



COMUNE DI VERUCCHIO

PROVINCIA DI RIMINI

REGOLAMENTO

per la disciplina dei mezzi pubblicitari

Approvato con delibera del Consiglio Comunale n. 15 del 30/04/2026

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 D. Lgs. 30.04.1992 n. 285 (Codice della Strada) e relativo Regolamento di Esecuzione e di Attuazione (D.P.R. 16.12.1992 n. 495), nonché nel rispetto del D. Lgs. 22.01.2004, n. 42, del D.P.R. 13.02.2017, n. 31, del D.L. 19 febbraio 2026, n. 19, del Regolamento Urbanistico Edilizio (RUE), del Regolamento per la disciplina del canone patrimoniale di occupazione del suolo pubblico, di esposizione pubblicitaria e del canone mercatale e del Regolamento comunale per la valorizzazione degli spazi pubblici delle attività economiche in materia di decoro, dehors ed accessibilità.
2. La collocazione di cartelli e di altri mezzi pubblicitari lungo le strade o in vista di esse è soggetta in ogni caso ad autorizzazione amministrativa da parte dell'ente proprietario della strada ai sensi dell'art. 23, comma 4, del D.Lgs. 30.04.1992 n. 285 (Codice della Strada). All'interno dei centri abitati la competenza è dei Comuni, salvo il preventivo nulla osta tecnico dell'ente proprietario se la strada è statale, regionale o provinciale.

Articolo 2 – Suddivisione del territorio comunale

1. Al fine di disciplinare la distribuzione dei mezzi pubblicitari, il territorio comunale si considera suddiviso nelle seguenti zone:
 - Centro abitato: costituito dall'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 s.m.i. e definito ai sensi della deliberazione della Giunta Comunale.
 - Centro storico: come individuato dal Regolamento Urbanistico Edilizio (RUE).
 - Aree esterne ai centri abitati: comprendenti tutte le zone agricole e le zone territoriali extraurbane indicate nel RUE.

Le suddette zone sono puntualmente rappresentate nella planimetria disponibile sul sito istituzionale dell'ente all'indirizzo https://comune.verucchio.rn.it/documento_pubblico/imposta-comunale-sulla-pubblicita/. Il Regolamento Urbanistico Edilizio (RUE) è disponibile all'indirizzo <https://comune.verucchio.rn.it/pianificazione-territoriale/>. Per i vincoli paesaggistici si rimanda a: <https://www.patrimonioculturale-er.it/webgis/>.

Articolo 3 – Collocazione vietata

1. Il posizionamento dei mezzi pubblicitari, ad eccezione delle targhe e delle bacheche è vietato sia all'interno che all'esterno dei 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 di quelle comprese tra due carreggiate che abbiano larghezza di almeno m 4 e siano poste, all'interno dei centri abitati, 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, nonché 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. 35 del presente Regolamento, è sempre vietata sulle aree private.
 4. All'interno del centro abitato è sempre vietato il posizionamento di cartelli pubblicitari come definiti al successivo art. 22-bis, salvo quanto espressamente consentito dal presente Regolamento.
 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

1. Il posizionamento dei mezzi pubblicitari fuori del centro abitato e le loro dimensioni massime sono disciplinati dalle norme del Codice della Strada e dal relativo Regolamento di esecuzione e di attuazione. L'installazione è subordinata all'autorizzazione dell'ente proprietario della strada.

Articolo 5 – Collocazione in centro abitato

1. Il posizionamento dei mezzi pubblicitari non collocati parallelamente al senso di marcia dei veicoli, all'interno dei centri abitati e lungo le strade extraurbane con un limite di velocità non superiore a 50 km/h, salvo quanto previsto dal comma 2 del presente articolo e dagli art. 6 e 8 del presente Regolamento, 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 massimo 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, comma 1, limitatamente al posizionamento in curva, non si applicano a 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, purché poste ad una distanza non inferiore a due metri dal limite della carreggiata e siano rispettate le disposizioni dell'art. 23, comma 1, 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 posti 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 tipologie di impianti.

Articolo 6 – Collocazione all'interno di zone di interesse storico, culturale ed ambientale

1. Le norme del presente articolo, nel rispetto del D. Lgs. 22.01.2004 n. 42 e del D.P.R. 13.02.2017, n. 31, disciplinano la collocazione di particolari mezzi pubblicitari 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 contenute.
3. All'interno del sistema insediativo storico è vietata:
 - a) l'installazione di insegne a bandiera orizzontale e verticale;
 - b) l'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 invece 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 e delle associazioni riconosciute, purché prive di illuminazione propria e preventivamente autorizzate ai sensi del presente Regolamento.
5. Sono comunque da rispettare le indicazioni di cui agli artt. 51 e 55 del Regolamento Urbanistico Edilizio (RUE).
6. L'installazione dei mezzi pubblicitari nelle zone di interesse storico, artistico, culturale ed ambientale è sempre soggetta alla valutazione della commissione per la qualità architettonica e il paesaggio.

Articolo 7 – Caratteristiche comuni dei 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 costituiscano 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 in fase di presentazione della Segnalazione Certificata di Inizio Attività (SCIA) o della richiesta di autorizzazione.
3. I cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari devono avere sagoma regolare che in ogni caso, non può essere quella di cerchio o di triangolo, né 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.
4. 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 a rispettare dei requisiti indicati dal precedente articolo 7, non possono avere né luce intermittente, di intensità luminosa superiore a 150 candele per metro quadrato o comunque tale da provocare abbagliamento o distrazione dell'attenzione ai 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

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, 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 di stazioni di rifornimento o 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 stazioni di rifornimento o 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. 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 alle disposizioni dell'art. 5 per quanto riguarda la distanza dal limite della carreggiata e dagli altri segnali, nonché alle prescrizioni dell'art. 14, comma 12, nel caso in cui aggettino sulla carreggiata devono essere posizionate nel rispetto delle seguenti disposizioni:
- 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
- È ammesso il collocamento di una sola insegna d'esercizio per ogni senso di marcia.
4. L'effettuazione di campagne promozionali all'interno delle stazioni di rifornimento e di servizio è subordinata alla preventiva richiesta di autorizzazione o segnalazione da presentarsi all'Ufficio competente ai sensi del presente Regolamento.

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

1. Sulle strutture di attività aventi carattere temporaneo o stagionale è consentita l'installazione della sola insegna di esercizio, così come disciplinata dal successivo art. 14.

Articolo 12 – Segnali turistici e di territorio

1. 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. (*omissis*)
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 E DEFINIZIONE 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. Sono comprese scritte su tenda, tabelle, pannelli e altri mezzi simili, opachi, luminosi o illuminati, che abbiano la funzione principale o esclusiva di consentire al pubblico l'immediata identificazione del luogo ove si esercita l'attività, l'indicazione generica delle merci vendute o fabbricate o dei servizi prestati. 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. Sono pertanto da considerarsi insegne d'esercizio tutte quelle che soddisfano detta funzione identificativa anche se la loro collocazione, per ragioni logistiche, oltrepassa le pertinenze accessorie dell'esercizio stesso ed avviene nelle immediate vicinanze.
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, artigianali o commerciali.
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, e devono avere una sporgenza massima, rispetto al filo esterno del muro di cm 30. Le insegne frontali installate lateralmente alle vetrine dovranno avere dimensione massime di m 0,70 x m 0,50 ed essere collocate ad una distanza dallo stipite compresa tra cm 10 e cm 20.
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. 41, comma 4.
11. 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.
12. È vietata l'installazione di insegne sulle facciate degli edifici caratterizzati da vincoli architettonici, fermo restando quanto stabilito dall'art. 6 del presente Regolamento per gli edifici situati nelle zone di interesse storico, culturale e ambientale.
13. È consentito derogare ai punti precedenti nel caso di insegne da collocare in ambiti soggetti a Regolamento Urbanistico Edilizio (RUE), qualora vengano previsti progetti unitari per le insegne.
14. La collocazione di insegne in modo difforme da quanto stabilito ai punti precedenti è subordinata al parere positivo del gruppo tecnico di lavoro di cui all'art. 41 comma 4.

Articolo 15 – Impianti di insegne o targhe coordinate

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

Articolo 16 – Vetrofanie

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, in mancanza, nelle aperture poste al piano superiore affacciate su percorsi o piazze, qualora siano 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 di cui all'art. 41 comma 4.
3. La vetrofania è assoggettata all'imposta sulla pubblicità qualora:
 - reclamizzando la specifica attività superi la dimensione di mq 0,5;
 - reclamizzando altre attività (es. loghi di imprese fornitrici o collegate) superi la dimensione di mq 0,03.

Articolo 17 – Targhe di esercizio e pubblicitarie

1. Per «targa di esercizio» si intende la scritta in caratteri alfanumerici completata eventualmente da un simbolo o marchio, priva di voluminosità propria e installata nella sede di esercizio dell'attività o nelle pertinenze accessorie di cui all'art. 14, comma 2, nel caso in cui l'attività stessa sia priva di vetrine. Le targhe di esercizio, 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 e devono avere una dimensione massima di cm 40 x 30.
2. Per «targa pubblicitaria» si intende la targa avente contenuto analogo alla targa di esercizio, ma collocata 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. (*omissis*)

Articolo 18 – Preinsegne

1. È definita «preinsegna» 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, e supportata da una idonea struttura di sostegno. La preinsegna ha lo scopo di pubblicizzare in modo direzionale la sede dove si esercita una determinata attività, facilitandone il reperimento nel raggio di 5 Km. Non può essere luminosa né per luce propria né per luce indiretta.
2. Le preinsegne devono avere forma rettangolare e dimensioni comprese entro i limiti minimi di 1 m x 0,20 m e massimi di 1,50 m x 0,30 m. La loro collocazione deve seguire criteri specifici, redatti dall'Ufficio Tecnico e volti a garantire una corretta ed efficace fruizione dei messaggi.
3. L'installazione delle preinsegne è vincolata all'utilizzo di un sistema di pubblicizzazione unico mediante apposito impianto di sostegno, al fine di limitare l'inquinamento visivo sul territorio comunale, ed è subordinato ad apposita richiesta da presentare secondo le modalità previste all'art. 30 del presente Regolamento. Gli impianti esistenti devono essere rimossi a seguito della progressiva installazione dei nuovi impianti.

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, e ove consentite a muro, non devono avere sporgenza superiore a cm. 10 dal filo esterno della muratura.

Articolo 20 – Tende

1. Per «tende» si intendono i manufatti mobili o semimobili, in tessuto o in materiali assimilabili, posti esternamente a protezione di vetrine o ingressi contenenti la denominazione del locale, il suo eventuale logo e la tipologia dell'attività. È vietato apporre sulla tenda ogni altra dicitura o eventuali scritte pubblicitarie riferite a soggetti terzi o a marche di prodotti.
2. Le caratteristiche delle tende poste a protezione di mostre, vetrine ed accessi pedonali sono disciplinate dal Regolamento comunale per la valorizzazione degli spazi pubblici delle attività economiche in materia di decoro, dehors ed accessibilità.
3. Le tende non devono comunque essere in contrasto con le disposizioni del Regolamento Urbanistico Edilizio (RUE), del D.Lgs. 22.01.2004 n. 42 e del D.P.R. 13.02.2017, n. 31.

Articolo 21 – Segnale orizzontale reclamistico

1. Si considera «segnale 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.
2. È realizzato con materiali rimovibili ma ben ancorati alla superficie stradale e tali da garantire una buona aderenza dei veicoli al passaggio sugli stessi.
3. Il segno orizzontale reclamistico è ammesso all'interno di aree ad uso pubblico di pertinenza di complessi industriali e commerciali e deve avere una dimensione massima di mq. 3.

Articolo 22 – Manifesti

1. Si considera «manifesto» l'elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, ma prevalentemente cartaceo e comunque 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 appositi spazi preordinati denominati (impianti d'affissione); sono vietate le affissioni eseguite sui muri, sia direttamente che su lamiere o altri supporti piani completamente aderenti ai muri stessi.
3. Le caratteristiche tecniche, i materiali, e le modalità di installazione degli impianti d'affissione, nonché le caratteristiche e dimensioni dei manifesti, sono disciplinate al successivo Capo IV del presente Regolamento.
4. L'affissione dei manifesti è subordinata alla preventiva presentazione di specifica richiesta all'Ufficio Tributi, mediante compilazione dell'apposito modulo predisposto dall'Ente, nonché al versamento dei diritti e dei tributi dovuti.

Articolo 22-bis – Cartelli pubblicitari

1. Si definisce «cartello pubblicitario» quel manufatto, mono o bifacciale, supportato da una idonea struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici. Può essere utilizzato su entrambe le facciate anche per contenuti diversi e può essere luminoso, sia

per luce propria che per luce indiretta. La rotazione del messaggio avviene con cadenza almeno mensile e ogni cartello può essere utilizzato da un solo soggetto emittente, che è responsabile del contenuto del messaggio pubblicitario stesso.

Articolo 23 – Impianti a messaggio variabile

1. Viene definito «impianto a messaggio variabile» 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 a quelle prescritte per i cartelli pubblicitari.
2. Può essere luminoso per luce diretta o per luce indiretta e deve avere una dimensione massima di mq 18. L'autorizzazione o segnalazione è comunque subordinata alla valutazione del progetto da parte del gruppo tecnico di lavoro di cui all'art. 41, 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 è applicata, fermi restando i limiti di cui all'articolo 61 del Codice della Strada.
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. 285/1992 e agli artt. 203, comma 2, lett. q) e 204, comma 2, lett. s) del D.P.R. 495/1992, 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 cerchio 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 di esecuzione ed attuazione del Codice della Strada approvato con D.P.R. 495/1992.
11. È 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. 285/1992 e artt. 203, comma 2, lett. q) e 204, comma 2, lett. s) del D.P.R. n. 495/1992. 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. Per «pubblicità fonica» si intende la diffusione di messaggi pubblicitari tramite suoni, voci, altoparlanti o megafoni. La pubblicità fonica deve essere preventivamente autorizzata dal Comune. Per punto di pubblicità si intende il centro da cui vengono trasmessi gli annunci pubblicitari, anche se lo stesso messaggio viene diramato contemporaneamente da più apparecchi pubblicitari.
2. La pubblicità fonica è vietata, per ragioni di pubblico interesse:
 - all'interno del Centro Storico;
 - a meno di 200 m 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.
3. La pubblicità fonica è consentita nei giorni feriali dalle ore 9.00 alle ore 12.30 e dalle ore 16.00 alle ore 20.00.
4. Nei giorni festivi e fuori dagli orari indicati, è possibile concedere deroghe durante lo svolgimento di manifestazioni di carattere sportivo, culturale, sociale, religioso e simili.
5. Altre limitazioni possono essere disposte con provvedimento di carattere generale dal Sindaco.
6. Per la pubblicità elettorale si applicano le disposizioni dell'art. 7 della L. 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.
7. 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.
8. La richiesta di autorizzazione in deroga agli artt. 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, definiti dall'Ufficio Tecnico al fine di garantire una corretta ed efficace fruizione dei messaggi.

Articolo 27 –Striscione, stendardo, bandiera

1. Si considera «striscione, stendardo o bandiera», l'elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura privo di rigidità e mancante di una superficie di appoggio, può essere luminoso esclusivamente per luce indiretta.

Articolo 27-bis – Esposizione pubblicitaria in occasione di eventi, manifestazioni o altre iniziative

1. Per eventi, manifestazioni o altre iniziative realizzate all'interno del territorio comunale è necessario acquisire il nulla osta della Giunta Comunale di Verucchio prima di presentare la Segnalazione Certificata di Inizio Attività (SCIA) o la richiesta di autorizzazione per l'esposizione pubblicitaria. La SCIA o richiesta di autorizzazione, deve essere presentata all'Ufficio competente almeno 30 giorni prima della data di inizio dell'iniziativa dal richiedente o dal legale rappresentante se presentata da enti, associazioni sindacali, partiti politici, consorzi, associazioni religiose, sportive, culturali o da persone giuridiche.
2. L'esposizione di stendardi è ammessa per la promozione pubblicitaria di manifestazioni, spettacoli e per il lancio di iniziative commerciali. Gli striscioni non possono avere altezza superiore a m 1,0, il bordo inferiore di striscioni, stendardi 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 stendardi sono ridotte entro il centro abitato a m 12.
3. L'esposizione di striscioni, stendardi o bandiere è consentita durante il periodo di svolgimento dell'evento o dell'iniziativa a cui si riferiscono, nonché nella settimana precedente e nelle 48 ore successive, con l'obbligo di ripristino del preesistente stato dei luoghi.
4. 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. 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.
6. La collocazione di tali cartelli può essere autorizzata, previo parere favorevole dell'Ufficio comunale preposto ed è ammessa unicamente durante il periodo di svolgimento della manifestazione o dell'iniziativa cui si riferisce, nonché durante nella settimana precedente e nelle 48 ore successive allo stesso, con l'obbligo di ripristino del preesistente stato dei luoghi.

7. 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 cartelli mono o bifacciali, bacheche o similari, purché mobili e posati direttamente al suolo. Tale disposizione si applica anche nelle zone di cui all'art. 6.
8. La locandina è ammessa per la promozione pubblicitaria di manifestazioni e spettacoli o per il lancio di iniziative commerciali ed è installabile esclusivamente sulle vetrine di pertinenza dei negozi o all'interno degli stessi. La locandina non può superare la dimensione massima di cm 30 x 40. 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.
9. 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.
10. La distribuzione di materiale pubblicitario/divulgativo mediante consegna individuale a mano alle persone o tramite la cosiddetta consegna "porta a porta" deve essere autorizzata preventivamente. La richiesta di autorizzazione è inoltrata su apposita modulistica predisposta dall'Ufficio competente 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.
 - È 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, al pagamento dell'imposta di pubblicità 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 o in aree extraurbane di proprietà comunale, deve presentare Segnalazione Certificata di Inizio Attività (SCIA) o apposita richiesta di autorizzazione al Comune ai sensi del presente Regolamento; l'esposizione pubblicitaria può essere avviata solo a seguito della presentazione dell'attestazione di avvenuto pagamento dell'imposta di pubblicità.

2. Il termine per la conclusione del procedimento amministrativo è stabilito in giorni trenta (30) dalla data di presentazione della SCIA o dalla richiesta di autorizzazione. Qualora sia necessario acquisire il nulla osta tecnico da parte dell'Ente proprietario della strada, il parere della Commissione per la Qualità Architettonica e il Paesaggio o in caso di esigenze istruttorie, il termine per la conclusione del procedimento può essere sospeso, per una sola volta e riprenderà a decorrere dalla data di acquisizione degli atti integrativi richiesti. 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.
3. Il mezzo pubblicitario dovrà essere installato entro un anno, salvo casi di comprovata impossibilità. Ai fini dell'applicazione dell'imposta sulla pubblicità la data d'installazione dovrà essere comunicata all'Ufficio competente prima dell'esposizione al pubblico del mezzo pubblicitario.
4. L'autorizzazione o la segnalazione relativa all'attivazione di mezzi pubblicitari ha validità triennale ai sensi dell'art. 53 del D.P.R. 495/1992 e si intende tacitamente rinnovata in assenza di modifiche sostanziali.
5. In caso di modifiche sostanziali, dovrà essere presentata una nuova richiesta di autorizzazione con le modalità di cui al successivo articolo 30.
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. L'attivazione di mezzi pubblicitari da parte di imprese aventi scopo di lucro, escluse le preinsegne, i manifesti, la pubblicità fonica e sui veicoli, è soggetta a Segnalazione Certificata di Inizio Attività (SCIA) da presentare in modalità telematica allo Sportello Unico Attività Produttive (SUAP) dell'Unione dei Comuni della Valle del Marecchia.

1-bis La SCIA, ordinaria o condizionata, per l'installazione di un mezzo pubblicitario dovrà essere corredata dai seguenti elaborati:

- a) l'esatta indicazione dei punti di installazione dei mezzi pubblicitari che si intendono installare in planimetria e in altimetria;
- b) la rappresentazione grafica del mezzo pubblicitario, con l'indicazione del messaggio pubblicitario, delle misure, dei materiali e dei colori proposti;
- c) fotografie dello stato di fatto dell'area e/o fabbricato in cui si intende installare il mezzo pubblicitario;
- d) inserimento grafico del mezzo pubblicitario nell'area o sul fabbricato.

Nel caso in cui l'area in cui si intende installare il mezzo pubblicitario sia coperta da vincoli o appartenga ad altro proprietario, in fase di presentazione della SCIA è necessario predisporre anche la relativa modulistica.

2. La richiesta di autorizzazione per l'attivazione dei mezzi pubblicitari può essere presentata al SUAP anche anticipatamente rispetto alla presentazione della Segnalazione Certificata di Inizio Attività (SCIA) da parte dell'impresa; tuttavia, il rilascio del titolo è comunque subordinato alla positiva definizione dell'istruttoria relativa alla SCIA stessa.
3. L'attivazione delle preinsegne, dei manifesti, la pubblicità fonica e sui veicoli, nonché l'installazione di mezzi pubblicitari da parte di soggetti non aventi scopo di lucro, è subordinata al rilascio di specifica autorizzazione da parte dell'Ufficio Tributi; la relativa richiesta deve essere redatta sull'apposita modulistica predisposta dal medesimo Ufficio.

4. Acquisita la richiesta di autorizzazione o la segnalazione, gli uffici indicati ai commi 1 e 3 per quanto di competenza, ne danno notizia agli uffici coinvolti nel procedimento per l'acquisizione dei relativi pareri. I pareri devono essere resi entro 20 giorni dalla data della richiesta, decorso inutilmente tale termine si applica l'istituto del silenzio/assenso.
5. *(omissis)*
6. *(omissis)*
7. Ogni modifica sostanziale a quanto descritto nella richiesta di autorizzazione o nella segnalazione, che abbia positivamente concluso l'iter di verifica sopradescritto, è subordinata alla presentazione di una nuova richiesta di autorizzazione o segnalazione.
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. In caso di modifica della sola scritta di un mezzo pubblicitario già autorizzato, è sufficiente presentare all'Ufficio competente una "comunicazione di effettuazione modifica scritta pubblicitaria", alla quale verrà allegata la proposta della nuova scritta che si intende apporre. Decorso 10 giorni dalla presentazione della comunicazione, senza che siano stati comunicati motivi ostativi da parte dello Comune, la modifica della scritta pubblicitaria può essere effettuata.

Articolo 31 – Obblighi del titolare dell'autorizzazione

1. È fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione o segnalazione 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 in fase di istruttoria della pratica, al momento dell'invio della segnalazione, del rilascio dell'autorizzazione o anche successivamente per intervenute e motivate esigenze;
 - procedere alla rimozione del mezzo pubblicitario e alla tempestiva comunicazione all'Ufficio competente, 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 o la segnalazione non esonerano 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 o comunicati, sul loro stato di conservazione e di buona manutenzione, sui termini di scadenza e rinnovo delle autorizzazioni, è svolta dalla Polizia Municipale e dai 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. La violazione delle disposizioni del presente Regolamento, qualora non integri una fattispecie già sanzionata dal Codice della Strada, comporta l'applicazione della sanzione amministrativa pecuniaria prevista dall'art. 7-bis del D.Lgs. 18 agosto 2000, n. 267, da euro 25,00 a euro 500,00, secondo quanto determinato dall'organo competente. In caso di occupazione o esposizione

pubblicitaria abusiva o in caso di mancato o tardivo pagamento del canone dovuto, si applicano altresì gli interessi e le sanzioni stabiliti dal Regolamento per la disciplina del canone patrimoniale di occupazione del suolo pubblico, di esposizione pubblicitaria e del canone mercatale vigente.

2. Per l'accertamento, la contestazione e l'irrogazione delle sanzioni amministrative previste dal presente Regolamento si applicano le disposizioni di cui alla L. 24 novembre 1981, n. 689.
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 dalla normativa vigente.
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 – (omissis)

CAPO IV – PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI DIAFFISSIONE

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 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 362. ⁽¹⁾
3. La superficie complessiva sopra indicata potrà essere incrementata, in misura adeguata a soddisfare le richieste di affissione dell'utenza, e comunque fino a un massimo di mq. 400. L'Amministrazione si riserva la facoltà di modificare i suddetti limiti di superficie al fine di adeguarli a eventuali sopravvenute esigenze organizzative e di servizio.
4. (omissis)

⁽¹⁾ In base ad una indagine eseguita sul nostro territorio, si consigliano indicativamente 40 mq per ogni 1.000 abitanti, così suddivisi: 2% formato cm 70 x 50 (funebri); 60% formato cm 70 x 100 (e formati inferiori); 38% formato cm 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), così come 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 standardi 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, avverrà in seguito alla preventiva redazione di specifici piani di arredo urbano nel rispetto delle norme del Regolamento Urbanistico Edilizio (RUE), del D. Lgs. 22.01.2004 n. 42 e del D.P.R. 13.02.2017, n. 31, 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. (*omissis*)

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 e bifacciale;
 - cm 200 x 140 a parete;
 - cm 200 x 140 standardo mono e bifacciale;
 - cm 600 x 300 mono e bifacciale (poster).
2. (*omissis*)
3. (*omissis*)
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 sono realizzati con materiali protetti dalla corrosione o inossidabili (lamiera zincata, alluminio, acciaio inox, derivati plastici) e sono fissati alla struttura con sistemi che ne rendono agevole la rimozione per esigenze di manutenzione o sostituzione.
5. Gli impianti del tipo cilindro possono essere realizzati con elementi in calcestruzzo.
6. Il fissaggio a terra o a parete degli impianti deve 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 devono essere rispettati per garantire una corretta ed efficace fruizione dei messaggi.

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 50 x 70 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 stendardo, 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.

CAPO V – DISPOSIZIONI FINALI E TRANSITORIE

Articolo 41 – Disposizioni finali e transitorie

1. Il presente regolamento sostituisce ogni altra precedente disposizione e regolamentazione comunale della materia.
2. Per quanto non espressamente disposto o richiamato, si applicano le disposizioni di legge vigenti.
3. È 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 difforme rispetto a quanto stabilito nei precedenti articoli è subordinata al parere positivo del Gruppo Tecnico di Lavoro costituito da:
 - Assessore all'Edilizia Privata;
 - Responsabile Ufficio Tecnico o suo delegato;
 - Comandante del Corpo Intercomunale di Polizia Municipale o suo delegato.
5. Il presente regolamento entra in vigore il quindicesimo giorno successivo alla sua pubblicazione.
6. Il presente regolamento si adegua automaticamente alle modificazioni della normativa nazionale e comunitaria. I richiami e le citazioni di norme contenuti nel presente regolamento si devono intendere fatti al testo vigente delle norme stesse.