

# **REGOLAMENTO COMUNALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI**

Approvato con Delibera Consiglio Comunale n. 46 del 28/11/2011

## **Capitolo I Norme generali**

### **Articolo 1 Definizioni generali**

1. Il Regolamento disciplina la collocazione degli impianti e dei mezzi pubblicitari lungo le strade del Comune di Spello o in vista di esse.
2. Il Regolamento definisce i seguenti punti fondamentali:
  - a) La definizione delle zone del territorio comunale in cui è possibile installare i mezzi pubblicitari;
  - b) Le tipologie, le caratteristiche tecniche e strutturali degli impianti pubblicitari tenendo conto delle esigenze di carattere sociale ed economico, delle esigenze di tutela ambientale e paesaggistica, delle esigenze di traffico e di sicurezza della circolazione stradale;
  - c) Le eventuali deroghe alle norme del codice della strada ove previste dalla legge;
3. Per l'applicazione del presente regolamento costituiscono norme di riferimento:
  - a) il Decreto Legislativo 285/92, Codice della Strada, ove sancisce che l'apposizione degli impianti pubblicitari debba essere autorizzata. Così il Regolamento di esecuzione dello stesso codice, DPR 495/92, che prescrive aspetti tecnici per l'installazione .
  - b) legge 241/90, la legge 267/2000, la legge n. 15/2005, in materia di procedimento amministrativo;
  - c) D.P.R. 6 giugno 2001, n. 380 "Testo unico delle norme legislative e regolamentari in materia edilizia".
  - d) D.L.vo 22 gennaio 2004, n. 42, Codice dei Beni culturali e del paesaggio.
  - e) D.L.vo 507/1993, normativa tributaria dei comuni.

### **Articolo 2 Ambito di applicazione**

1. Il presente Regolamento si applica a tutto il territorio comunale.
2. Le norme dello stesso non si applicano:
  - a) ai cartelli temporanei realizzati in materiale leggero ancorati alle strutture esistenti e autorizzate all'interno di cantieri edili che pubblicizzino le opere in corso di realizzazione ed aventi dimensioni non superiori a mq. 4. In ogni caso va corrisposta la tassa sulla pubblicità e la durata è quella del titolo abilitativo.
  - b) i mezzi di informazione istituzionale a condizione che la collocazione degli stessi non arrechi disturbo alla circolazione stradale.
3. Le preinsegne pubblicitarie che sono regolamentate da apposito atto.

### **Articolo 3 Definizione delle zone del territorio comunale**

1. Ai fini della collocazione degli impianti pubblicitari, il territorio comunale è suddiviso in quattro zone nel rispetto delle normative vigenti:  
**ZONA AI** – Aree d'interesse storico-artistico e di valore paesaggistico – ambientale ad Est della S.S.n.75 (ivi compreso l'intero centro abitato di Spello, Collepinò, San Giovanni e Capitan Loreto, da Santa Luciola fino al confine territoriale).

Sono ammesse tutte le seguenti tipologie disciplinate dal presente Regolamento:

- a) insegne di esercizio

b) cartelli e striscioni con informazioni istituzionali

**ZONA A2** – Aree d'interesse storico-artistico e di valore paesaggistico – ambientale ad Ovest della S.S.n.75

Sono ammesse tutte le seguenti tipologie disciplinate dal presente Regolamento:

a) insegne di esercizio

b) cartelli permanenti con dimensioni massime di mq. 6

c) impianto pubblicitario di servizio con dimensioni massime di mq. 6

d) impianto di pubblicità o propaganda con dimensioni massime di mq. 6

L'autorizzazione nelle zone A1 e A2 è rilasciata purché dette strutture, in relazione al sito in cui vanno collocate, abbiano dimensioni e caratteristiche tali da non ostruire la visuale di bellezze panoramiche, elementi architettonici ed edifici d'interesse storico -artistico, o recare comunque pregiudizio alla sicurezza stradale, nel rispetto delle prescrizioni e delle tipologie della D.G.R. n.420/2007

**ZONA B** – Aree artigianali, industriali e commerciali come individuate dal P.R.G. non sottoposte a vincolo paesaggistico ambientale:

- Sono ammesse tutte le tipologie disciplinate dal presente Regolamento.

**ZONA C** – Tutte le altre aree non comprese nelle tre zone precedenti

- Sono ammesse tutte le tipologie disciplinate dal presente Regolamento ad eccezione degli impianti di tipologia:

a) cartelli di grande formato e/o poster con dimensioni superiori a ml. 6,00 x 3,00.

## **Capitolo II GLI IMPIANTI**

### **Articolo 4 Tipologia degli impianti pubblicitari**

1. Ai fini del presente Regolamento, per impianti pubblicitari s'intendono tutti i mezzi pubblicitari come definiti dall'art. 47 e seguenti del D.P.R. 16.12.1992 n.495 (regolamento del codice della strada) e richiamati nel Regolamento:

a) insegna di esercizio (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).

b) sorgente luminosa (qualsiasi corpo illuminante o insieme di corpi illuminanti che, diffondendo luce in modo puntiforme o lineare o planare, illumina aree, fabbricati, monumenti, manufatti di qualsiasi natura ed emergenze naturali).

c) cartello (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)

d) striscione, locandina, stendardo (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).

e) segno orizzontale reclamistico (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).

f) 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 parapetonali, cestini, panchine, orologi, o simili) recante uno spazio pubblicitario che può anche essere luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta).

g) 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).

## **Articolo 5**

### **Criteria per il collocamento degli impianti**

1. Per l'installazione di qualsiasi "mezzo pubblicitario" devono essere rispettate le prescrizioni previste agli artt. 7 – 8 – 9 - 10 - 11 – 12 del presente Regolamento.

2. La collocazione degli impianti non deve pregiudicare anche parzialmente la visibilità di regolatori di traffico (cartelli indicatori, impianti semaforici, segnaletica complementare) o di altre indicazioni di interesse pubblico.

## **Articolo 6**

### **Caratteristiche generali e requisiti tecnico-prestazionali degli impianti**

1. La qualità progettuale ed esecutiva degli impianti pubblicitari dovrà essere curata con particolare attenzione al fine di garantire l'integrazione di tali elementi nell'ambiente urbano e di migliorare l'immagine della città.

2. I requisiti tecnici e le prestazioni da rispettare per ogni impianto pubblicitario sono:

- *Resistenza e stabilità meccanica*: capacità degli impianti pubblicitari di resistere alla spinta del vento, ai sovraccarichi, agli urti, alle percussioni, alle vibrazioni, ed in generale ai fenomeni dinamici, in tutte le prevedibili condizioni di esercizio, nel rispetto del coefficiente di sicurezza, senza deformazioni incompatibili; e ciò sia per le singole parti, sia per la struttura nel suo insieme.

- *Resistenza e reazione al fuoco*: caratteristica dei materiali e degli elementi che costituiscono gli impianti pubblicitari, di resistere al fuoco per un tempo determinato senza subire deformazioni incompatibili con la loro fruizione e di non aggravare il rischio di incendio con la loro infiammabilità. Rispetto alle prescrizioni tecniche e procedurali vigenti in materia.

- *Sicurezza dalle cadute e dagli urti accidentali*: caratteristica dell'impianto pubblicitario di non presentare ostacoli che possano comportare il rischio di urti accidentali.

- *Sicurezza elettrica ed equipotenziale*: la caratteristica dagli impianti elettrici di essere concepiti e realizzati in modo tale da garantire agli utenti il massimo gradi di sicurezza per il rischio elettrico e per quello delle scariche accidentali. Impianti elettrici conformi alle norme CEI per la sicurezza elettrica ed equipotenziale. Conformità alle disposizioni della legge n.46/90 e del D.P.R. 447/91 e successive modifiche ed integrazioni, per la realizzazione degli impianti e l'impiego di materiali secondo la regola dell'arte.

- *Controllo dell'abbagliamento*: condizione che le sorgenti luminose, ove previste, comunque e dovunque collocate ed in qualsiasi campo visivo possibile, non producano per gli utenti una sensazione di fastidio a causa dell'abbagliamento ed in particolare non producano abbagliamento agli automobilisti. Rispetto della normativa specifica; norme CEI; istruzioni ENEL; raccomandazioni Federelettrica.

- *Controllo della temperatura superficiale*: condizione che le superfici con cui l'utente dell'impianto pubblicitario può normalmente entrare in contatto devono presentare scarsa

attitudine al surriscaldamento a seguito del normale utilizzo, processi di esercizio e assorbimento dell'irraggiamento solare. In generale è richiesto che sia mantenuta la temperatura inferiore a 60°C.

- *Resistenza agli agenti fisici, chimici e biologici*: la durevolezza è l'attitudine dei singoli materiali ed elementi, che compongono l'impianto pubblicitario, a conservare inalterate le proprie caratteristiche chimico fisiche, geometriche, funzionali, cromatiche e di finitura superficiale, sotto l'azione delle sollecitazioni termiche a quelli chimici e biologici.

Materiali ed elementi devono conservare inalterati le proprie caratteristiche sotto le azioni degli agenti fisici normalmente operanti e prevedibili nell'ambiente in cui si trovano. Particolare attenzione va riservata alla prestazione di non gelività dei materiali. Il requisito deve essere soddisfatto sotto l'azione degli agenti chimici e biologici presenti normalmente nell'ambiente (aria, acqua, ecc...) nonché sotto l'azione degli usuali prodotti per la pulizia delle superfici. Gli elementi non devono presentare porosità o cavità superficiale che non siano facilmente pulibili o ispezionabili evitando il ristagno di acqua e l'accumulo di sporco o di residui di vario genere.

- *Resistenza agli atti di vandalismo*: la caratteristica dei singoli elementi e del loro sistema di insieme (impianto pubblicitario) di dissuadere, impedire e resistere agli atti di vandalismo, come pure di consentire che vi si possa facilmente porre rimedio. Tutti gli elementi, i loro collegamenti ed ancoraggi, ed il loro sistema di insieme, devono possedere caratteristiche materiche, morfologiche e costruttive tali da soddisfare al meglio, relativamente alle prestazioni attese ed attendibili dagli elementi di cui trattasi, il requisito della resistenza agli atti di vandalismo. In particolare sono richieste: - collocazioni che rendano gli elementi difficilmente aggredibili: - resistenza ai graffi ed agli strappi superficiali: - superfici con conformazioni e trattamenti con fluidi "antiscrittura" per le parti poste entro l'altezza di 3 mt. dal piano di calpestio.

- *Affidabilità*: l'affidabilità è l'attitudine dell'impianto pubblicitario a garantire nel tempo la continuità del funzionamento dei diversi componenti e delle loro reciproche interrelazioni. Il minimo livello di affidabilità richiesto all'intero sistema deve essere almeno raggiunto da ogni singolo componente. Tutti i componenti l'impianto debbono garantire il livello di affidabilità inizialmente dichiarato dal tecnico asservente.

- *Controllabilità e ispezionabilità*: l'attitudine a consentire in modo sicuro e agevole controlli ed ispezioni sullo stato dei materiali e dei componenti, per facilitare i necessari interventi di manutenzione, sia occasionale che programmata. Gli elementi ed i loro sistemi d'insieme costituenti gli impianti pubblicitari, debbono avere caratteristiche morfologiche, dimensionali, funzionali e tecnologiche tali da consentire di effettuare in sicurezza ed agevolmente controlli ed ispezioni per la verifica del loro stato di conservazione ed efficienza, e per l'effettuazione dei necessari interventi di pulizia, riparazione e integrazione, sostituzione e recupero.

Il manufatto pubblicitario ed ogni suo componente deve possedere l'attitudine a non sporcarsi troppo facilmente sotto l'azione di sostanze imbrattanti di uso corrente e di permettere una facile operazione di pulizia senza deterioramenti permanenti (pubblicità);

deve possedere l'attitudine a consentire in modo agevole, nel caso di guasti, il ripristino dell'integrità, della funzionalità e dell'efficienza di elementi e sistemi costituenti l'impianto pubblicitario, o di parti di essi (riparabilità e integrabilità); infine deve possedere l'attitudine a consentire in modo agevole, in caso di guasto grave o di obsolescenza funzionale e/o tecnologica, la sostituzione di elementi tecnici costitutivi o di parti di essi. E' l'attitudine dei materiali e degli elementi tecnici, in seguito alla loro rimozione o demolizione, di poter essere convenientemente riutilizzati o riciclati, anche con finalità di salvaguardia ecologica e di risparmio energetico (sostituibilità e recuperabilità).

3. Negli ambiti vincolati dal D.Lgs.42/2004 le strutture degli impianti fissi dovranno essere realizzate con materiali e colorazioni che si intonano nel contesto paesaggistico.

## **Capitolo III Autorizzazioni**

### **Articolo 7 Richiesta di autorizzazione**

1. Chiunque intenda installare impianti di pubblicità e propaganda ed altri mezzi pubblicitari sulle strade o in vista di esse deve presentare domanda (anche predisposta su apposito modello) ed ottenere regolare autorizzazione amministrativa ai sensi dell'Art.23 comma 4 del Codice della strada.
2. E' sottoposta ad autorizzazione comunale la collocazione sia temporanea che permanente di impianti pubblicitari privati.
3. Sono escluse dalla competenza dell' Amministrazione Comunale le autorizzazioni per le installazioni su strade di proprietà non comunale al di fuori dei centri abitati
4. Fuori Centro Abitato, la domanda deve essere presentata all'ente proprietario della strada:
  - a) per le strade e le autostrade statali, alla Direzione Compartimentale A.N.A.S. competente per territorio o agli uffici speciali per le autostrade;
  - b) per le strade regionali provinciali e comunali o di proprietà di altri enti, alle rispettive amministrazioni;
5. All'interno del Centro Abitato la competenza a ricevere la domanda ed a rilasciare l'autorizzazione, è sempre del Comune.
6. Per i tratti di strade statali, regionali o provinciali, che attraversano i centri abitati il rilascio dell'autorizzazione è di competenza del Comune, previo nulla osta dell'ente proprietario della strada.
7. Gli impianti pubblicitari posti fuori dal centro abitato sono regolamentati dal Regolamento di esecuzione del Nuovo Codice della Strada 495/92
8. Gli Impianti Pubblicitari sono suddivisi nelle seguenti tipologie:
  - **IMPIANTI PERMANENTI**  
Pubblicitari: Insegna di esercizio su supporto autonomo, cartello stradale, impianto a messaggio variabile, cassonetto luminoso, totem, bandiera, pensilina di attesa bus, palina di fermata bus, orologio.  
Sono considerati Permanenti o fissi gli impianti costituiti da manufatti mono o bifacciali saldamente ancorati a terra o a muro;
  - **IMPIANTI TEMPORANEI**  
Propaganda di eventi e manifestazioni: Striscione e prisma.  
Sono considerati Temporanei gli impianti manufatti mono o bifacciali installati per una durata non superiore a 90 giorni consecutivi.
9. Non sono soggette ad autorizzazione amministrativa le targhe professionali, le tabelle in genere, poste all'ingresso della sede dell'attività purché per dimensione, caratteristiche e contenuto non si configurino come insegna pubblicitaria, nonché le indicazioni grafiche applicate alle vetrate al fine di renderle riconoscibili per la sicurezza delle persone, o motivi ornamentali.

### **Articolo 8 Documentazione**

1. PER IMPIANTI PUBBLICITARI PERMANENTI:
  - a) la SCIA quale provvedimento amministrativo per l'autorizzazione dei sostegni e dei supporti dell'impianto pubblicitario ed eventuale Autorizzazione paesaggistica negli ambiti tutelati dal D.Lgs.42/2004;

- b) l'indicazione delle generalità, della residenza o domicilio legale e del codice fiscale o partita IVA del richiedente
- c) l'indirizzo esatto del luogo ove si intende installare;
- d) la seguente documentazione:
  - indicazione dei materiali utilizzati e disegno illustrativo;
  - planimetria in scala adeguata con riportata la posizione esatta di cui si richiede l'autorizzazione alla installazione;
  - indicazione delle distanze rispetto a riferimenti fissi (intersezioni, segnaletica) e ad altri impianti;
  - indicazione esatto punto di collocazione dell'impianto nell'ambiente circostante;
  - bozzetto del messaggio pubblicitario da esporre. Se la domanda riguarda cartelli o altri mezzi pubblicitari a messaggio variabile, devono essere allegati i bozzetti di tutti i messaggi previsti;
  - autodichiarazione che il manufatto è stato calcolato e realizzato e sarà posto in opera tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento, in modo da garantire stabilità. Che il manufatto è realizzato con le caratteristiche e i requisiti indicati nel precedente articolo 6;
  - il nulla osta dell'ente proprietario della strada, qualora sia diverso dal Comune, oppure autodichiarazione sulla titolarità del terreno sottoscritta dal proprietario se la collocazione avviene su suolo privato;
  - la dichiarazione di conoscere le norme regolamentari e sottostare a tutte le condizioni contenute nell'autorizzazione;

## 2. PER IMPIANTI PUBBLICITARI TEMPORANEI:

- a) l'indicazione delle generalità, della residenza o domicilio legale e del codice fiscale partita IVA del richiedente;
- b) l'indirizzo esatto del luogo ove si intende installare l'impianto;
- c) la descrizione dell'impianto con relative dimensioni;
- d) planimetria con riportata la posizione esatta di cui si richiede l'autorizzazione alla installazione;
- e) messaggio pubblicitario da esporre e durata dell'esposizione;
- f) indicazione delle distanze rispetto a riferimenti fissi (intersezioni, segnaletica) e ad altri impianti;
- h) autodichiarazione che il manufatto è stato calcolato e realizzato e sarà posto in opera tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento, in modo da garantire stabilità. Che il manufatto è realizzato con le caratteristiche e i requisiti indicati nel precedente articolo 6 del presente regolamento;
- i) il nulla osta dell'ente proprietario della strada, qualora sia diverso dal Comune, oppure del proprietario se la collocazione avviene su suolo privato;
- l) eventuale Autorizzazione paesaggistica negli ambiti tutelati dal D.Lgs.42/2004;
- m) la dichiarazione di conoscere le norme regolamentari e sottostare a tutte le condizioni contenute nell'autorizzazione;

## **Articolo 9**

### **Istruttoria e rilascio dell'autorizzazione**

1. Fatta salva la procedura urbanistica per l'autorizzazione del sostegno, l'ufficio preposto, entro 60 gg. dalla ricezione della domanda, provvede alla istruttoria della pratica e rilascia o nega l'autorizzazione amministrativa.
2. L'autorizzazione è rilasciata dal Responsabile del procedimento individuato all'interno del Corpo Polizia Municipale. Detta autorizzazione è annotata su apposito registro numerato progressivamente per anno, ai sensi del 9° comma dell'art. 53 del regolamento di Esecuzione del Codice della Strada.

3. Insieme all'autorizzazione il richiedente dovrà munirsi di apposita targhetta di identificazione di cui all'art. 55 del regolamento di Esecuzione Codice della Strada, da fissare su ogni cartello o mezzo pubblicitario, sulla quale dovranno essere incisi i seguenti dati:.

- a) Comune di Spello,
- b) nome del titolare dell'autorizzazione,
- c) numero dell'autorizzazione,
- d) data di scadenza dell'autorizzazione.

4. L'autorizzazione ha validità per tre anni, ai sensi dell'art. 53 - comma - del Reg. Es. del Codice della Strada. E' rinnovabile a semplice richiesta dell'interessato, mediante esibizione dell'apposita targhetta indicante la data della nuova scadenza e a seguito di riconvalida dell'atto originario, salvo rinuncia dell'interessato o revoca ai sensi dell'art. 27 del Codice della Strada.

5. Nel caso di impianti su strutture o su sostegni collocati in siti diversi, è prevista la presentazione di un'unica domanda, in entrambi i casi si rilascia un'unica autorizzazione.

6. Nel caso che la domanda sia carente di uno o più elementi essenziali, il responsabile del procedimento formalizza la richiesta di integrazione entro 10 giorni. La richiesta di integrazione sospende il termine per la conclusione del procedimento. Se l'integrazione non viene prodotta entro il termine fissato nella richiesta la domanda è respinta.

7. Nell'eventualità di domande concorrenti per lo stesso sito, alcune delle quali non possono essere accolte, il responsabile segue l'ordine cronologico della presentazione.

## **Articolo 10**

### **Semplificazione dei procedimenti**

1. Il procedimento per il rilascio dell'autorizzazione, per il suo aggiornamento ed ogni altro caso previsto nel presente Regolamento, è ispirato al principio di massima semplificazione.

In particolare:

- a) per le modifiche che intervengono dopo il rilascio è sufficiente il rinvio all'autorizzazione, all'annotazione in essa delle modifiche e all'aggiornamento del registro.
- b) tutte le comunicazioni che riguardano l'autorizzazione non richiedono l'applicazione del bollo.
- c) Fermo restando il messaggio contenuto nell'impianto pubblicitario, l'autorizzazione resta valida se cambia il titolare. Essa viene integrata con provvedimento del responsabile.
- d) le domande e tutte le dichiarazioni del richiedente, sono rese su modelli predisposti dal responsabile del procedimento che possono essere diffusi e prodotti anche con sistemi telematici.

## **Articolo 11**

### **Corrispettivi a carico dell'utente**

1. Il corrispettivo annuale a carico dell'utente comprende:

- a) la tassa di occupazione del suolo pubblico per ogni impianto ancorato al suolo;
- b) la tassa comunale sulla pubblicità per ogni singolo, cartello, insegna, preinsegna o altro mezzo pubblicitario;
- c) ogni altra somma di denaro che il Comune può legittimamente pretendere in forza di legge.

## **Articolo 12**

### **Obblighi del titolare dell'autorizzazione**

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

- a) verificare il buono stato di conservazione dei mezzi pubblicitari e delle relative strutture di sostegno;

- b) effettuare la dovuta manutenzione;
- c) procedere alla rimozione in caso di decadenza, di insussistenza delle condizioni di sicurezza, previste all'atto dell'installazione, di scadenza dell'autorizzazione o di sua revoca.

## **Capitolo IV**

### **Collocazione e limiti degli impianti pubblicitari**

#### **Articolo 13**

##### **Collocazione - Ubicazione - Distanze**

1. La collocazione degli impianti ed altri mezzi pubblicitari di cui al presente regolamento è ammessa su suolo privato o privato di uso pubblico nel rispetto delle norme relative al posizionamento degli stessi di cui agli artt. 51 e 52 del Regolamento di Esecuzione del Codice della Strada nonché del presente Regolamento.
2. Su suolo pubblico potrà essere autorizzata la posa di impianti ed altri mezzi pubblicitari riferiti ad enti ed uffici pubblici, ai privati che si trovino nell'impossibilità di collocarli su suolo privato o privato ad uso pubblico.
3. L'ubicazione di impianti ed altri mezzi pubblicitari fuori dal centro abitato è ammesso purché:
  - a) collocati perpendicolarmente al senso di marcia dei veicoli, secondo le disposizioni di cui all'art. 51 del Regolamento di Esecuzione del Codice della Strada, nonché a distanza non inferiore a mt. 2 dal limite della carreggiata;
  - b) collocati parallelamente al senso di marcia dei veicoli in aderenza ai fabbricati, ovvero ad una distanza non inferiore a mt. 3 dal limite della carreggiata.
4. All'interno del centro abitato, limitatamente alle strade di tipo E e F, il posizionamento di impianti ed altri mezzi pubblicitari é consentito, **in deroga al 4° comma dell'art. 51 del Reg. Es. del Codice della Strada**, purché:
  - a) vengono osservate le seguenti distanze minime:
    - 1) mt. 10 da altri cartelli e mezzi pubblicitari;
    - 2) mt. 10 prima dai segnali stradali di pericolo e di prescrizione;
    - 3) mt. 10 dopo i segnali stradali di pericolo e di prescrizione;
    - 4) mt. 10 prima dei segnali di indicazioni;
    - 5) mt. 10 dopo i segnali di indicazioni;
    - 6) mt. 10 prima delle intersezioni (incroci)
    - 7) mt. 10 dopo le intersezioni (incroci)
    - 8) mt. 50 dal punto di tangenza delle curve orizzontali;
    - 9) mt. 50 dagli imbocchi delle gallerie o sottopassi stradali o ferroviari;
    - 10) mt. 50 dal vertice dei raccordi verticali concavi e convessi (cunette e dossi);
  - b) trattasi di insegne di esercizio qualora collocate parallelamente al senso di marcia dei veicoli in aderenza ai fabbricati, ovvero ad una distanza non inferiore a mt. 1 dal limite della carreggiata;

#### **Articolo 14**

##### **Dimensioni e limiti**

1. I cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari potranno essere autorizzati nel rispetto dei seguenti limiti massimi di superficie:  
**ZONA A1: per le tipologie consentite dall'art.3**
  - a) se perpendicolari al senso di marcia dei veicoli: mq. 2 (solo insegne di esercizio e cartelli temporanei).

b) per le insegne di esercizio, se parallele al senso di marcia dei veicoli o poste in aderenza ai fabbricati: mq. 4

Le insegne e le scritte pubblicitarie, di tipo frontale o a bandiera, potranno contenere unicamente la denominazione della ditta e la qualità dell'esercizio, nonché un contrassegno o emblema stilizzato

***ZONA A2: per le tipologie consentite dall'art.3***

a) se perpendicolari al senso di marcia dei veicoli: mq. 6

b) se parallele al senso di marcia dei veicoli o poste in aderenza ai fabbricati: mq. 6

***ZONA B: per le tipologie consentite dall'art.3***

a) se perpendicolari al senso di marcia dei veicoli: mq. 6.

b) se paralleli al senso di marcia dei veicoli e per le insegne di esercizio poste in aderenza al fabbricato: mq. 20. Qualora la superficie dell'edificio ove ha sede l'attività sia superiore a 100 mq. si applicano le norme di cui all'art. 48, comma 1 del regolamento del codice della strada.

***ZONE C: per le tipologie consentite dall'art.3***

a) se perpendicolari al senso di marcia dei veicoli: mq. 6.

b) se paralleli al senso di marcia dei veicoli e per le insegne di esercizio poste in aderenza al fabbricato: mq. 10. Qualora la superficie dell'edificio ove ha sede l'attività sia superiore a 100 mq. si applicano le norme di cui all'art. 48, comma 1 del regolamento del codice della strada.

## **Articolo 15 Caratteristiche**

1. Gli impianti e gli altri mezzi pubblicitari debbono essere realizzati secondo quanto prescritto dagli artt. 49 e 50 del Regolamento di Esecuzione del Codice della Strada, modificati dagli articoli 39 e 40 del D.P.R. 16 settembre 1996, n. 610 e per forma, colori e disegno non debbono ingenerare confusione con la segnaletica stradale ovvero arrecare disturbo visivo agli utenti della strada, né costituire ostacolo o impedimento alla circolazione delle persone.

2. Sono vietati gli impianti ed altri mezzi pubblicitari rifrangenti o luminosi che possono produrre abbagliamento.

3. Non sono consentite sagome irregolari o aventi forma di disco, triangolo, ottagono e figure similari.

4. Non è consentito il colore rosso quale sfondo del mezzo pubblicitario.

5. Le percentuali del colore rosso e del blu del messaggio pubblicitario non possono superare il 30% dell'intera superficie dell'impianto

6. Per gli impianti ed i mezzi luminosi è vietata l'intermittenza o l'alternanza di luci e colori e l'uso del colore rosso.

7. Sono vietati messaggi pubblicitari che abbiano un contenuto, significato o fine in contrasto con norme di legge o di regolamento.

## **Articolo 16 Mezzi pubblicitari abbinati a servizi**

1. Nel caso di insegne o mezzi pubblicitari abbinati alla prestazione di servizi per gli utenti della strada (es.: orologi, contenitori rifiuti, panchine, toponomastica, ecc.), si applicano le disposizioni di cui all'art. 51 del Regolamento di esecuzione del Codice della Strada.

## **Articolo. 17 Mezzi pubblicitari a messaggio variabile**

1. Le disposizioni di cui all'art. 51, comma 8 del Reg. d'esecuzione del Codice della Strada si applicano anche agli impianti e altri mezzi pubblicitari collocati parallelamente al senso di marcia dei veicoli.

### **Articolo 18**

#### **Mezzi pubblicitari nelle stazioni di servizio ed aree di parcheggio**

1. Ai fini del 2° comma dell'art. 52 del Reg. d'es. del Codice della Strada, nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio possono essere collocati impianti e mezzi pubblicitari la cui superficie non superi il 10% dell'area interessata.

### **Articolo 19**

#### **Obblighi - Vigilanza - Sanzioni**

1. Il titolare dell'autorizzazione oltre agli obblighi previsti dall'art. 54 del Reg. d'es. del Codice della Strada, è tenuto a richiedere l'eventuale rinnovo dell'autorizzazione o a comunicare l'eventuale rinuncia allo stesso prima del 60° giorno antecedente la scadenza.

2. La vigilanza sulla materia disciplinata dal presente regolamento è demandata al personale della Polizia Municipale ed a quello degli Uffici Tecnici Comunali, fatte salve le competenze di altri organi ed enti interessati.

3. Le violazioni alle norme del presente regolamento, salvo che non costituiscono infrazioni al Codice della Strada e relativo Regolamento di Esecuzione, sono punite con sanzione amministrativa pecuniaria prevista dalla Deliberazione della Giunta Comunale n. 130 del 07.08.2008, in applicazione della legge n. 125 del 24.07.2008.

### **Capitolo V**

#### **Norme transitorie e finali**

### **Articolo 20**

#### **Norme transitorie e disposizioni finali**

1. Il presente regolamento entra in vigore il giorno successivo a quello della sua esecutività.

2. Lo stesso si applica alle richieste pervenute dopo tale data.

3. Per le richieste pervenute prima di tale data si applicano le norme del Codice della Strada e del relativo Regolamento di Esecuzione.

4. Successivamente all'entrata in vigore del presente Regolamento l'impiantistica esistente dovrà essere adeguata o rimossa entro i termini e con le modalità di seguito riportate:

a) gli impianti esistenti, dotati di autorizzazione tuttora in vigore, ma difformi in base al Regolamento, al Codice della Strada e relativo Regolamento di Attuazione, dovranno essere regolarizzati, senza sanzioni, alla scadenza del relativo atto autorizzativo e comunque entro 6 (sei) mesi dalla data di approvazione del presente Regolamento;

b) gli impianti esistenti, dotati di autorizzazione già scaduta e difformi dai Regolamenti sopra richiamati e dal Nuovo Codice della Strada e relativo Regolamento, dovranno essere regolarizzati, senza sanzioni, entro 3 (tre) mesi dall'entrata in vigore del presente Regolamento. Qualora l'impianto, in ragione delle nuove modalità di installazione, non possa più collocarsi nello stesso punto, l'Amministrazione Comunale può, previa richiesta scritta da parte del Titolare dello spazio pubblicitario, consentire una nuova collocazione, anche in altro luogo, ovvero in caso contrario il "mezzo pubblicitario" dovrà essere rimosso definitivamente entro 30 (trenta) giorni dalla notifica del provvedimento.

c) gli impianti esistenti, non autorizzati, dovranno essere regolarizzati entro 3 (tre) mesi dall'entrata in vigore del presente Regolamento, previa presentazione di domanda di

regolarizzazione del “mezzo pubblicitario” stesso a cui deve essere allegata l’attestazione di pagamento della sanzione amministrativa applicata.

5. E’ abrogata ogni disposizione comunale in materia in contrasto con il presente Regolamento.

## INDICE

### Capitolo I - Norme generali

Articolo 1 - Definizioni generali

Articolo 2 - Ambito di applicazione

Articolo 3 - Definizione delle zone del territorio comunale

### Capitolo II - Impianti

Articolo 4 - Tipologia degli impianti pubblicitari

Articolo 5 - Criteri per il collocamento degli impianti

Articolo 6 - Caratteristiche generali e requisiti tecnico-prestazionali degli impianti

### Capitolo III - Autorizzazioni

Articolo 7 - Richiesta di autorizzazione

Articolo 8 - Documentazione

Articolo 9 - Istruttoria e rilascio dell’autorizzazione

Articolo 10 - Semplificazione dei procedimenti

Articolo 11 - Corrispettivi a carico dell’utente

Articolo 12 - Obblighi del titolare dell’autorizzazione

### Capitolo IV - Collocazione e limiti degli impianti pubblicitari

Articolo 13 - Collocazione - Ubicazione - Distanze

Articolo 14 - Dimensioni e limiti

Articolo 15 - Caratteristiche

Articolo 16 - Mezzi pubblicitari abbinati a servizi

Articolo 17 - Mezzi pubblicitari a messaggio variabile

Articolo 18 - Mezzi pubblicitari nelle stazioni di servizio ed aree di parcheggio

Articolo 19 - Obblighi - Vigilanza - Sanzioni

### Capitolo V - Norme transitorie e finali

Articolo 20 - Norme transitorie e disposizioni finali