



Comune di Verucchio
Provincia di Rimini

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DEI MEZZI PUBBLICITARI

Approvato con Delibera C.C. n. 16 del 15/04/2013

Modificato con Delibera C.C. n. 5 del 05/02/2014

INDICE

CAPO I DISPOSIZIONI GENERALI

- Articolo 1 - Ambito di applicazione del regolamento**
- Articolo 2 - Suddivisione territorio comunale**
- Articolo 3 - Collocazione vietata**
- Articolo 4 - Collocazione fuori centro abitato**
- Articolo 5 - Collocazione in centro abitato**
- Articolo 6 - Collocazione di mezzi pubblicitari all'interno di zone di interesse storico, culturale ed ambientale**
- Articolo 7 - Caratteristiche comuni dei cartelli, delle insegne d'esercizio e degli altri mezzi pubblicitari**
- Articolo 8 - Caratteristiche dei mezzi pubblicitari luminosi**
- Articolo 9 - Ubicazione dei mezzi pubblicitari nelle aree di parcheggio e stazioni di servizio**
- Articolo 10 - Ubicazione dei mezzi pubblicitari nelle Stazioni di rifornimento di carburante**
- Articolo 11 - Messaggi pubblicitari di attività aventi carattere temporaneo o stagionale**
- Articolo 12 - Pubblicità itinerante**
- Articolo 13 - Esclusione**

CAPO II CLASSIFICAZIONE, DEFINIZIONE, NORME SPECIFICHE DEI MEZZI PUBBLICITARI

- Articolo 14 - Insegne di esercizio**
- Articolo 15 - Impianto di insegne coordinate**
- Articolo 16 - Vetrofania**
- Articolo 17 - Targhe di esercizio e pubblicitarie**
- Articolo 18 - Preinsegne**
- Articolo 19 - Bacheche**
- Articolo 20 - Tende**
- Articolo 21 - Segnale orizzontale reclamistico**
- Articolo 22 - Manifesto e impianti di affissione**
- Articolo 23 - Impianto a messaggio variabile**
- Articolo 24 - Pubblicità sui veicoli**
- Articolo 25 - Pubblicità fonica**
- Articolo 26 - Impianti pubblicitari di servizio**
- Articolo 27 - Pubblicità temporanea(Striscione, stendardo, segno orizzontale reclamistico, cartello pubblicitario mobile, locandina)**
- Articolo 28 - Pubblicità nei cantieri edili**

CAPO III PROCEDURE PER IL RILASCIO DELL'AUTORIZZAZIONE

- Articolo 29 - Norme generali sull'autorizzazione**
- Articolo 30 - Presentazione della richiesta di autorizzazione ed istruttoria**
- Articolo 31 - Obblighi del titolare dell'autorizzazione**

- Articolo 32 - Vigilanza**
- Articolo 33 - Sanzioni amministrative**
- Articolo 34 - Norme finali**

CAPO VI PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI DI AFFISSIONE

Articolo 35 - Definizione e quantificazione degli impianti di pubbliche affissioni

Articolo 36 - Suddivisione tra affissioni commerciali e sociali

Articolo 37 - Impianti di affissione nel Centro Storico cittadino

Articolo 38 - Definizione e quantificazione degli impianti privati per affissione diretta

Articolo 39 - Tipologie di impianti per le affissioni, caratteristiche e materiali

Articolo 40 - Criteri di individuazione degli spazi e collocazione degli impianti di affissione

CAPO I DISPOSIZIONI GENERALI

Articolo 1 - Ambito di applicazione del regolamento

1. Le norme del presente regolamento riguardano i mezzi pubblicitari, come di seguito definiti, collocati nel territorio comunale lungo le strade o in vista di esse, sulla base delle disposizioni contenute nel Codice della Strada e relativo Regolamento di Esecuzione e di Attuazione nel Decreto Legislativo del 15.11.1993 n. 507 e successive modifiche ed integrazioni, nel Regolamento Urbanistico Edilizio RUE, nel Regolamento per le imposte e diritti sulla pubblicità e regolamento COSAP.
2. La collocazione di cartelli e di altri mezzi pubblicitari all'interno del centro urbano è soggetta ad autorizzazione amministrativa da parte del Comune, all'esterno del centro urbano è soggetta ad autorizzazione amministrativa da parte dell'ente proprietario della strada ai sensi dell'art. 26 comma 3 del D.Lgs. 30.04.1992 n. 285 (Codice della Strada).

Articolo 2 Suddivisione territorio comunale

Al fine di disciplinare la distribuzione dei mezzi pubblicitari, il territorio comunale si considera suddiviso nelle seguenti zone:

- Centro abitato l'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, piazze, giardini o simili, costituito da non meno di venticinque fabbricati e da aree di uso pubblico con accessi veicolari o pedonali sulla strada, individuata cartograficamente ai sensi del D. Lgs. 30.04.1992 n. 285 e successive modifiche ed integrazioni e definito ai sensi della deliberazione della Giunta Comunale.
- Sistema insediativo storico come individuato dal RUE (Centro Storico).
- Aree esterne ai centri abitati, comprendenti tutte le zone agricole e le zone territoriali extraurbane indicate nel RUE.

Articolo 3 - Collocazione vietata

1. Il posizionamento dei mezzi pubblicitari, ad eccezione delle targhe e delle bacheche è vietato, fuori ed entro i centri abitati, nei seguenti punti:
 - lungo ed in vista degli itinerari internazionali, delle autostrade e delle strade extraurbane principali e relativi accessi;
 - sulle isole di traffico delle intersezioni canalizzate;
 - sulle pertinenze di esercizio delle strade ad esclusione, all'interno dei centri abitati, delle pertinenze di esercizio comprese tra due carreggiate che abbiano larghezza di almeno m 4 e siano poste parallelamente all'asse della carreggiata;
 - in corrispondenza delle intersezioni;
 - lungo le curve e su tutta l'area compresa tra la curva stessa e la corda tracciata tra i due punti di tangenza;
 - in corrispondenza dei raccordi verticali concavi e convessi;
 - sui ponti e sottoponti;
 - sui cavalcavia e loro rampe;
 - sui parapetti stradali, sulle barriere di sicurezza e sugli altri dispositivi laterali di protezione e di segnalazione, ad eccezione dei centri abitati, dove questa disposizione non si applica alle transenne parapetonali a condizione che i messaggi pubblicitari siano posti solo sulla faccia rivolta ai pedoni;
 - sui bordi dei marciapiedi e dei cigli stradali;

- lungo le strade nell'ambito e in prossimità di luoghi sottoposti a vincoli a tutela di bellezze naturali e paesaggistiche o di edifici o luoghi di interesse storico o artistico, salvo quanto previsto all'art. 6 del presente regolamento.
 - sui sostegni dei segnali turistici e di territorio, come definiti dagli art. 134 e seguenti del Regolamento di Esecuzione e di Attuazione del Codice della Strada.
2. Il posizionamento dei mezzi pubblicitari deve comunque avvenire in modo da non occultare le targhe toponomastiche e quanto altro destinato alla pubblica visibilità.
3. La collocazione degli impianti fissi per le affissioni, come definiti dall'art. 21, è sempre vietata sulle aree private, nessun nuovo impianto di affissioni potrà essere installato nel territorio extraurbano così come sopra definito ad eccezione delle strade, relative aree di pertinenza ed altre porzioni di territorio di competenza di Enti Pubblici diversi dal Comune e si dovrà tendere alla progressiva eliminazione degli impianti esistenti nelle aree esterne al territorio urbanizzato.
4. All'interno del centro abitato è sempre vietato il posizionamento di cartelli pubblicitari come definiti al successivo art. 22.
5. La collocazione di insegne pubblicitarie e di esercizio è vietata a bandiera in aggetto da edifici, sui parapetti di balconi, nelle arcate frontali, nei portici, al di sotto di pensiline o manufatti aggettanti dall'edificio.

Articolo 4 - Collocazione fuori centro abitato

Il posizionamento dei mezzi pubblicitari e le loro dimensioni massime sono disciplinati dalle norme del Codice della Strada.

Articolo 5 - Collocazione in centro abitato

1. Il posizionamento dei mezzi pubblicitari non collocati parallelamente al senso di marcia dei veicoli, entro i centri abitati e lungo le strade extraurbane con un limite di velocità non transitorio di 50 km/h, salvo quanto previsto dal comma 2 del presente articolo e dagli art. 6 e 8 e, può essere autorizzato nel rispetto delle seguenti distanze minime espresse in metri:
- 50 m dai segnali stradali di pericolo e di prescrizione e dalle intersezioni, lungo strade urbane di scorrimento e di quartiere;
 - 100 m dagli imbocchi delle gallerie;
 - 3 m dal limite della carreggiata;
 - 25 m da altri cartelli o mezzi pubblicitari, dai segnali di indicazione e dopo segnali stradali di pericolo o prescrizione, impianti semaforici e intersezioni.
2. Queste distanze sono ridotte sulle strade di tipo F), di cui all'art. 2 del D. Lgs. 30.04.1992 n. 285, come di seguito indicato:
- 30 m dai segnali stradali di pericolo e prescrizione e dalle intersezioni;
 - 15 m da altri cartelli o mezzi pubblicitari, dai segnali di indicazione e dopo segnali stradali di pericolo o prescrizione, impianti semaforici e intersezioni;
 - 2 m dal limite della carreggiata.
3. Gli impianti in serie sono consentiti a condizione che non limitino la visibilità, nel rispetto delle prescrizioni sopraelencate. Le serie possono essere di tre impianti per un ingombro totale di 20 m per impianti di affissione tipo poster e 10 m per gli altri impianti.
4. Le distanze indicate nei precedenti commi 1 e 2, e la norma di cui all'art. 3, 1° comma, limitatamente al posizionamento in curva, non si applicano per le insegne, tende, vetrofanie, bacheche, targhe d'esercizio e

pubblicitarie, collocate parallelamente al senso di marcia dei veicoli , in aderenza o in allineamento a fabbricati, filari di alberi e recinzioni o comunque ad una distanza non inferiore a due metri dal limite della carreggiata, purché siano rispettate le disposizioni dell'art. 23, 1° comma, del Codice della Strada.

5. Per i restanti mezzi pubblicitari, collocati in posizione parallela al senso di marcia dei veicoli e posti in aderenza o in allineamento a fabbricati, filari di alberi e recinzioni o comunque ad una distanza non inferiore a due metri dal limite della carreggiata. devono essere rispettate solo le distanze relative alle intersezioni.

6. Le dimensioni massime dei mezzi pubblicitari sono stabilite dalle norme che disciplinano le singole e tipologie di impianti.

Articolo 6 - Collocazione di mezzi pubblicitari all'interno di zone di interesse storico, culturale ed ambientale

1. Le norme del presente articolo, nel rispetto del D.lgs. n° 42/2004, disciplinano la collocazione di particolari forme pubblicitarie all'interno di zone di interesse storico, artistico, culturale ed ambientale.

2. I mezzi pubblicitari disciplinati dal presente regolamento, qualora siano compresi nel centro storico o in zone o edifici oggetto di piani o di studi coordinati di arredo urbano, approvati con specifici atti deliberativi dall'Amministrazione Comunale, devono adeguarsi alle prescrizioni in essi contenuti.

3. All'interno del sistema insediativo storico sono vietate:

- a) l'installazione di insegne a bandiera orizzontale e verticale;
- b) la installazione di insegne sui tetti, terrazzi, balconi;
- c) l'installazione dei segni orizzontali reclamistici;
- d) l'installazione di cartelli e impianti di pubblicità e/o propaganda a messaggio variabile anche provvisori;
- e) l'installazione di sistemi mobili di informazione o pubblicità posati al suolo quali cavalletti, manifesti su supporti precari e mezzi simili;
- f) l'utilizzo di fonti luminose dirette ed indirette, quali elementi di richiamo in presenza di illuminazione pubblica.

4. Sono inoltre consentite le installazioni di bacheche collocate a terra su supporto proprio destinate alla diffusione di informazioni delle attività degli enti pubblici, dei partiti politici rappresentati in Parlamento o in Consiglio Comunale ed associazioni riconosciute, purché prive di illuminazione propria.

5. Sono comunque da rispettare le indicazioni di cui all'art. 51 del RUE.

6. L'installazione dei mezzi pubblicitari nelle zone di interesse storico artistico culturale ed ambientale è sempre oggetto di valutazione della commissione per la qualità architettonica e il paesaggio

Articolo 7 - Caratteristiche comuni dei cartelli, delle insegne d'esercizio e degli altri mezzi pubblicitari

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

2. Le strutture di sostegno e di fondazione devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento, saldamente realizzate ed ancorate, sia globalmente che nei singoli elementi, qualora le suddette strutture costituiscono manufatti la cui realizzazione e posa in opera è regolamentata da specifiche norme, l'osservanza delle stesse e l'adempimento degli obblighi da queste previste deve essere documentato prima del ritiro dell'autorizzazione.

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

5. La collocazione dei cartelli ed altri mezzi pubblicitari deve rispettare i criteri di un corretto ed equilibrato inserimento sia ambientale che architettonico, è vietata l'installazione di qualsiasi mezzo pubblicitario mobile posato al suolo e l'installazione di impianti di tipo pubblicitario che non contengano messaggi pubblicitari.

Articolo 8 - Caratteristiche dei mezzi pubblicitari luminosi

1. Le sorgenti luminose, i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari comunque luminosi, oltre al rispetto dei requisiti indicati dal precedente articolo 7, non possono avere né luce intermittente, né di intensità luminosa superiore a 150 candele per metro quadrato, o che comunque provochi abbagliamento o distrazione dell'attenzione nella guida per i conducenti di veicoli.

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

3. La croce verde luminosa è consentita esclusivamente per indicare le farmacie.

Articolo 9 - Ubicazione dei mezzi pubblicitari nelle aree di parcheggio e stazioni di servizio

1. Sulle strade di tipo A e B, come definite dall'art. 2 del D. Lgs. 30.4.1992 n. 285, la superficie complessiva dei mezzi pubblicitari non deve superare il 3% delle aree occupate dalle aree di parcheggio e stazioni di servizio mentre sulle strade di tipo C ed F, definite come sopra, la superficie non può superare l' 8%.

2. Nelle strade di tipo D ed E, la superficie complessiva non deve superare il 10% delle aree occupate.

3. Nelle aree di parcheggio è ammessa, inoltre, in eccedenza alle superfici pubblicitarie di cui sopra, la collocazione di altri mezzi pubblicitari attinenti servizi presenti nell'area entro il limite di mq 2 per ogni servizio prestato.

4. La collocazione dei mezzi pubblicitari nei centri abitati deve avvenire nel rispetto delle distanze e norme indicate nell'art. 5

Articolo 10 - Ubicazione dei mezzi pubblicitari nelle Stazioni di rifornimento di carburante

1. Sulle strade di tipo A e B, come definite dal vigente Piano Urbano del Traffico (PUT), la superficie complessiva dei mezzi pubblicitari non deve superare il 3% delle aree occupate dalle stazioni; mentre sulle strade di tipo C ed F, definite come sopra, la superficie non può superare l' 8%.

2. Nelle strade di tipo D ed E, la superficie complessiva non deve superare il 10% delle aree occupate.

3. All'interno dei centri abitati il collocamento dei mezzi pubblicitari deve avvenire nel rispetto delle disposizioni previste dall'art. 5, fatta eccezione per le insegne d'esercizio montate su supporto proprio, le quali in deroga al succitato articolo per quanto riguarda la distanza dal limite della carreggiata e dagli altri segnali, nonché alle prescrizioni dell'art. 14 comma 12, devono essere posizionate nel rispetto delle sottocitate disposizioni qualora aggettino sulla carreggiata.

- Distanza minima dal limite della carreggiata del supporto m 0.50
- distanza minima da altri mezzi pubblicitari m. 10

- Altezza minima del bordo inferiore dell'insegna da terra m. 4,70
- Superficie massima mq. 4,00

E' ammesso il collocamento di una sola insegna d'esercizio per ogni senso di marcia.

4. L'effettuazione di campagne promozionali all'interno delle aree delle stazioni di rifornimento di carburante è subordinata ai sensi del D.Lgs. 503/97 a preventiva comunicazione da presentarsi all'Ufficio Tributi e non è assoggettata alle norme del presente regolamento.

Articolo 11 - Messaggi pubblicitari di attività aventi carattere temporaneo o stagionale

Sulle strutture di attività aventi carattere temporaneo o stagionale è consentita l'installazione della sola insegna di esercizio.

Articolo 12 - Pubblicità itinerante

Possono essere installati i segnali turistici e di territorio, come definiti dagli art. 134 e seguenti del Regolamento di Esecuzione e di Attuazione del Codice della Strada

Articolo 13 – Esclusione

1. I mezzi di pubblicità collocati su aree pubbliche o di uso pubblico non visibili dalla strada non sono assoggettati alle norme del presente regolamento, la loro installazione ai sensi del D.Lgs. 503/97 è subordinata a preventiva comunicazione da presentarsi all'Ufficio Tributi utilizzando l'apposita modulistica da esso predisposta.

2. I mezzi pubblicitari aventi dimensioni inferiori a 300 centimetri quadri non sono assoggettati al presente regolamento.

3. Qualora i mezzi pubblicitari siano imposti da norme di legge specifiche che ne determinano dimensioni e posizionamenti si applicano le medesime in deroga al presente regolamento.

CAPO II CLASSIFICAZIONE, DEFINIZIONE E NORME SPECIFICHE DEI MEZZI PUBBLICITARI

Articolo 14 - Insegne di esercizio

1. È da considerarsi insegna di esercizio la scritta in caratteri alfanumerici, completata da simboli o 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.

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

3. In caso di utilizzo delle pertinenze da parte di più attività, è necessario servirsi di un mezzo pubblicitario unitario.

4. Le insegne di esercizio ammesse si classificano secondo la loro collocazione in:

- a) bandiera orizzontale (su struttura indipendente);
- b) bandiera verticale (su struttura indipendente);
- c) frontali;
- d) a tetto, su pensilina o sulle facciate di edifici destinati a funzioni industriali ed artigianali;

5. Le dimensioni massime delle insegne di esercizio e pubblicitarie collocate in centro abitato sono le seguenti:
- per quelle individuate ai precedenti punti a), b), c) collocate parallelamente all'asse della carreggiata, 3 mq, non collocate parallelamente all'asse della carreggiata 0,50 mq;
 - per quelle individuate al precedente punto d), 10 mq.
6. Qualora la facciata dell'edificio in cui ha sede l'attività superi i 100 mq la superficie dell'insegna può essere aumentata in misura del 10% della superficie di facciata eccedente i 100 mq, fino ad un massimo di 20 mq.
7. La collocazione di insegne, e la dimensione delle stesse, nelle zone di interesse storico, artistico, culturale ed ambientale viene disciplinata dall' art. 6 del presente regolamento.
8. Sono equiparate alle insegne, le iscrizioni che identificano l'attività o l'esercizio cui si riferiscono, realizzate con tecniche pittoriche direttamente su muro.
9. Le insegne frontali devono essere installate nel vano compreso tra gli stipiti e l'architrave delle vetrine o immediatamente sopra di esso, devono avere una sporgenza massima, rispetto al filo esterno del muro di cm. 30.
10. In edifici destinati a funzioni di carattere commerciale possono essere installate insegne o marchi di fabbrica oltre che sulle facciate, in deroga a quanto previsto dal comma precedente a tetto o su pensilina, intese come parti integranti del disegno architettonico dell'edificio, previo parere del gruppo tecnico di lavoro di cui all'art. 34 comma 4.
12. Le insegne montate su supporto proprio sono collocabili solamente su aree private, non devono aggettare su suolo pubblico o ad uso pubblico, né avere un'altezza maggiore a m. 6,00, misurata dalla quota del terreno al bordo superiore dell'insegna stessa;
13. È vietata l'installazione di insegne sulle facciate degli edifici caratterizzati da vincoli architettonici, ad eccezione dei casi di cui all'art. 6.
14. È consentito derogare ai punti precedenti nel caso di insegne da collocare in ambiti soggetti a Piano Urbanistico Attuativo (PUA), qualora vengano previsti progetti unitari per le insegne.
15. La collocazione di insegne in modo difforme da quanto stabilito ai punti precedenti è subordinata al parere positivo del gruppo tecnico di lavoro.

Articolo 15 – Impianto di insegne coordinate

1. Per impianto di insegne coordinate si intende quel manufatto destinato alla collocazione di una pluralità di insegne avente le seguenti dimensioni massime: superficie mq.12 e altezza metri 6, misurata dalla quota del terreno al bordo superiore del manufatto, è collocabile esclusivamente su aree private e non deve aggettare su suolo pubblico o ad uso pubblico,
2. L'impianto coordinato di insegne è oggetto di specifico titolo autorizzativo ai sensi del seguente articolo 30 così come le singole insegne che vi verranno successivamente collocate.

Articolo 16 – Vetrofania

1. Per vetrofania si intende la riproduzione su superfici vetrate con pellicole adesive di scritte in caratteri alfanumerici di simboli e di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari e/o propagandistici.

2. L'apposizione di vetrofanie è consentita solo se attinenti all'attività esercitata. In ogni caso le vetrofanie devono essere collocate all'interno delle vetrine ubicate ai piani terra o nelle aperture poste al piano superiore aperte su percorsi o piazze, solo se costituiscono pertinenza di attività prive di vetrina al piano terra.

“L'apposizione delle vetrofanie sulle aperture poste ai piani superiori è subordinata al parere positivo del gruppo tecnico di lavoro”

3. La vetrofania è assoggettata ad imposta sulla pubblicità qualora :

- reclamizzando la specifica attività superi la dimensione di Mq 0,5.
- reclamizzando altre attività (es. loghi di imprese fornitrici/collegate ecc.) superi la dimensione di Mq 0,03.

Articolo 17 - Targhe di esercizio e pubblicitarie

1. Targa di esercizio: si intende la scritta in caratteri alfanumerici completata eventualmente da un simbolo o marchio, installata nella sede di esercizio dell'attività o nelle pertinenze accessorie di cui all'art. 14, 2° comma, nel caso in cui l'attività stessa sia priva di vetrine. Deve essere priva di voluminosità propria; le targhe indicanti professioni ed attività in genere devono essere collocate preferibilmente negli stipiti della porta o, in alternativa, anche in riferimento alle condizioni specifiche, lateralmente alla porta stessa o sui battenti ed avere una dimensione massima di cm 40 x 30.

2. Targa pubblicitaria: è definita come la targa di esercizio, se ne discosta per la collocazione, consentita in luogo diverso da quello in cui ha sede l'esercizio dell'attività, o dalle relative pertinenze accessorie; le targhe pubblicitarie possono avere dimensioni massime di cm 40 x 30. Sono consentite nei soli casi in cui la sede dell'attività sia difficilmente visibile dalla strada o da spazi pubblici o di uso pubblico.

3. Per impianto di targhe coordinate si intende quel manufatto destinato alla collocazione di una pluralità di insegne o targhe di esercizio monofacciali o bifacciali, della superficie massima di 12 mq.

Articolo 18 – Preinsegne

1. Preinsegna è definita una 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, supportata da una idonea struttura di sostegno, finalizzata alla pubblicizzazione direzionale della sede dove si esercita una determinata attività ed installata in modo da facilitare il reperimento della stessa e, comunque, nel raggio di 5 Km. Non può essere luminosa né per luce propria né per luce indiretta.

2. Le preinsegne hanno forma rettangolare e dimensioni contenute entro i limiti inferiori di 1 m x 0,20 m e superiori di 1,50 m x 0,30 m, per le stesse sono previsti criteri di collocazione specifici, redatti dall' Uff. Tecnico al fine di garantire una corretta ed efficace fruizione dei messaggi, l'installazione delle preinsegne viene vincolata all'utilizzo di un sistema di pubblicizzazione unico mediante apposito impianto di sostegno, onde limitare l'inquinamento visivo sul territorio comunale, a tal fine deve essere presentata apposita richiesta all'Uff. Tributi art.30 del presente regolamento. Gli impianti esistenti a seguito della progressiva installazione dei nuovi impianti dovranno essere rimossi.

Articolo 19 – Bacheche

1. Per bacheche si intendono vetrinette con frontale apribile, o a giorno, installate a muro o collocate a terra su supporto proprio, destinate alla esposizione di quotidiani, periodici o altri mezzi di stampa o alla diffusione di informazioni o propaganda dell'attività di enti pubblici, partiti politici e associazioni varie; nonché all'esposizione di menu, tariffe e prezzi di pubblici esercizi e alberghi.

2. Le bacheche possono avere le seguenti dimensione massime cm 100 X 100, ed ove consentite a muro, non devono avere sporgenza superiore a cm. 10 dal filo esterno della muratura

Articolo 20 – Tende

1. Tende: si intendono i manufatti mobili o semimobili in tessuto o in materiali assimilabili posti esternamente a protezione di vetrine o ingressi contenenti messaggi pubblicitari.
2. Le tende a protezione di mostre, vetrine ed accessi pedonali dovranno osservare un'altezza minima dalla quota del marciapiede di ml 2,20, a condizione che ciò non arrechi disturbo alla visibilità ed un oggetto inferiore di almeno cm 20 rispetto alla larghezza del marciapiede e comunque non superiore a ml 2.
3. Non dovranno comunque contrastare con quanto previsto dal RUE.

Articolo 21 – Segnale orizzontale reclamistico

1. Si considera 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, è ammesso all'interno di aree ad uso pubblico di pertinenza di complessi industriali e commerciali, deve avere una dimensione massima di mq. 3, può essere realizzato con materiali rimovibili, ma ben ancorati alla superficie stradale e che garantiscano una buona aderenza dei veicoli sugli stessi,

Articolo 22 - Manifesto e impianti di affissione, cartello pubblicitario

1. Si considera manifesto l'elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, ma prevalentemente cartaceo, privo di rigidità, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici.
2. L'affissione di manifesti è vietata in ogni luogo al di fuori degli spazi preordinati (impianti d'affissione), è vietata l'affissione diretta sui muri.
3. Le caratteristiche tecniche, il materiale da usare, e le tecniche di installazione degli impianti d'affissione sono indicate al successivo capo IV.
4. Si definisce cartello pubblicitario quel manufatto mono o bifacciale, supportato da una idonea struttura di sostegno, utilizzabile in entrambe le facciate anche per immagini diverse, può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, caratterizzato dalla mancata rotazione con cadenza almeno mensile del messaggio pubblicitario e destinato ad un solo emittente dello stesso.

Articolo 23 - Impianto a messaggio variabile

1. Impianto a messaggio variabile viene definito qualunque manufatto finalizzato alla pubblicità e/o alla propaganda sia di prodotti che di attività, caratterizzato dalla variabilità del messaggio e/o delle immagini trasmesse, con caratteristiche diverse e di dimensioni variabili anche eventualmente eccedenti quelle prescritte per i cartelli pubblicitari.
2. Può essere luminoso per luce diretta o per luce indiretta e deve avere dimensione massima di mq 18. L'autorizzazione è comunque subordinata alla valutazione del progetto da parte del gruppo tecnico di lavoro di cui all'art. 34 comma 4.

Articolo 24 - Pubblicità sui veicoli

1. L'apposizione sui veicoli di pubblicità non luminosa è consentita, salvo quanto previsto ai commi 3 e 4, unicamente se non effettuata per conto terzi a titolo oneroso e se realizzata con sporgenze non superiori a 3 cm rispetto alla superficie del veicolo sulla quale sono applicate, fermi restando i limiti di cui all'articolo 61 del codice.
2. Sulle autovetture ad uso privato è consentita unicamente l'apposizione del marchio e della ragione sociale della ditta cui appartiene il veicolo.
3. La pubblicità non luminosa per conto terzi è consentita sui veicoli di cui agli artt. 54, comma 1, lett. g) e 56, comma 2, lett. d) del D.Lgs. 285/92 e artt. 203, comma 2, lettera q) e 204, comma 2 lettera s) del D.P.R. n. 495/92, sui veicoli adibiti al trasporto di linea e non di linea, alle seguenti condizioni:
 - a) che non sia realizzata mediante messaggi variabili;
 - b) che non sia esposta sulla parte anteriore del veicolo;
 - c) che sulle altre parti del veicolo sia posizionata, rispetto ai dispositivi di segnalazione visiva e di illuminazione ed alle targhe, in modo tale da non ridurre la visibilità e la percettibilità degli stessi;
 - d) che sia contenuta entro forme geometriche regolari;
 - e) che, se realizzata mediante pannelli aggiuntivi, gli stessi non sporgano di oltre 3 cm rispetto alla superficie sulla quale sono applicati.
4. La pubblicità non luminosa per conto terzi è consentita sui veicoli adibiti al servizio taxi alle seguenti condizioni:
 - a) che sia realizzata con un pannello rettangolare piano bifacciale, saldamente ancorato al di sopra dell'abitacolo del veicolo e posto in posizione parallela al senso di marcia;
 - b) che il pannello abbia le dimensioni esterne di 75 x 35 cm;
 - c) che non sia realizzata mediante messaggi variabili.
5. L'apposizione di scritte e messaggi pubblicitari rifrangenti è ammessa sui veicoli unicamente alle seguenti condizioni:
 - a) che la pellicola utilizzata abbia caratteristiche di rifrangenza non superiori a quelle di classe 1;
 - b) che la superficie della parte rifrangente non occupi più di due terzi della fiancata del veicolo e comunque non sia superiore a 3 mq;
 - c) che il colore bianco sia contenuto nella misura non superiore ad 1/6 della superficie;
 - d) che sia esposta unicamente sui fianchi del veicolo a distanza non inferiore a 70 cm dai dispositivi di segnalazione visiva;
 - e) che non sia realizzata mediante messaggi variabili.
6. In tutti i casi, le scritte, i simboli e la combinazione dei colori non devono generare confusione con i segnali stradali e, in particolare, non devono avere forme di disco o di triangolo, né disegni confondibili con i simboli segnaletici regolamentari di pericolo, obbligo, prescrizione o indicazione.
7. All'interno dei veicoli è proibita ogni scritta o insegna luminosa pubblicitaria che sia visibile, direttamente o indirettamente, dal conducente o che comunque possa determinare abbagliamento o motivo di confusione con i dispositivi di segnalazione visiva e di illuminazione dei veicoli stessi.
8. Le disposizioni di cui ai commi precedenti non si applicano ai veicoli al seguito delle competizioni sportive autorizzate ai sensi dell'articolo 9 del codice della strada.
9. Qualsiasi forma pubblicitaria che si avvalga di autoveicoli deve essere svolta in maniera e con velocità tale da non provocare intralci o limitazioni alla circolazione dei veicoli ed a quella pedonale, con divieto di sostare in prossimità di incroci stradali o impianti semaforici.

10. La pubblicità luminosa su veicoli, è ammessa unicamente sui veicoli adibiti al servizio di taxi quando circolano entro i centri abitati, alle condizioni indicate nell'art. 57 del Regolamento al Codice della Strada approvato con D.P.R. 495/1992.

11. E' vietata la pubblicità effettuata mediante la sosta dei veicoli di cui agli artt. 54, comma 1, lett. g) e 56, comma 2, lett. d) del D.Lgs. 285/92 e artt. 203, comma 2, lettera q) e 204, comma 2 lettera s) del D.P.R. n. 495/92. Su detti veicoli in sosta la pubblicità dovrà essere rimossa ovvero coperta in modo tale che sia privata di efficacia.

Articolo 25 - Pubblicità fonica

1. La pubblicità fonica deve essere preventivamente autorizzata dal Comune, per ciascun punto di pubblicità ai sensi dell'art. 15 comma 5 D. Lgs. 507/93 , si intende il centro da cui vengono trasmessi gli annunci pubblicitari, anche se diramati contemporaneamente da più apparecchi pubblicitari.

2. Nel sistema insediativo storico, per ragioni di pubblico interesse sono disposte le limitazioni di seguito indicate.

3. La pubblicità fonica è vietata:

- nel Centro Storico

- a meno di 200 mt da strutture sanitarie e assimilate, da luoghi culturali e/o di studio limitatamente agli orari di apertura degli stessi, da strutture cimiteriali e luoghi di culto.

4. È consentito effettuarla nei giorni feriali dalle ore 9.00 alle ore 12.30 e dalle ore 16.00 alle ore 20.00.

5. Nei giorni festivi e negli orari non previsti sopra, è possibile concedere deroghe, durante lo svolgimento di manifestazioni di carattere sportivo, culturale, sociale, religioso e simili.

6. Altre limitazioni possono essere disposte con provvedimento di carattere generale dal Sindaco.

7. Per la pubblicità elettorale si applicano le disposizioni dell'articolo 7 della legge 24 aprile 1975, n. 130. La pubblicità elettorale è autorizzata dal Sindaco del Comune; nel caso in cui la stessa si svolga sul territorio di più Comuni, l'autorizzazione è rilasciata dal Prefetto della Provincia in cui ricadono i Comuni stessi.

8. In tutti i casi, la pubblicità fonica non deve superare i limiti massimi di esposizione al rumore fissati dal decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri 1° marzo 1991.

9. La richiesta di autorizzazione in deroga agli art. 29 e seguenti deve essere presentata almeno due giorni prima dell'effettuazione e si intende rilasciata a seguito di presentazione di attestazione di avvenuto pagamento dell'imposta di pubblicità.

Articolo 26 - Impianti pubblicitari di servizio

1. È definito impianto pubblicitario di servizio, qualunque manufatto avente quale scopo primario un servizio di pubblica utilità nell'ambito dell'arredo urbano e stradale (quali paline, pensiline per fermata autobus, transenne parapetonali, cestini per rifiuti, panchine, orologi e simili) recante uno spazio pubblicitario che può anche essere luminoso sia per luce diretta che indiretta.

2. Per gli impianti pubblicitari di servizio sono previsti criteri di collocazione specifici, redatti dall'Uff. Tecnico al fine di garantire una corretta ed efficace fruizione dei messaggi.

Articolo 27 – Pubblicità temporanea

(Striscione, stendardo, segno orizzontale reclamistico, cartello pubblicitario mobile, locandina)

1. Si considera striscione standardo e locandina, l'elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, mancante di una superficie di appoggio, può essere luminoso per luce indiretta.
2. Gli striscioni non possono avere altezza superiore a m 1,0, il bordo inferiore di striscioni, standardi posizionati al di sopra della carreggiata stradale deve risultare sempre superiore a m 5,1 rispetto al piano stradale, su tali mezzi, oltre al titolo, luogo e periodo di svolgimento dello spettacolo o della manifestazione, è consentito apporre il marchio e la denominazione di enti, associazioni, ditte o sponsor in generale. Le distanze dai segnali stradali e dalle intersezioni, per gli striscioni e standardi sono ridotte entro il centro abitato a m. 12.
3. L'esposizione di striscioni è ammessa unicamente per la promozione pubblicitaria di manifestazioni e spettacoli; l'esposizione di standardi è ammessa per la promozione pubblicitaria di manifestazioni, spettacoli e per il lancio di iniziative commerciali.
4. L'esposizione di striscioni, standardi è limitata al periodo di svolgimento dello spettacolo, o dell'iniziativa cui si riferisce, oltreché alla settimana precedente ed alle 48 ore successive allo stesso, con l'obbligo di ripristino del preesistente stato dei luoghi.
4. Bis I segnali orizzontali reclamistici temporanei sono ammessi lungo il percorso di manifestazioni sportive o su aree delimitate, destinate allo svolgimento di manifestazioni di vario genere, limitatamente al periodo di svolgimento delle stesse e alle 48 ore precedenti e successive, con l'obbligo di ripristino del preesistente stato dei luoghi e del preesistente grado di aderenza delle superfici stradali, per essi non si applicano gli artt. 8, 9 e 10 salvo le distanze previste per le collocazioni di mezzi pubblicitari fuori ed entro i centri abitati unicamente rispetto ai segnali stradali orizzontali.
5. Per iniziative realizzate fuori del territorio comunale è necessario acquisire nulla osta dalla Giunta Comunale di Verucchio prima di presentare la richiesta di autorizzazione. La richiesta di autorizzazione in deroga agli artt. 29 e seguenti deve essere presentata almeno 30 giorni prima dal richiedente e, se presentata da Enti, associazioni sindacali, partiti politici, consorzi, associazioni religiose, sportive, culturali, ecc. o da persone giuridiche, dal responsabile o rappresentate di queste ultime. Per il Comune provvede il Dirigente del Settore interessato con comunicazione e si intende rilasciata a seguito di presentazione di attestazione di avvenuto pagamento dell'imposta di pubblicità.
6. È consentita l'esposizione massima di n. 30 cartelli per manifestazione; questi non possono superare le dimensioni di m. 0.70 x 1.00 salvo debita autorizzazione in caso di motivate esigenze. Sulla S.P. 258, nel tratto compreso all'interno del centro abitato è ammessa l'esposizione massima di n. 9 cartelli per ogni singola manifestazione.
- 7.. La collocazione di tali cartelli può essere autorizzata in deroga a quanto stabilito dagli artt. 9 e 10, previo parere favorevole della Polizia Municipale ed è ammessa unicamente durante il periodo di svolgimento della manifestazione o dell'iniziativa cui si riferisce oltre che durante la settimana precedente e alle 48 ore successive allo stesso, con l'obbligo di ripristino del preesistente stato dei luoghi.
8. Per le attività dei teatri e musei, statali o comunali, e per le mostre che si svolgono all'interno delle gallerie comunali è consentita l'installazione di strutture tipo "sandwich" bifacciali e vetrinette o simili posate direttamente al suolo. Tale disposizione si applica anche nelle zone di cui all'art. 6.
9. La locandina è installabile esclusivamente sulle vetrine di pertinenza dei negozi o all'interno degli stessi, è ammessa per la promozione pubblicitaria di manifestazioni e spettacoli, oltreché per il lancio di iniziative commerciali, non può superare la dimensione massima di cm. 30x40, la richiesta di autorizzazione in deroga agli artt. 29 e seguenti deve essere presentata almeno due giorni prima dell'evento e si intende rilasciata a seguito di presentazione di attestazione di avvenuto pagamento dell'imposta di pubblicità.

10. Il periodo di esposizione dei mezzi pubblicitari afferenti alle manifestazioni patrocinate dal Comune di Verucchio, in deroga a quanto stabilito ai commi precedenti è determinata dall'ufficio Tributi competente al rilascio del titolo autorizzativo.

11. La distribuzione di materiale pubblicitario/divulgativo deve essere autorizzata preventivamente. La richiesta di autorizzazione in deroga agli art. 29 e seguenti, è inoltrata su apposita modulistica predisposta dall'Ufficio Tributi. e si intende rilasciata, a seguito di presentazione dell' attestazione di avvenuto pagamento dell'imposta di pubblicità e degli oneri d'istruttoria, oneri non dovuti in caso di pubblicità non commerciale. Lo svolgimento dell'attività è subordinato al rispetto delle seguenti prescrizioni:

- La distribuzione del materiale pubblicitario/divulgativo deve essere svolta soltanto mediante consegna individuale a mano alle persone, o tramite la cosiddetta consegna "porta a porta". La distribuzione brevi manu non deve essere causa di disturbo e/o molestia ai cittadini
- E' vietato il lancio, l'affissione su qualsiasi luogo e la diffusione non regolata ai sensi del presente comma, del materiale divulgativo o pubblicitario.

Articolo 28 - Pubblicità nei cantieri edili.

1. Sui ponteggi e recinzioni dei cantieri edili, è ammessa l'installazione di messaggi pubblicitari realizzati con materiali opachi non cartacei, anche illuminati in modo indiretto, qualora pubblicizzino imprese operanti sul cantiere o ditte fornitrici di materiali allo stesso.

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

3. All'installazione dei mezzi pubblicitari citati al comma 1 non si applicano le norme di cui all'art. 5, fatte salve le distanze dalle intersezioni.

4. L'installazione dei messaggi pubblicitari è subordinata al rilascio di autorizzazione ai sensi del successivo art. 30 ed ha validità per anno solare.

CAPO III PROCEDURE PER IL RILASCIO DELL'AUTORIZZAZIONE

Articolo 29 - Norme generali sull'autorizzazione.

1. Chiunque intenda attivare mezzi pubblicitari sulle strade o in vista di esse, ubicate all'interno dei centri abitati od extraurbane di proprietà comunale, deve presentare apposita richiesta di autorizzazione al Comune ai sensi del presente regolamento

2. Il termine per la conclusione del procedimento amministrativo è stabilito in giorni sessanta (60) dalla data di presentazione della richiesta di autorizzazione, qualora sia necessario acquisire il nulla osta tecnico da parte dell'Ente proprietario della strada od il parere della Commissione per la Qualità Architettonica e il Paesaggio, fino al loro rilascio i termini per la conclusione del procedimento sono sospesi, l'autorizzazione all'attivazione di mezzi pubblicitari ha validità di anni 3 dalla data di rilascio.

3. Il mezzo pubblicitario dovrà essere installato entro un anno dalla data di rilascio dell'autorizzazione pena decadenza della stessa, salvo casi di comprovata impossibilità. Ai fini dell'applicazione dell'imposta di pubblicità la data d'installazione dovrà essere comunicata mediante apposito modello all'ufficio tributi prima dell'esposizione al pubblico del mezzo pubblicitario.

4. Prima della scadenza del triennio di validità dell'autorizzazione, qualora si intenda proseguire l'utilizzo dei mezzi pubblicitari è fatto obbligo di produrre al Comune Dichiarazione Sostitutiva di Atto di Notorietà, con la quale si attesta che il mezzo pubblicitario non ha subito alcuna modifica rispetto a quanto autorizzato.
5. Tale attestazione dovrà essere ripresentata antecedentemente alla data di scadenza ogni triennio successivo, qualora fosse presentata posteriormente sarà considerata inefficace ed occorrerà presentare nuova richiesta di autorizzazione con le modalità di cui al successivo articolo.
6. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari posti lungo le sedi ferroviarie, quando siano visibili dalla strada, sono soggetti alle disposizioni dell'art. 23 del Codice della Strada e la loro collocazione viene autorizzata dall'ente Ferrovie dello Stato previo nulla osta dell'ente proprietario della strada.

Articolo 30 - Presentazione della richiesta di autorizzazione ed istruttoria

1. La realizzazione degli impianti coordinati d'insegne, l'attivazione di mezzi pubblicitari permanenti, escluse le preinsegne e gli impianti pubblicitari di servizio, da parte di imprese aventi fini di lucro, è subordinata al rilascio di autorizzazione, la relativa richiesta è redatta sull'apposita modulistica predisposta dallo Sportello Unico Attività Produttive SUAP dell'Unione dei comuni della valle del Marecchia.
2. La richiesta di autorizzazione all'attivazione dei mezzi pubblicitari può essere presentata al SUAP anche anticipatamente alla comunicazione di svolgimento di attività da parte dell'impresa, il rilascio del titolo autorizzativo è comunque subordinato alla positiva definizione dell'istruttoria relativa alla comunicazione stessa.
3. L'installazione di messaggi pubblicitari nei cantieri edili e sui veicoli, l'attivazione delle preinsegne, degli impianti pubblicitari di servizio, dei mezzi pubblicitari temporanei e l'installazione di mezzi pubblicitari da parte di soggetti non aventi fine di lucro, è subordinata al rilascio di autorizzazione, la relativa richiesta è redatta sull'apposita modulistica predisposta dall'Ufficio Tributi.
4. Acquisita la richiesta di autorizzazione gli uffici indicati ai commi 1 e 2 3 per quanto di competenza, ne danno notizia agli uffici coinvolti nel procedimento per l'acquisizione dei relativi pareri da formularsi entro 20 giorni dalla data della richiesta mediante l'istituto del silenzio/assenso.
5. La pratica può essere sospesa per richiesta di integrazioni, il termine dei sessanta (60) giorni per la conclusione del procedimento riprenderà a decorrere dalla data di ricevimento dell'integrazione.
6. La documentazione integrativa dovrà pervenire al Comune entro trenta (30) giorni dal ricevimento della richiesta di integrazione, qualora la documentazione non dovesse pervenire entro i suddetti termini la pratica stessa verrà archiviata senza ulteriori comunicazioni.
7. Ogni modifica a quanto descritto nella richiesta di autorizzazione, che abbia positivamente concluso l'iter di verifica sopradescritto è sottoposta obbligatoriamente a nuova richiesta di autorizzazione.
8. La richiesta di autorizzazione deve essere sottoscritta anche dal proprietario dell'immobile sul quale dovrà essere installato il mezzo pubblicitario, deve riferirsi ad una sola attività e potrà comprendere più mezzi pubblicitari individuati esattamente sugli elaborati allegati alla stessa.
9. La modifica del solo testo nel mezzo pubblicitario già autorizzato, è subordinata a preventiva comunicazione in carta semplice agli uffici di cui ai commi 1 e 3 che rilascerà relativa presa d'atto.

Articolo 31 - Obblighi del titolare dell'autorizzazione

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

- verificare il buono stato di conservazione dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari e delle loro strutture di sostegno ed effettuare tutti gli interventi necessari al loro buon mantenimento;
- adempiere nei tempi richiesti a tutte le prescrizioni impartite dal Comune al momento del rilascio dell'autorizzazione o anche successivamente per intervenute e motivate esigenze;
- procedere alla rimozione del mezzo pubblicitario nel caso di cessazione dell'attività, decadenza/revoca dell'autorizzazione, di insussistenza delle condizioni di sicurezza previste all'atto dell'installazione o di motivata richiesta da parte dell'ente competente al rilascio entro 15 (quindici) giorni dalla data di cessazione o avvenuta notifica.

2. L'autorizzazione non esonera il titolare dall'obbligo di attenersi strettamente, sotto la propria responsabilità, alle leggi e ai regolamenti vigenti, nonché ad ogni eventuale diritto di terzi o a quanto prescritto dai regolamenti condominiali.

Articolo 32 – Vigilanza

1. La verifica sulla corretta realizzazione ed esatto posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari autorizzati, sul loro stato di conservazione e di buona manutenzione, sui termini di scadenza e rinnovo delle autorizzazioni, è svolta congiuntamente dalla Polizia Municipale e dai ai funzionari dell'Ufficio preposto al servizio affissioni e pubblicità,
2. Qualunque inadempienza verrà perseguita ai sensi di Legge.
3. Il Sindaco può emettere ordinanze per l'esecuzione delle norme di cui al presente Regolamento.

Articolo 33 - Sanzioni amministrative

1. Chiunque installa mezzi pubblicitari e impianti di propaganda, senza aver provveduto a chiedere e ad ottenere la relativa autorizzazione, ovvero non ne osserva le prescrizioni contenute, è assoggettato alle sanzioni amministrative pecuniarie previste dalle leggi vigenti.
2. Fermo restando all'applicazione delle sanzioni di cui sopra, la violazione delle norme di cui al presente regolamento non previste da fonti normative superiori è punita con la sanzione amministrativa pecuniaria da € 30 a € 300.
3. Il Comune può effettuare, indipendentemente dalla procedura di rimozione degli impianti e dall'applicazione delle sanzioni di cui sopra, la immediata copertura della pubblicità abusiva, in modo che sia privata di efficacia pubblicitaria, ovvero la rimozione delle affissioni abusive, con successiva notifica di apposito avviso secondo le modalità previste dall'articolo 10 del D. Lgs. N. 507/93.
4. I mezzi pubblicitari esposti abusivamente possono, con ordinanza del Sindaco, essere sequestrati a garanzia del pagamento delle spese di rimozione e di custodia nonché dell'imposta e dell'ammontare delle relative sanzioni ed interessi; nella medesima ordinanza è stabilito un termine entro il quale gli interessati possono chiedere la restituzione del materiale sequestrato previo versamento di una congrua cauzione stabilita nell'ordinanza stessa.

Articolo 34 – Norme finali

1. Il presente regolamento sostituisce ogni altra precedente disposizione e regolamentazione comunale della materia.
2. Per quanto non espressamente disposto o richiamato in esso, si rinvia alla normativa generale.
3. E' fatta salva la possibilità da parte dell'Ente di ordinare la rimozione dell'impianto pubblicitario per motivi di pubblica utilità.

4. L'attivazione di mezzi pubblicitari in modo conforme a quanto stabilito nei precedenti articoli è subordinato al parere positivo del gruppo tecnico di lavoro costituito da:

- Assessore all'Edilizia Privata;
- Responsabile Uff. Tecnico o suo delegato;
- Comandante Corpo Intercomunale di Polizia Municipale o suo delegato:

CAPO VI PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI DI AFFISSIONE

Articolo 35 - Definizione e quantificazione degli impianti di pubbliche affissioni

1. Per impianti di pubbliche affissioni si intendono tutti gli impianti di proprietà del Comune, collocati esclusivamente su aree pubbliche o immobili privati sui quali il Comune esercita il diritto di affissione.

2. Lo stato di fatto degli impianti di affissione è il seguente:

superficie per affissione pubblica (istituzionale, sociale e commerciale) mq 255

La superficie complessiva sopraindicata può essere incrementata in misura adeguata a soddisfare la richiesta di affissione degli utenti, e comunque fino a mq 320. (1)

3. Gli impianti di pubbliche affissioni attualmente installati dovranno essere sostituiti con gli impianti di nuova tipologia previsti dal presente regolamento.

4. La sostituzione degli impianti esistenti con i nuovi modelli deve avvenire gradualmente, nell'arco di 5 anni per stralci funzionali (vie o zone della città), sulla base di progetti predisposti dal Comune, nel rispetto del Codice della Strada e relativi regolamenti attuativi, compatibilmente con le risorse finanziarie disponibili e tenuto conto dei seguenti criteri:

- Rispetto dei vincoli posti a tutela dei beni culturali di cui alla legislazione vigente, e conseguente rimozione degli impianti posti in deroga a tali vincoli, salvo parere favorevole della Soprintendenza sulla compatibilità della collocazione o della tipologia dell'impianto con l'aspetto, il decoro ed il pubblico godimento degli edifici o dei luoghi soggetti a tutela.
- Ridistribuzione degli spazi di affissione pubblica in base ai nuovi assetti urbani
- Adeguamento ai criteri di collocazione ed alle nuove tipologie di impianti indicati in seguito.

(1) In base ad una indagine eseguita sul nostro territorio, si consigliano indicativamente 40 mq. per ogni 1.000 abitanti, così suddivisi: 2% formato 70 X 50 (funebri); 60% formato 70 X 100 (e formati inferiori); 38% formato 100 X 140.

Articolo 36 - Suddivisione tra affissioni commerciali e sociali

1. La superficie complessiva degli impianti pubblici è destinata per una parte pari al 30% a comunicazioni di natura istituzionale, sociale o comunque priva di rilevanza economica e per la restante quota pari all'70% ad affissioni di natura commerciale.

2. Al fine di rispettare più agevolmente tale rapporto, pur garantendo una omogenea ed efficace distribuzione sul territorio delle informazioni, in merito alle affissioni di natura istituzionale e sociale si dispone che il quantitativo dei manifesti relativi alle attività istituzionali dell'Amministrazione Comunale non superi le 20 copie (formato 70x100), mentre per tutte le altre iniziative comunali (culturali, sportive, ecc.) il numero dei manifesti non può essere superiore a 20 copie (formato 70x100).

3. L'Amministrazione si riserva di utilizzare grandi impianti o stendardi per l'affissione di manifesti a più fogli, per la diffusione di particolari iniziative la cui importanza renda indispensabile una forte diffusione degli stessi sul territorio.

Articolo 37 - Impianti di affissione nel Centro Storico cittadino

1. Fatti salvi gli spazi esistenti attualmente destinati alle affissioni, nel Centro Storico l'installazione di nuovi impianti e la sostituzione di quelli esistenti con le tipologie previste dal Piano, avverrà in seguito alla preventiva redazione di specifici piani di arredo urbano nel rispetto delle norme del regolamento edilizio e di PRG, in modo da garantire la salvaguardia dell'ambiente antico ed una corretta distribuzione delle informazioni commerciali e sociali, non sono ammessi impianti del tipo poster.

Articolo 38 - Definizione e quantificazione degli impianti privati per affissione diretta

1. Per affissioni dirette si intendono le affissioni di manifesti e simili effettuate direttamente da soggetti privati, diversi dal Comune e dai suoi concessionari, anche per conto altrui, l'attuale superficie degli impianti destinati ad affissioni dirette è di mq 0 pari allo 0% di quella esistente per le pubbliche affissioni.

2. L'Amministrazione si riserva di modificare i limiti quantitativi di superficie sopra indicati una volta completato il processo di riqualificazione dell'affissione pubblica e ridefinito le superfici degli impianti pubblici.

Articolo 39 - Tipologie di impianti per le affissioni, caratteristiche e materiali

1. È ammessa unicamente l'installazione di impianti per le affissioni delle seguenti tipologie:
cilindro (per formati inferiori al 70 x 100, 70 x 100 e 100 x 140);

cm 70 x 150 totem funerario mono e bifacciale (tre o sei spazi 70 x 50);

cm 70 x 100 a parete;

cm 70 x 100 totem (dodici spazi 70 x 100);

cm 100 x 140 a parete;

cm 100 x 140 stelo bifacciale (disposto affiancato, a pettine, a pettine inclinato);

cm 100 x 140 totem (sei spazi 100 x 140);

cm 140 x 200 a parete;

cm 140 x 200 standardo mono facciale e bifacciale;

cm 200 x 140 a parete;

cm 200 x 140 standardo mono facciale e bifacciale;

cm 600 x 300 mono facciale e bi facciale (poster).

2. Gli impianti previsti sono di nuova tipologia e sostituiranno gradualmente quelli esistenti.

In particolare dovranno essere completamente eliminate le affissioni eseguite sui muri sia direttamente che su lamiera o altri supporti piani completamente aderenti ai muri stessi.

3. Gli impianti dovranno risultare uguali ai modelli adottati dal presente piano e descritti dagli elaborati grafici allegati.

4. Ad esclusione del tipo cilindro, tutti gli altri impianti sono realizzati con struttura di sostegno in profilati metallici protetti dalla corrosione e verniciati, con procedimenti che assicurino assenza di manutenzione, nel colore (RAL 7012 grigio). I pannelli di supporto per i manifesti saranno realizzati con materiali protetti dalla corrosione o inossidabili (lamiera zincata, alluminio, acciaio inox, derivati plastici) e saranno fissati alla struttura con sistemi che ne rendano agevole la rimozione per esigenze di manutenzione o sostituzione.

5. Gli impianti del tipo cilindro potranno essere realizzati con elementi in calcestruzzo.

Il fissaggio a terra o a parete degli impianti dovrà comunque essere verificato dal costruttore e dall'installatore e calcolato in relazione alle caratteristiche dei supporti in modo da garantire il rispetto delle norme di sicurezza e l'incolumità di persone e cose.

Articolo 40 - Criteri di individuazione degli spazi e collocazione degli impianti di affissione

1. Per ogni tipologia di impianto sono previsti criteri di collocazione specifici che dovranno essere rispettati per garantire una corretta ed efficace fruizione dei messaggi. Gli elaborati grafici relativi a tali criteri sono allegati in calce al presente regolamento.
2. Le caratteristiche e le dimensioni dei manifesti determinano i criteri di massima da seguire per la collocazione degli stessi.

Manifesti di formato inferiore a cm 70 x 100

Sono realizzati in questo formato locandine, manifesti funerari, avvisi di manifestazioni culturali e di offerte commerciali

Il formato ed il contenuto determinano una fruizione molto ravvicinata e lenta. La loro affissione dovrà avvenire preferibilmente su cilindro o totem. Gli spazi preferiti sono il Centro Storico, zone antistanti edifici pubblici, parchi e giardini, piazze.

Per i manifesti funebri, di formato cm 50x70, è previsto uno specifico supporto; gli ambiti preferibili, oltre a quelli precedentemente indicati, sono quelli vicini a chiese ed ospedali e cimiteri.

Manifesti cm 70 x 100

Sono realizzati in questo formato la maggior parte dei manifesti culturali, istituzionali e commerciali ma di ambito locale.

Il formato ed il contenuto determinano una fruizione ravvicinata e lenta. La loro affissione dovrà avvenire preferibilmente su supporti a parete, in serie da 3 a 7 elementi, o su cilindro o totem. Gli spazi preferiti sono il Centro Storico, zone antistanti edifici pubblici, parchi e giardini, piazze.

Manifesti cm 100 x 140

Sono in questo formato manifesti culturali di interesse regionale, manifesti cinematografici e commerciali.

L'affissione è preferibile su supporti a parete, su steli bifacciali, cilindro e su totem. Per le tipologie a parete e su steli si prevedono serie da 3 a 5 impianti poste, le prime, sui muri di recinzione di edifici pubblici, gli steli lungo le strade a lenta percorrenza come quelle limitrofe al centro storico, lungo le aiuole delle piste ciclabili e lungo percorsi pedonali ai margini di zone a verde pubblico, disposti a pettine o affiancati e visibili su ambo i lati.

Manifesti cm 140 x 200 e 200 x 140

Formato quasi esclusivamente commerciale, anche quando utilizzato per pubblicizzare attività culturale; si tratta in genere di avvenimento di tale rilevanza da assumere comunque un preminente aspetto economico e quindi non assimilabile a comunicazione di pubblica utilità. Le installazioni sono prevalentemente a standard, poste lungo le vie anche di scorrimento relativamente veloce come strade e viali principali dal centro verso la periferia, preferibilmente in serie da 2 a 5 elementi, disposti a pettine o affiancati e visibili su ambo i lati.

Poster cm 600 x 300

Formato prevalentemente per messaggi commerciali da installare su impianto con autonomo supporto nei tipi mono facciale o bi facciale .

In considerazione dell'ingombro e del forte impatto visivo questi impianti devono essere dislocati preferibilmente lungo strade di scorrimento, nei parcheggi pubblici, in prossimità di centri commerciali o impianti sportivi e comunque su aree caratterizzate da ampie visuali libere.

Al fine di ovviare all'attuale dislocazione di tipo diffuso e disperso degli impianti che produce un maggiore inquinamento visivo e riduce l'efficacia della comunicazione si ritiene fondamentale ricorrere preferibilmente alla collocazione di impianti in serie.