza delle attività che sono incluse nella zona 2, 3 e 4.

Nel caso di complessi commerciali, industriali e di servizio, sono assentite strutture che raggruppino più insegne purché riferite esclusivamente ad attività esercitate in loco.

I requisiti geometrici e di posizionamento sono i seguenti:

larghezza della base	in zona 2: non superiore a 2 mt. in zona 3 e 4: non superiore a 3 mt. Le dimensioni devono essere rapportate al numero delle attività, alle dimensioni ed alle caratteristiche dell'edificio sede delle attività a cui si riferiscono.
illuminazione:	per luce diretta o indiretta
orientamento rispetto al senso di marcia:	sia parallelo, che perpendicolare
messaggio variabile:	ammesso se espressamente autorizzato

Le distanze minime delle insegne a totem rispetto ai vari elementi stradali sono uguali a quelle indicate nella tabella del precedente punto 3.

5 – Insegna su tenda: è l'insegna d'esercizio costituita da una scritta, un simbolo o un marchio realizzati su una tenda posta sulla facciata dell'edificio ove ha sede l'attività a cui si riferisce.

La localizzazione è ammessa in tutte le zone 1, 2, 3 e 4 del territorio comunale, di cui alla parte III del capo II.

La tenda su cui realizzare l'insegna, se aggettante su suolo pubblico, deve essere precedentemente autorizzata ai sensi del vigente regolamento edilizio.

Non è ammessa l'illuminazione e non è ammesso il messaggio variabile.

6 – Vetrofanie e pannelli: sono le vetrofanie, da applicare sulle vetrine o i pannelli all'interno delle stesse sono sempre ammessi, a condizione che non occupino più del 50% della superficie vetrata.

7 – Impianti pubblicitari sulle vetrine o all'interno delle stesse: nel caso in cui l'allestimento preveda l'installazione di mezzi pubblicitari luminosi e/o a messaggio variabile sulle vetrine o all'interno delle stesse o qualsiasi altro mezzo/strumento simile (es.: video proiettati) è richiesta specifica autorizzazione e trova applicazione la disciplina dettata dall'art. 34.

8 – Insegna su tetto: è l'insegna d'esercizio realizzata su manufatto rigido, anche plurifacciale, supportata da idonea struttura di sostegno, vincolata sulla copertura degli edifici ove risiede l'attività a cui l'insegna si riferisce.

La localizzazione è ammessa nelle zone 2, 3 e 4, ma solo nel caso di edifici con destinazione prevalentemente non residenziale.

I requisiti geometrici e di posizionamento sono i seguenti:

requisito:	deve essere realizzata possibilmente con lettere singole
dimensioni:	La dimensione deve essere proporzionata al volume dell'edificio su cui è collocata e pertanto non deve superare in lunghezza il limite del 70% della lunghezza della facciata ed in altezza il limite del 20% dell'altezza dell'edificio e comunque non superiore a 4 mt, fermo restando la coerenza con le linee architettoniche dell'edificio e con il contesto urbano circostante.
supporti:	strutture metalliche vincolate alla copertura.
illuminazione:	sia per luce diretta che per luce indiretta

PARTE II - ALTRI MEZZI PUBBLICITARI

Art. 18 - Targhe

Targa è un mezzo pubblicitario costituito da un manufatto bidimensionale finalizzato alla denominazione dell'attività, installato in aderenza alla parete dell'edificio in cui l'attività si svolge. È ammessa una sola targa per ogni attività per ogni accesso.

La targa non deve contenere messaggi pubblicitari, ma unicamente il nome dell'attività o il nome e cognome del professionista o dello studio professionale, con eventuali titoli di studio, orari di apertura, numeri telefonici, e simili.

Il posizionamento è obbligatorio all'esterno di tutti gli edifici o aree dove vengono svolte attività commerciali, di servizio e produttive.

La localizzazione è ammessa in tutte le zone del territorio comunale di cui alla parte I del capo II.

I requisiti geometrici e di posizionamento sono i seguenti:

sporgenza dalla facciata:	non superiore ai cm.4
superficie:	non superiore a 1200 cmq
illuminazione:	solo per luce indiretta
messaggio variabile:	non ammesso

Non sono ammesse targhe poste perpendicolarmente alla superficie su cui devono essere installate.

Non sono ammesse targhe su portali in pietra, su particolari decorazioni di facciata, né sulle colonne dei portici; negli edifici storici o di particolare valore, devono essere consone allo stile architettonico degli stessi.

In presenza di due o più targhe di diverse attività sulla stessa facciata, le stesse devono essere uniformate per dimensioni, materiali e colori.

Art. 19 - Preinsegne

Preinsegna è un mezzo pubblicitario costituito da una scritta in caratteri alfanumerici, completata da freccia di orientamento ed eventualmente altri simboli o marchi, realizzata su manufatto rigido, bidimensionale, supportato da idonea struttura di sostegno, finalizzata a pubblicizzare la sede in cui si esercita una determinata attività ed installata in modo da facilitare il reperimento della sede, in prossimità degli incroci compresi entro un raggio di 5 Km dalla sede stessa.

La localizzazione è consentita nelle zone 2, 3 e 4; nella Zona 1 sono installabili solo lungo le vie di circonvallazione del centro storico.

Sono assentite strutture che raggruppino più preinsegne di uguali dimensioni, fino ad un massimo di **6** (sei) per ogni struttura.

All'interno di aree o complessi commerciali, industriali o di servizi, in cui è riconosciuta un'effettiva difficile reperibilità dei luoghi, i segnali relativi alle singole attività, possono essere ammessi anche in vie diverse da quelle di diretto accesso alle stesse.

I requisiti geometrici e di posizionamento sono i seguenti:

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

Le distanze minime delle preinsegne dai vari elementi stradali sono stabilite dall'art.51, commi 2 e 4 del vigente Regolamento di esecuzione e attuazione del C.d.S, e riportate nella tabella che segue:

distanze in metri applicate nel senso delle singole direttrici di marcia.	Strade C extraurbane con velocità tra i 70 e 90 Km/h	Strade C extraurbane con velocità tra i 50 e 70 Km/h	Strade C-E-F extraurbane con velocità pari o minore di 50 Km/h
dal limite della carreggiata	3	3	1,5

da altre preinsegne, mezzi o impianti pubblicitari	100	100	15
prima di segnali di pericolo	100	100	30
dopo segnali di pericolo	50	50	15
prima di segnali di prescrizione	150	150	30
dopo segnali di prescrizione	75	75	15
prima di segnali di indicazione	150	140	30
dopo segnali di indicazione	85	70	15
dal punto di tangenza delle curve	100	100	30
prima delle intersezioni	25	25	25
dagli imbocchi delle gallerie	200	200	100

Le misure indicate in grassetto corsivo, sono stabilite dal presente piano, in applicazione della facoltà di deroga ammessa dell'art. 51, comma 13, del vigente Regolamento di esecuzione e attuazione del C.d.S.

Art. 20 – Segnali turistici e di territorio

Il **Segnale turistico e di territorio** è un segnale stradale verticale di indicazione e di direzione, costituito da una scritta in caratteri alfanumerici, completata da freccia di orientamento, ed eventualmente da simboli o marchi, realizzato su manufatto bidimensionale, utilizzabile su una sola o su entrambe le facce, supportato da idonea struttura di sostegno ancorata al suolo, finalizzato a fornire agli utenti della strada l'indicazione per l'individuazione di itinerari turistici e di territorio.

I segnali turistici e di territorio sono normati dall'art.39 del vigente C.d.S. e dall'art. 134 del relativo Regolamento di esecuzione e attuazione.

Le relative indicazioni possono essere inserite nei segnali stradali di cui agli artt. 127 (preavviso), 128 (direzione), 130 (itinerario) e 131 (località e localizzazione) del vigente Regolamento di esecuzione e attuazione del C.d.S.

I segnali turistici e di territorio si distinguono in temporanei o permanenti a seconda del tipo di messaggio:

- a) segnali temporanei sono segnali che possono riportare indicazioni relative a percorsi di avvicinamento a luoghi di manifestazioni e mostre, limitatamente alla durata delle stesse;
- b) segnali permanenti sono segnali che possono riportare:
 - indicazioni turistiche;
 - indicazioni territoriali;
 - indicazioni di luoghi di pubblico interesse;
 - indicazioni alberghiere e ricettive;
 - indicazioni relative a zone o complessi industriali, artigianali e/o commerciali;
 - indicazioni relative a singole attività industriali, artigianali e commerciali.

La localizzazione è ammessa in tutte le zone del territorio comunale di cui alla parte I del capo II sulle strade che conducono direttamente al luogo da reperire.

Sono assentite strutture che raggruppino più segnali di uguali dimensioni, fino ad un massimo di **6** (sei) per ogni struttura.

L'installazione non deve limitare la percezione dei segnali stradali.

I requisiti geometrici e di posizionamento sono:

dimensioni:	non inferiori (1 x 0,20) m. e non superiori a (1,50 x 0,30) m.
sagoma:	bidimensionale e bifacciale: dentro il centro abitato: rettangolare fuori dal centro abitato: rettangolare con punta di freccia
freccia direzionale:	dentro il centro abitato: obbligatoria all'interno della sagoma rettangolare fuori dal centro abitato: non ammessa.
Colori:	marrone, bianco, nero e giallo, combinati in base all'art.78 del vigente C.d.S. È ammessa la riproduzione con grafica propria delle parole e dei simboli che contraddistinguono il logotipo delle attività.
illuminazione:	obbligatoriamente con catarifrangenza.
altezza del margine inferiore	– dal suolo: non inferiore a 1,50 mt. – dal marciapiede: non inferiore a 2,20 mt.
distanza minima dal limite della carreggiata	mt. 0,50 dal limite della carreggiata sia all'interno che all'esterno del centro abitato

È vietata qualsiasi forma di indicazione direzionale diversa.

Art. 21 – Mezzi pubblicitari nelle stazioni di servizio carburanti

Le insegne di esercizio relative alle stazioni di servizio carburanti, sia all'esterno che all'interno del centro abitato, devono osservare le disposizioni stabilite dal C.d.S. nonché i requisiti geometrici e di posizionamento relativi alle insegne di esercizio di cui alla parte I del presente capo.

Nell'area occupata dalle stazioni di servizio di carburanti, esclusivamente all'esterno del centro abitato, possono essere installati mezzi pubblicitari diversi dalle insegne di esercizio attinenti ai servizi prestati presso la stazione o l'area di parcheggio, con le seguenti prescrizioni:

1. non occupino il fronte stradale o le zone di accesso all'area di servizio;
2. siano costituiti da pannelli rigidi, bidimensionali e bifacciali, ancorati al suolo mediante strutture di sostegno;
3. siano costituiti da materiali non deperibili, resistenti agli agenti atmosferici e di facile manutenzione, nonché messi in opera in modo da resistere alla spinta del vento;
4. la superficie massima complessiva sia di 6 mq.
5. messaggio variabile non ammesso.

CAPO IV - IMPIANTI PUBBLICITARI

Art. 22 – Definizione di impianto pubblicitario

Impianto pubblicitario è qualunque struttura, rigida o no, idonea ad esporre messaggi per la diffusione di contenuti relativi sia all'esercizio di attività economiche che ad iniziative di interesse pubblico o prive di rilevanza economica.

Gli impianti pubblicitari vengono classificati in base al tempo di permanenza sul territorio ed in funzione della modalità di esposizione del messaggio, nelle seguenti categorie:

- a) **impianti pubblicitari temporanei**, installati provvisoriamente in relazione ad eventi temporanei e poi rimossi al terminare degli stessi;
- b) **impianti pubblicitari permanenti**, installati stabilmente per l'esposizione di messaggi pubblicitari;
- c) **impianti pubblicitari per affissioni**, installati stabilmente per l'esposizione di manifesti.

Art. 23 – Gruppo omogeneo di impianti pubblicitari

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

La progettazione della pubblicità per “gruppi omogenei” è sempre prescritta nell'ambito dei piani e dei progetti di trasformazione urbana di cui al successivo art. 35; all'esterno dei suddetti ambiti, le installazioni devono comunque tendere, nei limiti del possibile, alla costituzione di gruppi omogenei.

Art. 24 – Regole generali per la localizzazione e l'installazione

Per tutte le tipologie degli impianti pubblicitari di cui all'art. 22 valgono le norme generali circa le caratteristiche tecnico-esecutive, le limitazioni ed i divieti di installazione, di cui al capo V.

Le prescrizioni circa la localizzazione, le caratteristiche geometriche, i formati e le regole di posizionamento come l'altezza dal suolo, gli orientamenti rispetto ai vari elementi territoriali, vengono invece specificate per ognuna delle singole tipologie di cui alle parti I, II e III del presente capo.

Le distanze minime degli impianti pubblicitari rispetto ai vari elementi stradali, sono quelle prescritte dall'art. 51, commi 2 e 4, del vigente Regolamento di esecuzione e attuazione del C.d.S. e sono indicate nella tabella che segue, con la precisazione che tali distanze, ad eccezione di quelle relative alle intersezioni, non si applicano per gli impianti posti in direzione parallela al senso di marcia dei veicoli e/o posti in aderenza, per tutta la loro superficie, a fabbricati; in ogni caso, gli impianti fissati al suolo, ad una distanza inferiore a 15 mt dal bordo della carreggiata e posti in posizione perpendicolare al senso di marcia dei veicoli, devono rispettare le distanze indicate nella tabella seguente.

Il responsabile dell'Ufficio competente, eventualmente sentita la commissione per la pubblicità se lo ritiene necessario, può imporre modelli stilistici, strutture e colori particolari, per alcune fattispecie di impianti pubblicitari, per assicurare la corretta armonizzazione degli stessi con l'arredo previsto e con il contesto urbano, nel rispetto dei criteri generali del piano.

Tabella delle distanze per gli impianti pubblicitari:

distanze in metri applicate nel senso delle singole direttrici di marcia.	Strade C fuori dal centro abitato		Strade E nel centro abitato		Strade F	
	Perp.	Parall.	Perp.	Parall.	Perp.	Parall.
dal limite della carreggiata	3	3	1,5	1,5	1,5	1,5
prima di segnali di pericolo/prescrizione	250	-	50	-	30	-
dopo segnali di pericolo/prescrizione	150	-	25	-	25	-
prima di segnali di indicazione	150	-	25	-	25	-
dopo segnali di indicazione	100	-	25	-	25	-
dal punto di tangenza delle curve	100	-	-	-	-	-
prima delle intersezioni	250	250	50	25	30	25
dopo le intersezioni	100	100	25	25	25	25
dagli imbocchi delle gallerie	200	-	100	-	100	-
prima degli impianti semaforici	-	-	50	-	30	-
dopo gli impianti semaforici	-	-	25	-	25	-
da altri mezzi o impianti pubblicitari ad eccezione delle insegne d'esercizio	100	20	25	20	25	20
tra impianti appartenenti ad una sequenza di massimo 3 elementi	100	-	25	-	25	-
tra sequenze di impianti omogenei	100	35	25	35	25	35

Le misure in grassetto sono quelle stabilite dal presente piano, in applicazione dell'art.51, comma 4, del vigente Regolamento di esecuzione e attuazione del C.d.S.

PARTE I – IMPIANTI PUBBLICITARI TEMPORANEI

Art. 25 – Definizione di impianto pubblicitario temporaneo

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

Per iniziative di tipo istituzionale si intendono tutti i messaggi dell'Amministrazione comunale diretti ad informare i cittadini in merito a proprie attività o servizi nonché ad eventi patrocinati o promossi dal Comune o dalle società ed enti partecipati, che si svolgono sul proprio territorio.

Detto spazio dovrà riportare in modo chiaro e visibile la dicitura "comunicazione istituzionale" e non potrà in alcun modo essere usato per propaganda politica. In particolare, nei tre mesi antecedenti agli appuntamenti elettorali, l'Amministrazione Comunale potrà avvalersi di questo spazio solo per comunicazioni necessarie per attività e servizi di pubblica utilità o strettamente collegate agli eventi di cui al precedente comma nonché per comunicazioni di protezione civile. In questi tre mesi ogni ulteriore utilizzo è sospeso.

Art. 26 – Tipologie e formati

Le tipologie ed i formati ammessi per gli impianti pubblicitari temporanei sono indicate nelle seguenti specifiche:

1 – Striscione: è un impianto pubblicitario temporaneo, mono facciale o bifacciale, opaco e bidimensionale costituito da materiali di qualsiasi natura, privo di rigidità, sostenuto unicamente da funi opportunamente dimensionate, posto in sopraelevazione di strade o piazze, mancante di una superficie d'appoggio e comunque non aderente ad essa, realizzato in modo da resistere opportunamente alla forza del vento e agli altri agenti atmosferici.

Ai sensi dell'art.51, comma 10, del vigente Regolamento di esecuzione e attuazione del C.d.S. l'esposizione di striscioni è ammessa sia per la promozione di manifestazioni e spettacoli che per la promozione di iniziative commerciali.

La localizzazione di striscioni è ammessa in tutte le zone del territorio comunale di cui alla parte I del capo II.

Nella zona 1 gli striscioni sono ammessi unicamente per manifestazioni culturali e spettacoli.

Le caratteristiche geometriche della superficie espositiva sono le seguenti:

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

La distanza minima tra due striscioni è di 25 mt.

I punti di ancoraggio degli striscioni possono essere autorizzati su diverse strutture esistenti, previo ottenimento del consenso dei proprietari delle strutture interessate, o su sostegni opportunamente progettati, mentre sono vietati sui pali della pubblica illuminazione, sui sostegni della segnaletica stradale e sugli alberi.

Non si applicano le distanze minime indicate nella tabella di cui all'art. 24.

2 – Teloni: I teloni vincolati a facciate di edifici non interessati da cantiere e, quindi, privi di ponteggi, sono ammessi esclusivamente nel caso in cui i messaggi riguardino eventi temporanei culturali, organizzati o patrocinati dall'Amministrazione Comunale, che si svolgano sul territorio cittadino.

3 – Gonfalone: è l'impianto pubblicitario temporaneo consistente in un manufatto bidimensionale costituito da materiali privi di rigidità, sostenuto da un palo vincolato al suolo, finalizzato alla promozione di manifestazioni, spettacoli o iniziative commerciali.

La localizzazione di gonfaloni non è ammessa nella zona 4.

Nella zona 1 l'esposizione di gonfaloni è ammessa unicamente per la promozione pubblicitaria di manifestazioni e spettacoli.

Le caratteristiche geometriche del supporto espositivo sono le seguenti:

superficie massima:	6 mq.
altezza minima dal suolo	0,70 mt.
altezza minima da marciapiedi	2,20 mt.
altezza minima da sedi viarie	5,10 mt.

Le distanze minime di queste tipologie di impianto dai vari elementi territoriali sono indicate nella tabella del precedente art. 24.

Nelle zone 2, 3 e 4 non sono ammessi sui pali dei pubblici servizi, salvo approvazione di specifico progetto da parte dell'Ente competente per la strada.

La durata dell'autorizzazione non può essere superiore a 90 gg non prorogabili sulla medesima postazione o relativamente alla medesima iniziativa.

4 – Stele e palloni aerostatici frenati: "Stele" è l'impianto pubblicitario temporaneo consistente in un manufatto a due o più facce, costituito da materiali di qualsiasi natura, anche gonfiabili, con una struttura indipendente vincolata al terreno e con una superficie espositiva il cui margine inferiore è appoggiato al suolo, finalizzato alla promozione di manifestazioni, spettacoli o iniziative commerciali.

La localizzazione è ammessa solo nelle zone 2, 3 e 4.

Nella zona 1 è ammessa solo l'esposizione di stele per la promozione pubblicitaria di manifestazioni e spettacoli.

Le caratteristiche geometriche sono le seguenti:

altezza del margine superiore:	non superiore a 3,5 mt.
larghezza della base:	non superiore a 1 mt.
illuminazione	per luce indiretta
messaggio variabile	non ammesso

Le distanze minime da applicare rispetto ai vari elementi territoriali sono indicate nella tabella di cui al precedente art. 24, con la precisazione che la stele, potendo essere plurifacciale, viene considerata alla stregua di un impianto posto in direzione perpendicolare al senso di marcia.

In questa fattispecie rientrano anche i palloni aerostatici frenati e/o tipologie similari per i quali non trova applicazione la precedente tabella delle caratteristiche geometriche.

5 – Cartello pubblicitario di cantiere: è un impianto temporaneo costituito da un pannello bidimensionale, mono facciale, avente una struttura di sostegno fissata al suolo o ancorata ad edificazioni, posto nell'area di pertinenza di un cantiere edile, finalizzato all'esposizione di messaggi pubblicitari riferiti all'intervento edilizio in corso di esecuzione. La durata dell'impianto non può essere superiore alla durata del cantiere. Decorsa detta durata l'impianto deve essere rimosso.

La localizzazione di cartelli pubblicitari di cantiere è ammessa in tutte le zone del territorio di cui alla parte I del Capo II.

Le caratteristiche geometriche sono le seguenti:

sagoma	rettangolare
superficie	non superiore a 18 mq.
supporti	su pali o strutture edificate.
altezza dal suolo	non inferiore a 1,50 mt.
illuminazione	per luce indiretta
messaggio variabile	non ammesso

Il cartello informativo dei lavori edili, riportante i dati del committente, del direttore dei lavori e dell'impresa costruttrice, le cui dimensioni non devono essere inferiori a (1,00 x 0,70) mq, può essere integrato al cartello pubblicitario della realizzazione edilizia in corso di esecuzione.

Le distanze minime da applicare rispetto ai vari elementi territoriali sono indicate nella tabella di cui al precedente art. 24. Possono essere concesse deroghe motivate previo parere espresso sulla sicurezza viabilistica.

6 – Telone pubblicitario su ponteggi: è un impianto pubblicitario temporaneo mono facciale, caratterizzato da una grande superficie, interamente vincolato in aderenza a ponteggi o recinzioni di cantiere e finalizzato all'esposizione di messaggi pubblicitari di qualunque natura. La struttura può essere completata da impianto di illuminazione esterno.

Non è ammesso il messaggio variabile e non può essere superiore alla durata del cantiere.

La localizzazione di teloni pubblicitari su ponteggi è ammessa in tutte le zone del territorio comunale di cui alla parte I del capo II.

Le caratteristiche nella zona 1 dovranno essere conformi a quanto prescritto dal Regolamento edilizio.

Il telaio di sostegno deve essere opportunamente dimensionato e vincolato alla struttura in elevazione nel rispetto delle prescrizioni di cui al successivo art. 33.

Le distanze minime di questa tipologia di impianto dai vari elementi territoriali sono indicate nella tabella di cui al precedente art. 24. Possono essere concesse deroghe motivate previo parere espresso sulla sicurezza viabilistica.

7 – Segno orizzontale reclamistico: è un impianto pubblicitario temporaneo costituito dalla riproduzione sulla superficie stradale, marciapiede, pista ciclabile o altra superficie ad uso pubblico, con pellicole adesive o sostanze biodegradabili, di scritte in caratteri alfanumerici, di simboli o di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, nell'ambito di manifestazioni e limitatamente al periodo di svolgimento delle stesse. I materiali utilizzati devono essere antisdrucchiolo, rimovibili ma ben ancorati nel momento dell'utilizzo alla superficie stradale e/o pedonale in modo da garantirne una buona aderenza.

La localizzazione dei segni orizzontali reclamistici è ammessa solo in aree delimitate, destinate alle manifestazioni; la collocazione sul suolo deve rispettare le distanze rispetto ai segnali stradali orizzontali.

I segni orizzontali reclamistici non possono essere illuminati e devono essere realizzati con materiali facilmente asportabili, in modo da poter esser rimossi al cessare dell'evento, prima del ripristino della normale circolazione.

I segni orizzontali reclamistici sono ammessi unicamente lungo il percorso di manifestazioni sportive o su aree delimitate, destinate allo svolgimento di manifestazioni, limitatamente al periodo di svolgimento delle stesse ed alle 24 ore precedenti e successive.

È fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione di provvedere alla rimozione degli stessi entro le 24 ore successive alla conclusione della manifestazione o dell'iniziativa pubblicitaria, ripristinando lo stato dei luoghi e il grado di aderenza delle superfici stradali e/o pedonali.

8 – Locandina o impianto temporaneo di propaganda: è qualunque impianto pubblicitario temporaneo non individuabile secondo le definizioni di cui ai precedenti punti dal 1 al 7, costituito da materiali di qualsiasi natura sostenuto da cavalletti o strutture precarie ed appoggiato al suolo o ad edificazioni, finalizzato alla promozione di manifestazioni, spettacoli o iniziative commerciali.

La localizzazione di questo tipo di impianti è consentita esclusivamente nelle zone 1 e 2. È consentita inoltre per segnalare attività localizzate in vicoli di scarsa visibilità, salvo che costituisca intralcio alla pubblica e privata incolumità, al verde, all'arredo urbano, alle pertinenze stradali e agli spazi pubblici in generale. Tali impianti, da posizionare ad una distanza massima di 30 metri dalle attività cui si riferiscono, devono avere le seguenti dimensioni massime: larghezza 0,70 m e altezza 1,00 m. Possono essere esposti esclusivamente durante l'orario di apertura della attività commerciale pubblicizzata.

Può essere autorizzato un solo impianto per attività. Nel caso di presenza di più attività interessate, sarà ammessa un'unica locandina riportante la denominazione delle stesse.

9 – Impianti pubblicitari su automezzi vela: La localizzazione dei veicoli pubblicitari è ammessa negli spazi in cui è consentita la sosta o in aree diverse, esclusivamente nelle zone 2, 3 e 4, previo ottenimento di specifica autorizzazione, rilasciata dall'Ente stradale competente; tale atto, in caso di sosta su aree pubbliche, vale anche come autorizzazione per l'occupazione del suolo pubblico.

Le distanze minime di tali veicoli rispetto ai vari elementi stradali sono quelle riportate nella tabella di cui all'articolo 24.

Per questa tipologia di impianti pubblicitari non è ammesso il messaggio variabile o luminoso.

10 – Cartello Vendesi/Affittasi: è un impianto pubblicitario temporaneo consistente in un manufatto bidimensionale, rigido o non, sostenuto da una struttura ancorata a facciate nel caso di vendita o affitto di un intero stabile, esposto su finestre e/o balconi nel caso di vendita o di affitto di singole unità abitative o ancorata al suolo nel caso di vendita o di affitto di terreni.

I requisiti geometrici e di posizionamento sono i seguenti:

Dimensione massima	3 mq.
Sagoma	Rettangolare
Illuminazione	Non ammessa
Messaggio variabile	Non ammesso

I cartelli di dimensione inferiore a 1 mq non necessitano di autorizzazione per l'esposizione.

Non si applicano le distanze minime indicate nella tabella di cui all'articolo 24.

11 - Altre tipologie temporanee: possono essere autorizzate tipologie di pubblicità temporanea non indicata ai punti precedenti per promuovere eventi. La durata non potrà precedere di 90 giorni l'inizio dell'evento e non potrà superare la durata dello stesso.

PARTE II – IMPIANTI PUBBLICITARI PERMANENTI

Art. 27 – Definizione di impianto pubblicitario permanente

“**Impianto pubblicitario permanente**” è un manufatto bidimensionale, mono o bifacciale, avente una struttura di sostegno fissata al suolo o ancorata ad edificazioni e installato stabilmente come supporto per l'esposizione di messaggi pubblicitari. In questa tipologia rientrano anche gli impianti a messaggio variabile con sistemi digitali governabili da remoto di cui all'art. 34.

Art. 28 - Formati

I formati ammessi per gli impianti pubblicitari sono indicati nell'elenco che segue:

FORMATO C2		FORMATO C4	
Dimensione cm.	100 x 150	Dimensione cm.	200 x 150
Superficie mq.	1,50	Superficie mq.	3
Orientamento	Orizzontale e verticale	Orientamento	Orizzontale e verticale

FORMATO C6		FORMATO C8	
Dimensione cm.	200 x 200	Dimensione cm.	300 x 200
Superficie mq.	4	Superficie mq.	6
Orientamento	---	Orientamento	Solo orizzontale

Art. 29 - Tipologie

Le tipologie ammesse per gli impianti pubblicitari permanenti sono indicate negli articoli seguenti:

1 – Pannello pubblicitario: impianto pubblicitario bidimensionale, mono facciale, costituito da una plancia, da una eventuale cornice e da una struttura di sostegno ancorata in aderenza ad edificazioni e priva di appoggio al suolo, installato stabilmente come supporto per l'esposizione di messaggi pubblicitari anche di tipo variabile.

La localizzazione dei pannelli pubblicitari è ammessa nelle strade delle classi I e II in presenza di edifici ed edificazioni non di pregio, aventi altezza minima di 3 mt. e compresi nelle zone 2, 3 e 4.

Non è ammessa l'installazione di pannelli su edifici inagibili.

La direzione rispetto al senso di marcia della strada coincide con quella della costruzione a cui il pannello viene ancorato.

Caratteristiche geometriche della plancia espositiva:

formati ammessi nelle varie zone	Zona 1: esclusa zona 2: C2 zona 3: C2, C4, zona 4: C2, C4, C6
altezza minima dal suolo	1 mt.
altezza minima dalla quota stradale per impianti a parete con cassonetti luminosi o a messaggio variabile	3,5 mt
spessore massimo	30 cm
illuminazione	diretta e indiretta
messaggio variabile	ammesso

I formati indicati nel precedente comma, possono essere derogati in presenza di facciata/prospetto ciechi, cioè privi di qualsiasi tipo di aperture (finestre, luci, porte, vetrine, etc.). Qualora il prospetto presenti una porzione significativa, strutturalmente sfalsata di almeno 30 cm rispetto alla restante parte e completamente priva di aperture, questa viene considerata facciata cieca. In tal caso si prevede che l'impianto possa elevarsi alla dimensione di C8.

Per ogni parete è ammesso un solo pannello non frazionabile, ad eccezione degli edifici produttivi o commerciali con facciate di grande estensione o per le recinzioni cieche dei grandi complessi industriali, ove è possibile posizionare una sequenza di pannelli fino ad un massimo di tre e distanziati tra loro di almeno 20 mt.

La collocazione dei pannelli murali deve avvenire preferibilmente all'interno di vani esistenti sul muro della costruzione a cui devono essere ancorati; in particolare, non devono essere muri di edifici storici, artistici, di rilevanza architettonica o sottoposti a vincolo monumentale.

Per gli impianti luminosi e/o a messaggio variabile si applica l'articolo 34.

Le distanze minime di questa tipologia di impianto dai vari elementi territoriali sono indicate nella tabella del precedente art. 24.

2 – Cartello pubblicitario: è un impianto pubblicitario bidimensionale, mono o bifacciale, costituito da una plancia, da una eventuale cornice e da una struttura di sostegno ancorata al suolo, installato stabilmente come supporto per l'esposizione di messaggi pubblicitari.

La localizzazione di cartelli pubblicitari è ammessa nelle strade delle classi I e II, ed esclusivamente per i tratti dei margini stradali adiacenti alle zone 2, 3 e 4.

Caratteristiche geometriche della plancia espositiva:

Formati ammessi nelle varie zone per orientamento parallelo alla strada	Zona 1: esclusa zona 2: C2 zona 3: C2, C4, zona 4: C2, C4, C6
altezza dal suolo del margine inferiore per orientamento parallelo alla strada:	1 mt.
Formati ammessi nelle varie zone per orientamento perpendicolare alla strada:	zona 1: esclusa zona 2: C2 zona 3: C2 zona 4: C4
altezza dal suolo del margine inferiore per orientamento perpendicolare alla strada – dal suolo pedonale/ciclabile: – altri casi (es. aiuole):	2,50 mt. 2,00 mt.
spessore massimo	30 cm
Illuminazione	ammessa
Messaggio variabile	escluso

Nelle strade di classe I il posizionamento della plancia espositiva deve avvenire parallelamente al senso di marcia dei veicoli e la struttura di sostegno deve essere costituita da due pali, posti alle estremità del pannello espositivo, la cui sezione sia contenuta in un'area quadrata avente lato massimo di 15 cm.

Nelle strade di classe II e III il posizionamento della plancia espositiva può avvenire perpendicolarmente al senso di marcia dei veicoli e la struttura di sostegno deve essere costituita da un palo verticale, la cui sezione sia contenuta in un'area quadrata avente lato massimo di 20 cm.

Soluzioni diverse potranno essere valutate solo nell'ambito di progetti di dettaglio e in progetti di riordino delle strutture attive, coerentemente con gli indirizzi e le prescrizioni

contenute nel precedente capo II e conformemente a quanto previsto nel successivo art. 35.

Le distanze minime di questa tipologia di impianto dai vari elementi territoriali sono indicate nella tabella di cui all'art. 24.

Sono ammesse installazioni in aderenza a edifici a condizione che non siano più alti degli stessi.

Per gli impianti luminosi si applica l'articolo 34.

3 – Impianto pubblicitario sul tetto: è un impianto pubblicitario mono facciale o plurifacciale, costituito da lettere scatolate singole la cui struttura di sostegno è ancorata alla sommità di edificazioni ubicate in un luogo diverso dalla sede del soggetto reclamizzato.

La localizzazione è ammessa esclusivamente su edifici non vincolati e costruiti dopo il secondo dopoguerra, collocati nelle zone 2, 3 e 4, purché tali zone non siano soggette a vincoli paesaggistico-ambientali e gli immobili non siano a destinazione residenziale.

La direzione dell'insegna deve essere parallela a quella della facciata dell'edificio, indipendentemente da come esso sia collocato rispetto alle strade circostanti.

Caratteristiche geometriche:

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

Per gli impianti luminosi si applica l'art. 34.

4 – Impianti pubblicitari collocati su paline e pensiline del trasporto pubblico: Sulle pensiline e paline del trasporto pubblico possono essere collocati impianti pubblicitari a messaggio fisso, nelle vie in cui è consentita la pubblicità.

Per ogni palina è ammesso un solo impianto di superficie pari a quella della palina stessa.

Per ogni pensilina sono ammessi fino a due impianti di superficie massima complessiva di mq 4.

Per gli impianti luminosi si applica l'articolo 34.

Le distanze minime da applicare rispetto ai vari elementi territoriali sono indicate nella tabella di cui art.24.

5 – Transenna para pedonale: è un impianto pubblicitario a messaggio fisso, opaco, mono facciale o bifacciale, di pannello piano, la cui cornice di massimo cm. 4 deve essere, insieme con la struttura di protezione dei pedoni, di norma collocata nelle intersezioni stradali semaforizzate o non. Lo sviluppo dell'impianto lungo i marciapiedi deve obbligatoriamente prevedere aperture in prossimità degli attraversamenti pedonali.

In ogni lato di sviluppo di tale impianto dovrà essere, a cura e spese del titolare dell'autorizzazione, riservato gratuitamente almeno uno spazio alla comunicazione istituzionale.

Per comunicazione istituzionale si intendono tutti i messaggi dell'Amministrazione comunale diretti ad informare i cittadini in merito a proprie attività o servizi nonché ad eventi patrocinati o promossi dal Comune o dalle società ed enti partecipati, che si svolgono sul proprio territorio. Detto spazio dovrà riportare in modo chiaro e visibile la dicitura "comunicazione istituzionale."

Detto spazio non potrà in alcun modo essere usato per propaganda politica. In particolare, nei tre mesi antecedenti agli appuntamenti elettorali, l'Amministrazione Comunale potrà avvalersi di questo spazio solo per comunicazioni necessarie per attività e servizi di pubblica utilità o strettamente collegate agli eventi di cui al precedente comma nonché per comunicazioni di protezione civile. In questi tre mesi ogni ulteriore utilizzo è sospeso.

Nelle vie in cui è ammessa la pubblicità l'individuazione degli spazi in cui collocare le transenne para pedonali, dovrà essere valutata esclusivamente nell'ambito di progetti di dettaglio, coerentemente con gli indirizzi e le prescrizioni disposti dall'ufficio competente sentita la commissione per la pubblicità e conformemente a quanto previsto nel successivo art. 35.

6 – Pubblicità nelle vetrine o all'interno delle stesse mediante monitor, vetrine interattive, proiezioni su telo e simili: previa autorizzazione è consentita l'apposizione di messaggi a contenuto pubblicitario, anche luminosi e/o a messaggio variabile (con fermo immagine di almeno 10 secondi), sulle vetrine o all'interno delle stesse attività a condizione che i messaggi trasmessi siano inerenti ai prodotti commercializzati all'interno di tali locali.

La trasmissione di filmati è consentita solo se espressamente prevista nel titolo autorizzatorio. L'autorizzazione deve essere supportata da parere favorevole della commissione per la pubblicità con particolare riferimento agli aspetti di sicurezza viabilistica e inquinamento luminoso, coerentemente ai principi del presente piano.

Le distanze minime da applicare rispetto ai vari elementi territoriali sono indicate nella tabella di cui all'art. 24. Dette distanze possono essere derogate, a richiesta di parte e supportate da specifica relazione tecnica, solo previo parere favorevole espresso della commissione per la pubblicità con particolare riferimento agli aspetti di sicurezza viabilistica e inquinamento luminoso.

Si applica l'art. 34 – norme per l'illuminazione

7 - Progetti di sponsorizzazione: I progetti di sponsorizzazione sono individuati dai settori comunali competenti e approvati dalla Giunta Comunale. Detti progetti consentono l'installazione di impianti pubblicitari reclamizzanti la collaborazione da parte di privati.

Gli impianti per progetti di sponsorizzazione devono essere localizzati conformemente a quanto previsto dal C.d.S. e in modo da non creare distrazione alla circolazione.

8 – Elementi pubblicitari per l'arredo urbano: La pubblicità sugli elementi di arredo urbano è subordinata alle specifiche previsioni progettuali negli ambiti della manutenzione, dell'adeguamento e della trasformazione degli spazi pubblici; l'ammissibilità o meno di forme pubblicitarie sugli elementi di arredo, e la definizione delle caratteristiche geometriche, del posizionamento rispetto ai vari elementi territoriali e dei formati è pertanto demandata a studi progettuali di dettaglio, finalizzati al miglioramento della qualità ed alla tutela della sicurezza urbana, la cui congruità deve essere valutata in sede di commissione per la pubblicità.

La localizzazione è ammessa in tutte le zone del territorio comunale, di cui alla parte I del capo II.

Gli elementi di arredo urbano possono supportare l'affissione periodica di manifesti o forme di pubblicità permanente, sia a messaggio fisso che variabile.

Le distanze minime di tali manufatti rispetto ai vari elementi stradali sono quelle riportate nell'articolo 24. L'Amministrazione Comunale, nell'ambito di specifici progetti o piani di riordino all'interno del centro abitato, può derogare alle predette distanze fermo restando le esigenze di sicurezza della circolazione stradale.

PARTE III – IMPIANTI PER AFFISSIONI CARTACEE

Art. 30 – Definizioni di impianto pubblicitario per affissioni

“**Impianto pubblicitario per affissioni**” è un manufatto bidimensionale, mono o bifacciale, avente una struttura di sostegno fissata al suolo o ancorata ad edificazioni, come recinzioni e facciate cieche di edifici, installato stabilmente come supporto per l'esposizione di manifesti cartacei.

Per facciata/prospetto ciechi si intende il prospetto di un fabbricato interamente privo di qualsiasi tipo di aperture (finestre, luci, porte, vetrine, etc...). Qualora il prospetto presenti una porzione significativa, strutturalmente sfalsata di almeno 30 cm rispetto alla restante parte e completamente priva di aperture, questa viene considerata facciata cieca.

Il pannello espositivo deve essere costituito da una plancia e da una cornice in lamiera zincata, in vetroresina o altro materiale, purché di tipo rigido e non deperibile, resistente agli agenti atmosferici e di facile manutenzione.

Art. 31 - Formati

I formati ammessi per i pannelli espositivi degli impianti per affissione, al netto delle cornici, sono fondati sul modulo del foglio standard 70 cm x 100 cm; essi sono indicati nell'elenco che segue:

FORMATO F2		FORMATO F4	
Numero fogli	2	Numero fogli	4
Dimensione cm.	140 x 100	Dimensione cm.	140 x 200
Superficie mq.	1,40	Superficie mq.	2,80
Orientamento	Verticale e orizzontale	Orientamento	Verticale e orizzontale

FORMATO F8			
Numero fogli	8		
Dimensione cm.	280 x 200		
Superficie mq.	5,60		
Orientamento	Solo orizzontale		

Art. 32 - Tipologie

Le tipologie ammesse per gli impianti per affissioni sono di seguito indicate:

1 – Tabella: è un impianto pubblicitario bidimensionale, mono facciale, costituito da una plancia, da una cornice e da una struttura di sostegno ancorata a edificazioni, installato stabilmente come supporto per l'esposizione di manifesti.

La localizzazione di tabelle per affissioni è ammessa nelle strade di classe I in presenza di edificazioni fisse, non di pregio, aventi altezza minima di 3 m. e comprese nelle zone 2 e 3.

La direzione rispetto al senso di marcia della strada coincide con quella della costruzione a cui la tabella viene ancorata.

Caratteristiche geometriche della plancia espositiva:

formati ammessi nelle varie zone:	zona 1: esclusa zona 2: F2, F4 zona 3: F2, F4, F8
altezza minima dal suolo	1 mt.
spessore massimo	20 cm

Le distanze minime di questa tipologia di impianto dai vari elementi territoriali sono indicate nella tabella di cui all'art. 24.

La collocazione delle tabelle per affissioni deve avvenire preferibilmente all'interno di vani esistenti sul muro della costruzione a cui devono essere ancorate; in particolare, quando trattasi di edifici storici, artistici, di rilevanza architettonica o sottoposti a vincolo monumentale, esse devono essere particolarmente curate, nel rispetto di eventuali prescrizioni dettate dall'ente preposto alla tutela dell'eventuale vincolo e dal Responsabile dell'Ufficio competente, eventualmente supportato dal parere della commissione per la pubblicità, e comunque nel rispetto dei principi generali del piano.

2 – Stendardo e stendardo gemellato: è un impianto pubblicitario bidimensionale, mono o bi-facciale, costituito da una plancia, da una cornice e da una struttura di sostegno ancorata al suolo, installato stabilmente come supporto per l'esposizione di manifesti.

La localizzazione di stendardi per affissioni è ammessa nelle strade di classe I e II; il posizionamento è ammesso esclusivamente per i tratti dei margini delle suddette strade che siano adiacenti alle zone 1, 2, 3 e 4.

Nella zona 4, sono ammessi standardi all'interno di strade di servizio o piazzali adibiti a parcheggio.

Caratteristiche geometriche della plancia espositiva:

formati ammessi nelle varie zone:	zona 1 e 2: F2, F4 zona 3 e 4: F2, F4, F8
altezza dal suolo del margine inferiore con orientamento parallelo alla strada:	1 mt.
spessore massimo	20 cm
Illuminazione	Non ammessa

Nelle zone 3 e 4, è ammessa l'aggregazione di due standardi supportanti il formato F4 verticale in un'unica struttura; in tal caso l'impianto viene denominato standardo gemellato.

Nelle strade di classe I e II, il posizionamento della plancia espositiva deve avvenire parallelamente al senso di marcia dei veicoli e la struttura di sostegno deve essere costituita da due pali, posti alle estremità del pannello espositivo, la cui sezione sia contenuta in un'area quadrata avente lato massimo di 15 cm.

Soluzioni diverse potranno essere valutate solo nell'ambito di progetti di riordino del sistema pubblicitario in osservanza degli indirizzi e prescrizioni contenute nel precedente capo II e conformemente a quanto previsto nel successivo art. 35.

Le distanze minime di questa tipologia di impianto dai vari elementi territoriali sono indicate nella tabella di cui all'art.24.

Nel caso in cui esistano costruzioni fisse o muri a distanze dalla carreggiata inferiori a quelle prescritte, il posizionamento di impianti paralleli alla carreggiata è ammesso in aderenza con tali edificazioni.

3 – Poster: è un impianto pubblicitario bidimensionale, mono o bi-facciale, costituito da una plancia, da una cornice e da una struttura di sostegno ancorata al suolo o a edificazioni, installato stabilmente come supporto per l'esposizione di manifesti di grande formato.

La localizzazione di poster per affissioni di tipo superiore a F8 è esclusa da tutto il territorio comunale.

La localizzazione di poster è ammessa nelle zone 3 e 4 (escluso la via Francesca e Corso Europa) lungo i tratti dei margini stradali e preferibilmente in ancoraggio o in aderenza a recinzioni di tipo chiuso prive di rivestimenti o a pareti cieche di edifici non di pregio.

Nella zona 4, lungo la via Francesca, non sono ammessi poster neanche nelle strade di servizio o piazzali adibiti a parcheggio.

Caratteristiche geometriche della plancia espositiva:

formati ammessi:	Zone 3 e 4: F2, F4, F8
altezza dal suolo del margine inferiore per orientamento parallelo alla strada:	1 mt.

altezza dal suolo del margine inferiore per orientamento perpendicolare alla strada: – dal suolo – in altri casi (es. aiuole)	2,50 mt. 1,50 mt.
spessore massimo	20 cm
Illuminazione	Non ammessa

Nelle strade di classe I, il posizionamento della plancia espositiva deve avvenire parallelamente al senso di marcia dei veicoli e la struttura di sostegno deve essere costituita da due pali, posti alle estremità del pannello espositivo.

Nelle strade di classe II è ammesso il posizionamento della plancia espositiva perpendicolarmente al senso di marcia dei veicoli.

Soluzioni diverse potranno essere valutate solo nell'ambito di progetti di riordino del sistema pubblicitario in osservanza degli indirizzi e prescrizioni contenute nel precedente capo II e conformemente a quanto previsto nel successivo art. 35.

Le distanze minime di questa tipologia di impianto dai vari elementi territoriali sono indicate nella tabella di cui al precedente art. 24. Nel caso in cui esistano costruzioni fisse o muri a distanze dalla carreggiata inferiori a quelle prescritte, il posizionamento di impianti paralleli alla carreggiata è ammesso in allineamento con tali edificazioni.

CAPO V – CARATTERISTICHE TECNICO ESECUTIVE E PIANIFICAZIONE

Art. 33 – Caratteristiche strutturali e materiche

I mezzi e gli impianti pubblicitari e le relative strutture di sostegno devono essere progettati e realizzati rispettando tutte le prescrizioni di legge, con materiali non deperibili e di facile manutenzione, nonché messi in opera in modo da resistere alla spinta del vento ed agli altri agenti atmosferici. Al termine dell'installazione dovrà essere prodotto il certificato di idoneità statica o il certificato di collaudo. Analoga documentazione dovrà essere prodotta ogni qual volta vengano effettuati interventi strutturali sull'impianto.

Per garantire un elevato grado di sicurezza delle strutture ed un buono stato di conservazione dei mezzi e degli impianti pubblicitari, è necessaria una manutenzione periodica degli stessi, a cura e spese del titolare del provvedimento autorizzativo. Il titolare dell'autorizzazione è responsabile della sicurezza, del decoro e dello stato di manutenzione del mezzo/impianto pubblicitario e dei relativi supporti.

L'Amministrazione comunale è sollevata da responsabilità civile e penale derivante dall'installazione dei mezzi/impianti pubblicitari. Qualora le suddette strutture costituiscano manufatti la cui realizzazione e posa in opera sia regolamentata da specifiche norme, l'osservanza delle stesse deve essere documentata. Devono essere rispettate le prescrizioni di cui agli articoli 64, 65 e 67 del D.P.R. 6.6.2001 n.380 e s.m.i.

Per quanto riguarda gli impianti pubblicitari permanenti, in mancanza di un modello specificatamente prescritto, la struttura e l'eventuale cornice devono essere verniciate con un colore opaco "grigio micaceo".

Art. 34 – Norme per l'illuminazione, uso dei colori e messaggio variabile

I mezzi e gli impianti pubblicitari, a seconda delle diverse tipologie, possono essere illuminati sia per luce diretta (con sorgente luminosa interna: cassonetti luminosi, filamenti neon, ecc.), sia per luce indiretta (con sorgente luminosa esterna, frontale o riflessa dal supporto retrostante); il tipo di illuminazione ammessa è indicato per ogni tipologia di impianto.

La pubblicità luminosa deve essere effettuata nel rispetto delle norme vigenti in materia di inquinamento luminoso ed in particolare la L.R. Lombardia n.31 del 5.10.2015. Non sono ammesse luci intermittenti, né un'intensità luminosa tale da determinare pericolo di abbagliamento.

Deve essere posta una particolare attenzione all'utilizzo dei colori rosso e verde. I mezzi e gli impianti pubblicitari posti a meno di 15 metri dal bordo della carreggiata illuminati da sorgenti luminose rosse o verdi, fatta eccezione per le farmacie ed i posti di pronto soccorso, devono rispettare le seguenti distanze minime:

- all'esterno del centro abitato: 300 metri dalle intersezioni semaforizzate;
- all'interno del centro abitato: 100 metri dalle intersezioni semaforizzate.

Il sistema di illuminazione deve essere preferibilmente non collegato alla rete elettrica, utilizzando sistemi di risparmio energetico.

Gli impianti luminosi a messaggio variabile fra i quali rientrano anche quelli con sistemi digitali governabili da remoto devono garantire un fermo immagine di almeno 10 secondi, salvo diversa limitazione risultante dal titolo autorizzatorio.

Per gli impianti a messaggio variabile l'Amministrazione Comunale si riserva di utilizzare gratuitamente fino ad un massimo del 10% del tempo giornaliero in cui l'impianto è in funzione per le comunicazioni istituzionali, secondo le indicazioni che verranno fornite di volta in volta dalla stessa con un preavviso minimo di 72 ore. Il tempo da dedicare per le comunicazioni istituzionali andrà distribuito in modo uniforme su tutto l'arco della giornata.

Per comunicazione istituzionale si intendono tutti i messaggi dell'Amministrazione comunale diretti ad informare i cittadini in merito a proprie attività o servizi nonché ad eventi patrocinati o promossi dal Comune o dalle società ed enti partecipati, che si svolgono sul proprio territorio.

Detto spazio dovrà riportare in modo chiaro e visibile la dicitura "comunicazione istituzionale."

Detto spazio non potrà in alcun modo essere usato per propaganda politica. In particolare, nei tre mesi antecedenti agli appuntamenti elettorali, l'Amministrazione Comunale potrà avvalersi di questo spazio solo per comunicazioni istituzionali di pubblica utilità o strettamente collegate all'attività elettorale nonché per comunicazioni di protezione civile. In questi tre mesi ogni ulteriore utilizzo è sospeso.

La trasmissione di filmati è consentita solo se espressamente prevista nel titolo autorizzatorio. L'autorizzazione deve essere supportata da parere favorevole della commissione per la pubblicità con particolare riferimento agli aspetti di sicurezza viabilistica e inquinamento luminoso, coerentemente ai principi del presente piano.

Art. 35 – Progettazione della pubblicità per ambiti territoriali

Nell'ambito di piani urbanistici attuativi di iniziativa pubblica o privata (piani di lottizzazione, piani di zona, piani di recupero, ambiti di trasformazione, ecc.), ovvero di progetti di riqualificazione di vie o spazi pubblici (piazze, parchi, tratti di strada, incroci, interventi legati all'arredo urbano, al trasporto pubblico, ecc.), la pubblicità è da considerarsi parte integrante del piano o del progetto e deve pertanto essere specificatamente prevista e progettata; in assenza di piani o progetti di riqualificazione urbana è comunque sempre possibile la redazione di progetti di riordino della pubblicità esistente lungo le strade o in determinati ambiti territoriali.

La progettazione della pubblicità negli ambiti territoriali consiste nell'individuazione delle posizioni e nella definizione, preferibilmente per gruppi omogenei, delle caratteristiche tipologiche, geometriche e strutturali dei mezzi e degli impianti pubblicitari, che possono essere anche diversi da quelli prescritti nel presente piano.

Tale progettazione dovrà tener conto di quanto segue:

- della valutazione del contesto urbano e ambientale;
- del rispetto e la salvaguardia dei fronti paesaggistici, dei beni architettonici e ambientali con specifico riguardo a quelli soggetti a vincolo monumentale;
- della classificazione stradale e della velocità di percorrenza per determinare le distanze di rispetto del C.d.S.;
- della diversa articolazione della sezione stradale, delle varie tipologie, inclusa la presenza di piste ciclopedonali, marciapiedi, aiuole, etc.;
- della presenza di elementi di ingombro (con particolare riferimento ad alberi, edicole, mezzi pubblicitari esistenti anche su area privata, pensiline, paline e/o pali tecnologici);
- della presenza di servizi e/o di sottoservizi;

- dell'uniformità dei formati e dei sostegni, dell'allineamento delle postazioni, nonché dell'inserimento delle nuove tecnologie.

I progetti per la pubblicità sono approvati previo parere della commissione per la pubblicità, e in particolare, nel caso di piani attuativi o di progetti di riqualificazione pubblica, contestualmente all'approvazione degli stessi a tale approvazione viene pertanto subordinato il rilascio delle autorizzazioni.

Il rilascio delle autorizzazioni per l'installazione dei mezzi o impianti pubblicitari rientranti nei casi di cui al presente articolo, deve essere preceduto da un programma di rimozione degli impianti esistenti, in cui si definiscono i tempi di decadenza dei relativi provvedimenti autorizzativi.

L'Amministrazione Comunale, nell'intento di promuovere progetti innovativi, di recupero o di riqualificazione di particolari ambiti territoriali, può consentire l'installazione di pubblicità secondo progetti specifici. Tali progetti devono essere approvati dalla Giunta Comunale che potrà derogare alle distanze di cui all'art. 24, fermo restando le esigenze di sicurezza della circolazione stradale.

CAPO VI - ALTRE FORME DI PUBBLICITA'

Art. 36 – Pubblicità sui veicoli

La pubblicità sui veicoli è regolata dalla normativa vigente e non può essere effettuata per conto terzi a titolo oneroso. Qualora i veicoli siano itineranti essa non è ammessa nelle zone 1 e 2, nonché nelle altre aree vietate alla circolazione dei veicoli, così come nelle aree verdi pubbliche.

I veicoli (e relative appendici o rimorchi) circolanti sul territorio comunale dovranno essere adeguatamente immatricolati ed omologati per la circolazione, ove previsto, e dovranno rispettare tutte le prescrizioni di legge, i requisiti di sicurezza e le norme di comportamento riguardanti la marcia dei veicoli su strada ai sensi della normativa vigente.

Art. 37 – Pubblicità fonica

La pubblicità fonica è consentita dal Comune, tramite il Soggetto incaricato della riscossione del tributo, nel rispetto della normativa vigente, dei limiti stabiliti dalle disposizioni inerenti all'esposizione al rumore e dal vigente Piano Comunale di Zonizzazione acustica.

La pubblicità fonica effettuata con autoveicoli, motoveicoli, rimorchi e ciclomotori all'interno del centro storico (zona1) e residenziale (zona 2) è vietata. Nelle altre zone è autorizzata nei giorni feriali dalle ore 9,00 alle ore 12,00 e dalle ore 16,00 alle ore 19,00.

Nei giorni festivi e al di fuori degli orari previsti è possibile concedere deroghe durante lo svolgimento di manifestazioni di carattere sportivo, culturale, sociale, religioso e simili. I mezzi circolanti dovranno essere regolarmente denunciati e circolanti in aderenza alla normativa vigente.

Per la pubblicità elettorale si applicano le disposizioni che regolano la materia.

All'interno degli impianti sportivi e su 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.

Essa è vietata nelle "aree di particolare rilevanza" e più precisamente ad una distanza inferiore a **150 m.** da strutture sanitarie e assimilate, di luoghi culturali e/o di studio (ad es. scuole, biblioteche ecc.) limitatamente agli orari di apertura degli stessi, di strutture cimiteriali e luoghi di culto.

Art. 38 – Pubblicità varia

La pubblicità varia, consistente in:

- a) pubblicità effettuata con striscioni, festoni di bandierine od altri mezzi simili, che attraversano strade o piazze;
- b) pubblicità effettuata da aeromobili mediante scritte, striscioni, disegni fumogeni, lancio di oggetti o manifestini;
- c) pubblicità eseguita con palloni frenati o simili;
- d) pubblicità effettuata mediante distribuzione, anche con veicoli, di manifestini o di altro materiale pubblicitario, oppure mediante persone circolanti con cartelli od altri mezzi pubblicitari;
- e) pubblicità effettuata a mezzo di apparecchi amplificatori e simili;

La pubblicità varia non può essere effettuata nel centro storico (zona1) e residenziale (zona 2), come indicate negli allegati al presente Piano.

La pubblicità varia non potrà essere altresì effettuata in piazza del mercato, nei viali formati dai banchi di vendita durante i giorni di mercato e nei parchi e nei giardini pubblici.

La pubblicità tramite distribuzione di volantini potrà essere effettuata in aree pubbliche, in luoghi privati tramite consegna in cassette postali, o all'interno di locali pubblici ed attività commerciali, esclusivamente lasciando i volantini nelle mani delle persone che vogliano riceverli, o a personale regolarmente incaricato ed autorizzato in base alla normativa vigente, assumendosi piena responsabilità in caso di violazione delle norme, anche per ciò che riguarda il testo contenuto nel messaggio pubblicitario. I soggetti incaricati, a qualsiasi titolo, all'esercizio della pubblicità tramite volantinaggio, sono tenuti a non disperdere i volantini su aree pubbliche del territorio comunale né su suoli privati.

È severamente vietata:

- l'affissione e/o l'apposizione di volantini o manifesti sui pali dell'illuminazione pubblica, sulla segnaletica stradale, su alberi, su recinzioni o edifici pubblici; allo stesso modo è vietata su recinzioni o facciate di edifici privati;
- la distribuzione di volantini, dépliant, manifesti, opuscoli pubblicitari o simili sotto le porte di accesso, sugli usci o negli androni di abitazioni private, ad eccezione delle cassette postali; sul parabrezza o lunotto posteriore delle autovetture in sosta o, comunque, su qualunque tipo di veicolo;
- la distribuzione di volantini o altro materiale pubblicitario ai conducenti o ai passeggeri di auto durante la circolazione stradale oppure in prossimità o in corrispondenza di incroci;
- il lancio di volantini o altro materiale pubblicitario dalle vetture in movimento.

Qualora il volantinaggio sia eseguito in concomitanza di altre forme pubblicitarie sarà comunque soggetto a relativa imposta di pubblicità, in aggiunta alle altre eventualmente già applicate.

La pubblicità tipo "Street marketing" tramite persone circolanti con cartelli (tipo uomini sandwich) o altri mezzi pubblicitari è ammessa in genere nelle aree destinate alla circolazione dei pedoni (marciapiedi, piste ciclo-pedonali o aree pedonali), ad eccezione del Centro storico (zona 1), sempre che siano rispettate tutte le norme comportamentali relative alla circolazione stradale dei pedoni e tutte le eventuali limitazioni specifiche prescritte per l'utilizzo di tali mezzi pubblicitari.

Tale forma di pubblicità può essere abbinata al volantinaggio, con le specifiche di cui al comma 4 del presente articolo.

La pubblicità tramite palloni frenati, gonfiabili ed altre similari installazioni pubblicitarie temporanee (tipo flyman ecc.) finalizzate all'evidenziazione di un'attività e rientranti nella pubblicità varia, se fissate a terra, potrà essere effettuata su aree private (di proprietà o previo nulla-osta da parte del proprietario), previo ottenimento di apposito nulla-osta da parte degli uffici competenti, sempre che il posizionamento dei mezzi pubblicitari non sia in contrasto con la normativa vigente né possa pregiudicare la visibilità della segnaletica stradale o la sicurezza della circolazione stradale e non solo.

Art. 39 – Pubblicità con proiezioni

La pubblicità temporanea effettuata con proiezioni, ologrammi ecc. potrà essere effettuata esclusivamente su aree di proprietà privata, previa presentazione del nulla-osta della/e proprietà, a seguito di ottenimento di apposito nulla-osta da parte degli uffici competenti, sempre che il posizionamento dei mezzi pubblicitari non sia in contrasto con la normativa vigente, né possa pregiudicare la visibilità della segnaletica stradale o la sicurezza della circolazione stradale, né infine possa dar luogo a fenomeni di riflessione o rifrazione delle proiezioni stesse.

Tale forma di pubblicità sarà concessa per un massimo di n. 2 richieste di 60 (sessanta) giorni ciascuna, oppure per più richieste per periodi inferiori a 30 (trenta) giorni ciascuna,

per un massimo di 90 (novanta) giorni non consecutivi, altrimenti rientrerà nelle altre forme pubblicitarie di tipo permanente previste dalle presenti Norme (insegna d'esercizio, impianto pubblicitario di servizio o a messaggi variabili ecc.), di cui dovrà rispettare le relative norme.

CAPO VII - AUTORIZZAZIONI, CONCESSIONI, LIMITAZIONI E DIVIETI, VIOLAZIONI, NORME PARTICOLARI, DISPOSIZIONI FINALI E TRANSITORIE

Art. 40 - Autorizzazioni

L'installazione di ciascun impianto pubblicitario è soggetta ad autorizzazione espressa. Nei casi di mezzi non soggetti ad autorizzazione espressa l'istanza di autorizzazione è sostituita da SCIA (Segnalazione Certificata di Inizio Attività) nel rispetto dei termini e delle condizioni previsti dalla legge.

Ogni domanda o SCIA dovrà riferirsi ad una sola attività industriale, commerciale, artigianale, professionale o di servizi, ma potrà comprendere anche più insegne purché riferite ad una singola sede.

Il rilascio di autorizzazione ad installare impianti pubblicitari che insistono su suolo pubblico è subordinato alla concessione di occupazione di suolo ai sensi del successivo art. 37.

Ogni istanza di autorizzazione o SCIA deve essere corredata della documentazione prevista dal vigente "Regolamento per l'applicazione del canone unico sulla pubblicità e pubbliche affissioni", dall'attestazione dell'avvenuto pagamento dei diritti istruttori e l'impegno a depositare eventuali cauzioni, nonché della seguente documentazione:

- il luogo esatto nel quale l'insegna verrà collocata. A tal fine si dovrà produrre una chiara documentazione fotografica formato minimo cm.12 x 9, dalla quale risulti la posizione in relazione all'edificio specifico o dell'ambiente circostante (fotografia particolare), nonché il contesto architettonico del quale l'edificio stesso fa parte (fotografia d'insieme);
- progetto dal quale risulti un prospetto a sezione (scale 1/20 o 1/50, comunque tali da rendere leggibile il grafico, gli ingombri e le dimensioni massime) e l'aspetto stesso in relazione al luogo d'inserimento o parte di facciata che viene ad essere interessata;
- copia del contratto di locazione o di concessione, o l'autocertificazione e, nel caso in cui il contratto non sia soggetto a registrazione, idonea dimostrazione della disponibilità della superficie ove si richiede l'insegna;
- autodichiarazione con la quale si attesti che il manufatto che si intende collocare è realizzato e sarà posto in opera tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento, in modo da garantire la stabilità e la conformità alle norme previste a tutela della circolazione dei veicoli e delle persone, con assunzione di ogni conseguente responsabilità;
- una relazione tecnica che attesti la conformità dell'installazione da effettuare alle norme del presente Piano;
- documentazione idonea atta a dimostrare il rapporto intercorrente tra il richiedente e l'Imprenditore nei casi necessari.

L'istanza deve essere presentata dall'attività economica direttamente interessata o da operatori pubblicitari delegati e regolarmente iscritti alla C.C.I.A.A. e non può riguardare più di un impianto.

A seguito dell'inoltro dell'istanza o SCIA viene rilasciata una ricevuta riportante l'indicazione della data di presentazione, del numero di pratica assegnato e del Responsabile del Procedimento. Il termine di conclusione del procedimento per il rilascio dell'autorizzazione e di verifica della SCIA è di 60 giorni decorrenti dalla data di presentazione dell'istanza o SCIA. Il termine resta parimenti sospeso nel caso in cui si renda necessario acquisire pareri o provvedimenti relativi a vincoli di legge.

Entro sette giorni lavorativi dalla presentazione dell'istanza o SCIA, verrà verificata la regolarità della documentazione presentata e qualora dovesse risultare carente o con qualche irregolarità, verrà richiesta l'integrazione o la regolarizzazione da attivarsi entro il termine di 10 giorni dal ricevimento della richiesta.

La richiesta di ulteriore documentazione, chiarimenti o regolarizzazione sospende i termini di conclusione del procedimento che riprenderanno ad avvenuta integrazione o regolarizzazione richiesta; se l'interessato non fornisce l'integrazione richiesta entro il termine concesso l'istanza sarà archiviata.

Ogni eventuale variazione della superficie esposta, delle caratteristiche tecniche e delle dimensioni dell'impianto, deve essere preventivamente ed espressamente autorizzata o segnalata senza modificare il termine di scadenza dell'autorizzazione. Per ottenere la variazione deve essere presentata nuova documentazione tecnica e nuovo collaudo al termine dell'installazione.

L'autorizzazione è personale e non cedibile, salvo espresso assenso dell'Amministrazione comunale.

L'autorizzazione ha la durata indicata nel provvedimento in relazione alla tipologia di impianto. Non è ammesso nessun rinnovo automatico o tacito; pertanto, per il rinnovo dell'autorizzazione deve essere presentata istanza 60 (sessanta) giorni prima della scadenza del provvedimento. Ogni istanza di rinnovo deve essere corredata della stessa documentazione richiesta per l'installazione dell'impianto pubblicitario e dalla dichiarazione del rispetto delle distanze di cui all'art. 24. Il rinnovo non è concesso se non conforme alla normativa vigente. La mancata presentazione dell'istanza o SCIA di rinnovo entro il termine di cui sopra comporta che l'impianto, il giorno dopo la data di scadenza, è abusivo.

La pubblicità effettuata in assenza di autorizzazione, di SCIA o con termini di installazione scaduti, è abusiva e come tale sarà oggetto di sanzione e rimozione.

L'installazione o l'esposizione pubblicitaria è rilasciata facendo salvi gli eventuali diritti di terzi e non esime gli interessati dall'acquisizione del nulla osta di competenza di altri soggetti pubblici o privati.

In caso di assenso di spazi pubblicitari presso cantieri a fronte di interventi su beni comunali, l'utilizzo dello spazio pubblicitario è subordinato alla compartecipazione dell'Amministrazione Comunale nella misura del 50% dei proventi derivanti per l'utilizzo dello spazio pubblicitario.

Non possono essere abilitati nuovi impianti pubblicitari, su suolo pubblico, nelle vie in cui è ammessa la pubblicità, ma che sono assoggettati a progetti innovativi, di recupero o di riqualificazione di particolari ambiti territoriali in fase di elaborazione.

L'assenso pubblicitario è rilasciato a condizione che il richiedente sia in regola con il pagamento del Canone Unico come previsto dal vigente regolamento comunale.

Art. 41 - Concessioni

Per l'installazione di impianti pubblicitari su suolo pubblico, o su beni di proprietà comunale o dati in godimento a terzi o appartenenti al patrimonio indisponibile comunale, il Responsabile dell'Ufficio competente rilascia, in conformità a quanto disposto dal presente Piano, apposita concessione.

La concessione e la relativa autorizzazione per impianti pubblicitari permanenti sono rilasciate a seguito dell'espletamento di apposita procedura ad evidenza pubblica. In caso di assegnazione per lotti, la loro composizione verrà stabilita in base a criteri di funzionalità ed economicità. Le condizioni e i criteri di assegnazione verranno fissati nella procedura.

La concessione comporta:

- a. il pagamento dell'occupazione di spazi ed aree pubbliche se dovuto;
- b. il pagamento del corrispettivo d'uso del bene di proprietà comunale;
- c. la costituzione di deposito cauzionale.

La concessione è personale, non è scindibile dall'autorizzazione e non è cedibile, salvo espresso assenso dell'Amministrazione comunale. Avrà la medesima durata dell'autorizzazione.

Art. 42 – Installazione, manutenzione e rimozione di mezzi e impianti pubblicitari

L'installazione dei mezzi e degli impianti pubblicitari deve avvenire, a pena di decadenza, entro il termine di novanta giorni dalla data in cui è stata rilasciata l'autorizzazione o dalla presentazione della SCIA.

È fatto obbligo di:

- a. fissare all'impianto apposita targhetta di identificazione riportante gli estremi dell'autorizzazione, con relativa scadenza, e le caratteristiche dimensionali autorizzate, ai sensi del Regolamento di attuazione del Codice della Strada e del presente Piano;
- b. mantenere l'impianto pubblicitario e il dispositivo di identificazione in buono stato di manutenzione, conservazione e di sicurezza;
- c. provvedere alla rimozione di quanto installato ed al ripristino dello stato dei luoghi in caso di scadenza, decadenza o revoca dell'autorizzazione, ovvero per esigenze di pubblico interesse e di utilità pubblica, a seguito di motivata richiesta da parte dal Settore di competenza.
- d. mantenere installato, in assenza di pubblicità, l'impianto pubblicitario che dovrà avere le dimensioni autorizzate e dovrà riportare il logo identificativo della ditta proprietaria dello stesso.

L'installazione di mezzi e impianti pubblicitari prima della presentazione dell'istanza o del rilascio della prescritta autorizzazione comporta, oltre all'applicazione delle sanzioni amministrative e/o tributarie, il rigetto della relativa istanza sino all'avvenuta rimozione, ai sensi dell'articolo 41.

Art. 43 – Limitazioni e divieti

Conformemente alle indicazioni del codice della strada, i mezzi e gli impianti pubblicitari, per dimensioni, forma, colori, disegno e ubicazione:

- a.** non devono ostacolare la visibilità dei segnali stradali entro lo spazio di avvistamento degli stessi;
- b.** non devono arrecare disturbo visivo agli utenti della strada e distrarne l'attenzione con conseguente pericolo per la sicurezza della circolazione;
- c.** non devono costituire ostacolo o impedimento alla circolazione dei cittadini diversamente abili;
- d.** non devono interferire con impianti tecnologici, servizi pubblici o di pubblica utilità.

L'installazione di mezzi e impianti pubblicitari è vietata:

- 1.** in posizioni che interferiscano con la panoramicità dei luoghi soggetti a vincolo, in quanto ne diminuiscono il godimento e le visuali prospettiche nonché in posizioni che interferiscano con la prospettiva degli edifici destinati al culto, ai cimiteri e su eventuali muri di cinta degli stessi;
- 2.** su fregi, cornici, balaustre, inferriate, elementi archi-tettonici in genere inseriti sulle pareti degli edifici storici anche se non vincolati ai sensi del Codice dei Beni Culturali e del Paesaggio;
- 3.** su balconi, ringhiere e recinzioni con ringhiera fatta eccezione per i cartelli "affittasi/vendesì";
- 4.** su alberi o con aggancio agli stessi e, comunque, in posizioni e con modalità tali da pregiudicare lo sviluppo e la tutela degli alberi stessi;
- 5.** sulle isole di traffico, e sulle intersezioni canalizzate;
- 6.** se producono abbagliamento;
- 7.** se dotati di sorgenti sonore, ad eccezione dei veicoli, con le limitazioni previste dalle norme in materia.

L'installazione di impianti pubblicitari è vietata:

- sugli edifici e nei luoghi di interesse storico artistico o in prossimità di essi, ossia posti entro un'area situata ad una distanza inferiore a 50 mt. dal perimetro del bene vincolato, ove non siano previste specifiche zone di rispetto nei provvedimenti statuenti il vincolo, ferma restando ogni ulteriore norma più restrittiva da parte della Soprintendenza per i Beni Architettonici e per il Paesaggio di Bergamo e Brescia, salvo parere favorevole della commissione per la pubblicità;
- nelle zone sottoposte a vincolo paesaggistico o in prossimità dei beni paesaggistici, salva autorizzazione dell'ufficio preposto alla tutela del vincolo secondo quanto stabilito all'art. 153 del Codice dei Beni Culturali e del Paesaggio.

Il posizionamento di mezzi pubblicitari, ad eccezione delle insegne frontali e vetrofanie o pannelli di cui all'art. 17, e impianti pubblicitari, lungo le strade ove ne è consentita l'installazione, è comunque vietato sensi del C.d.S.:

- a.** sulle corsie esterne alle carreggiate, sulle cunette e sulle pertinenze stradali di esercizio comprese tra carreggiate contigue di larghezza inferiore a 4 mt.;
- b.** in corrispondenza delle intersezioni, ad eccezione per i segnali turistici e di territorio di cui all'art. 14;
- c.** lungo le curve e sull'area delimitata dalla corda tracciata tra i due punti di tangenza;
- d.** sulle scarpate stradali sovrastanti la carreggiata, se la pendenza è superiore a 45°;
- e.** in corrispondenza dei raccordi verticali concavi e convessi segnalati;
- f.** sui ponti e sottoponti non ferroviari, esternamente al centro abitato;
- g.** sui cavalcavia stradali e loro rampe, esternamente al centro abitato;
- h.** sui parapetti stradali, sulle barriere di sicurezza e sugli altri dispositivi laterali di protezione e di segnalamento, salvo quanto previsto dall'art. 29 punto 5.

L'installazione di nuovi impianti pubblicitari su area pubblica è vietata dove non espressamente prevista dai progetti di riordino o da altri progetti specifici approvati dall'Amministrazione Comunale.

Art. 44 – Violazioni e vigilanza

Chiunque viola le disposizioni del presente piano è soggetto alle sanzioni previste dal vigente C.d.S., dal "Regolamento per l'applicazione del canone unico; a sanzione amministrativa di € 500 (L.689/1981) per ogni altra violazione del presente regolamento non diversamente sanzionata.

Ferme restando le competenze degli addetti al Servizio di Polizia Locale, l'attività di vigilanza può essere svolta sull'intero territorio comunale dagli addetti del competente Ufficio Comunale competente, adeguatamente formati ed incaricati a norma di legge, in collaborazione della Polizia Locale e ai quali cui competono funzioni di controllo e tutti i poteri di rilievo e di accertamento e contestazione necessari per l'applicazione delle sanzioni amministrative previste per legge e dal presente Piano.

Eventuali scritti difensivi, inoltrati per le violazioni amministrative di competenza comunale, devono essere sottoposti alla competenza del Sindaco.

Per le violazioni alle norme del C.d.S. si applicano le disposizioni del titolo VI, dall'art. 194 all'art. 224 ter, dello stesso codice.

Art. 45 - Sanzioni

In caso di collocazione di mezzi o impianti pubblicitari privi di autorizzazione o in difformità della stessa o, comunque, in contrasto con quanto disposto dal presente piano, la Polizia Locale eleva la sanzione e diffida l'autore della violazione e il proprietario o il possessore dell'immobile, nei modi di legge, a rimuovere il mezzo o impianto pubblicitario a loro spese entro e non oltre dieci giorni dalla data di comunicazione del provvedimento. Decorso il suddetto termine, la Polizia Locale provvede, con mezzi comunali, ad effettuare la rimozione del mezzo o impianto pubblicitario e alla sua custodia ponendo i relativi oneri a carico dell'autore della violazione e, in via solidale, del proprietario o possessore dell'immobile. In ogni caso La Polizia Locale si riserva la possibilità di effettuare l'immediata copertura del messaggio pubblicitario abusivo.

In ogni caso, l'Amministrazione Comunale può liberamente disporre dei mezzi pubblicitari rimossi, una volta che sia decorso il termine di sessanta giorni senza che l'autore della violazione, il proprietario o il possessore dell'immobile ne abbiano richiesto la restituzione. Il predetto termine decorre dalla data della rimozione effettuata d'ufficio.

Ove il responsabile dell'installazione/esposizione abusiva non proceda al pagamento delle spese nel termine indicato nella richiesta, al debito relativo si applicherà la procedura per la riscossione coattiva.

Nel caso di accertamento di violazione dell'art. 34, l'Amministrazione Comunale dispone la sospensione della trasmissione dei messaggi pubblicitari per un mese, alla seconda violazione accertata per il medesimo impianto la sospensione avrà durata di due mesi. Alla terza violazione accertata si applicherà la revoca come disposta dal successivo art. 42.

La riattivazione dell'impianto è subordinata all'impegno al pagamento delle spese sostenute dall'Amministrazione Comunale per l'accertamento della violazione.

Art. 46 - Revoca

L'autorizzazione e l'eventuale concessione sono revocate quando:

- a. la permanenza dell'impianto contrasti con sopravvenute esigenze di interesse pubblico;
- b. l'impianto pubblicitario rechi grave pregiudizio o rappresenti imminente pericolo a persone o cose;
- c. l'impianto pubblicitario sia di impedimento alla regolare circolazione di veicoli e pedoni o all'esecuzione di lavori pubblici o di pubblico interesse;
- d. l'autorizzazione sia stata rilasciata sulla base di elementi o dichiarazioni falsi o non veritieri;
- e. non siano stati rispettati gli obblighi previsti dall'art. 38, lettere b) e d), e dall'art. 36 comma 14;
- f. l'impianto installato risulti difforme da quanto autorizzato. L'autorizzazione rilasciata, infatti, riguarda esclusivamente l'impianto autorizzato come da progetto agli atti;
- g. in tutti i casi in cui l'autorizzazione contrasti con le limitazioni e divieti del presente Piano;
- h. sia accertata per la terza volta la violazione dell'art. 34.

Contestualmente alla revoca l'Amministrazione Comunale concede al titolare dell'autorizzazione un termine per procedere spontaneamente alla rimozione del mezzo o impianto, scaduto il quale, provvederà ai sensi dell'articolo 41.

Qualora si accerti che lo stato di manutenzione non sia più rispondente alle esigenze di decoro, staticità e sicurezza, l'Amministrazione comunale invita il titolare a provvedere tempestivamente e allorché non vi provveda spontaneamente nel termine assegnato, revoca l'autorizzazione e provvede alla rimozione d'ufficio del mezzo/impianto, addebitando le relative spese di rimozione e ripristino.

Art. 47 - Decadenza

Sono cause di decadenza dell'autorizzazione:

- a. la rimozione del mezzo/impianto in assenza di preventiva comunicazione agli uffici competenti;
- b. la mancata installazione, entro 90 giorni dal rilascio dell'autorizzazione, del mezzo/impianto pubblicitario;
- c. la cessazione dell'attività da parte della ditta intestataria dell'impianto o mezzo pubblicitario.

Art. 48 – Disposizioni finali e transitorie

Per mezzo o impianto pubblicitario non previsto dal presente piano si applicano le prescrizioni indicate per mezzo o impianto pubblicitario individuato come simile.

In caso di mutamento di classificazione di una strada o dei limiti del "centro abitato" rimangono in vigore le autorizzazioni rilasciate per mezzi ed impianti pubblicitari fino alla scadenza prevista dal relativo atto anche se in contrasto con le disposizioni del piano.

Onde informare i titolari di autorizzazione in essere, sugli obblighi di adeguamenti previsti dal presente Piano Generale, Progetti di cui all'art. 35, Piani di riordino e riqualificazione, entro il 28 febbraio dell'anno corrente si dovranno inviare note di preavviso e procedura

imponendo termini imperativi di adeguamento decorrenti dal 1° gennaio dell'anno successivo.

Le postazioni esistenti nelle vie di classe I e II, verranno riordinate e le autorizzazioni saranno assegnate con procedura ad evidenza pubblica.

Dopo l'entrata in vigore del presente piano non saranno concessi ulteriori rinnovi alla scadenza delle autorizzazioni.

Tutte le vigenti disposizioni comunali in contrasto con le disposizioni del presente "Piano generale degli impianti pubblicitari" sono abrogate e le eventuali variazioni o modifiche dovranno essere apportate entro il termine di approvazione del bilancio di previsione di ogni anno, ed avranno validità a partire dal 1° gennaio dell'anno a cui il bilancio si riferisce.



COMUNE DI CISERANO

Provincia di Bergamo

Piano Generale degli impianti pubblicitari

ALLEGATI

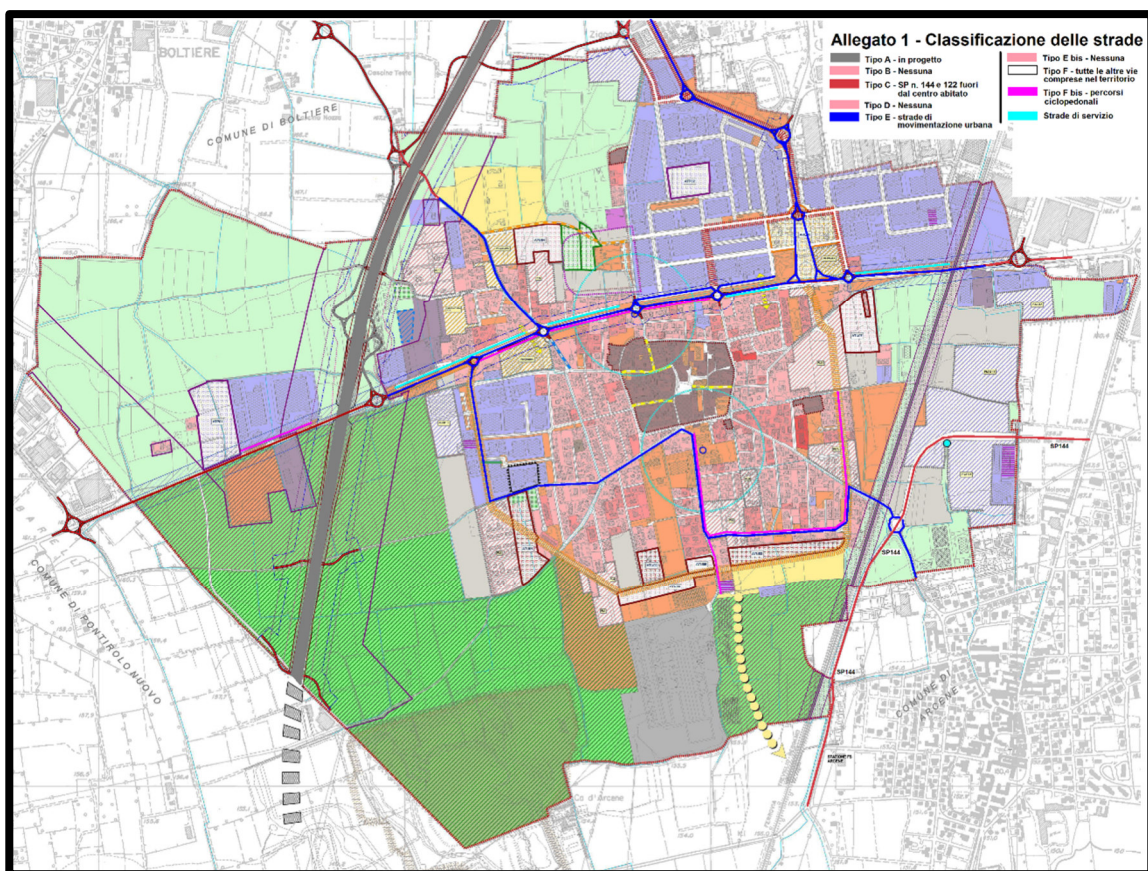
- 1 – Classificazione delle strade**
- 2 – Centro abitato e possibile espansione**
- 3 – Tessuti storici del territorio**
- 4 – Ambito residenziale**
- 5 – Ambiti economici e produttivi**
- 6 – Ambiti e strade esterne al centro abitato**
- 7 – Ambiti urbani marginali e agricoli di conservazione**
- 8 – Zona PLIS Geradadda**
- 9 – Abaco localizzazione e tipologia**

Assistenza tecnica ed elaborazione dati:

Studio Colombini S&W snc di Colombini Simona & C.
formazione - consulenza - management - suap - programmazione urbanistica-commerciale

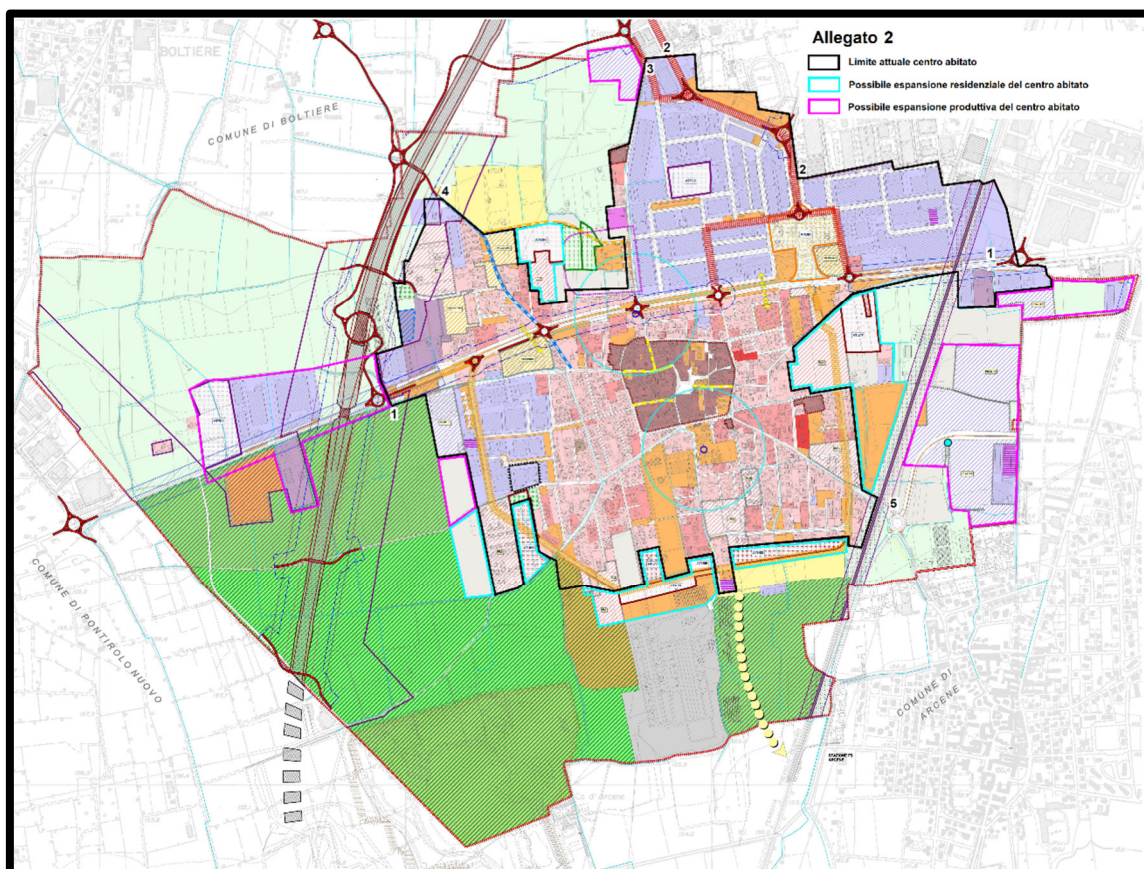
Allegato 1 - Classificazione delle strade

	Tipo A - in progetto		Tipo E bis - Nessuna
	Tipo B - Nessuna		Tipo F - tutte le altre vie comprese nel territorio
	Tipo C - SP n. 144 e 122 fuori dal centro abitato		Tipo F bis - percorsi ciclopeditoni
	Tipo D - Nessuna		Strade di servizio
	Tipo E - strade di movimentazione urbana		



Allegato 2

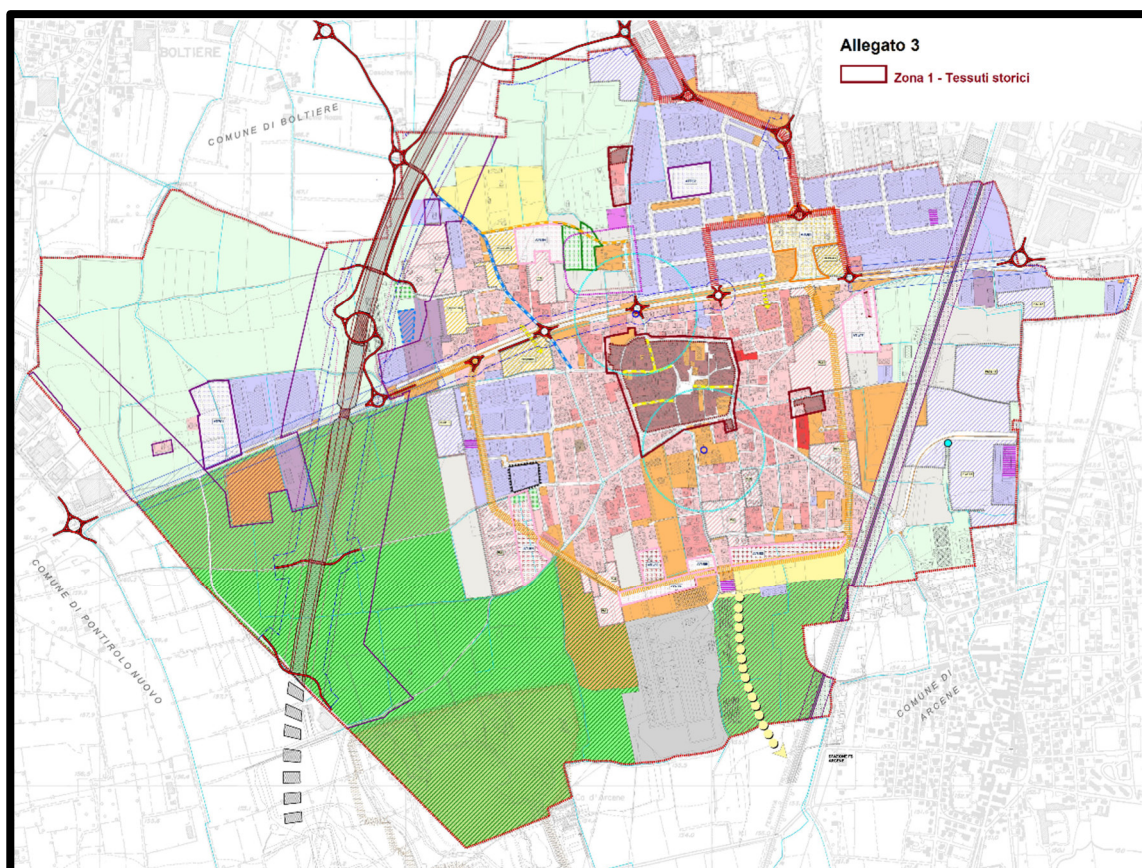
-  Limite attuale centro abitato
-  Possibile espansione residenziale del centro abitato
-  Possibile espansione produttiva del centro abitato



Allegato 3



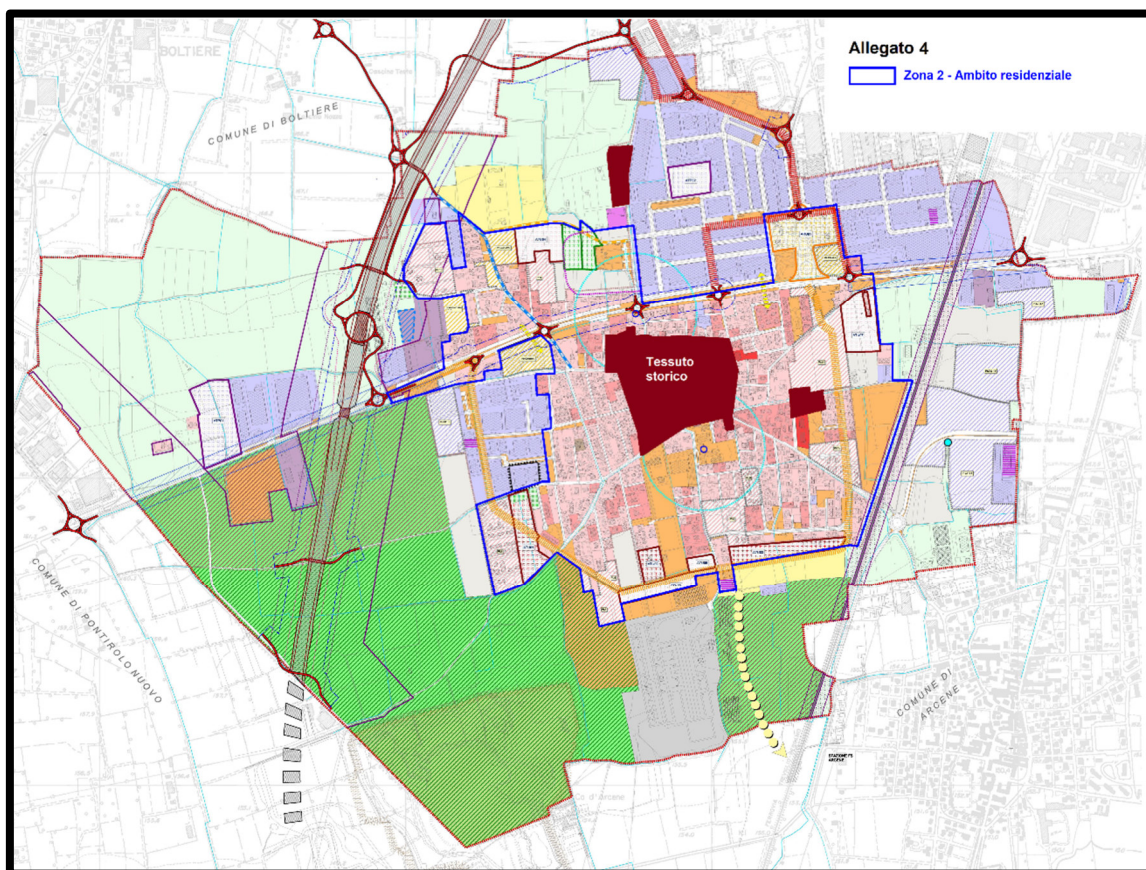
Zona 1 - Tessuti storici



Allegato 4

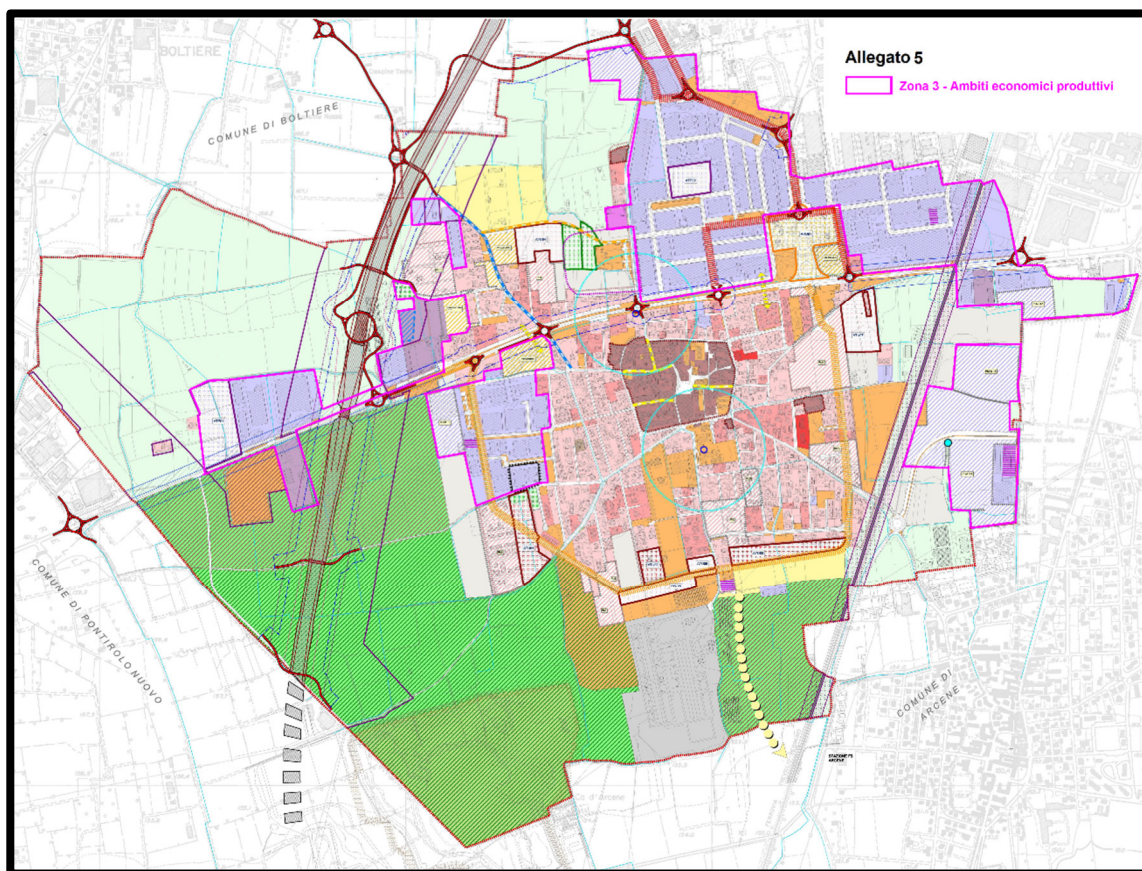


Zona 2 - Ambito residenziale



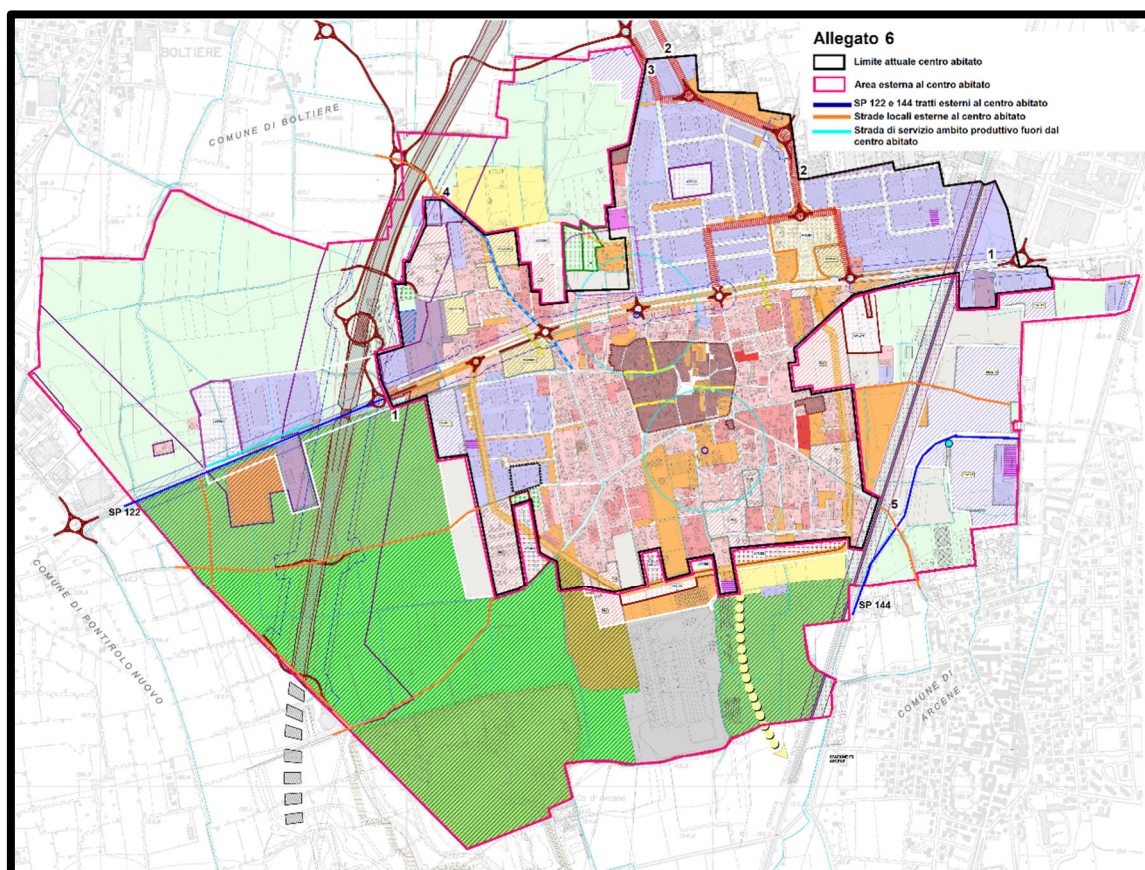
Allegato 5

 Zona 3 - Ambiti economici produttivi



Allegato 6

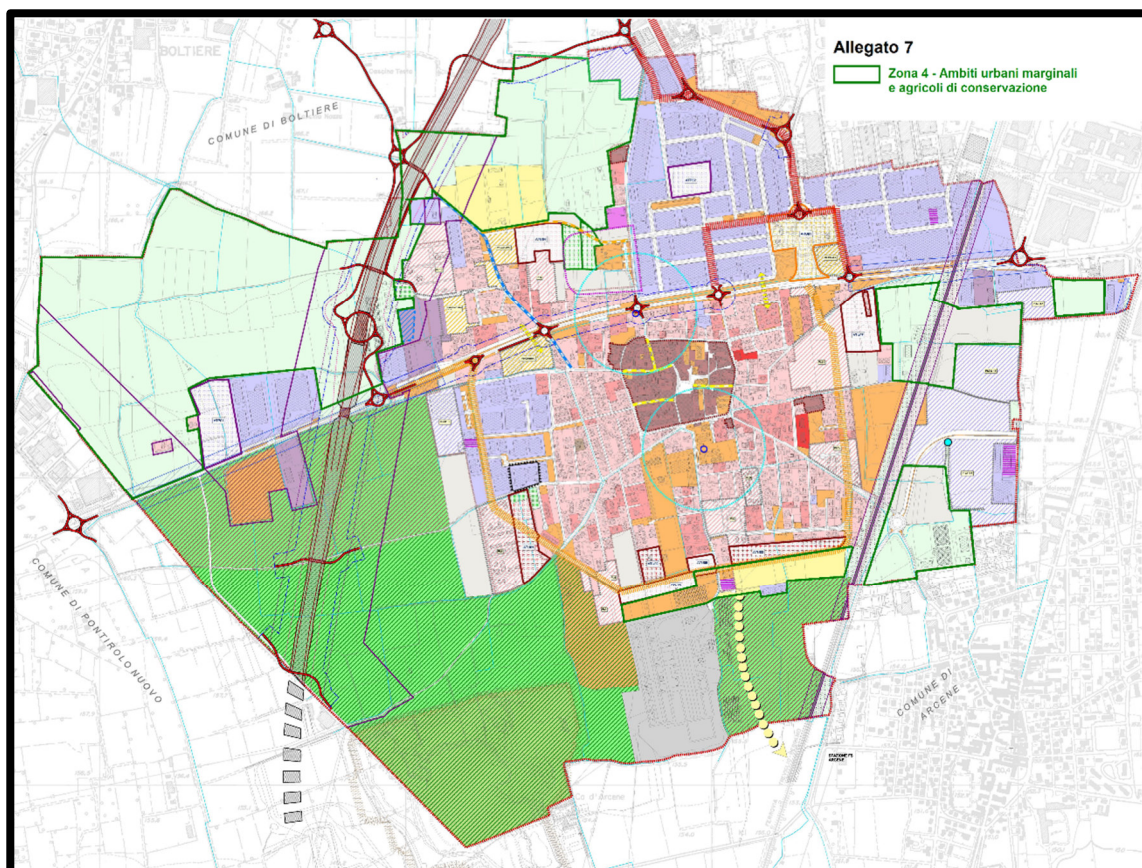
-  Limite attuale centro abitato
-  Area esterna al centro abitato
-  SP 122 e 144 tratti esterni al centro abitato
-  Strade locali esterne al centro abitato
-  Strada di servizio ambito produttivo fuori dal centro abitato



Allegato 7



Zona 4 - Ambiti urbani marginali e agricoli di conservazione



Allegato 8



Zona 5 - PLIS Geradadda

