

COMUNE DI VINOVO
PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI
SOMMARIO

INTRODUZIONE.....	3
TITOLO 1 - DISPOSIZIONI GENERALI.....	4
1. CAMPO DI APPLICAZIONE.....	4
2. CONSIDERAZIONI	4
3. PROPOSTE.....	4
3.1 ISTITUZIONE DEL CONCESSIONARIO PER LA PUBBLICITÀ ESTERNA	4
3.2 ISTITUZIONE DEL FUNZIONARIO RESPONSABILE PER LA PUBBLICITÀ	5
4. CLASSIFICAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI.....	6
4.1 DEFINIZIONI.....	6
4.2 DURATA.....	7
4.3 DESTINAZIONE D'USO.....	7
5. CLASSIFICAZIONE DELLA VIABILITÀ.....	9
5.1 DEFINIZIONI.....	9
5.2 STRADE DEL TERRITORIO COMUNALE.....	10
5.3 DELIMITAZIONE DEL CENTRO ABITATO	10
5.4 CENTRO ABITATO: RIDEFINIZIONE DELLE STRADE DI TIPO C / D.....	10
6. DEROGHE ALLE DISTANZE PREVISTE DAL NUOVO CODICE DELLA STRADA.....	10
7. SUDDIVISIONE DEL TERRITORIO IN ZONE OMOGENEE.....	11
7.1 ZONE SITUATE ENTRO IL LIMITE DEL CENTRO ABITATO	11
7.2 ZONE SITUATE AL DI FUORI DEL CENTRO ABITATO	12
8. CRITERI GENERALI PER LE NUOVE INSTALLAZIONI.....	12
8.1 SICUREZZA.....	13
8.2 DECORO.....	13
8.3 FUNZIONALITÀ	13
8.4 NORMATIVA	13
TITOLO 2 - LA PUBBLICITA' ESTERNA.....	14
9. PREMESSA.....	15
10. NORME GENERALI DI INSTALLAZIONE.....	15
10.1 FORMA E COLORE	15
10.2 MATERIALI.....	15
10.3 STRUTTURA.....	15
10.4 DISTANZE.....	15
10.5 ILLUMINAZIONE.....	16
10.6 POSIZIONAMENTO.....	16
10.7 LIMITAZIONI E DIVIETI	16
11. DISCIPLINA DELL'INSTALLAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI NELL'AMBITO DEL CENTRO ABITATO, LIMITATAMENTE ALLE STRADE DI TIPO E - F.....	17
11.1 NORMATIVA GENERALE DI ZONA	17

11.2	NORMATIVA SPECIFICA DI ZONA	17
12.	DISCIPLINA DELL'INSTALLAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI	
	AL DI FUORI DEL CENTRO ABITATO	19
12.1	NORMATIVA GENERALE DI ZONA	19
12.2	NORMATIVA SPECIFICA DI ZONA	19
12.2.1	DIMENSIONI.....	19
12.2.2	CARATTERISTICHE	19
12.2.3	UBICAZIONI E POSIZIONAMENTO.....	19
13.	UBICAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI NELLE STAZIONI DI SERVIZIO	
	E NELLE AREE DI PARCHEGGIO.....	20
14.	CARATTERISTICHE ESTETICO-COSTRUTTIVE DEGLI IMPIANTI PER	
	PUBBLICITÀ ESTERNA.....	20
15.	AUTORIZZAZIONI.....	20
15.1	AUTORITÀ COMPETENTE.....	20
15.2	DOCUMENTAZIONE.....	21
15.3	RILASCIO DELL' AUTORIZZAZIONE	21
15.4	DURATA.....	21
15.5	CORRISPETTIVO.....	22
15.6	OBBLIGHI DEL TITOLARE DELL'AUTORIZZAZIONE	22
15.7	TARGHETTE DI IDENTIFICAZIONE	22
15.8	VIGILANZA.....	23
15.9	RIMOZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI ABUSIVI	23
15.10	SANZIONI AMMINISTRATIVE	24
16.	NORME TRANSITORIE	24
 <u>TITOLO 3 - LE PUBBLICHE AFFISSIONI</u>		<u>25</u>
17.	LO STATO ATTUALE.....	26
18.	CRITERI DI PROGETTO	26
19.	QUANTITÀ E RIPARTIZIONE DELLE SUPERFICI.....	26
20.	UBICAZIONE.....	28
21.	ASSEGNAZIONE DI SPAZI PER LE AFFISSIONI DIRETTE	28
22.	TIPOLOGIE E CARATTERISTICHE GENERALI DEI NUOVI IMPIANTI PER	
	AFFISSIONE.....	28
22.1	DESTINAZIONE D'USO	29
22.2	TIPOLOGIE E FORMATI	29
22.3	MANUTENZIONE DEGLI IMPIANTI.....	29
23.	NORME GENERALI	30
24.	ENTRATA IN VIGORE	30
 <u>ALLEGATI.....</u>		<u>30</u>

INTRODUZIONE

La pubblicità esterna e le pubbliche affissioni sono effettuate nel territorio del Comune di Vinovo in conformità al presente "Piano generale degli impianti pubblicitari", successivamente denominato "Piano", adottato in attuazione a quanto stabilito dagli art. 3, 18 e 36 c.8 del D. Lgs. 15 Novembre 1993 n. 507 e dall'art. 6 del "Regolamento comunale per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni"¹, successivamente denominato "Regolamento comunale".

Il Piano è articolato in tre parti.

Nella prima parte, denominata Titolo 1 - Disposizioni generali, sono individuati i criteri generali ai quali si farà riferimento per tutte le indicazioni riportate nei successivi Titoli.

Nella seconda parte, denominata Titolo 2 - La pubblicità esterna, si determinano le specifiche norme per la collocazione, all'interno del territorio comunale, dei mezzi di pubblicità esterna così come definiti dal D. Lgs. 285/1992 (Nuovo Codice della Strada) e dal Regolamento di esecuzione ed attuazione DPR 16 Dicembre 1992 n. 495, con le modifiche introdotte dal DPR 16 Settembre 1996 n. 610, all'art. 47.

Nella terza parte, denominata Titolo 3 - Le pubbliche affissioni, si definiscono invece le caratteristiche, le specifiche ed i quantitativi degli impianti destinati al servizio delle affissioni pubbliche e dirette, in osservanza delle norme previste dal Regolamento comunale.

Fanno inoltre parte del Piano i documenti allegati al presente volume denominato "Norme tecniche di attuazione", ovvero la documentazione elencata in appendice.

L'obiettivo principale del Piano è quello di rappresentare il punto di riferimento per l'operatore pubblico e privato, in ambito delle problematiche e della normativa riferita alla collocazione di mezzi pubblicitari lungo o in vista delle strade. Per questi motivi il Piano è completato con le norme che ne programmano l'attuazione nel tempo, dispongono l'adeguamento degli impianti esistenti, disciplinano i termini e le modalità per la rimozione degli impianti in contrasto con lo stesso o con le disposizioni di legge e regolamenti vigenti in materia.

Il Piano è suscettibile di variazioni e/o integrazioni, effettuabili con cadenza annuale, da parte della Giunta Comunale e su proposte o pareri dei settori comunali interessati all'argomento.

Le modifiche e/o integrazioni 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.

¹ Approvato con deliberazione del C.C. n. 55 del 24 giugno 1994, modificato con deliberazione del C.C. n. 77 del 20 dicembre 1996, modificato con deliberazione del C.C. n. 14 del 20 gennaio 2000

TITOLO 1 - DISPOSIZIONI GENERALI

1. CAMPO DI APPLICAZIONE

Le norme contenute nel presente Piano trovano applicazione nel campo dei mezzi della comunicazione pubblicitaria istituzionale e commerciale, così come classificata dal D. Lgs. 15 Novembre 1993 n. 507, con esclusione della pubblicità effettuata con veicoli, aeromobili, palloni frenati, messaggi sonori o mediante distribuzione di manifestini o altro materiale pubblicitario e comunque in forma ambulante. Sono altresì esclusi i segni orizzontali reclamistici, così come definiti dall'art. 47 del DPR 16 Dicembre 1992 n. 495, con le modifiche introdotte dal DPR 16 Settembre 1996 n. 610.

La segnaletica direzionale di tipo industriale, commerciale, artigianale, installata ai sensi dell'Art. 134 del DPR 16 Dicembre 1992 n. 495 con le modifiche introdotte dal DPR 16 Settembre 1996 n. 610, non è da considerare mezzo pubblicitario² ma segnaletica stradale verticale per cui il suo utilizzo all'interno del centro abitato non è regolamentato dalle norme contenute nel Piano ma esclusivamente da quanto prescritto dal Nuovo Codice della Strada all'art. 39 e relativo Regolamento di esecuzione ed attuazione.

2. CONSIDERAZIONI

La pubblicità esterna, così come classificata successivamente, risulta essere posizionata sul territorio del Comune di Vinovo in maniera casuale e disordinata, senza criteri modulari e di opportunità. Questa situazione si ripercuote sull'immagine urbana che ne deriva ma anche sull'efficacia stessa dei messaggi contenuti negli spazi pubblicitari. In modo analogo, anche gli impianti per le pubbliche affissioni partecipano alla formazione dell'immagine urbana, pertanto gli interventi che saranno adottati, affinché abbiano effetto, dovranno considerare nella loro globalità le varie forme di comunicazione visiva collocate sul territorio.

In particolare, è necessario prestare attenzione alla capacità di comunicazione che dovrebbe avere la pubblicità esterna ed, a maggior ragione, la segnaletica direzionale pubblica e privata. Gli interventi finora fatti in questo senso dalle aziende operanti nel settore, oppure direttamente dai privati, dettati più da esigenze momentanee che da interventi programmati e di lunga durata, hanno di fatto causato una scarsa efficienza nell'agevolare la circolazione stradale.

Un altro aspetto che non è da sottovalutare è il fatto che il settore rappresenta, allo stesso tempo, una fonte di entrate tributarie per le casse dell'Amministrazione Comunale, una possibilità di sviluppo commerciale e sociale ma anche un problema da gestire sotto l'aspetto normativo, urbanistico ed ambientale. In questo contesto si inseriscono quindi le norme del presente Piano, volte a regolamentare e normalizzare le installazioni pubblicitarie recependo le normativa esistente e le direttive dell'Amministrazione Comunale.

3. PROPOSTE

3.1 ISTITUZIONE DEL CONCESSIONARIO PER LA PUBBLICITÀ ESTERNA

La proposta che il Piano avanza, al fine di regolamentare in modo efficace le installazioni pubblicitarie sul territorio, è quella di affidare ad uno o più concessionari la gestione della pubblicità sulle strutture di arredo urbano collocate sull'intero territorio comunale. Con l'affidamento in concessione si verrebbe a creare una nuova figura, cioè quella del "Concessionario per la gestione pubblicitaria delle strutture di arredo urbano e pubblicità esterna", avente diritto ad operare nell'installazione e nella gestione delle strutture di

² Risoluzione Min. Fin. n. 48/E/IV/7/609 del 1 Aprile 1996, naturalmente ove conforme alle caratteristiche richiamate nella suddetta risoluzione

arredo urbano e pubblicità esterna, a garanzia e nel pieno rispetto e responsabilità delle norme contenute nel Piano. Il rapporto nascente tra l'Amministrazione Comunale ed il concessionario per la gestione pubblicitaria sarà disciplinato da una convenzione e/o capitolato. Le norme contenute in tale convenzione e/o capitolato potranno essere eventualmente sostitutive oppure integrative a quelle del presente Piano.

Il rapporto di concessione di cui sopra conferirebbe all'Amministrazione, attraverso l'operato del concessionario, il pieno controllo delle installazioni presenti sul suolo pubblico ed all'interno della delimitazione del centro abitato. Al fine di ottenere un riordino su tutto il territorio sarebbe inoltre auspicabile che l'Amministrazione Comunale avanzasse richiesta agli altri Enti proprietari delle strade (Provincia, ecc...) di delega di competenza per il rilascio delle autorizzazioni per le strade statali e provinciali che attraversano l'intero territorio del Comune di Vinovo, qualora ciò non fosse già di competenza comunale. Questa 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 inoltre il concessionario diventa garante nei confronti dell'Amministrazione Comunale, della corretta interpretazione ed applicazione delle norme contenute nel Piano e, soprattutto, poiché più coinvolto rispetto ad una frammentata realtà composta da molte imprese con pochi impianti, è indotta una più attenta gestione della commessa vista l'importanza che rappresenta per il concessionario.

3.2 ISTITUZIONE DEL FUNZIONARIO RESPONSABILE PER LA PUBBLICITÀ

Al fine di ottimizzare i futuri interventi e di avere un punto di riferimento per tutte le problematiche del settore, il Piano propone l'individuazione all'interno del settore Edilizia Privata di un funzionario responsabile per la pubblicità, che verrà nominato dal Sindaco. Il funzionario responsabile avrà come ruolo principale quello 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. Sarà il funzionario individuato che prenderà in carico questo strumento e lo aggiornerà nel tempo con le modifiche o integrazioni che via - via si renderanno necessarie. Il funzionario ricoprirà il ruolo di responsabile per la pubblicità per periodi di quattro anni e potrà avvalersi dei pareri di ognuno degli uffici che si ritiene utile coinvolgere, ossia il settore tributi, il settore vigilanza urbana, il settore urbanistico, il settore viabilità, ecc. Sarà pertanto il funzionario responsabile a rilasciare l'autorizzazione per le istanze di nuova installazione o di modifica degli impianti considerati nel presente Piano, sentiti se necessari i pareri degli altri uffici competenti.

In sintesi i compiti del funzionario responsabile saranno:

1. esaminare le domande in ordine progressivo di numero di protocollo di registrazione d'ufficio
2. accertare la conformità della documentazione tecnica a quanto previsto nel presente Piano ed eventualmente prevedere la modulistica necessaria
3. proporre le eventuali modifiche al presente Piano e ritenute necessarie per rendere più utile e corretto l'utilizzo di questo strumento
4. convocare direttamente il richiedente e/o la ditta installatrice nell'eventuale necessità di acquisire chiarimenti
5. richiedere, per i casi di installazioni da collocarsi su edifici di particolare interesse storico-artistico, l'eventuale campionatura del materiale impiegato e del colore prescelto
6. prescrivere le modifiche ritenute necessarie affinché gli impianti possano inserirsi adeguatamente ed armoniosamente negli edifici e nell'ambiente
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 eventuali deroghe alle norme contenute nel presente Piano
9. istituire e mantenere il Registro delle autorizzazioni come previsto dal Nuovo Codice della Strada

4. CLASSIFICAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI

4.1 DEFINIZIONI

Al fine di definire le modalità di installazione degli impianti pubblicitari, essi sono inizialmente classificati come dall'art. 47 del Regolamento di esecuzione ed attuazione DPR 16 Dicembre 1992 n. 495, con le modifiche introdotte dal DPR 16 Settembre 1996 n. 610. La citata classificazione suddivide le tipologie di impianti pubblicitari nelle seguenti categorie:

Art. 47 Comma 1 - INSEGNA DI ESERCIZIO -

Si definisce “insegna di esercizio” la scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da simboli e da marchi, realizzata e supportata con materiali di qualsiasi natura, installata nella sede dell’attività a cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie alla stessa. Può essere luminosa sia per luce propria che per luce indiretta.

Art. 47 Comma 2 - PREINSEGNA -

Si definisce “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 un’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.

Art. 47 Comma 4 - CARTELLO -

Si definisce “cartello” un manufatto bidimensionale supportato da una idonea struttura di sostegno, con una sola o entrambe le facce finalizzate alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici sia direttamente, sia tramite sovrapposizione di altri elementi, quali manifesti, adesivi, ecc. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.

Art. 47 Comma 5 - STRISCIONE, LOCANDINA E STENDARDO -

Si definisce “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 anche in materiale rigido.

Art. 47 Comma 6 - SEGNO ORIZZONTALE RECLAMISTICO -

Si definisce “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.

Art. 47 Comma 7 - IMPIANTO PUBBLICITARIO DI SERVIZIO -

Si definisce “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 essere anche luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.

Si definisce “impianto di pubblicità o propaganda” qualunque manufatto finalizzato alla pubblicità o alla propaganda sia di prodotti che di attività e non individuabile secondo definizioni precedenti, né come 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

4.2 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.. E' 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, il funzionario responsabile per la pubblicità potrà stabilire la durata ammessa per ogni singola installazione che, in ogni caso, come previsto dall'Art. 53 comma 6 del Regolamento di esecuzione ed attuazione del Nuovo Codice della Strada, avrà durata di anni 3, rinnovabili tacitamente. Nel caso dell'istituzione della figura del concessionario citato in precedenza, la durata dell'autorizzazione potrà essere legata alla durata della convenzione stipulata.

4.3 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, la seguente tabella riassuntiva riunisce tutte le categorie sopra descritte ed individua la scheda del "Manuale per l'applicazione della normativa" (Allegato 2), parte integrante del Piano, che ne riassume le caratteristiche ai fini autorizzativi.

Tab. 1 – Tabella riassuntiva della classificazione degli impianti

Classificazione (art. 47 D.P.R. 16/9/96 n. 610)	Descrizione	Durata		Destinazione		Numero di scheda
		T	P	Ist.	Com	
Comma 2 – PREINSEGNA						
	Si sconsiglia l'utilizzo di questo tipo di mezzo all'interno del centro abitato e di sostituirlo con segnaletica ai sensi dell' Art. 134 D.P.R. 16/9/96 n. 610					
Comma 4 – CARTELLO						
	Cartelli con superficie $\leq 3 \text{ m}^2$	•	•	•	•	1, 2, 3, 4
	Cartelli con superficie $>3\text{m}^2 \leq 18 \text{ m}^2$		•	•	•	5, 6
	Tabelle murali con superficie $\leq 3 \text{ m}^2$		•	•	•	7, 8
	Tabelle murali con superficie $>3\text{m}^2 \leq 18 \text{ m}^2$		•	•	•	9, 10
Comma 5 - STRISCIONE, LOCANDINA E STENDARDO						
	Gonfalone, locandine, bandiere,.....	•	•	•	•	11,12,13
Comma 7 - IMPIANTO PUBBLICITARIO DI SERVIZIO						
	Impianti abbinati a pensilina		•	•	•	14
	Impianti adibiti a paline fermata autobus		•	•	•	15
	Impianti abbinati a transenne parapetonali		•	•	•	16
	Impianti abbinati ad elementi di arredo urbano		•	•	•	17
Comma 8 - IMPIANTI DI PUBBLICITA' O PROPAGANDA						
	Impianti speciali		•		•	18
	Cartelli a messaggio variabile		•		•	19
	Parete, megaposter e ponteggio	•		•	•	20

T = Temporanea; P = Permanente; Ist = Istituzionale; Com = Commerciale

5. CLASSIFICAZIONE DELLA VIABILITÀ

5.1 DEFINIZIONI

L'art. 2 comma 2 del Codice della Strada classifica gli elementi della struttura viaria in funzione delle loro caratteristiche costruttive, tecniche e funzionali nei seguenti tipi:

A) AUTOSTRADE

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 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. (Lettera così modificata dall'art. 1 del D.Lgs. 10 settembre 1993, n. 360, in vigore dal 1 settembre 1993).

B) STRADE EXTRAURBANE PRINCIPALI

Strada a carreggiate indipendenti o separate da spartitraffico invalicabile, ciascuna con elemento 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. (Lettera così modificata dall'art. 1 del D.Lgs. 10 settembre 1993, n. 360, in vigore dal 1 settembre 1993).

C) STRADE EXTRAURBANE SECONDARIE

Strada ad unica carreggiata con almeno una corsia per senso di marcia e banchina.

D) STRADE URBANE 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 estranee alla carreggiata entrambe con immissioni ed uscite concentrate. (Lettera così modificata dall'art. 1 del D.Lgs. 10 settembre 1993, n. 360, in vigore dal 1 settembre 1993).

E) STRADE URBANE 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.

F) STRADE LOCALI

Strada urbana od extraurbana opportunamente sistemata, ai fini di cui al comma 1 art. 2 del Nuovo Codice della Strada, non facente parte degli altri tipi di strade.

5.2 STRADE DEL TERRITORIO COMUNALE

L'art.2 del Nuovo Codice della Strada al comma 7 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 definito il centro abitato del Comune di Vinovo, le strade ricadenti all'interno del centro abitato sono considerate come strade di tipo "E" ed "F". Sempre l'art. 2 al comma 6 delega agli organi regionali competenti la classificazione delle strade comunali esistenti e di nuova costruzione. In attesa dell'emanazione del decreto di classificazione, in adempimento ai disposti dell'ottavo comma del medesimo articolo, la viabilità veicolare del Comune di Vinovo è classificata come da deliberazione del C.C. n. 102 del 3/12/1997.

5.3 DELIMITAZIONE DEL CENTRO ABITATO

Il centro abitato è definito come 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 Vinovo, attualmente in vigore, risulta essere quella approvata con delibera G.C. n. 216 del 2/12/1998, che integra la precedente delibera G.C. n. 324 del 24/6/1993.

Nella cartografia della Zonizzazione del Piano, allegata al presente, è comunque possibile individuare graficamente l'area considerata come centro abitato.

5.4 CENTRO ABITATO: RIDEFINIZIONE DELLE STRADE DI TIPO C / D

Ai fini del presente Piano le strade di tipo C, nel tratto di attraversamento del centro abitato, sono considerate come strade urbane di tipo "E".

6. DEROGHE ALLE DISTANZE PREVISTE DAL NUOVO CODICE DELLA STRADA

In base al contenuto dell'art. 23 comma 6 del Nuovo Codice della Strada, i comuni hanno la facoltà di concedere deroghe, all'interno dei centri abitati 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 Regolamento di esecuzione ed attuazione del Nuovo Codice della Strada, art. 51 comma 4, stabilisce inoltre che la distanza dal limite della carreggiata, all'interno dei centri abitati, è fissata dal Regolamento comunale, sempreché siano rispettate le disposizioni dell'art. 23 comma 1 del Nuovo Codice della Strada. 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 ammesse riportate nell'allegato 1 "Manuale per l'applicazione della normativa", secondo la zona omogenea di appartenenza ed 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 nel manuale, ad eccezione di quella dalla carreggiata, sono da aumentare del 50%.

7. SUDDIVISIONE DEL TERRITORIO IN ZONE OMOGENEE

La suddivisione del territorio comunale in zone omogenee ai fini del rispetto dell'ambiente e dell'arredo urbano, parte dalla delimitazione del centro abitato. La zona definita centro abitato è quindi ulteriormente suddivisa in altre aree.

7.1 ZONE SITUATE ENTRO IL LIMITE DEL CENTRO ABITATO

All'interno di questa delimitazione è possibile distinguere un'ulteriore suddivisione nelle seguenti aree:

Zona A - Zone sottoposte a vincoli

La zona A è rappresentata dalle zone ed edifici sottoposti a vincoli o a salvaguardia ambientale.

Rientrano in questa zona le seguenti zone come da PRGC:

- Edifici vincolati D.P.R. 490/99
- Edifici segnalati ai sensi dell'art. 24 L.u.r. 56/77
- Aree vincolate ai sensi del D.P.R. 490/99
- Zone agricole di salvaguardia ambientale

Sono da considerare in questa zona sia gli edifici vincolati sia le relative aree di pertinenza. Nel caso in cui una struttura sia installata in zona non vincolata ma oscuri la visuale su una parte compresa nella zona A, l'amministrazione si riserva la facoltà di sottoporre la struttura in questione al rispetto delle norme previste dal Piano per la zona A.

Zona B - Zona di attenzione

Si definiscono zone di attenzione le zone facenti parte di insediamenti di antico impianto e zone da preservare e valorizzare sotto l'aspetto storico, culturale, sociale e turistico.

Rientrano in queste zone:

- Zona I.U.A. (antico nucleo centrale)
- Zona oggetto del P.Q.U.

Le strade collocate sul perimetro della zona di attenzione rientrano in tale zona per quanto attiene tutti i manufatti pubblicitari da collocarsi su entrambi i lati delle stesse, fino ad una distanza di 5 metri dai fili esterni dei fabbricati, verso il limite esterno della zona. Nel caso in cui una struttura sia installata in altra zona ma oscuri la visuale su una parte compresa nella zona B, l'amministrazione si riserva la facoltà di sottoporre la struttura in questione al rispetto delle norme previste dal Piano per la zona B.

Zona C - Zone di interesse collettivo

Sono le zone con destinazione prevalente ad attrezzature di pubblico interesse.

Zona D - Zona a regolamentazione selettiva

Sono le zone destinate a complessi insediativi residenziali, misti, per il terziario (commercio, servizi, alberghi), nonché le zone degli insediamenti consolidati con destinazione prevalentemente produttiva, anche con caratteristiche commerciali e terziarie.

Rientrano in questa zona le seguenti zone come da PRGC:

- TT
- BM
- BI
- BC
- CC
- DM
- DI

Zona E - Restante zona di territorio comunale e centro abitato

Sono zone di edilizia prevalentemente residenziale consolidata, rappresentate sul territorio per differenza delle zone su citate e comunque comprese all'interno o all'esterno del centro abitato, che non presentano particolari esigenze di regolamentazione.

In aggiunta alle zone citate, sempre all'interno del centro abitato, è prevista la possibilità di predisporre un circuito utilizzabile per l'inserimento di pubblicità temporanea commerciale (locandine, stendardi, paline, ecc.). La collocazione di questa tipologia di mezzi è ammessa nelle principali vie di accesso comunali, con esclusione dei tratti di strada ricadenti all'interno delle zone "A" e "B".

7.2 ZONE SITUATE AL DI FUORI DEL 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 D. Lgs. 285/1992 (Nuovo Codice della Strada) e relativo Regolamento di esecuzione ed attuazione DPR 16 Dicembre 1992 n. 495, con le modifiche introdotte dal DPR 16 Settembre 1996 n. 610. Oltre a quanto sopra saranno da considerare, qualora esistenti, eventuali vincoli come da DPR 490/99.

8. CRITERI GENERALI PER LE NUOVE INSTALLAZIONI

I criteri guida da considerare per le nuove installazioni dovranno in ogni caso rappresentare elementi di garanzia relativamente ai temi:

- della sicurezza
- del decoro
- della funzionalità
- del rispetto della normativa.

8.1 SICUREZZA

E' 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.

8.2 DECORO

Le norme indicate nel Piano dovranno garantire, per i principi stessi ai quali ci si è ispirati nella sua redazione, che i mezzi pubblicitari presenti sul territorio comunale non si pongano come elementi di disturbo all'estetica dell'ambiente 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 cura da parte degli uffici competenti affinché gli impianti da installare siano tutti omogenei ed uniformi dal punto di vista delle forme e cromatico, evitando il posizionamento di impianti di formati diversi negli stessi luoghi.

8.3 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, soddisfare nel miglior modo possibile le peculiari esigenze della realtà locale.

8.4 NORMATIVA

Il ripristino e le nuove installazioni dovranno recepire integralmente la normativa prevista e citata precedentemente, oltre ai criteri ed alle deroghe stabilite dal presente Piano.

TITOLO 2 - LA PUBBLICITA' ESTERNA

9. PREMESSA

In questa seconda parte del Piano sono trattati gli impianti adibiti all'esposizione di messaggi pubblicitari sia sottoforma di cartelli o altra struttura, sia abbinati ad elementi di arredo urbano quali cestini portarifiuti, pensiline fermata autobus, ecc., ovvero quelli classificati dal comma 2, 4, 5, 7 e 8 dell'art. 47 del Regolamento di esecuzione ed attuazione del Nuovo Codice della Strada, ad eccezione delle insegne di esercizio (non considerate nel presente Piano) e degli impianti destinati alle pubbliche affissioni (oggetto del successivo titolo).

10. NORME GENERALI DI INSTALLAZIONE

Il posizionamento di qualsiasi mezzo pubblicitario, indipendentemente da altre normative, dovrà in ogni caso rispettare le seguenti prescrizioni di massima relative agli argomenti di seguito illustrati:

10.1 FORMA E COLORE

I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari devono avere sagoma rettangolare, che in ogni caso non può essere quella di disco, triangolo o ottagono. L'uso del colore rosso negli spazi pubblicitari è ammesso con particolare cautela.

10.2 MATERIALI

I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari devono essere esclusivamente realizzati con materiali non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici.

10.3 STRUTTURA

Le strutture di sostegno e di fondazione devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento, saldamente realizzate ed ancorate, sia globalmente che nei singoli elementi. Nel caso in cui anche il retro della struttura sia visibile esso dovrà essere rifinito ed oggetto di manutenzione alla stessa stregua dell'impianto.

Qualora le suddette strutture costituiscano manufatti la cui realizzazione e posa in opera sia regolamentata da specifiche norme, l'osservanza delle stesse e l'adempimento degli obblighi da queste previste deve essere documentato prima del ritiro dell'autorizzazione.

10.4 DISTANZE

Tutte le distanze che devono essere rispettate dagli impianti pubblicitari saranno misurate dalle estremità degli impianti stessi nella direzione del senso di marcia. Le distanze relative a monumenti ed opere d'arte in genere sono richieste unicamente se l'impianto entra, da qualsiasi posizione, nel campo visivo dell'elemento da rispettare. Tali distanze saranno chieste ed inserite come prescrizione autorizzativa da parte del funzionario responsabile che analizzerà il singolo caso, previo nulla osta, ove necessario, da parte dell'ente di tutela.

10.5 ILLUMINAZIONE

Tutti gli impianti luminosi dovranno rispettare le norme e le prescrizioni previste in materia di risparmio energetico e di lotta all'inquinamento luminoso.

Nessun impianto potrà avere luce intermittente, né di intensità luminosa superiore a 150 candele per m², o che comunque provochi abbagliamento. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari luminosi devono avere una sagoma rettangolare che, in ogni caso, non può essere quella di disco, triangolo o ottagono.

L'utilizzo della croce rossa luminosa è consentita esclusivamente nelle fattispecie previste dalle specifiche normative. All'interno dei centri abitati, nel caso di impianti luminosi o illuminati, tutte le distanze indicate nel presente Piano dovranno essere aumentate del 50%.

L'impianto elettrico di ciascuna struttura pubblicitaria dovrà essere dotato di una protezione contro i contatti indiretti mediante trasformatore di isolamento di Classe II, di protezione contro i cortocircuiti e i sovraccarichi a mezzo di interruttori magneto - termici che isolino l'impianto elettrico dell'impianto pubblicitario in caso di anomalia, in modo tale da evitare ogni tipo di interferenza sulla linea di alimentazione.

Ogni eventuale scavo che si renda necessario eseguire per l'esecuzione dei collegamenti sarà a carico della ditta richiedente la quale si impegna a ripristinare il suolo a regola d'arte.

10.6 POSIZIONAMENTO

Il posizionamento dei mezzi pubblicitari, dovrà avvenire in modo tale da consentire sempre la perfetta visibilità degli impianti semaforici a partire da una distanza minima di 50 metri. Gli impianti non potranno essere posti diagonalmente rispetto alla strada. Nel caso in cui per motivi tecnici il posizionamento diagonale sia inevitabile, gli impianti dovranno rispettare le prescrizioni più restrittive, ovvero quelle riferite agli impianti collocati perpendicolarmente al senso di marcia.

I mezzi pubblicitari collocati "a bandiera", ovvero posti perpendicolarmente al senso di marcia, qualora non sporgano all'interno della carreggiata, dovranno avere il margine inferiore ad un'altezza non inferiore a m. 2,2 dal piano stradale o dal marciapiede; nel caso in cui prospettino sulla carreggiata, dovranno essere posti ad un'altezza minima dal suolo di m. 5,2. E' comunque vietata l'installazione di mezzi per la pubblicità permanente in corrispondenza di intersezioni, cunette o dossi, sui cavalcavia e loro rampe, sui parapetti stradali, sulle banchine di sicurezza e sugli altri dispositivi laterali di protezione e segnalamento.

10.7 LIMITAZIONI E DIVIETI

Nell'ambito e in prossimità dei luoghi sottoposti a vincoli di tutela di bellezze naturali, paesaggistiche e ambientali non può essere autorizzato il collocamento di cartelli o altri mezzi pubblicitari se non con il previo consenso di cui all'art. 14 della legge 29 Giugno 1939, n. 1497 e successive modifiche ed integrazioni. Sugli edifici e nei pressi di luoghi di interesse storico ed artistico, su statue, monumenti, fontane monumentali, mura e porte della città e sugli altri beni di cui all'art. 22 della legge 1 Giugno 1939, n. 1089 e s.m.i., sul muro di cinta e nella zona di rispetto dei cimiteri, sugli edifici adibiti a sede di ospedali e chiese e nelle loro immediate adiacenze, è vietato collocare cartelli ed altri mezzi di pubblicità. Può essere autorizzata l'apposizione, sugli edifici suddetti e sugli spazi adiacenti, di targhe ed altri mezzi di indicazione, di materiale, dimensione e stile compatibile con le caratteristiche architettoniche degli stessi e dell'ambiente nel quale sono inseriti.

Nelle località di cui sopra e sul percorso d'immediato accesso agli edifici può essere invece autorizzata l'installazione, con idonee modalità di inserimento ambientale, dei segnali di localizzazione, turistici e di informazione di cui agli artt. 131-136 del Regolamento emanato con il DPR 16 settembre 1996, n. 610.

E' preferibile non utilizzare alberi, pali adibiti ad altri usi o strutture provvisorie per l'apposizione di striscioni, standardi, gonfaloni, bandiere, ecc.. Il singolo caso sarà oggetto di valutazione da parte del funzionario responsabile.

Ai sensi dell'art. 51 del Regolamento di attuazione del Nuovo Codice della Strada si stabilisce che all'interno del centro abitato i cartelli e altri mezzi pubblicitari a messaggio variabile, collocati in posizione trasversale al senso di marcia dei veicoli, non potranno avere un periodo di variabilità inferiore a tre minuti tra un messaggio ed il successivo.

11. DISCIPLINA DELL'INSTALLAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI NELL'AMBITO DEL CENTRO ABITATO, LIMITATAMENTE ALLE STRADE DI TIPO E - F

11.1 NORMATIVA GENERALE DI ZONA

In questo capitolo vengono individuati quali mezzi ed impianti pubblicitari possono essere collocati in ciascuna zona territoriale omogenea, come precedentemente identificata, all'interno del centro abitato. In aggiunta a quanto previsto dal Piano, per le strade di tipo A e B e pertinenze comprese (attualmente non esistenti con tale classificazione), valgono le norme del Codice della Strada e relativo Regolamento di attuazione. Tali prescrizioni saranno illustrate nel prossimo capitolo.

Su tutto il territorio delimitato Centro Abitato, è permessa l'installazione di transenne parapetonali, ai sensi dell'art. 51 del DPR 16 Dicembre 1992 n. 495, con le modifiche introdotte dal DPR 16 Settembre 1996 n. 610.

Ai fini della segnaletica direzionale privata è consigliato, su tutto il territorio comunale, l'utilizzo delle indicazioni come dall'art. 134 del Regolamento di attuazione e di esecuzione del Nuovo Codice della Strada, in sostituzione all'utilizzo di preinsegne. Questa scelta evita la proliferazione di segnaletica con colori e tipologie varie, situazione che andrebbe a svantaggio della circolazione stradale. In ogni caso la segnaletica privata non deve creare confusione con la segnaletica stradale pubblica. Se le strutture sono installate su marciapiede, devono essere rispettate le distanze utili previste dai regolamenti per il passaggio di disabili ed in ogni caso non compromettere la funzionalità del marciapiede.

11.2 NORMATIVA SPECIFICA DI ZONA

Per quanto riguarda i messaggi pubblicitari esposti su tutto il territorio comunale devono essere assolutamente rispettati i principi di rispetto della dignità, del pubblico pudore, della decenza e di rispetto per la posizione delle persone che frequentano tale zona.

L'Amministrazione Comunale si riserva di consultare l'Autorità sulla Pubblicità per tutte quelle situazioni che presentano motivazioni di oltraggio ai principi di cui sopra ed esposti sull'intero territorio comunale.

Zona A - Zone sottoposte a vincoli

All'interno di questa è ammessa l'installazione dei mezzi pubblicitari considerati nel presente Piano, solo previo nulla osta da parte del competente ente di tutela. Nel caso in cui la struttura sia visibile in prospettiva e copra una parte di zona sottoposta a vincolo, dalla documentazione fotografica da produrre in fase di autorizzazione, si dovrà evincere chiaramente la visuale nei confronti dell'area vincolata.

Zona B - Zona di attenzione

All'interno di questa zona è permessa l'installazione dei mezzi pubblicitari come visibile dall'allegato "Manuale per l'applicazione della normativa".

Nel nucleo antico e nella zona oggetto del PQU, sarà preferibile procedere con progetti organici anziché singoli interventi. Dovrà essere posta particolare attenzione affinché non vengano a mancare le possibilità di comunicazione richieste dalle attività e le necessità di decoro e rivalutazione dell'area. In questa zona vi sarà una maggiore discrezionalità dell'amministrazione comunale e degli uffici competenti nell'esprimere eventuali motivati dinieghi o prescrizioni al rilascio di autorizzazioni. In ogni caso non si ritiene opportuno limitare eccessivamente la collocazione di mezzi in questa zona ma, piuttosto, impiegare soluzioni originali ed innovative che possano contribuire a valorizzarne le caratteristiche.

Zona C - Zone di interesse collettivo

Qualsiasi mezzo o impianto pubblicitario da collocare nella zona C dovrà essere realizzato ed installato in modo da armonizzarsi per forma e colore, con l'ambiente circostante. L'impianto ed il messaggio contenuto dovrà inoltre rispettare la morale delle persone frequentanti i luoghi compresi in questa zona. Anche per questa zona è concessa una maggiore discrezionalità all'amministrazione comunale ed agli uffici competenti nell'esprimere eventuali motivati dinieghi o prescrizioni al rilascio di autorizzazioni. Nelle zone adibite ad impianti sportivi sarà gradita la predisposizione di progetti particolareggiati che possano utilizzare al massimo le caratteristiche dell'area considerata e compensare le limitazioni imposte nella restante parte del territorio.

Zona D - Zone a regolamentazione selettiva

E' ammessa l'installazione di tutti i mezzi pubblicitari classificati nel presente Piano, quindi anche mezzi di pubblicità temporanea privata, con particolare attenzione ad evitare un eccessivo affollamento di impianti con superficie espositiva uguale o superiore a m² 18 per ogni singola facciata. (Poster). Come detto in precedenza, ai fini della segnaletica privata particolarmente richiesta in queste aree, si consiglia l'utilizzo di mezzi come definiti all'art. 134 del Regolamento di attuazione e di esecuzione del Nuovo Codice della Strada. In questa zona, soprattutto per le microaree a destinazione industriale, è pertanto preferibile agevolare la collocazione di segnaletica, a scapito della presenza di mezzi puramente pubblicitari.

Zona E - Restante zona di territorio comunale e centro abitato

E' ammessa l'installazione di tutti i mezzi pubblicitari classificati nel presente Piano, con particolare attenzione ad evitare un eccessivo affollamento di impianti con superficie espositiva uguale o superiore a m² 18 per ogni singola facciata. (Poster)

Pubblicità temporanea commerciale

E' ammessa nelle principali vie di accesso comunali, in blocchi composti al massimo da n. 10 mezzi distanti m 5 uno dall'altro nel caso di impianti collocati al suolo ed venti dimensioni massime di cm 140 x 200. Altre tipologie di strutture saranno valutate caso per caso dal funzionario responsabile.

12. DISCIPLINA DELL'INSTALLAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI AL DI FUORI DEL CENTRO ABITATO

12.1 NORMATIVA GENERALE DI ZONA

In queste zone è ammessa l'installazione di tutti i mezzi pubblicitari, nel rispetto delle norme di cui al successivo paragrafo e delle limitazioni previste al comma 7 Art. 23 del Nuovo Codice della strada..

12.2 NORMATIVA SPECIFICA DI ZONA

I mezzi pubblicitari, come definiti all'art. 47 del Regolamento di esecuzione ed attuazione dell'art. 23 del Codice della Strada ed al capitolo precedente del presente Piano, al di fuori dei centri abitati ed all'interno degli stessi, ma limitatamente alle strade di tipo A e B, dovranno osservare le prescrizioni stabilite dall'art. 23 del Nuovo Codice della Strada e dagli articoli 48, 49, 50, 51, 52 del relativo Regolamento di attuazione. Tali norme vengono di seguito richiamate, con alcune precisazioni.

12.2.1 DIMENSIONI

I mezzi pubblicitari non dovranno superare la superficie di m² 6.

12.2.2 CARATTERISTICHE

I mezzi pubblicitari devono rispettare, oltre quanto previsto nel Nuovo Codice della Strada, le prescrizioni di cui ai Titoli "Caratteristiche costruttive ed estetiche degli impianti per la pubblicità esterna" e "Norme generali di installazione".

12.2.3 UBICAZIONI E POSIZIONAMENTO

Il posizionamento di cartelli e di altri mezzi pubblicitari deve essere autorizzato ed effettuato nel rispetto delle distanze minime indicate all'art. 51 comma 2 del Regolamento di attuazione dell'art. 23 del Nuovo Codice della Strada. Le distanze citate all'indicato comma 2, ad eccezione di quelle relative alle intersezioni ed alla distanza dal limite della carreggiata, non si applicano per i mezzi pubblicitari collocati parallelamente al senso di marcia e/o in aderenza a fabbricati esistenti o come delimitazioni dei cantieri.

Lungo le strade ed in prossimità delle stesse, è ammessa la posa in opera di cartelli o altri mezzi pubblicitari abbinati alla prestazione di servizi utili per gli utenti della strada quali orologi, contenitori per rifiuti, panchine, (negli spiazzi con parcheggio), e pensiline, transenne parapetonali ed altro. Nel caso in cui ciascun cartello abbinato ad un servizio abbia una superficie di esposizione inferiore a 1 m² per facciata, fino ad un massimo di 2 facciate, non si applicano le distanze rispetto ai cartelli ed agli altri mezzi pubblicitari.

13. UBICAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI NELLE STAZIONI DI SERVIZIO E NELLE AREE DI PARCHEGGIO

Nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio possono essere collocati, fatte salve le prescrizioni previste per le zone omogenee come precedentemente definite, cartelli e mezzi pubblicitari la cui superficie complessiva non superi il 5% delle aree occupate dalle stazioni di servizio e dalle aree di parcheggio. Le strutture non dovranno essere collocate lungo il fronte stradale, lungo le corsie di accelerazione e decelerazione e in corrispondenza degli accessi.

Nelle aree di parcheggio è ammessa, in eccedenza alle superfici computate in misura percentuale, la collocazione di altri mezzi pubblicitari abbinati alla prestazione di servizi entro il limite di m² 2 per ogni struttura.

14. CARATTERISTICHE ESTETICO-COSTRUTTIVE DEGLI IMPIANTI PER PUBBLICITÀ ESTERNA

Tutti gli impianti da installare dovranno di massima essere conformi alle seguenti caratteristiche costruttive:

Le strutture (supporti, montanti o sostegni in genere) avranno sezione circolare o simile e dovranno essere realizzate esclusivamente in metallo (preferibilmente alluminio), verniciati con polveri di poliestere o ossidazione elettrolitica. Le eventuali parti in ferro visibili dovranno essere verniciate previo trattamento di zincatura.

I cartelli utilizzati tramite l'affissione di manifesti dovranno essere dotati di una cornice metallica e di una superficie, per l'affissione del manifesto, in lamiera zincata zenzimir. I cartelli costituiti da una bacheca con anta apribile, siano essi luminosi o no, dovranno essere tamponati con vetro stratificato di spessore minimo mm 6 o, in alternativa, con policarbonato antisfondamento di spessore minimo mm 5.

Tutti gli impianti pubblicitari potranno essere dotati alla sommità di una cimasa idonea a segnalare la tipologia dell'impianto e recante il nome del comune. Nel caso di impianti privati potrà essere inserito il marchio o logotipo della società titolare dell'autorizzazione o concessionaria.

15. AUTORIZZAZIONI

L'installazione di tutti i mezzi pubblicitari è soggetta al rilascio della necessaria autorizzazione.

Quando i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari collocati su una strada sono visibili da un'altra strada appartenente ad ente diverso, il rilascio dell'autorizzazione è subordinato al preventivo nulla osta tecnico di quest'ultimo. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari posti lungo le sedi ferroviarie, quando visibili dalla strada, sono soggetti alle disposizioni della presente norma e la loro collocazione viene autorizzata dall'ente proprietario, previo nulla osta dell'ente proprietario della strada.

Fermo restando quanto previsto dal presente Piano, l'autorizzazione per l'installazione di impianti pubblicitari su suolo privato comporta il nulla osta da parte del proprietario del suolo o del bene.

Per tutti i mezzi e gli impianti da installare fuori dalla perimetrazione del Centro Abitato, si rimanda interamente alle prescrizioni contenute nell'art. 53 del Regolamento di attuazione dell'art. 23 del Nuovo Codice della Strada.

15.1 AUTORITÀ COMPETENTE

L'autorizzazione al posizionamento di cartelli e di altri mezzi pubblicitari lungo le strade o in vista di esse è rilasciata, all'esterno del centro abitato, dall'ente proprietario della strada.

L'autorizzazione al posizionamento di cartelli o di altri mezzi pubblicitari all'interno dei centri abitati, o all'esterno ma per le sole strade comunali, è rilasciata dal comune previo eventuale nulla-osta tecnico da parte di altri enti proprietari delle strade.

15.2 DOCUMENTAZIONE

Il soggetto interessato al rilascio di un'autorizzazione per l'installazione di altri mezzi pubblicitari, deve presentare la relativa domanda allegando in duplice copia:

- Un elaborato grafico delle viste dell'impianto con l'indicazione di materiali e misure e di una planimetria indicante il sito di installazione, comprensiva di rilievo fotografico del contesto urbano adiacente. Per le posizioni su edifici, le fotografie devono essere tali da consentire una completa visione di basamento e facciata, con gli eventuali altri impianti pubblicitari esistenti
- Un'autodichiarazione, redatta ai sensi del D.P.R. 28 Dicembre 2000, n. 445, 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
- Nel caso di impianti che utilizzino circuiti elettrici, il progetto va completato con l'autodichiarazione della sua conformità a tutta la normativa vigente in materia
- Il nulla osta tecnico dell'Ente proprietario della strada, se la stessa non è comunale e, in ogni caso, na dichiarazione liberatoria degli eventuali terzi interessati, siano essi soggetti pubblici o privati
- Copia del bozzetto grafico. Se l'autorizzazione viene richiesta per più mezzi aventi lo stesso bozzetto e caratteristiche, è da allegare una sola copia dello stesso

Per l'installazione di più mezzi pubblicitari è presentata una sola domanda ed una sola autodichiarazione. Per successive domande può essere ritenuta valida la prima autodichiarazione presentata.

15.3 RILASCIO DELL'AUTORIZZAZIONE

Il funzionario responsabile entro i 60 giorni successivi, concede o nega l'autorizzazione. Essa dovrà essere intestata al soggetto richiedente. In caso di diniego, questo deve essere motivato. Trascorsi 60 giorni dalla presentazione della richiesta senza che sia stato emesso alcun provvedimento e fatto salvo quanto al successivo paragrafo, l'interessato può procedere all'installazione del mezzo pubblicitario previa presentazione, in ogni caso, della dichiarazione ai fini dell'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del rispetto di tutte le norme necessarie. E' comunque sempre necessario il rilascio del provvedimento autorizzativo da parte del Comune per i mezzi pubblicitari da installare all'interno delle zone "A" e "B" e/o che richiedono pareri da parte di altri enti (ANAS, Provincia, Sovrintendenza, ecc..), in assenza del quale non è possibile procedere all'installazione del mezzo pubblicitario ancorché decorsi i termini per il consenso tacito. Qualora il soggetto titolare dell'autorizzazione, decorsi almeno tre mesi, fermo restando la durata della stessa, intenda variare il messaggio pubblicitario esposto, per un impianto del tipo permanente, deve farne domanda allegando il bozzetto del nuovo messaggio al funzionario responsabile, il quale è tenuto a rilasciare l'autorizzazione entro i successivi trenta giorni, decorsi i quali si intende comunque rilasciata.

15.4 DURATA

Salva diversa indicazione, l'autorizzazione all'installazione di cartelli o di mezzi pubblicitari permanenti ha validità per un periodo di tre anni ed è rinnovabile tacitamente per ulteriori tre anni. La successiva proroga dovrà invece essere richiesta, a mezzo raccomandata, entro mesi sei dalla data di scadenza.

15.5 CORRISPETTIVO

Il corrispettivo che il soggetto richiedente deve versare per il rilascio dell'autorizzazione, è determinabile da parte dello stesso soggetto in conformità all'elenco prezzi annuale stabilito dal tariffario comunale.

15.6 OBBLIGHI DEL TITOLARE DELL'AUTORIZZAZIONE

E' fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione di:

- Rispettare nell'effettuare la pubblicità le norme di sicurezza prescritte dai Regolamenti Comunali, dal Nuovo Codice della Strada e dal presente Piano
- Verificare periodicamente il buono stato di conservazione dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari, delle relative strutture di sostegno ed effettuare tempestivamente tutti gli interventi necessari al loro ripristino in caso di danneggiamento, usura, pulizia da fregi o graffi.
- Adempiere nei tempi richiesti a tutte le prescrizioni impartite dall'Ente competente ai sensi dell'art. 405, comma 1 del Regolamento di esecuzione ed attuazione dell'art. 228 del Nuovo Codice della Strada, al momento del rilascio dell'autorizzazione o anche successivamente per intervenute e motivate esigenze
- Procedere alla rimozione nel caso di scadenza naturale, decadenza o revoca dell'autorizzazione o insussistenza delle condizioni di sicurezza previste all'atto dell'installazione o di motivata richiesta da parte dell'Ente competente al rilascio
- Stipulare idonea polizza assicurativa per la responsabilità civile verso terzi avente durata pari al periodo autorizzato.

E' fatto inoltre obbligo, al titolare dell'autorizzazione rilasciata per la posa di mezzi temporanei, di provvedere alla rimozione degli stessi entro le ventiquattro ore successive alla conclusione della manifestazione o dello spettacolo per il cui svolgimento sono stati autorizzati, ripristinando il preesistente stato dei luoghi ed il preesistente grado di aderenza delle superfici stradali qualora i mezzi non facciano parte di impianti fissi adibiti all'esposizione di spazi temporanei.

15.7 TARGHETTE DI IDENTIFICAZIONE

Su ogni cartello o mezzo pubblicitario autorizzato dovrà essere saldamente fissata, a cura e spese del titolare dell'autorizzazione, una targhetta preferibilmente metallica ed incisa oppure serigrafata in modo indelebile, posta in posizione facilmente accessibile e visibile, sulla quale sono riportati i seguenti dati

- Amministrazione rilasciante
- Soggetto titolare
- Numero dell'autorizzazione
- Progressiva chilometrica del punto di installazione (se disponibile)
- Data di scadenza dell'autorizzazione
- Numero dell'impianto (nel caso in cui fosse stato assegnato dal richiedente a seguito della presentazione di un progetto organico di installazioni)

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

15.8 VIGILANZA

Gli enti proprietari delle strade, l'Amministrazione Comunale ed il concessionario per la gestione della pubblicità, nell'ambito dei centri abitati, sono tenuti a vigilare, per mezzo del loro personale competente, sulla corretta realizzazione e sull'esatto posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari rispetto a quanto autorizzato. Gli stessi enti sono obbligati a vigilare anche sullo stato di conservazione e sulla buona manutenzione dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari oltre che sui termini di scadenza delle autorizzazioni concesse.

Qualunque inadempienza venga rilevata da parte del personale incaricato della vigilanza, dovrà essere contestata a mezzo di specifico verbale al soggetto titolare dell'autorizzazione che deve procedere entro il termine fissato. Decorso tale termine l'ente proprietario, valutate le osservazioni avanzate dal soggetto, entro quindici giorni, può provvedere d'ufficio, rivalendosi per le spese sul soggetto titolare dell'autorizzazione, oppure procedere alla rimozione dell'impianto in causa.

Limitatamente al disposto dell'art. 23, comma 3, del Nuovo Codice della Strada la vigilanza può essere svolta, nell'ambito delle rispettive competenze, anche da funzionari dei Ministeri dell'Ambiente e dei Beni Culturali, i quali trasmettono le proprie segnalazioni all'Ente proprietario della strada per i provvedimenti di competenza.

Tutti i messaggi pubblicitari e propagandistici che possono essere variati senza autorizzazione ai sensi dell'art. 53, comma 8 e 9, se non rispondenti al disposto dell'art. 23, comma 1, del Nuovo Codice della Strada, devono essere rimossi entro le quarantotto ore successive alla notifica del verbale di contestazione, a cura e spese del soggetto titolare dell'autorizzazione o del concessionario. In caso di inottemperanza si procede d'ufficio rivalendosi per le spese sul soggetto titolare dell'autorizzazione o del concessionario.

Tutti i mezzi, esposti difformemente dalle autorizzazioni rilasciate, dovranno essere rimossi previa contestazione scritta, a cura e spese del soggetto titolare dell'autorizzazione o del concessionario, entro il termine di quarantotto ore dalla diffida pervenuta. In caso di inottemperanza si procede d'ufficio o tramite il concessionario per la pubblicità, rivalendosi per le spese sostenute sul soggetto titolare dell'autorizzazione.

15.9 RIMOZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI ABUSIVI

Gli impianti installati senza aver inoltrato e/o ottenuto la prevista autorizzazione all'installazione, sono abusivi. Sono da ritenersi abusivi anche quegli impianti per i quali si è provveduto alla revoca dell'autorizzazione o non conformi alle disposizioni del presente Piano.

Ai sensi della Legge 7 Dicembre 1999, n. 472, art. 30, in caso di installazioni abusive o in contrasto con quanto contenuto nel Piano, il Comune diffida l'autore della violazione ed il proprietario o possessore del suolo privato, nei modi di legge, a rimuovere il mezzo pubblicitario a loro spese e non oltre il termine di dieci giorni dalla data di comunicazione dell'atto. Decorso il suddetto termine, il Comune provvede ad effettuare la rimozione del mezzo pubblicitario ed alla sua custodia ponendo i relativi oneri a carico dell'autore della violazione e, in via tra loro solidale, del proprietario o possessore del suolo. Nello stesso modo si procede per la rimozione di mezzi pubblicitari installati nelle zone sottoposte a vincolo o nella zona "B". Nel caso in cui i mezzi pubblicitari siano installati su suolo demaniale ovvero rientrante nel patrimonio del comune o nel caso in cui la loro ubicazione lungo strade e fasce di pertinenza costituisca pericolo per la circolazione, in quanto in contrasto con le disposizioni contenute nel Piano, il Comune esegue senza indugio la rimozione del mezzo pubblicitario. Successivamente alla stessa il comune trasmette la nota delle spese al prefetto che emette ordinanza – ingiunzione di pagamento. Tale ordinanza costituisce titolo esecutivo ai sensi di legge.

15.10 SANZIONI AMMINISTRATIVE

Qualunque violazione del presente Piano, sarà sottoposta alle sanzioni previste dal Regolamento comunale per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e diritto sulle pubbliche affissioni, Titolo VI e delle sanzioni previste dal Nuovo Codice della Strada.

16. NORME TRANSITORIE

I mezzi pubblicitari installati sulla base di autorizzazioni in essere all'entrata in vigore del presente Piano e non rispondenti alle disposizioni dello stesso, dovranno essere adeguati alla nuova normativa al momento della richiesta di rinnovo della stessa.

Nel caso in cui l'Amministrazione scelga l'affidamento in concessione esclusiva della pubblicità sul territorio, le procedure per l'adeguamento di eventuali impianti che non saranno rimossi saranno stabilite in fase di attuazione del contratto di esclusiva.

Per i mezzi pubblicitari per cui, in base alle distanze minime previste, occorre provvedere ad uno spostamento, si procede per ogni lato della strada nella direzione del senso di marcia, effettuando gli spostamenti unicamente negli interspazi risultanti tra i successivi punti di riferimento (intersezioni, segnali stradali, ecc.). Gli impianti pubblicitari autorizzati in precedenza e che non possono più trovare collocazione devono essere rimossi e collocati in altro tratto stradale disponibile solo dopo il rilascio di una nuova autorizzazione per la diversa posizione, fermi restando la durata e gli importi già corrisposti per l'autorizzazione originaria.

TITOLO 3 - LE PUBBLICHE AFFISSIONI

17. LO STATO ATTUALE

In relazione al Regolamento comunale approvato con deliberazione C.C. n. 55 del 24/6/1994, modificato con deliberazione del C.C. n. 77 del 20/12/1996, modificato con deliberazione del C.C. n. 14 del 20/1/2000 (ex D. Lgs. 15 Novembre 1993, n. 507), si è proceduto ad un censimento degli impianti utilizzati per le pubbliche affissioni, effettuato nel mese di marzo 2003 ed a un successivo adeguamento dell'impiantistica in base ai quantitativi indicati nel Regolamento stesso ed in base alle superfici richieste per la prestazione di un soddisfacente servizio.

Si ritiene di poter affermare che la situazione attuale di copertura del territorio con pubbliche affissioni risulta essere insufficiente. Esistono infatti zone interamente scoperte dal punto di vista della presenza di impianti e la superficie totale è inferiore ai quantitativi minimi previsti dal D.Lgs n. 507. Saranno pertanto soprattutto queste aree che dovranno essere prese in considerazione per l'inserimento di nuovi impianti..

18. CRITERI DI PROGETTO

Nella predisposizione di un nuovo schema distributivo per le pubbliche affissioni sarà indispensabile tenere presente che gli impianti dovranno essere collocati in posizioni che consentano la libera e totale visione e percezione del messaggio pubblicitario da tutti i lati utilizzati per l'affissione. La posizione individuata dovrà anche rendere possibile un'agevole utilizzo da parte del personale addetto all'affissione dei manifesti. Gli impianti dovranno recare una targhetta con l'indicazione COMUNE DI VINOVO - Impianto riservato affissioni (commerciali, istituzionali, necrologi) - numero di individuazione e nel caso di impianti in concessione a privati il nome della ditta titolare della concessione.

Il Regolamento comunale basa la ripartizione delle superfici di affissione tra le seguenti destinazioni d'uso:

- Impianti pubblici da destinare ad affissioni di natura istituzionale
- Impianti pubblici da destinare ad affissioni di natura commerciale
- Impianti da destinare ai privati per le affissioni dirette.

Oltre a quanto sopra gli impianti si differenziano ulteriormente secondo la tipologia costruttiva nelle seguenti classi:

- Stendardo : struttura autoportante mono o bifacciale costituita da piedritti normalmente in metallo, infissi nel terreno ed a sostegno di un pannello in materiale resistente, adatto all'esposizione di manifesti tramite affissione per incollaggio
- Tabella murale struttura monofacciale non autoportante, di norma costituita da cornice in metallo che contiene un pannello di materiale resistente, adatto all'esposizione di manifesti tramite affissione per incollaggio
- Poster : struttura autoportante o no, mono o bifacciale, avente la particolare dimensione espositiva di cm 600 x 300, ancorata a terra a mezzo di pali in metallo o collocata su muro.

19. QUANTITÀ E RIPARTIZIONE DELLE SUPERFICI

Le superfici destinate alle pubbliche affissioni sono calcolate in maniera proporzionale al numero degli abitanti ed è comunque non inferiore ai 12 m² ogni mille abitanti. Ai sensi del combinato disposto dagli art. 3 e 18 del decreto legislativo n. 507/93, la superficie complessiva degli impianti destinati alle pubbliche affissioni, con riferimento alla popolazione di circa 13.435 unità, non deve essere inferiore a m² 156.

La seguente tabella riassume la ripartizione delle superfici:

Tabella riassuntiva superfici pubbliche affissioni

Abitanti 13.435 (arr. 13.000)	VALORI PREVISTI DAL D. Lgs. 15/11/93 n. 507	VALORI PREVISTI DAL VIGENTE REGOLAMENTO COMUNALE	RISULTATI DEL CENSIMENTO	VALORI MINIMI PROPOSTI PER IL PROGETTO DEL NUOVO SCHEMA DISTRIBUTIVO
Superficie ogni 1.000 Ab.	min. 12 m²	min. 12 m²	7 m²	23 m²
Superficie Totale	156 m²	min 156 m²	95,2 m²	299 m²
Superficie Istituzionali	Da prevedere in regolamento	62,4 m² 40%	15,4 m² 16%	59,8 m² 20%
Superficie Necrologi	Da prevedere in regolamento	Non citata	9,8 m² 10%	29,9 m² 10 %
Superficie Commerciali	Da prevedere in regolamento	85,8 m² 55%	70 m² 74%	209,3 m² 70 %
Superficie Privati	Da prevedere in regolamento	7,8 m² 5%	Non esistenti	29,9 m² 10% in eccedenza

20. UBICAZIONE

La superficie minima prevista per il progetto del nuovo schema distributivo dovrà essere ripartita a livello di impianti secondo il seguente schema:

Affissione necrologi	min.	n. 18 facciate cm 100x140
Affissioni commerciali	min.	n. 47 facciate cm 140x200
		n. 31 facciate cm 200x140
Affissioni istituzionali	min.	n. 18 facciate cm 140x200

Sarà preferibile l'utilizzo di tabelle murali nel caso in cui, con tale tipo di impianto, sia possibile aumentare il numero di punti di affissione per la stessa zona. Nel caso in cui invece non siano disponibili muri ad utilizzo pubblico per la collocazione delle tabelle si dovrà provvedere con la collocazione di standardi.

Gli spazi da destinare alle pubbliche affissioni saranno individuati da un apposito progetto predisposto dagli uffici comunali competente in collaborazione con l'eventuale concessionario per la riscossione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del servizio delle pubbliche affissioni. Nel caso in cui fosse necessario gli impianti potranno essere ubicati anche su beni di privati, previo consenso dei rispettivi proprietari. L'utilizzo di muri di recinzione, di sostegno, di edifici o altro di proprietà privata non comporta alcun compenso o indennità a favore dei rispettivi proprietari.

21. ASSEGNAZIONE DI SPAZI PER LE AFFISSIONI DIRETTE

Ai sensi dell'Art. 3 del D.lgs. 507/93, verrà attribuita a soggetti privati, diversi dal Concessionario del pubblico servizio ed in forma concessoria, la facoltà di installare impianti per l'effettuazione di affissioni dirette.

La superficie complessiva assegnabile a tale scopo è, come precedentemente evidenziato, fissata in totale m² 29,9 (arrotondato a n. 43 fogli formato cm 70x100) .

Detta superficie non è compresa in quella destinata al servizio pubblico ed è riferita preferibilmente agli impianti di grande formato (poster cm 600x300)

Tali impianti devono essere forniti e collocati a cura e spese del privato richiedente nel rispetto di tutte le norme previste nel presente Piano.

Detti spazi saranno affidati in concessione ai privati mediante la procedura concorsuale della licitazione privata previa predisposizione di apposito capitolato d'onere che preveda la durata della concessione, l'ammontare del deposito cauzionale, l'obbligo del pagamento di un canone di concessione e della tassa di occupazione spazi e ed aree pubbliche, nonché tutte le disposizioni cautelative con esplicito richiamo alle procedure concernenti le norme ed autorizzazioni relative agli impianti pubblicitari.

22. TIPOLOGIE E CARATTERISTICHE GENERALI DEI NUOVI IMPIANTI PER AFFISSIONE

La suddivisione tra le tipologie di impianti ed il loro utilizzo dovrà essere corrispondente ai seguenti criteri generali:

22.1 DESTINAZIONE D'USO

Relativamente alle affissioni pubbliche, i mezzi pubblicitari sono classificati in funzione della loro destinazione d'uso in:

- **Impianti per affissioni istituzionali / sociali**
Rientrano in questa tipologia gli impianti preposti alla comunicazione, informazione e diffusione di messaggi o iniziative di interesse pubblico, effettuati da enti pubblici o di diritto pubblico o altri enti senza fine di lucro.
- **Impianti per affissione di necrologi**
Rientrano in questa categoria gli impianti che sono utilizzati per le affissioni degli avvisi mortuari, ringraziamenti, ecc.
- **Impianti per affissioni commerciali**
Rientrano in questa tipologia gli impianti adibiti all'esposizione periodica di messaggi pubblicitari.

Gli impianti saranno riservati ad uno specifico utilizzo che sarà evidenziato anche nella dicitura "Riservato" riportata sulla parte superiore dell'impianto stesso.

22.2 TIPOLOGIE E FORMATI

Gli impianti inseriti nel progetto saranno gli unici spazi sui quali, successivamente all'adozione del progetto predisposto in via definitiva, sarà permessa l'affissione di manifesti. I formati utilizzati sono uniformati ai seguenti:

Stendardi: sono composti da pannelli adeguatamente fissati su pali di sostegno a terra. Possono essere utilizzati su di una sola facciata o su entrambe le facce. Le dimensioni di esposizione (base x altezza), sono le seguenti:

cm 100x140, cm 140 x 200; cm 200 x 140; cm 600 x 300 (poster)

Tabelle murali: sono composte da pannelli adeguatamente fissati al muro. Il loro utilizzo è limitato ad una sola facciata. Le dimensioni di esposizione (base x altezza) sono le seguenti:

cm 100 x 140; cm 140 x 200; cm 200 x 140; cm 600 x 300 (poster)

22.3 MANUTENZIONE DEGLI IMPIANTI

La pulizia degli impianti è effettuata a cura e spese del servizio pubbliche affissioni o del concessionario, con intervalli di tempo non superiori ai sei mesi. La pulizia consiste essenzialmente nella rimozione dello strato di manifesti affissi e nell'eventuale lavaggio dell'impianto. E' sempre cura del concessionario evidenziare situazioni di deterioramento o danni subiti dagli impianti in suo utilizzo, al fine di procedere alla riparazione o sostituzione della struttura. In caso di impianti aventi un'ulteriore spazio pubblicitario abbinato, la manutenzione degli stessi è di competenza dell'azienda che utilizza tale area per l'esposizione di pubblicità.

23. NORME GENERALI

Tutti gli impianti di cui il progetto predisposto prevedrà l'installazione, si intendono autorizzati con l'approvazione del progetto stesso da parte della giunta comunale.

24. ENTRATA IN VIGORE

Il progetto del nuovo schema distributivo degli impianti per le pubbliche affissioni, adottato dalla giunta comunale previo parere degli uffici comunali competenti, entra in vigore dalla data di esecutività del relativo provvedimento di approvazione. Da tale data sono abrogate, ove incompatibili, tutte le disposizioni contenute in altri regolamenti comunali che disciplinano la materia. Lo schema distributivo degli impianti per le pubbliche affissioni potrà essere sottoposto a revisione annuale per effetto di variazioni demografiche rilevanti, di espansione del centro abitato, dello sviluppo della viabilità e di ogni altra causa rilevante che possa determinare una variazione nella dislocazione degli impianti.

ALLEGATI

Zonizzazione del territorio (cartografia scala 1:5.000)

Manuale per l'applicazione della normativa

Schede fotografiche del censimento affissioni

Riepiloghi del censimento affissioni

Esempi della collocazione di impianti nella zona "B"