



**COMUNE DI RIGNANO FLAMINIO**

**Città Metropolitana di Roma Capitale**

**REGOLAMENTO DELLE INSTALLAZIONI  
PUBBLICITARIE, SEGNALISTICHE ED INFORMATIVE**

**Ex D-Lgs 507/93**

**Ex D.Lgs 285/92**

**Approvato con Delibera del C.C. n° \_\_\_\_\_ del \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_**

## Sommario

<b>TITOLO I - DISPOSIZIONI GENERALI .....</b>	<b>4</b>
Art. 1 Principi Generali .....	4
Art. 2 Quadro normativo di riferimento.....	4
Art. 3 Campo di applicazione.....	5
Art. 4 Definizione e classificazione delle strade .....	5
Art. 5 Definizione e delimitazione del centro abitato .....	6
Art. 6 Suddivisione del territorio comunale in zone omogenee .....	6
Art. 7 Vincoli storici, artistici e di tutela paesaggistica.....	7
Art. 8 Prescrizioni generali di installazione per il Centro Abitato.....	8
<b>TITOLO II – LA PUBBLICITA' ESTERNA .....</b>	<b>9</b>
Art. 9 Classificazione dei mezzi pubblicitari .....	9
Art. 10 Classificazione degli impianti pubblicitari – Durata del messaggio.....	12
Art. 11 Classificazione dei messaggi pubblicitari – Tipo di messaggio .....	13
Art. 12 Definizione di pubblicità esterna .....	13
Art. 13 Requisiti generali degli impianti per la pubblicità esterna .....	13
Art. 14 Caratteristiche tecniche di riferimento degli impianti di pubblicità esterna .....	13
Art. 15 Deroghe alle distanze previste dal nuovo codice della strada .....	14
Art. 16 Definizione generale di installazione.....	15
Art. 17 Disciplina di installazione nelle zone omogenee – Abaco delle distanze .....	19
Art. 18 Ubicazione nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio.....	19
Art. 19 Segni orizzontali reclamistici .....	19
<b>TITOLO III- LE INSEGNE DI ESERCIZIO .....</b>	<b>20</b>
Art. 20 Definizione .....	20
Art. 21 Caratteristiche tecniche.....	20
Art. 22 Deroghe specifiche .....	21
<b>TITOLO IV- SEGNALLETICA VERTICALE PRIVATA.....</b>	<b>22</b>
Art. 23 Definizione .....	22
Art. 24 Fornitura, installazione e manutenzione dei segnali verticali.....	24
Art. 25 Installazione dei segnali verticali .....	24
<b>TITOLO V- NORME AMMINISTRATIVE .....</b>	<b>25</b>
Art. 26 Autorità competente per il rilascio delle autorizzazioni.....	25
Art. 27 Definizione del settore incaricato al rilascio delle autorizzazioni .....	25

Art. 28 Modalità per la presentazione delle istanze di autorizzazione .....	26
Art. 29 Istruttoria della domanda.....	27
Art. 30 Integrazione alla domanda .....	27
Art. 31 Durata .....	27
Art. 32 Rinnovi .....	27
Art. 33 Documentazione da presentare all'atto di ritiro dell'autorizzazione.....	28
Art. 34 Obblighi del titolare dell'autorizzazione.....	28
Art. 35 Revoca dell'autorizzazione per la pubblicità permanente .....	29
Art. 36 Esposizioni soggette a semplice comunicazione .....	29
Art. 37 Vigilanza.....	30
Art. 38 Rimozione .....	30
Art. 39 Progetti particolareggiati e concessioni .....	31
<b>DISPOSIZIONI TRANSITORIE E FINALI.....</b>	<b>31</b>
Art. 40 Norme transitorie .....	31
Art. 50 Impianti pubblicitari abusivi .....	31
Art. 51 Sanzioni amministrative .....	32

# TITOLO I - DISPOSIZIONI GENERALI

## Art. 1 Principi Generali

La pubblicità esterna sarà effettuata nel territorio comunale in conformità al presente regolamento, che individua e classifica le tipologie dei mezzi pubblicitari, ne disciplina la loro collocazione sul territorio comunale tenendo conto delle:

- ▲ Esigenze di carattere sociale ed economico
- ▲ Esigenze di tutela ambientale e paesaggistica
- ▲ Esigenze di traffico e di sicurezza della circolazione stradale
- ▲ Qualità dell'ambiente e dell'immagine della città
- ▲ Rispetto delle prescrizioni e dei vincoli imposti dai vigenti strumenti urbanistici e dalle norme generali in materia di installazione dei mezzi pubblicitari collocati ed in vista delle strade

Tali obiettivi si conseguono mediante la determinazione di una Normativa specifica finalizzata all'individuazione di distanze minime da rispettare per la collocazione di mezzi pubblicitari dagli elementi rilevanti per la sicurezza stradale, tali da garantire il giusto equilibrio tra le esigenze di salvaguardia della sicurezza e il diritto di libera iniziativa economica privata. Al tempo stesso la determinazione delle caratteristiche estetiche, costruttive e dimensionali dei mezzi pubblicitari, è stata effettuata sulla base delle esigenze di decoro e al contempo alla massimizzazione delle entrate

Tutti i meccanismi di interazione tra i soggetti economici interessati alla diffusione di messaggi pubblicitari e l'amministrazione sono improntati su principi di massima trasparenza e semplificazione dei procedimenti.

I criteri generali che sorreggono il presente strumento normativo traggono origine dalla necessità di regolamentare i comportamenti tra i singoli operatori economici che diffondono messaggi pubblicitari e l'Amministrazione, nel rispetto degli obiettivi preposti.

Nella determinazione delle Norme, vengono fissati i principi di comportamento che sia gli operatori, sia l'Amministrazione devono seguire e rispettare per il conseguimento degli obiettivi sia durante il periodo di adeguamento, sia nel corso di utilizzo del presente strumento. Di seguito sono elencati i canoni generali utilizzati.

- ▲ Le istanze che pervengono debbono essere analizzate secondo ordine cronologico di ricevimento;
- ▲ Un mezzo pubblicitario si considera abusivo fino a prova contraria;
- ▲ Un mezzo pubblicitario si considera autorizzato quando in possesso di idoneo titolo autorizzativo rilasciato esclusivamente ai sensi del presente PGIP; sono parimenti considerati autorizzati i mezzi in possesso di autorizzazione in corso di validità, rilasciata ai sensi del comma 4 dell'art. 23 del D.lgs 30 aprile 1992 n. 285;

## Art. 2 Quadro normativo di riferimento

Le norme di riferimento per la disciplina della materia sono le seguenti:

- ▲ D.lgs. n. 507 del 15/11/1993 e s.m.i. (Revisione ed armonizzazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, della tassa per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche dei comuni e delle

provincie nonché della tassa per lo smaltimento dei rifiuti solidi urbani a norma dell'art. 4 della legge 23 ottobre 1992, n. 421, concernente il riordino della finanza territoriale)

- ▲ D.lgs. n. 285 del 30/04/1992 e s.m.i. (Nuovo codice della strada)
- ▲ D.P.R. n. 495 del 16/12/1992 e s.m.i. (Regolamento di esecuzione ed attuazione del C.d.S)
- ▲ D.lgs. n. 360 del 10/09/1993 e s.m.i. (Disposizioni correttive ed integrative al C.d.S)
- ▲ D.P.R. n. 610 del 16/09/1996 e s.m.i. (Regolamento recante modifiche al Decreto del Presidente della Repubblica 16 Dicembre 1992, n. 495, concernente il regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo C.d.S)
- ▲ L. n. 472 del 07/12/1999 e s.m.i. (Interventi nel settore dei trasporti)
- ▲ D.lgs. n. 490 del 29/10/1999 e s.m.i. (Testo unico delle disposizioni legislative in materia di beni culturali ed ambientali)
- ▲ D.lgs. n. 42 del 22 gennaio 2004 e s.m.i. (Codice di beni culturali e del paesaggio)
- ▲ Direttiva Ministero LLPP del 24/10/2000
- ▲ D.P.R. n. 31 del 13/02/2017 e s.m.i. (Regolamento recante individuazione degli interventi esclusi dall'autorizzazione paesaggistica o sottoposti a procedura autorizzatoria semplificata)
- ▲ L. n. 120 del 29/07/2010 (Disposizioni urgenti per la stabilizzazione finanziaria)
- ▲ L. n. 111 del 15/07/2011 (Disposizioni in materia di sicurezza stradale)
- ▲ Regolamento del servizio comunale per l'applicazione della imposta sulla pubblicità e per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni
- ▲ Delimitazione dei centri abitati
- ▲ L.241 del 07/08/1990 e s.m.i. (nuove norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi)
- ▲ Altre fonti generali e regolamentari in materia di installazione degli impianti pubblicitari (direttive ministeriali, prassi, giurisprudenza, ecc.)

### Art. 3 Campo di applicazione

Le norme contenute nel regolamento trovano applicazione nel campo dei mezzi della comunicazione pubblicitaria con messaggi di tipo istituzionale e/o commerciale, così come definita dal D.lgs. 15/11/93, n. 507.

La segnaletica direzionale ex art. 134 comma 1, lettere a) b) c) del D.P.R 495/92 e s.m.i., avendo una funzione di pubblica utilità agevolando il traffico veicolare fornendo adeguate informazioni agli utenti della strada per raggiungere le destinazioni prescelte, possono essere posizionate in deroga alle disposizioni previste per i mezzi pubblicitari purchè sia salvaguardata la sicurezza della circolazione stradale.

### Art. 4 Definizione e classificazione delle strade

Le strade sono classificate, riguardo le loro caratteristiche costruttive, tecniche e funzionali, nei seguenti tipi:

#### "A" Autostrade

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

**"B" Strade extraurbane principali**

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

**"C" Strade extraurbane secondarie**

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

**"D" Strade urbane di scorrimento**

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

**"E" Strade urbane di quartiere**

*"Strada ad unica carreggiata con almeno due corsie, banchine pavimentate e marciapiedi; per la sosta sono previste aree attrezzate con apposita corsia di manovra, esterna alla carreggiata."*

**"F" Strade locali**

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

**F-bis. Itinerario ciclopedonale**

*"strada locale, urbana, extraurbana o vicinale, destinata prevalentemente alla percorrenza pedonale e ciclabile e caratterizzata da una sicurezza intrinseca a tutela dell'utenza debole della strada."*

L'art. 2, c. 6, del D.P.R n. 495 del 16/12/1992 (Regolamento di esecuzione ed attuazione del Nuovo Codice della Strada) delega agli organi regionali competenti la classificazione delle strade comunali esistenti e di nuova costruzione. Ai sensi dell'art. 23, c. 6, del D.lgs. 285/93 (Nuovo Codice della Strada), all'interno dei centri abitati il comune ha la facoltà di concedere deroghe alle norme relative alle distanze minime per il posizionamento dei mezzi pubblicitari, nel rispetto delle esigenze di sicurezza della circolazione stradale.

### Art. 5 Definizione e delimitazione del centro abitato

E' definito 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. Il comune ha provveduto con propria deliberazione alla delimitazione del centro abitato, ai sensi dell'art. 4 del D.lgs. 285/93 (Nuovo Codice della Strada) e ad essa è allegata idonea cartografia.

La delimitazione del centro abitato, ai fini dell'applicazione delle norme contenute nel presente Regolamento, è quella definita dalla delibera di Giunta Comunale n° 144 del 06/10/2015

### Art. 6 Suddivisione del territorio comunale in zone omogenee

Il territorio comunale, ai fini della disciplina dell'installazione dei mezzi pubblicitari collocati lungo ed in vista delle strade, viene suddiviso, in funzione delle caratteristiche di destinazione d'uso ed ambientali dell'area, nelle seguenti zone omogenee:

#### Zona A - Zona di particolare attenzione

E' costituita dalle aree centrali del Comune e/o del centro storico definito in cui, ai fini delle installazioni pubblicitarie, si opererà secondo criteri di salvaguardia architettonica ed urbanistica. Impiegando la massima cautela negli inserimenti pubblicitari.

#### Zona B - Zona centrale a destinazione mista

Questa zona individua le aree adiacenti alla ZONA A, oppure aree decentrate ma caratterizzate da una destinazione prevalentemente residenziale consolidata e da attività commerciali e di servizi. Tali caratteristiche rendono queste zone di rilevante valore sociale, commerciale e di aggregazione in cui va posta una generale cautela negli inserimenti pubblicitari.

#### Zona C - Zona periferica a prevalente destinazione residenziale

Sono le aree ricomprese all'interno del centro abitato caratterizzate da un tessuto edilizio composito prevalentemente residenziale. Le aree ricomprese in tale zona non presentano particolari esigenze di regolamentazione dal punto di vista dell'inserimento di mezzi pubblicitari in ambiente stradale. La perimetrazione di tale zona è definita dalla differenza tra le ZONE A e B e il perimetro del centro abitato.

#### Zona D - Zone a prevalente destinazione industriale, commerciale ed artigianale

Sono le zone contraddistinte dalla presenza di insediamenti per il terziario (commercio, servizi, ecc.) nonché zone con insediamenti consolidati a destinazione prevalentemente produttiva (industria, artigianato), anche aventi caratteristiche residenziali miste.

#### Zona E – Territorio comunale fuori centro abitato

Sono le restanti aree comprese all'interno del territorio comunale, esterne al centro abitato. In tali aree l'installazione degli impianti pubblicitari sarà consentita unicamente nel rispetto delle norme previste dal Codice della strada e/o dalle normative dagli enti preposti

#### Art. 7 Vincoli storici, artistici e di tutela paesaggistica

Ai sensi dell'art 49 del D.lgs. n. 42/04 e s.m.i. è vietato collocare o affiggere cartelli e altri mezzi pubblicitari sugli edifici e nelle aree tutelate come beni culturali o in prossimità di essi. Il Soprintendente, valutata la compatibilità della collocazione o della tipologia del mezzo pubblicitario con l'aspetto, il decoro e la pubblica fruizione dei beni culturali tutelati, può rilasciare o negare il nulla osta all'installazione del mezzo pubblicitario.

Nel caso di utilizzo ai fini pubblicitari delle coperture dei ponteggi predisposti per l'esecuzione degli interventi di restauro e di risanamento conservativo dei beni indicate al primo comma, il Soprintendente rilascia o nega il nullaosta per l'effettuazione della pubblicità, per un periodo non superiore alla durata dei lavori. A tal fine alla richiesta di nulla osta deve essere allegato il contratto di appalto dei lavori medesimi.

Ai sensi dell'art. 153 del D.lgs. n. 42/2004 e s.m.i. è vietato collocare cartelli ed altri mezzi pubblicitari nell'ambito ed in prossimità dei beni paesaggistici se non previa autorizzazione rilasciata dalla Amministrazione Comunale sulla compatibilità della collocazione e della tipologia del mezzo pubblicitario con i valori paesaggistici degli immobili e delle aree soggetti a tutela. Per i mezzi pubblicitari con superficie sino a 18 mq trova applicazione il D.P.R. N. 31 del 13/02/2017 Art. 4 Esonero dall'obbligo di autorizzazione paesaggistica per particolari categorie di interventi.

Per "prossimità" ai beni culturali e paesaggistici si intende: tutti i luoghi ai quali la veduta dell'edificio e/o del monumento e/o della componente paesaggistica viene disturbata o interrotta o interferisce (anche parzialmente) con il mezzo pubblicitario.

Sono fatte salve le disposizioni delle normative vigenti in materia.

#### Art. 8 Prescrizioni generali di installazione per il Centro Abitato

All'interno del centro abitato, in conformità a quanto previsto al comma 6 dell'art. 23 del D.lgs. 285/92 e successive modificazioni ed integrazioni la collocazione degli impianti pubblicitari è consentita nel rispetto di quanto previsto dall'art. 53 comma 4 del D.P.R. 495/92. Nei successivi articoli per le varie tipologie di impianti pubblicitari sono previste specifiche deroghe ai sensi dei commi 4 e 6 dell'art. 51 del D.P.R. 495/92 e successive modificazioni ed integrazioni.

Il posizionamento delle insegne d'esercizio, segnaletica direzionale e degli altri mezzi pubblicitari dovrà inoltre essere effettuato nel rispetto dei seguenti criteri di carattere generale:

- che siano rispettate le esigenze di sicurezza della circolazione stradale;
- che siano collocati preferibilmente in allineamento con i pali pubblici ed altri impianti esistenti;
- che non siano di ostacolo alla visibilità dei segnali e degli impianti semaforici entro lo spazio di avvistamento.

Ai sensi del 1° comma dell'articolo 23 del D.lgs. 285/92, lungo le strade o in vista di esse è vietato collocare insegne, cartelli, manifesti, impianti di pubblicità o propaganda, segni orizzontali reclamistici e sorgenti luminose, visibili dai veicoli transitanti sulle strade, che per dimensioni, forma, colori, disegno e ubicazione possano ingenerare confusione con la segnaletica stradale, ovvero possano renderne difficile la comprensione o ridurne la visibilità o l'efficacia, ovvero arrecare disturbo visivo agli utenti della strada o distrarre l'attenzione con conseguente pericolo per la sicurezza della circolazione; in ogni caso, detti impianti non devono costituire ostacolo o, comunque, impedimento alla circolazione dei pedoni e delle persone invalide. Sono altresì vietati i mezzi rifrangenti, diversi dalle preinsegne e dalla segnaletica direzionale, nonché le sorgenti e le pubblicità luminose che possono produrre abbagliamento.

## TITOLO II – LA PUBBLICITÀ ESTERNA

### Art. 9 Classificazione dei mezzi pubblicitari

Con la denominazione di mezzo pubblicitario in ambiente stradale si intende ogni forma di comunicazione rivolta al pubblico e fisicamente effettuata a mezzo di strutture e manufatti collocati lungo o in vista delle strade. I mezzi pubblicitari così definiti sono classificati in funzione della loro tipologia, come da art. 47 del D.P.R 495/92 e s.m.i. Al fine di meglio definire le diverse tipologie di mezzi, la classificazione individuata dal presente PGIP è la seguente:

#### **1. Insegna di esercizio** (art. 47 c. 1 D.P.R 495/92)

*"Scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da simboli e da marchi, realizzata e supportata con materiali di qualsiasi natura, installata nella sede dell'attività a cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie alla stessa. Può essere luminosa sia per luce propria che per luce indiretta."*

Normato al capitolo IV.

#### **2. Preinsegna** (art. 47 c. 2 D.P.R 495/92)

*"Scritta in caratteri alfa numerici, completata da freccia di orientamento, ed eventualmente da simboli e da marchi, realizzata su manufatto bifacciale e bidimensionale, utilizzabile su una sola o su entrambe le facce, supportato da idonea struttura di sostegno, finalizzata alla pubblicizzazione direzionale della sede dove si esercita una determinata attività ed installata in modo da facilitare il reperimento della sede stessa e comunque nel raggio di 5 km. Non può essere luminosa, né per luce propria, né per luce indiretta."*

Mezzi pubblicitari individuati dal PGIP appartenenti a questa categoria:

**2.1 Preinsegna ordinaria:** con forma rettangolare e aventi dimensioni 1,5 m x 0,3 m oppure 1,25 m x 0,25 m. È ammesso l'abbinamento sulla stessa struttura di sostegno di un numero massimo di otto preinsegne per ogni senso di marcia a condizione che le stesse abbiano le stesse dimensioni e costituiscano oggetto di un'unica autorizzazione.

**2.2 Preinsegna formato ridotto:** Mezzo di dimensioni ridotte nel limite superiore di 1 m x 0,2 m e inferiore di 0,6 m x 0,1 m, integrato da freccia direzionale, destinato ad una fruizione prevalentemente pedonale, utilizzabile per l'indicazione commerciale/artigianale/servizio di un'attività ubicata in traverse rispetto dell'asse principale. Tali mezzi dovranno riportare solo il nome e la tipologia della attività, senza ulteriori messaggi di carattere pubblicitario. La struttura di sostegno può essere completata con uno spazio per lo stemma ed il nome del Comune.

#### **3. Cartello** (art. 47 c. 2 D.P.R 495/92)

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

Mezzi pubblicitari individuati dal PGIP appartenenti a questa categoria:

**3.1 Cartello:** Come da definizione dell'art. 47 c. 4 D.P.R 495/92

**3.2 Tabella:** Mezzo bidimensionale mono facciale vincolato ad una costruzione in muratura o altro elemento esistente (recinzioni, cancellate, muri, pareti cieche, ecc.), finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari sia direttamente sia mediante utilizzo di altri elementi quali manifesti cartacei o simili. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.

#### **4. Striscione, locandina, stendardo** (art. 47 c. 5 D.P.R. 495/92)

*"Si definisce striscione, locandina e stendardo l'elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidezza, mancante di una superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa. Può essere luminoso per luce indiretta. La locandina, se posizionata sul terreno può essere realizzata anche in materiale rigido."*

Mezzi pubblicitari individuati dal PGIP appartenenti a questa categoria:

**4.1 Striscione:** Mezzo bidimensionale monofacciale o bifacciale privo di rigidezza, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari in occasione di manifestazioni o spettacoli, con esposizione limitata al periodo di svolgimento della manifestazione, spettacolo o iniziativa a cui si riferisce oltreché alla settimana precedente e alle 24 ore successive allo stesso. Realizzato in materiale plastico (PVC) o in tela di cotone, senza aggiunte di carta o materiali non resistenti agli agenti atmosferici. Installato trasversalmente alla sede stradale per mezzo di cavi di fissaggio a parete o appositi supporti. Può essere luminoso per luce indiretta.

**4.2 Locandina o Gonfalone:** Mezzo bidimensionale mono o bifacciale privo di rigidezza, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari in occasione di manifestazioni, spettacoli, oltre che per il lancio di iniziative commerciali, con esposizione limitata al periodo di svolgimento della manifestazione, spettacolo, o iniziativa a cui si riferisce oltreché alla settimana precedente e alle 24 ore successive alla stessa. Se posizionato sul terreno può essere realizzato anche in materiale rigido. Può essere luminoso per luce indiretta.

**4.3 Stendardo:** Mezzo bidimensionale mono o bifacciale privo di rigidezza, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari in occasione di manifestazioni, spettacoli, oltre che per il lancio di iniziative commerciali, con esposizione limitata al periodo di svolgimento della manifestazione, spettacolo, o iniziativa a cui si riferisce oltreché alla settimana precedente e alle 24 ore successive alla stessa. Realizzato in materiale plastico (PVC) o in tela di cotone, eventualmente dotato di un'apposita tasca per la collocazione di un manifesto cartaceo. Può essere luminoso per luce indiretta.

#### **5. Segni orizzontali reclamistici** (art. 47 c. 6)

*"Si definisce segno orizzontale reclamistico la riproduzione sulla superficie stradale, con pellicole adesive, di scritte in caratteri alfanumerici, di simboli, di marchi, finalizzati alla diffusione di messaggi pubblicitari propagandistici."*

Mezzi pubblicitari individuati dal PGIP appartenenti a questa categoria:

**5.1 Segno orizzontale reclamistico:** Come da definizione dell'art. 47 c. 6 D.P.R 495/92

#### **6. Impianto pubblicitario di servizio** (art. 47 c. 7)

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

Qualunque mezzo pubblicitario abbinato ad una qualsiasi struttura avente quale scopo primario un servizio di pubblica utilità rientra nella definizione di "Impianto pubblicitario di servizio". La collocazione della struttura deve avvenire nel punto in cui il servizio per il quale è preposto l'oggetto venga svolto nel migliore dei modi. Su tali strutture possono essere abbinati degli spazi pubblicitari con superficie inferiore o uguale a 3 mq.

Mezzi pubblicitari individuati dal PGIP appartenenti a questa categoria:

**6.1 Pensilina:** Mezzo bidimensionale integrato a pensilina di attesa, struttura avente come scopo primario quello di proteggere l'utenza in attesa dell'autobus o altri mezzi di trasporto, ad essa rigidamente vincolato. Il mezzo

può essere mono o bifacciale ed interessa le pareti laterali della pensilina. Può essere luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.

- 6.2** Palina di fermata mezzi di trasporto: Mezzo bidimensionale integrato a palina di fermata dei mezzi di trasporto; struttura avente come scopo primario quello di segnalare ed informare l'utenza sulle fermate e sugli orari, ad essa rigidamente vincolato. Il mezzo può essere mono o bifacciale, luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.
- 6.3** Orologio: Mezzo bidimensionale integrato ad orologio montato su struttura propria oppure a parete, ad essa rigidamente vincolato. Il mezzo può essere mono o bifacciale, luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.
- 6.4** Cestino portarifiuti: Mezzo bidimensionale integrato a cesto portarifiuti, ad esso rigidamente vincolato. Il mezzo può essere mono o bifacciale, luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.
- 6.5** Transenna parapedenale: Mezzo bidimensionale integrato a transenna para pedonale, struttura avente per scopo primario quello di proteggere i pedoni, ad essa rigidamente vincolato. Il mezzo può essere mono o bifacciale, luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.
- 6.6** Impianto informativo: Mezzo bidimensionale integrato a struttura avente come scopo primario la fornitura di informazioni relative alla conoscenza del territorio comunale, delle sue risorse artistiche, paesaggistiche, culturali, infopoint, ecc. eventualmente corredata di planimetria del territorio. Il mezzo può essere mono o bifacciale, luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.
- 6.7** Portabicilette: Mezzo bidimensionale integrato a struttura avente come scopo primario la sosta e ancoraggio di biciclette possibilmente posizionato in aree di stallo piazze e lungo piste ciclabili. Il mezzo può essere mono o bifacciale, luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.

## **7. Impianti di pubblicità o propaganda (art. 47 c.8)**

*"Si definisce impianto di pubblicità o propaganda qualunque manufatto finalizzato alla pubblicità o alla propaganda sia di prodotti che di attività e non individuabile secondo definizioni precedenti, ne come inseagna di esercizio, né come preinsegna, né come cartello, né come striscione, locandina o stendardo, né come segno orizzontale reclamistico, né come impianto pubblicitario di servizio. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta."*

Mezzi pubblicitari individuati dal Regolamento appartenenti a questa categoria:

- 7.1** Impianto di pubblicità e propaganda: Qualsiasi mezzo non rientrante nelle classificazioni come individuate in precedenza, avente una o più facciate per l'esposizione di messaggi pubblicitari o propagandistici. Dotato di apposita struttura di sostegno, tipicamente appoggiato al terreno e non solidamente ancorato in via definitiva, finalizzato alla diffusione di messaggi a carattere socio-culturali, commerciali, ecc. mediante esposizione diretta di pannelli serigrafati o stampati oppure di elementi come manifesti o simili. Luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.
- 7.2** Bacheca: Mezzo bidimensionale caratterizzato da uno spazio per l'esposizione dei messaggi accessibile per mezzo di un'anta frontale trasparente, finalizzata a contenere al suo interno messaggi o informazioni istituzionali relative all'attività di enti pubblici e associazioni varie, all'esposizione di programmi per iniziative culturali, religiose, sportive, di pubblico interesse e simili, all'esposizione di menù. Possono inoltre contenere messaggio o informazioni commerciali come tariffe e prezzi di pubblici esercizi o alberghi, locandine immobiliari o altre informazioni commerciali. Il mezzo può essere mono o bifacciale, luminoso sia per luce

diretta che per luce indiretta. Il mezzo può contenere uno spazio pubblicitario sovrastante ed essere utilizzato nelle vetrinette per collocare spazi di annunci immobiliari.

- 7.3** Impianto a messaggio variabile o led luminosi: Mezzo bidimensionale vincolato al suolo da idonea struttura di sostegno o a parete, caratterizzato dalla presenza di un cassonetto specificamente realizzato per la diffusione di messaggi variabili. La variabilità può essere realizzata mediante il movimento del messaggio e/o delle immagini trasmesse. Il mezzo può essere mono o bifacciale, luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.
- 7.4** Mezzo pittorico: Mezzo bidimensionale realizzato con materiale di qualsiasi natura avente come elemento caratterizzante una grande superficie occupante, ad esempio, tutta la superficie di ponteggi o recinzioni di cantiere o altre strutture in elevazione ed a questi opportunamente ancorato. Il mezzo può essere mono o bifacciale, luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta. Si suddivide in:
- 7.4.1. Mezzo pittorico con decorazione artistica: Dovrà riportare in via preferenziale o il prospetto dell'edificio oggetto dell'intervento o l'immagine di un'opera d'arte che ha attinenza con l'edificio o un'immagine con alto contenuto artistico. Il messaggio pubblicitario sarà inserito organicamente nella gigantografia e dovrà essere circoscritto in un riquadro che lo estrae da tutta la superficie dell'impianto; dovrà essere posizionato nella parte inferiore dell'impianto e dovrà occupare una superficie non superiore al 20% della superficie totale della facciata del mezzo.
  - 7.4.2. Mezzo pittorico con decorazione pubblicitaria: Il messaggio pubblicitario può interessare tutta la superficie disponibile o solo una parte di esso, comunque superiore al 20% della superficie totale della facciata del mezzo.

#### Art. 10 Classificazione degli impianti pubblicitari – Durata del messaggio

Con la denominazione di impianto pubblicitario si intende ogni struttura adibita al contenimento dei mezzi pubblicitari.

I mezzi pubblicitari considerati dal presente Regolamento e come precedentemente definiti, ad eccezione degli impianti appartenenti al servizio delle pubbliche affissioni ed affissioni dirette, sono ulteriormente classificati in funzione della durata del periodo di esposizione, nelle seguenti due categorie:

##### Impianti permanenti

Appartengono a questa categoria gli impianti pubblicitari la cui collocazione ha una durata superiore a 90 giorni consecutivi per ciascuna autorizzazione richiesta.

##### Impianti temporanei

Appartengono a questa categoria gli impianti ovvero le strutture la cui collocazione è esplicitamente finalizzata all'esposizione di mezzi di pubblicità relazionati a speciali eventi di durata limitata (fino a 90 gg. di esposizione consecutivi) quali manifestazioni, spettacoli, mostre, fiere, vendite, offerte promozionali, ecc. La collocazione di questa categoria di impianti, che possono essere anche solidamente ancorati al suolo o ad altre strutture in elevazione, è però ammessa solo ed unicamente per il periodo di svolgimento della manifestazione o evento a cui si riferiscono, oltre che nella settimana precedente e nelle 24 ore successive all'evento stesso.

In occasione di manifestazioni politiche, sindacali e di categoria, filantropiche, religiose, culturali e sportive, da chiunque organizzate, anche con il patrocinio o la partecipazione degli enti pubblici territoriali, nonché in occasione di spettacoli viaggianti ed in occasione di manifestazioni commerciali la cui necessità sia collegata ad un evento ad esse riferite, sono autorizzabili altre forme pubblicitarie da concordare con l'amministrazione comunale la quale valuterà il progetto proposto secondo le esigenze di rispetto ambientale e delle caratteristiche storiche ed urbanistiche degli edifici circostanti. Tali forme pubblicitarie sono autorizzabili unicamente nel periodo compreso tra 7 giorni prima dell'evento a 24 ore dopo il termine dell'evento.

## Art. 11 Classificazione dei messaggi pubblicitari – Tipo di messaggio

Un'ultima classificazione dei mezzi pubblicitari identifica gli stessi in funzione del tipo di messaggio esposto ovvero:

### Istituzionali/Sociali o comunque privi di rilevanza economica

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

### Commerciali

Sono tutti mezzi pubblicitari adibiti all'esposizione di messaggi pubblicitari, ovvero intesi alla divulgazione di informazioni, comunicazioni e quant'altro destinato alla promozione di un'attività, di un prodotto o un servizio.

## Art. 12 Definizione di pubblicità esterna

Con il termine “pubblicità esterna” si individuano gli impianti pubblicitari, sia collocati su suolo pubblico sia su suolo privato, utilizzati per la diffusione di messaggi pubblicitari di tipo commerciale o istituzionale e non classificati come insegne di esercizio, di cui all'art. 47 c. 1 D.P.R 495/92, di cui al Titolo III, o come segnaletica direzionale di cui al Titolo IV, o come impianti per il servizio delle pubbliche affissioni di cui al Titolo V.

## Art. 13 Requisiti generali degli impianti per la pubblicità esterna

Gli impianti di pubblicità esterna dovranno rispondere a requisiti minimi in termine di sicurezza, decoro e funzionalità. Gli impianti di pubblicità esterna dovranno essere progettati, realizzati e posati in opera di modo tale da non arrecare pericolo o disturbo alla sicurezza stradale, sia veicolare che pedonale.

Dal punto di vista estetico, gli impianti pubblicitari dovranno essere progettati in modo tale che, sia la scelta dei materiali che dei colori e la grafica dei messaggi, rispettino il contesto architettonico, paesaggistico ed ambientale nel quale saranno collocati.

Gli impianti pubblicitari dovranno avere anche requisiti di funzionalità riferiti soprattutto alla semplicità di manutenzione degli stessi, elemento essenziale affinché il deterioramento naturale o accidentale degli stessi non sia causa di degrado della struttura e di conseguente peggioramento dell'immagine del contesto urbano.

Al fine di evitare eccessive concentrazioni di impianti sulla stessa ubicazione (aggregati), la valutazione delle richieste in merito alla collocazione di nuovi impianti dovrà tenere in considerazione il grado di affollamento dell'intorno entro il quale l'impianto dovrà essere collocato.

I messaggi esposti in tutto il territorio comunale dovranno assolutamente considerare i principi del rispetto della dignità, del pubblico pudore, della decenza e del contesto urbano nel quale il messaggio è esposto. L'amministrazione Comunale si riserva la facoltà di non rilasciare autorizzazioni per tutte quelle situazioni che rappresentano motivazioni di oltraggio ai principi di cui sopra.

## Art. 14 Caratteristiche tecniche di riferimento degli impianti di pubblicità esterna

Gli impianti di pubblicità esterna dovranno rispondere a caratteristiche minime in merito alle specifiche strutturali, costruttive ed estetiche.

Le strutture (supporti, montanti e/o sostegni in genere) dovranno essere realizzate preferibilmente in metallo (acciaio o alluminio) e devono avere capacità di resistenza ai sovraccarichi, agli urti e più in generale a tutti i fenomeni ai quali possono essere sottoposti in ogni condizione di esercizio, senza che ciò costituisca elemento di instabilità o deformazione dell'impianto stesso.

Le strutture di sostegno o di fondazione devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento ed al carico della neve; devono essere solidamente realizzate ed ancorate al terreno sia nel loro complesso sia nei singoli elementi che le compongono.

Qualora le strutture di sostegno e di fondazione 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 prima del ritiro dell'autorizzazione. Gli impianti pubblicitari eventualmente composti da ante apribili, quali ad esempio le bacheche, dovranno essere tamponate con materiali antisfondamento e di adeguato spessore al fine di garantire la necessaria resistenza agli urti ed atti vandalici.

Nei casi in cui l'impianto pubblicitario, per lo svolgimento delle sue funzioni, fosse dotato di un impianto elettrico, questo deve essere progettato e realizzato in modo tale da garantire la massima sicurezza verso le scariche elettriche accidentali e rispondere alle norme CEI in materia. In ogni caso nessun impianto potrà avere luce intermittente, né di intensità luminosa superiore a 150 candele/m<sup>2</sup>, o che comunque provochi abbagliamento.

Ogni eventuale scavo che si renda necessario eseguire per l'esecuzione di collegamenti o altri tipi di allacciamenti, sarà a carico del richiedente il quale si impegna a ripristinare lo "status quo ante" effettuando i lavori necessari ed a regola d'arte.

Tutti gli impianti devono avere sagoma regolare, che in ogni caso non può essere quella di disco, triangolo, o ottagono.

Gli impianti pubblicitari, quali striscioni, locandine o gonfaloni e stendardi oltre a dover essere costruiti con materiali non deperibili, dovranno essere saldamente ancorati ad apposite strutture di sostegno anche preesistenti in modo tale che non si verifichi "l'effetto vela".

#### Art. 15 Deroghe alle distanze previste dal nuovo codice della strada

Sulla base di quanto contenuto nell'art. 23 comma 6 del Nuovo Codice della Strada, *"il regolamento stabilisce le norme per le dimensioni, le caratteristiche, l'ubicazione dei mezzi pubblicitari lungo le strade, le fasce di pertinenza e nelle stazioni di servizio e di rifornimento di carburante. Nell'interno dei centri abitati, nel rispetto di quanto previsto dal comma 1, i comuni hanno la facoltà di concedere deroghe alle norme relative alle distanze minime per il posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari, nel rispetto delle esigenze di sicurezza della circolazione stradale."*

Il Regolamento di esecuzione ed attuazione del Nuovo Codice della Strada, art. 51 comma 4, stabilisce inoltre che *"I comuni hanno la facoltà di derogare, all'interno dei centri abitati, all'applicazione del divieto di cui al comma 3, lettera a), (sulle corsie esterne alle carreggiate, sulle cunette e sulle pertinenze di esercizio delle strade che risultano comprese tra carreggiate contigue) limitatamente alle pertinenze di esercizio che risultano comprese tra carreggiate contigue e che hanno una larghezza superiore a 4 m. Per le distanze dal limite della carreggiata si applicano le norme del regolamento comunale. Le distanze si applicano nel senso delle singole direttive di marcia. I cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari non devono in ogni caso ostacolare la visibilità dei segnali stradali entro lo spazio di avvistamento."*. In attuazione al suddetto articolo il presente regolamento consente la collocazione di impianti pubblicitari e segnaletica direzionale su pertinenze di esercizio delle strade che risultano comprese tra carreggiate contigue e che hanno una larghezza superiore a 4 m, nel rispetto delle norme del presente PGIP.

In particolare il posizionamento degli impianti per le pubbliche affissioni e della segnaletica direzionale non deve rispettare le distanze minime in quanto tali impianti non rientrano nelle definizioni di impianti di pubblicità esterna di cui all'art. 12 del presente PGIP. Di conseguenza i cartelli, gli impianti pubblicitari di servizio e gli altri mezzi pubblicitari non devono rispettare alcuna distanza dagli impianti per le pubbliche affissioni a patto che la loro collocazione non precluda la visibilità degli stessi ed il loro ordinario utilizzo, mentre dovranno rispettare le distanze minime dagli impianti di segnaletica direzionale equiparandoli a segnali di indicazione.

## Art. 16 Definizione generale di installazione.

Gli impianti pubblicitari ad esclusione degli impianti pubblicitari di servizio, dovranno rispettare le seguenti linee generali di installazione:

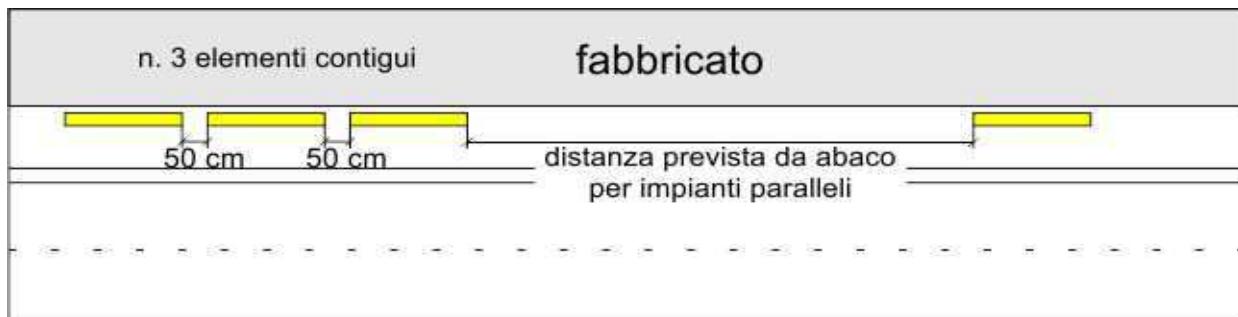
- Per le installazioni in presenza di marciapiede deve essere garantita una larghezza di rispetto minima di 1,20 m e una altezza minima del bordo inferiore a sbalzo sul marciapiede di 2,20 m;
- La larghezza minima di rispetto di 1,2m può essere ridotta nel caso di allineamento della struttura di sostegno ad un elemento fisso già esistente purchè la nuova collocazione non riduca ulteriormente lo spazio di camminamento e risulti conforme alla normativa sulle barriere architettoniche.

Tutti gli impianti pubblicitari di servizio dovranno essere collocati in modo da non interferire con il normale traffico veicolare e/o pedonale.

Nel caso in cui, lateralmente alla sede stradale e in corrispondenza del luogo in cui viene chiesto il posizionamento di cartelli o di altri mezzi pubblicitari, già esistano a distanza inferiore a quella prevista dalla specifica scheda di abaco, costruzioni fisse, muri, filari di alberi, è ammesso il posizionamento stesso in allineamento con la costruzione fissa, con il muro e con i tronchi degli alberi. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari non devono, in ogni caso, ostacolare la visibilità dei segnali stradali entro lo spazio di avvistamento.

Le Tabelle pubblicitarie, Cartelli pubblicitari e/o impianti led a messaggio variabile collocati in posizione parallela al senso di marcia dei veicoli e posti in aderenza, per tutta la loro superficie, a fabbricati, muri, ecc. ai sensi dell'art. 51 c.6 del DPR 495/92 non dovranno mantenere le distanze previste del presente piano ad eccezione della distanza dalle intersezioni ridotta al 30%.

Per impianti pubblicitari paralleli al senso di marcia e posti in aderenza, per tutta la loro superficie, a fabbricati, muri, ecc. è vietato installare in allineamento un numero d'impianti superiore a tre elementi contigui ad eccezione delle transenne parapedonali. Gli elementi contigui dovranno comunque essere distanziati tra loro di almeno 50cm.

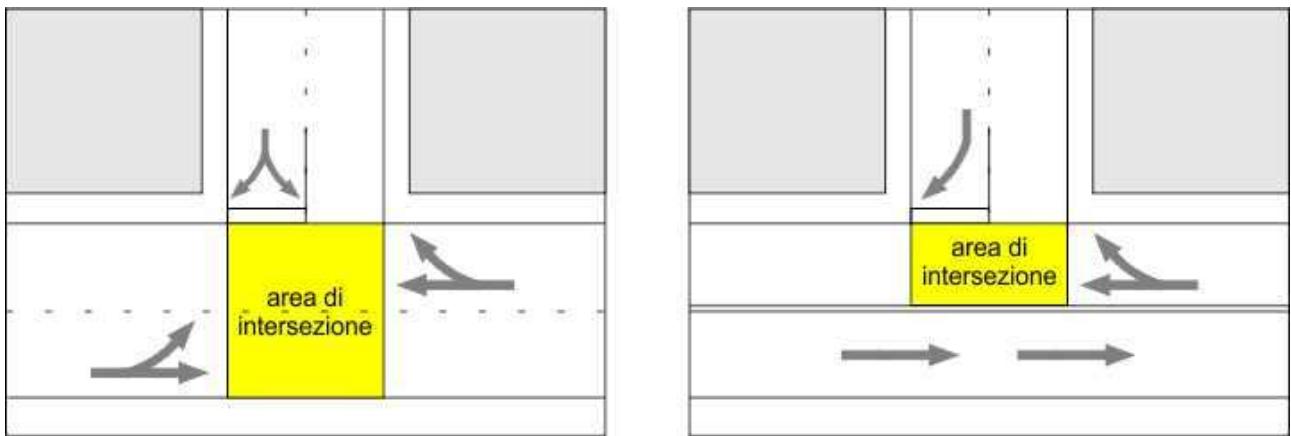


In caso di impianti luminosi o illuminati le distanze indicate per l'applicazione della normativa, ad eccezione di quella dalla carreggiata, sono da aumentate del 50%.

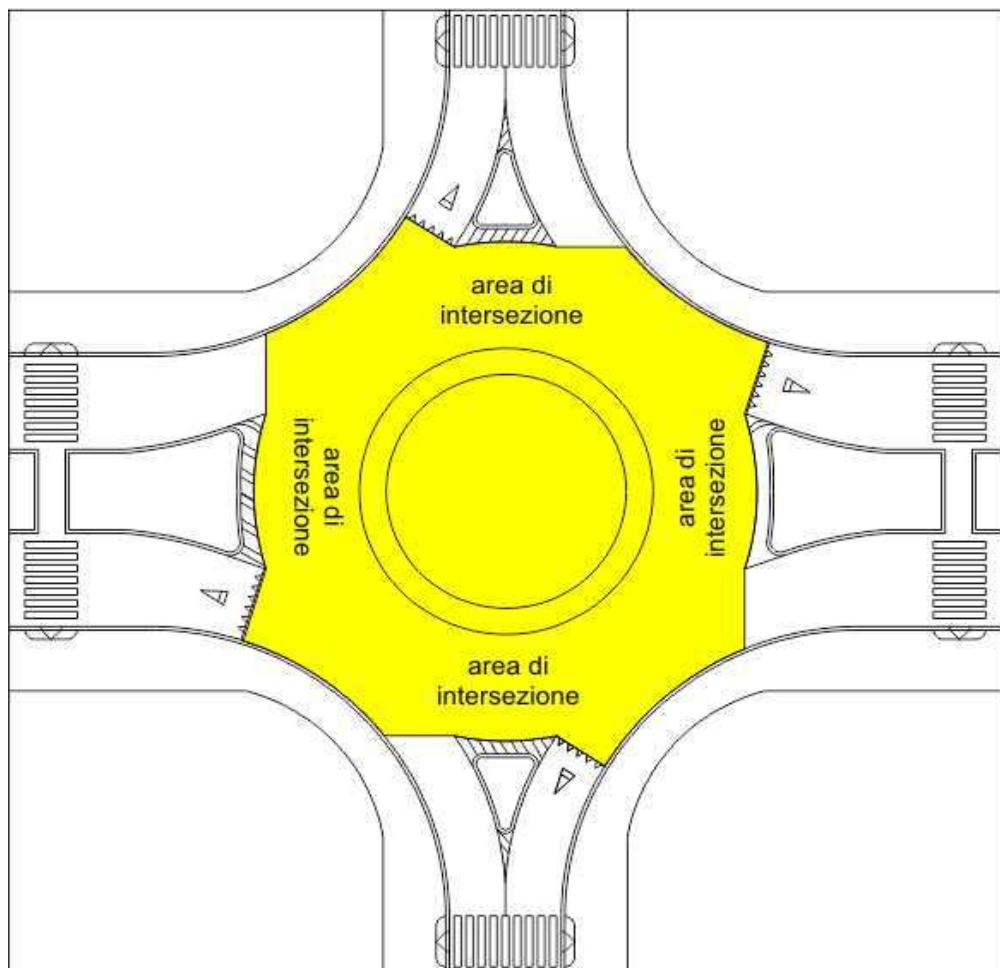
Ai sensi del D.lgs. 30 aprile 1992, N. 285 Art. 3 comma 1 punti 1) e 26), si ricordano le definizioni di:

- Intersezione a raso: area comune a più strade, organizzata in modo da consentire lo smistamento delle correnti di traffico dall'una all'altra di esse;
- Area di Intersezione: parte della intersezione a raso, nella quale si intersecano due o più correnti di traffico;

Negli schemi successivi sono state individuate e delimitate in giallo le cosiddette aree di intersezioni dalle quali i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari devono rispettare le distanze minime previste dall'abaco alla voce "intersezioni"

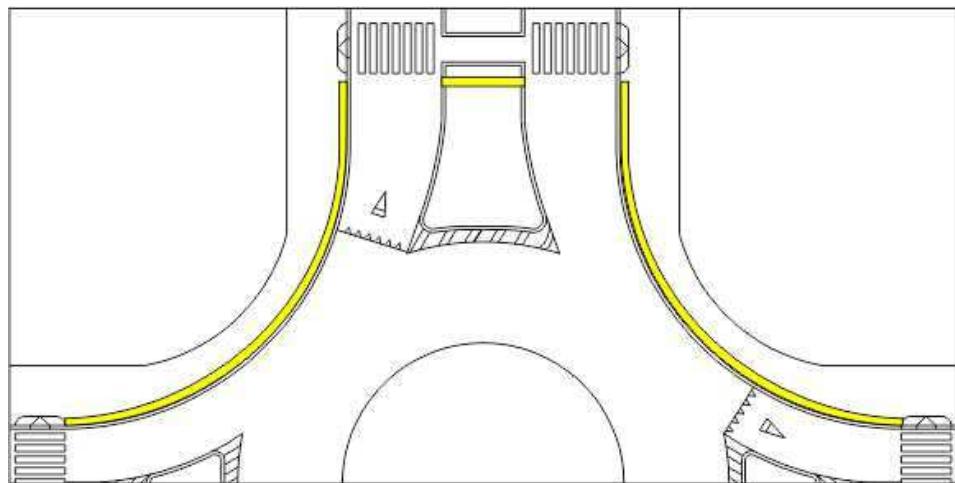


Le rotatorie sono anch'esse considerate delle "intersezioni a raso" pertanto la collocazione dei mezzi pubblicitari è soggetta al rispetto delle prescrizioni dell'abaco degli impianti al pari di un'intersezione a raso ordinaria.



La collocazione delle transenne parapedenonali, la cui funzione primaria è proteggere il pedone dal traffico veicolare e convogliare il flusso pedonale sugli appositi attraversamenti stradali segnalati, è consentita anche all'interno delle aree di intersezione e nella circonferenza esterna delle rotatorie purché sia rispettata la distanza minima dalla carreggiata prevista dall'Abaco; l'installazione dovrà avvenire in gruppi unitari contigui in modo tale da coprire lo spazio esistente tra gli attraversamenti pedonali segnalati, al fine di contenere e convogliare il flusso di pedoni sugli stessi.

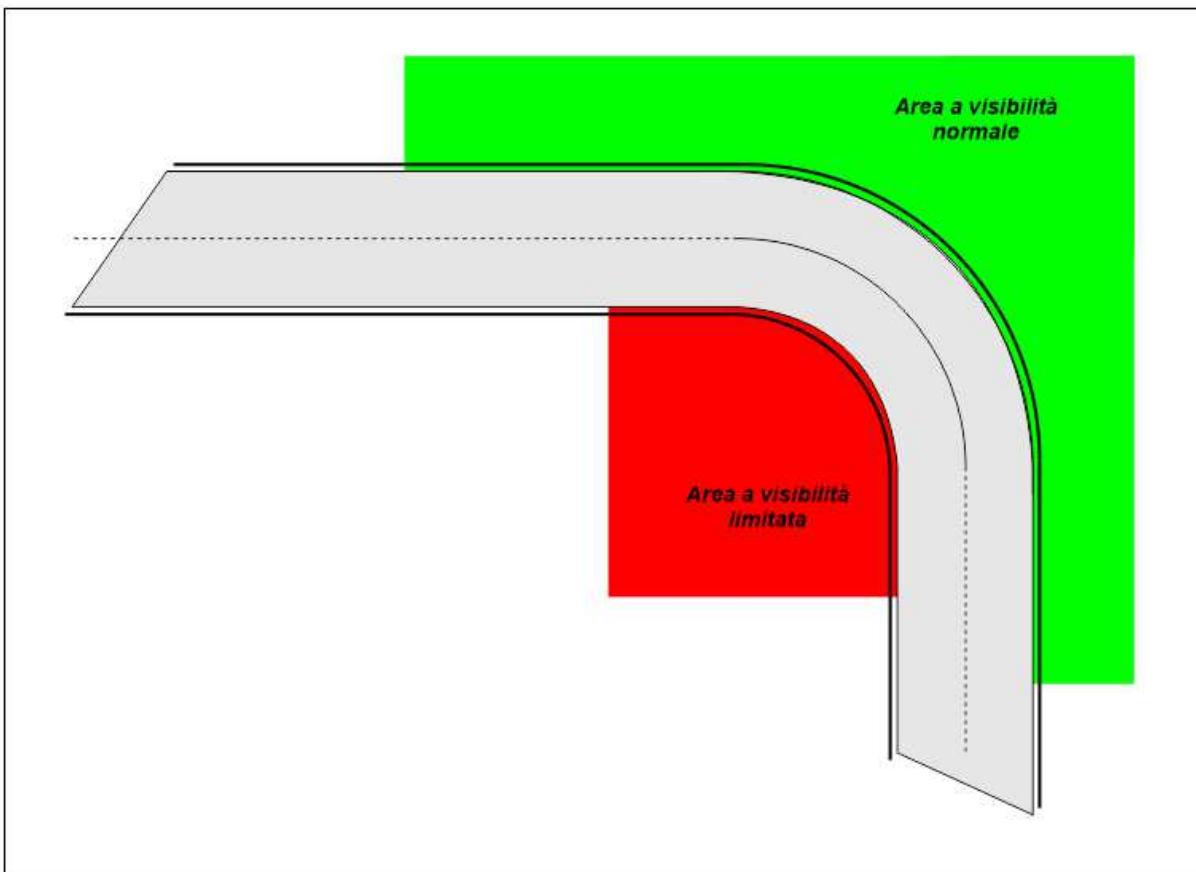
Nell'immagine seguente viene rappresentato un posizionamento corretto delle transenne parapedonali, a protezione dei marciapiedi e del convogliamento del flusso sugli attraversamenti pedonali adeguati.



Ai sensi del D.lgs. 30 aprile 1992, N. 285 Art. 3 comma 1 punto 20) si ricorda la definizione di curva: raccordo longitudinale fra due tratti di strada rettilinei, aventi assi intersecantisi, tali da determinare condizioni di limitata visibilità.

Pertanto il divieto di collocazione di mezzi pubblicitari lungo le curve di cui all'art. 51 comma 3 lettera c) del D.P.R. 495/92 deve intendersi solo e limitatamente all'area interna del raggio di curvatura, ove la collocazione di un mezzo pubblicitario creerebbe una condizione di limitata visibilità.

Schema esplicativo aree in curva



## Art. 17 Disciplina di installazione nelle zone omogenee – Abaco delle distanze

Sulla base delle zone omogenee, come individuate all'art. 6 del Regolamento, è ammessa l'installazione di impianti di pubblicità esterna nel rispetto di quanto indicato di seguito all'allegato "Abaco delle distanze".

Le distanze che devono essere rispettate dagli impianti pubblicitari sono misurate dalle estremità degli impianti stessi e si applicano nella singola diretrice di marcia del lato su cui è collocato l'impianto.

## Art. 18 Ubicazione nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio

Nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio, in zone esterne ai centri abitati, possono essere collocati cartelli, insegne di esercizio e altri mezzi pubblicitari la cui superficie complessiva non supera l'8% delle aree occupate dalle stazioni di servizio e dalle aree di parcheggio se trattasi di strade di tipo C e F, e il 3% delle stesse aree se trattasi di strade di tipo A e B, , sempreché gli stessi non siano collocati lungo il fronte stradale, lungo le corsie di accelerazione e decelerazione e in corrispondenza degli accessi. Dal computo della superficie dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari sono esclusi quelli attinenti ai servizi prestati presso la stazione o l'area di parcheggio.

Nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio, in zone interne ai centri abitati, possono essere collocati cartelli, insegne di esercizio e altri mezzi pubblicitari la cui superficie complessiva non supera il 20% delle aree occupate dalle stazioni di servizio e dalle aree di parcheggio, sempreché gli stessi non siano collocati lungo il fronte stradale, lungo le corsie di accelerazione e decelerazione e in corrispondenza degli accessi. Dal computo della superficie dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari sono esclusi quelli attinenti ai servizi prestati presso la stazione o l'area di parcheggio.

Nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio, sia all'interno che all'esterno dei centri abitati, è ammessa la collocazione di altri mezzi pubblicitari abbinati alla prestazione di servizi per utenza della strada entro il limite di mq 2 per ogni servizio prestato.

La collocazione di mezzi pubblicitari all'interno delle suddette aree avverrà in deroga alle prescrizioni previste dall'abaco delle distanze purché nel rispetto delle norme generali di sicurezza della circolazione veicolare e pedonale all'interno delle aree.

## Art. 19 Segni orizzontali reclamistici

I segni orizzontali reclamistici devono essere realizzati con materiali rimovibili ma ben ancorati al suolo alla superficie stradale garantendo una buona aderenza al passaggio dei veicoli stessi.

Sono ammessi unicamente:

- a) All'interno di aree ad uso pubblico di pertinenza di complessi industriali o commerciali;
- b) Lungo il percorso di manifestazioni sportive e su aree delimitate, destinate allo svolgimento di manifestazioni di vario genere limitatamente al periodo di svolgimento delle stesse ed alle ventiquattro ore precedenti e successive;
- c) Dovranno essere utilizzati esclusivamente materiali certificati antisdrucchio.

Per i segni orizzontali reclamistici, collocati nel rispetto delle precedenti indicazioni, non si applicano i divieti indicati all'art. 51 c.3 del D.P.R 495/92, e le distanze di cui all'art. 51 commi 2 e 4 si applicano unicamente rispetto ai segnali stradali orizzontali.

## TITOLO III- LE INSEGNE DI ESERCIZIO

### Art. 20 Definizione

Le insegne di esercizio si distinguono in insegne a parete e insegne a giorno.

Le insegne a parete sono ancorate alla facciata di pertinenza dell'attività a cui si riferiscono e possono essere frontali o a bandiera. Le insegne frontali sono fissate parallelamente alla facciata di pertinenza dell'attività. Le insegne a bandiera sono fissate perpendicolarmente alla facciata di pertinenza dell'attività.

Le insegne a giorno sono quelle non incluse nella precedente definizione. Sono installate nelle pertinenze accessorie all'attività a cui si riferiscono e possono essere collocate su pali o sulla sommità di cancelli, pensiline, coperture.

### Art. 21 Caratteristiche tecniche

Le prescrizioni relative alle insegne sono definite in funzione degli Ambiti di ubicazione, in armonia con le caratteristiche degli edifici e dell'ambiente circostante:

ZONA A: in tale zona sono consentite solo le insegne a parete frontali, collocate unicamente al piano terra, sotto l'intradosso del solaio soprastante le vetrine e lunghezza massima pari alla larghezza della vetrina stessa. Le insegne frontali non possono sporgere più di 10 cm dalla parete. L'insegna potrà essere luminosa solo per luce indiretta, non è consentita la luce intermittente o il messaggio variabile. Non è consentita l'installazione di insegne sulla facciata esterna delle aree porticate.

ZONA B: in tale zona sono consentite le insegne a parete frontali e le insegne a giorno. Le insegne frontali possono essere collocate unicamente al piano terra, sotto l'intradosso del solaio soprastante le vetrine, hanno lunghezza massima pari alla facciata di pertinenza dell'attività su cui affacciano vetrine e non possono sporgere più di 10 cm dalla parete. Non è consentita l'installazione di insegne ancorate sulla facciata esterna delle aree porticate. Le insegne a giorno possono essere unicamente su palo e collocate nell'area non pubblica di pertinenza dell'attività a cui si riferiscono, saranno poste ad un'altezza minima di 3 metri da terra, a distanza minima di 2 metri da finestre, balconi o altre sporgenze murarie estranee all'attività; la superficie massima consentita per le insegne a giorno su palo è pari a  $m^2$  1,50; l'insegna può essere luminosa per luce propria, non è consentita la luce intermittente o il messaggio variabile; in nessun caso l'insegna può aggettare sulla carreggiata e sugli spazi pubblici. E' consentita l'installazione di una sola insegna su palo per ciascun fronte stradale su cui prospetta l'attività. Non è consentito l'abbinamento sullo stesso palo di altre insegne o altri mezzi pubblicitari.

ZONA C / D: in tale Ambito sono consentite le insegne a parete (frontali e a bandiera) e a giorno. Per le insegne a parete valgono le medesime disposizioni previste per la zona B; le insegne a bandiera possono essere collocate unicamente al piano terra, sotto l'intradosso del solaio soprastante le vetrine; possono sporgere dalla parete per una lunghezza non superiore ai due terzi del marciapiede e comunque non superiore ai 90 cm, non possono sporgere oltre la proiezione dell'eventuale aggetto superiore ai 50 cm del solaio soprastante, hanno un'altezza massima di 100 cm e sono poste ad un'altezza minima di m 2,50 dal marciapiede calcolata a partire dal punto più basso dell'insegna stessa; in assenza di marciapiede non è consentita l'installazione di insegne a bandiera; non è consentita l'installazione delle insegne a bandiera sullo spigolo d'angolo della facciata di pertinenza dell'attività.; le insegne frontali possono essere collocate anche al primo piano sede dell'attività, nei parapetti delle finestre, vetrate e balconi per tutta la loro lunghezza, e avranno l'altezza massima pari a 100 cm. Le insegne a giorno possono essere collocate su pali, pensiline e cancelli posti al piano terra del fabbricato in cui ha sede l'attività. Le insegne a giorno su palo, della superficie massima pari a mq. 2,50, lunghezza massima pari a due terzi del marciapiede, altezza minima da terra pari a m.4 se sporgenti verso la strada e a m.3 se sporgenti verso l'interno del marciapiede, saranno collocate nel rispetto delle prescrizioni di cui al precedente art.4, a distanza minima di 2 metri da finestre, balconi o altre sporgenze murarie estranee

all'attività. E' consentita l'installazione di non più di due insegne su palo per ciascun fronte stradale su cui prospetta l'attività. Le insegne a giorno sui cancelli e sulle pensiline sono collocate sulla sommità degli stessi e parallelamente ad essi, hanno una lunghezza massima limitata all'ampiezza del cancello o della pensilina ed un'altezza massima pari a cm.50. Nella zona c / D le insegne a giorno possono essere a messaggio variabile ma senza luce intermittente; la variabilità del messaggio non può essere inferiore a 60 secondi se l'insegna è collocata in posizione trasversale al senso di marcia dei veicoli. In nessun caso le insegne potranno aggettare sulla carreggiata.

ZONA E: in tale zona è consentita l'installazione delle insegne nel rispetto di quanto prescritto in proposito dalle norme del Codice della strada. E' consentita l'installazione di non più di due insegne su palo per ciascun fronte stradale su cui prospetta l'attività.

In ogni caso le insegne d'esercizio dovranno essere collocate nel rispetto dei seguenti criteri di carattere generale:

- a) devono essere posizionate nel rispetto delle esigenze di sicurezza della circolazione stradale;
- b) non devono essere di ostacolo alla visibilità dei segnali e degli impianti semaforici entro lo spazio di avvistamento, che all'interno dei centri abitati non può comunque essere inferiore a 12 m.
- c) non devono generare confusione con la segnaletica stradale per dimensioni, forma, colori, disegno e ubicazione, ovvero renderne difficile la comprensione o ridurne la visibilità o l'efficacia, non devono arrecare disturbo visivo agli utenti della strada o distrarne l'attenzione con conseguente pericolo per la sicurezza della circolazione, non devono costituire ostacolo o, comunque, impedimento alla circolazione delle persone invalide, inoltre non possono essere rifrangenti né produrre abbagliamento.

#### Art. 22 Deroghe specifiche

Qualora il rispetto del presente articolo sia di ostacolo all'installazione di almeno un'insegna di esercizio nella sede o nelle pertinenze dell'attività, e che tale impedimento risulti efficacemente dimostrato, l'amministrazione comunale, attraverso il Dirigente dell'ufficio preposto, potrà derogare dalle prescrizioni tecniche ivi contenute, fermo restando il rispetto delle tipologie e delle caratteristiche prescritte dalle presenti norme per ciascuna zona ed il rispetto delle prescrizioni di cui al comma precedente.

## TITOLO IV- SEGNALETICA VERTICALE PRIVATA

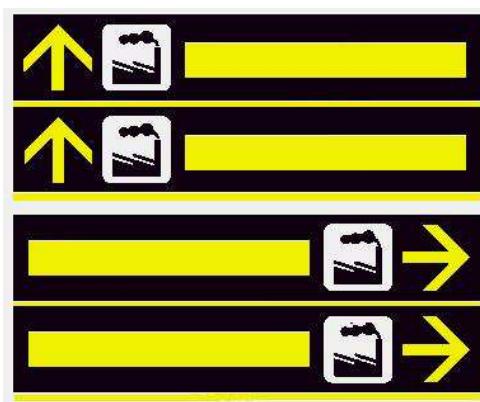
### Art. 23 Definizione

Nel caso in cui il messaggio diffuso sia finalizzato alla segnalazione della allocazione di uno specifico soggetto economico, per migliorarne la sua individuazione, consentendo anche una maggiore decongestione del traffico veicolare e non alla pubblicizzazione dello stesso, o dei suoi prodotti e servizi, dovrà rispettare le prescrizioni dell'art 134 del D.P.R. 16 dicembre 1992 n° 495, attuativo dell'art 39 comma 1 C) del D.L.vo 30 aprile 1992 n° 285. Le indicazioni di cui sopra sono inserite nei segnali di cui agli articoli 127, 128, 130 e 131 e suddividono nelle seguenti tipologie espresse in maniera sintetica, rinviaando per il dettaglio all'articolo 78, comma 2 del D.P.R. 16 dicembre 1992 n° 495:

- a) industriali, artigianali, commerciali; figura II 297 art. 134 D.P.R. 495/92
- d) alberghiere; figura II 299; 300; 301 art. 134 D.P.R. 495/92

**La segnaletica industriale, artigianale, commerciale comprende:**

Segnali di indicazione di attività singola come qui rappresentato:



**La segnaletica di indicazione privata alberghiera comprende:**

- a) Un segnale di informazione generale sul numero, categoria ed eventuale denominazione degli alberghi come qui rappresentato:



Figura II 299 art 134

L'uso di tale segnale è consentito esclusivamente su importanti direttive di traffico, agli accessi del centro abitato o comunque, in corrispondenza di importanti snodi di traffico.

b) una serie di segnali specializzati di preavviso e direzione, posti in sequenza in posizioni autonome e non interferenti con la normale segnaletica di indicazione, per indirizzare l'utente sull'itinerario di destinazione, come qui rappresentati:

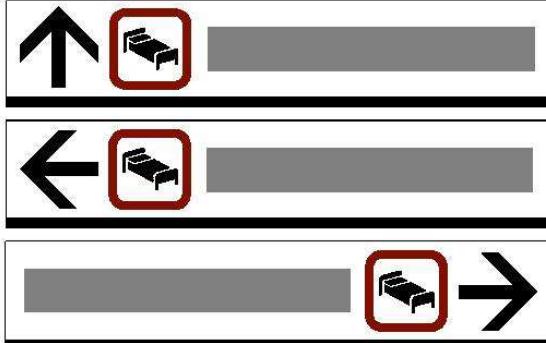


Figura II 301 art 134

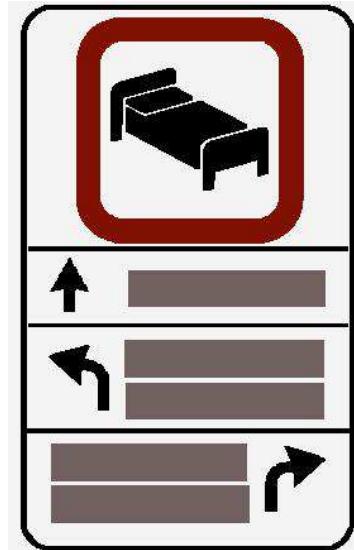


Figura II 300 art 134

I segnali rappresentati dalla figura II 301, dovranno essere utilizzati per segnalare la posizione di uno specifico albergo entro 500m dallo stesso, oppure nel caso in cui il numero degli alberghi da segnalare per uno specifico punto non consenta l'uso del segnale di cui alla figura II 300.

I segnali rappresentati dalla figura II 300, possono essere utilizzati sulle importanti direttrici di traffico, a valle dei segnali di cui alla figura II 299 e a monte dei segnali di cui alla figura II 301, salvo impedimenti fisici alla posa.

I segnali di indicazione alberghiera sono a fondo bianco con cornici, simboli, iscrizioni e composizione grafica come esemplificati dalle figure precedenti.

I segnali di indicazione alberghiera devono far parte di un sistema unitario ed autonomo di segnalamento di indicazione qualora, sia richiesto di segnalare l'avvio ai vari alberghi. L'installazione di tale sistema segnaletico è subordinata alla autorizzazione del Comune, il quale dovrà verificare il rispetto, da parte del soggetto richiedente, delle Norme succitate.

I segnali privati di indicazione possono essere posti in posizione autonoma e singola, come segnali di direzione isolati, o come segnali di localizzazione, ma in tal caso non devono interferire con l'avvistamento e la visibilità dei segnali di pericolo, di prescrizione di cui al D.P.R. 495/92. Se impiegati devono essere installati unicamente sulle strade che conducono direttamente al luogo segnalato, e salvo casi di impossibilità, a non oltre un raggio 10 km dal luogo segnalato.

Nessuna indicazione di attività singola può essere inserita sui preavvisi di intersezione, sui segnali di preselezione, sui segnali di direzione, su quelli di conferma.

Le parole ed i simboli indicanti il logotipo delle ditte possono essere riprodotti con la grafica propria, al fine di renderne visivamente più agevole la percezione.

Sono vietati l'abbinamento o l'interferenza di qualsiasi forma di pubblicità con i segnali stradali. È tuttavia consentito l'abbinamento della pubblicità di servizi essenziali per la circolazione stradale, con segnali stradali, nei casi previsti dalle presenti norme.

#### Art. 24 Fornitura, installazione e manutenzione dei segnali verticali

Gli oneri per la fornitura, l'installazione e la manutenzione dei segnali privati di indicazione sono a carico del soggetto interessato all'installazione.

Nel caso in cui, in corrispondenza di un particolare incrocio, sia necessario segnalare l'avvio ad un numero elevato di soggetti di rilevanza economica, potrà essere autorizzata la collocazione di più impianti, sul medesimo senso di marcia e in corrispondenza del medesimo incrocio.

L'autorizzazione alla collocazione di un impianto di segnaletica direzionale privata, ha durata pari a quanto previsto dall'art. 27 comma 5 del D.lgs. 285/1992, salvo revoca per variazione della viabilità o per inadempimento agli obblighi autorizzativi, incluso il fallimento del soggetto abilitato.

Il titolare dell'autorizzazione nonché proprietario dell'impianto, ha l'obbligo di provvedere all'immediata rimozione dei segnali collocati da terzi sul medesimo impianto, non conformi alle Norme del presente Regolamento oltre che a segnalare, agli uffici comunali competenti, la presenza di segnali direzionali privati e/o mezzi pubblicitari non conformi, in prossimità dell'impianto, per gli adempimenti di competenza e conseguente rimozione.

Il diniego all'istanza per la posa di segnali di indicazione di cui al presente titolo, dovrà essere motivato indicando, nello specifico, la norma imperativa contro cui contrasta l'intervento in esame.

#### Art. 25 Installazione dei segnali verticali

I segnali verticali di indicazione privati sono installati, di norma, sul lato destro della strada. Possono essere ripetuti sul lato sinistro ovvero installati su isole spartitraffico, quando è necessario per motivi di sicurezza o non vi sia la possibilità alcuna di posizionare un segnale in conformità alle norme del presente Regolamento.

I segnali da ubicare sul lato della sede stradale devono avere il bordo verticale interno a distanza non inferiore a 0,50 m dal ciglio del marciapiede o dal bordo esterno della banchina. Distanze inferiori, purché il segnale non sporga sulla carreggiata, sono ammesse in caso di limitazione di spazio. In presenza di barriere i sostegni possono essere ubicati all'esterno e a ridosso delle barriere medesime, purché non si determinino sporgenze rispetto alle stesse.

Per altezza dei segnali stradali dal suolo si intende l'altezza del bordo inferiore del cartello o del pannello integrativo più basso dal piano orizzontale tangente al punto più alto della carreggiata in quella sezione.

Su tratte omogenee di strada i segnali devono essere posti, per quanto possibile, ad altezza uniforme.

L'altezza minima dei segnali privati di indicazione è di 0,60 m e la massima è di 3,7 m, ad eccezione di quelli mobili. Lungo le strade urbane, per particolari condizioni ambientali, i segnali possono essere posti ad altezza superiore e comunque non oltre 4,50 m. Tutti i segnali insistenti su marciapiedi o comunque su percorsi pedonali devono avere un'altezza minima di 2,20 m.

I segnali collocati al di sopra della carreggiata devono avere un'altezza minima di 5,10 m, salvo nei casi di applicazione su manufatti di altezza inferiore.

In funzione delle caratteristiche del materiale impiegato, la disposizione del segnale deve essere tale da non dare luogo ad abbagliamento o a riduzione di leggibilità del segnale stesso.

## TITOLO V- NORME AMMINISTRATIVE

### Art. 26 Autorità competente per il rilascio delle autorizzazioni

L'autorità competente per il rilascio delle autorizzazioni in centro abitato o su strade comunali fuori centro abitato è il Comune di Rignano Flaminio. Per i tratti di strada statali, regionali o provinciali, che attraversano i centri abitati con popolazione superiore ai 10.000 abitanti, individuati a seguito della delimitazione di centro abitato in precedenza descritta, sono classificati quali strade comunali con la stessa deliberazione della giunta municipale con la quale si procede alla delimitazione stessa.

La delimitazione del centro abitato individua altresì, lungo le strade statali, regionali, provinciali che attraversano i centri medesimi, i tratti di strada che:

- ▲ Per i centri con popolazione non superiore ai 10.000 abitanti costituiscono i tratti "**interni**"
- ▲ Per i centri con popolazione superiore ai 10.000 abitanti costituiscono "**strade comunali**", ed individua pertanto i limiti territoriali di competenza e le responsabilità tra i comuni e gli altri proprietari di strade.

Per i tratti di strade statali, regionali o provinciali, correnti nell'interno di centri abitati con popolazione inferiore a diecimila abitanti, il rilascio di concessioni e di autorizzazioni è di competenza del comune, previo nulla osta tecnico dell'ente proprietario della strada che lo rilascia secondo i criteri indicati nel presente Regolamento.

Per quanto riguarda la collocazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari in prossimità di aree vincolate, ai sensi dell'art. 153 del d.lgs. n. 42 del 22/01/2004 si rimanda interamente alle prescrizioni di cui all'art. 7 del presente Regolamento.

Inoltre quando i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari collocati su una strada visibili da un'altra strada appartenente ad ente diverso, l'autorizzazione è subordinata al preventivo nulla osta tecnico di quest'ultimo.

I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari posti lungo sedi ferroviarie, quando siano visibili dalla strada, sono soggetti alle disposizioni del presente articolo e la loro collocazione viene autorizzata dalle Ferrovie dello Stato, previo nulla osta tecnico dell'ente proprietario della strada.

### Art. 27 Definizione del settore incaricato al rilascio delle autorizzazioni

In base a quanto previsto dall'art. 4 capo II della L.241/90 l'unità organizzativa responsabile dell'istruttoria e di ogni altro adempimento sarà il Settore II. Il Responsabile di questa unità organizzativa provvede ad assegnare a sé o ad altro dipendente addetto all'unità, la responsabilità dell'istruttoria e di ogni altro adempimento inerente il singolo procedimento nonché, eventualmente, dell'adozione del provvedimento finale.

I compiti assegnati a questo ufficio sono i seguenti:

- ▲ Esaminare le domande in ordine progressivo al numero di protocollo di registrazione d'ufficio
- ▲ Accertare la conformità della documentazione tecnica a quanto previsto nel presente PGIP ed eventualmente richiedere, come integrazione, la modulistica necessaria
- ▲ Proporre le eventuali modifiche al presente Regolamento ritenute necessarie per rendere più funzionale l'utilizzo di questo strumento
- ▲ Convocare direttamente il richiedente e/o la diretta installatrice nell'eventualità di acquisire chiarimenti.
- ▲ Richiedere, per i casi di installazioni da collocarsi su edifici di particolare interesse storico-artistico, l'eventuale campionatura del materiale impiegato e del colore prescelto
- ▲ Prescrivere le modifiche ritenute necessarie affinché gli impianti possano inserirsi adeguatamente ed armoniosamente tra gli edifici e nell'ambiente
- ▲ Esprimere parere motivato, specialmente in caso di rigetto della domanda, in conformità a quanto esposto nel presente PGIP e dalle norme vigenti

- ▲ Istituire e mantenere il Registro delle autorizzazioni
- ▲ Indire di regola una conferenza di servizi, qualora sia opportuno effettuare un esame contestuale di vari interessi pubblici coinvolti nel procedimento amministrativo o quando si debbano acquisire intese, concerti, nulla osta o assensi comunque denominati di altre amministrazioni pubbliche. In tal caso, le determinazioni concordate nella conferenza sostituiscono a tutti gli effetti i concerti, le intese, i nulla osta e gli assensi richiesti.

#### Art. 28 Modalità per la presentazione delle istanze di autorizzazione

Il soggetto interessato al rilascio di un'autorizzazione per l'installazione di mezzi pubblicitari deve presentare relativa domanda, in carta legale e dovrà contenere:

- ▲ L'indicazione delle generalità, della residenza o domicilio legale e del codice fiscale del richiedente;
- ▲ Fotocopia documento di riconoscimento del soggetto richiedente;
- ▲ In caso di società occorre specificare anche la ragione sociale, la sede legale, il codice fiscale o partita I.V.A. e il numero d'iscrizione alla C.C.I.A.A.;
- ▲ Una planimetria dell'area interessata dall'intervento con indicate la posizione GPS e tutte le misure necessarie per la valutazione della sicurezza per la circolazione stradale (distanze da semafori, intersezioni, altri impianti pubblicitari, dalla carreggiata, dà segnali di indicazione, di pericolo, di prescrizione, ecc.);
- ▲ Rilievo fotografico del contesto urbano dello stato attuale e con l'inserimento del mezzo pubblicitario. Per le posizioni su edifici, le fotografie devono essere tali da consentire una completa visione di basamento e facciata, con gli eventuali altri impianti pubblicitari esistenti;
- ▲ Autodichiarazione redatta ai sensi del D.P.R 28 Dicembre 2000, n.445, con la quale si attesti che il manufatto che si intende collocare sarà realizzato e sarà posto in opera, tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento, in modo da garantire la stabilità e la conformità alle norme previste a tutela della circolazione di veicoli e delle persone, con assunzione di ogni conseguente responsabilità;
- ▲ Scheda tecnica in scala opportuna, contenente il disegno tecnico dell'impianto pubblicitario con relative misure e una relazione sulle caratteristiche del mezzo pubblicitario precisando il tipo il tipo di struttura ed i materiali utilizzati, l'indicazione di luminosità o meno;
- ▲ Se l'impianto in progetto utilizzerà circuiti elettrici, il progetto va completato con l'autodichiarazione di conformità a tutta la normativa vigente in materia. Tale dichiarazione rilasciata dalla ditta installatrice certifica che l'impianto elettrico per insegne < 1,2 KV, è realizzato in conformità al D.M. 37/2008 oppure la certificazione dell'impianto elettrico utilizzato, firmato da tecnico qualificato e abilitato per insegne > 1,2 KV, in conformità alla D.M. 37/2008 e smi. Autocertificazione a firma di tecnico abilitato attestante la conformità dell'impianto alla Legge Regionale 13 aprile 2000 n. 23 ed ai relativi criteri di attuazione in materia di inquinamento luminoso;
- ▲ Bozzetto grafico e del messaggio pubblicitario, in scala opportuna;
- ▲ In caso di installazione su proprietà privata appartenete a terzi, consenso scritto da parte del proprietario del terreno o dell'edificio sul quale si intende installare il mezzo pubblicitario o, in mancanza, autodichiarazione resa ai sensi del DPR 445/2000 con la quale si attesti di avere la piena disponibilità del sito ove installare l'impianto;
- ▲ Attestazione di versamento di € \_\_\_\_\_ per spese di sopralluogo ed istruttoria;

Fermo ed impregiudicato quanto sopra, il richiedente è tenuto a produrre, su richiesta del Comune tutti i documenti ed a fornire tutti i dati ritenuti necessari al fine dell'esame della domanda.

La trasmissione delle istanze è preferibile in forma telematica; per le istanze presentate in forma cartacea, gli allegati dovranno essere prodotti in triplice copia.

Potrà essere formulata una singola istanza comprensiva di più postazioni purchè facenti parte alla medesima tipologia e definizione.

### Art. 29 Istruttoria della domanda

Il Responsabile dell'Ufficio Comunale preposto, riceve la domanda e la affida al responsabile del procedimento, quest'ultimo effettua immediatamente i seguenti adempimenti:

- a) Comunicazioni al soggetto interessato di cui alla Legge 241/90 art.4-5-7-8;
- b) Trasmissione della pratica agli organi preposti per il rilascio dei pareri di competenza in materia di traffico, viabilità, lavori pubblici e arredo urbano.

Detti pareri devono essere rilasciati e trasmessi al URP entro i 20 gg. successivi, trascorsi i quali si intendono favorevoli.

Ottenuti i pareri di competenza o trascorsi 20 gg per il loro rilascio da parte degli uffici interpellati, il responsabile del procedimento si esprime in ordine alla compatibilità della installazione del manufatto pubblicitario con le norme contenute nel Regolamento e trasmette relazione conclusiva al Dirigente.

Entro 60 giorni il Dirigente o il Responsabile del Procedimento emette il provvedimento definitivo con il rilascio dell'autorizzazione. In caso di esito negativo prima di emettere il provvedimento finale si provvederà a darne comunicazione ai sensi dell'art.10 bis L.241/90 attendendo le controdeduzioni entro 10 giorni. Nel caso in cui le controdeduzioni non superino i motivi ostativi indicati si provvederà ad emettere provvedimento definitivo di diniego motivato con l'indicazione delle circostanze e dei fattori che lo hanno determinato (art. 3, L.241/90). Il diniego al rilascio dell'autorizzazione non concede diritto al rimborso delle spese per le operazioni tecnico-amministrative.

Sono ammesse autorizzazioni condizionate, dietro adeguata motivazione, ad aspetti, adempimenti e/o modifiche al progetto presentato, qualora l'ufficio competente ne ravvisasse la necessità.

Nel caso in cui il soggetto interessato al rilascio di una nuova autorizzazione risulti essere inadempiente nei pagamenti, definitivamente accertato, relativi ad autorizzazioni precedenti e /o proprietario di impianti abusivi presenti nel territorio, l'ufficio competente può negare l'autorizzazione di nuovi impianti specificandone i motivi.

### Art. 30 Integrazione alla domanda

In caso in cui la domanda non sia corredata della documentazione prevista ovvero nel caso in cui l'Ufficio Comunale preposto ritenesse di dover acquisire ulteriore documentazione, il responsabile del procedimento, invia una comunicazione al soggetto interessato con l'indicazione dei documenti da integrare.

Qualora l'ulteriore documentazione richiesta non venga prodotta entro i 30 (trenta) gg. successivi, l'istanza verrà archiviata d'ufficio.

I termini per l'adozione del provvedimento finale previsti al precedente articolo, in caso di richiesta di integrazione verranno sospesi, decorreranno nuovamente a dalla data del deposito della documentazione integrativa.

### Art. 31 Durata

L'autorizzazione ha durata di tre anni rinnovabile su richiesta dell'interessato. La mancata presentazione dell'istanza di rinnovo entro il termine della scadenza di cui al successivo articolo produce l'effetto della rinuncia al rinnovo e della decadenza del titolo autorizzativo alla sua naturale scadenza. Le autorizzazioni per gli impianti temporanei non sono rinnovabili, in caso di prolungamento dell'evento alla quale si riferiscono dovrà essere inoltrata nuova ed apposita istanza.

### Art. 32 Rinnovi

Non meno di sessanta giorni prima della scadenza, il titolare dell'autorizzazione, ove intendesse rinnovarla, è tenuto a presentare apposita istanza da indirizzarsi all'Ufficio Comunale all'uopo competente.

Il rinnovo va richiesto su carta legale allegando:

- copia dell'autorizzazione in scadenza;
- autodichiarazione redatta ai sensi del D.P.R 28 Dicembre 2000, n.445 con la quale si attesta:
  - che non vi è stata modifica dei luoghi rispetto alla data di posa in opera dei mezzi  
OPPURE
  - che vi sono state modifiche e il mezzo risulta conforme alle norme del Regolamento.

Il Comune di Rignano Flaminio tramite l'ufficio preposto, qualora lo ritenesse opportuno, potrà effettuare le verifiche delle condizioni di rinnovabilità e permanenza dell'impianto, in mancanza delle quali nega il rinnovo dell'autorizzazione.

Sino all'emissione del provvedimento finale di rinnovo o diniego, l'impianto è legittimato a rimanere posizionato.

#### Art. 33 Documentazione da presentare all'atto di ritiro dell'autorizzazione

Il soggetto interessato al momento del ritiro dell'autorizzazione dovrà presentare:

- N. 1 marche da bollo;
- Copia dell'Assicurazione responsabilità verso terzi con massimale adeguato alla tipologia dell'impianto richiesto.

I lavori di installazione dell'impianto autorizzato dovranno essere ultimati entro i 90 gg successivi al rilascio dell'autorizzazione, pena la revoca della stessa. Possono, su richiesta motivata dell'interessato, essere concesse proroghe al termine suddetto da parte dell'ufficio comunale preposto. Sull'impianto autorizzato dovrà essere saldamente fissata una targhetta metallica, posta in posizione facilmente accessibile, sulla quale sono riportati con caratteri indelebili:

- a) la dicitura Comune di Rignano Flaminio;
- b) soggetto titolare;
- c) numero e data di rilascio dell'autorizzazione;
- d) data di scadenza dell'autorizzazione.

I dati predetti devono essere aggiornati ad ogni rinnovo, ovvero in caso di qualunque variazione intervenuta nel titolo autorizzativo.

#### Art. 34 Obblighi del titolare dell'autorizzazione

E' fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione di:

- ▲ Rispettare in ogni caso tutte le norme di sicurezza prescritte dai Regolamenti Comunali, dal Nuovo Codice della Strada e dal presente Regolamento;
- ▲ Verificare periodicamente il buono stato di conservazione dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari e delle loro strutture di sostegno;
- ▲ Effettuare tempestivamente tutti gli interventi necessari al loro ripristino in caso di danneggiamento, usura, sfregi o graffiti;
- ▲ Adempiere nei tempi richiesti a tutte le prescrizioni impartite dall'Ente competente ai sensi dell'art. 405 c. 1 del D.P.R. 495 /92, al momento del rilascio dell'autorizzazione od anche successivamente per intervenute e motivate esigenze;
- ▲ Procedere alla rimozione nel caso di scadenza naturale o revoca dell'autorizzazione o insussistenza delle condizioni di sicurezza previste all'atto dell'installazione o di motivata richiesta da parte dell'Ente competente al rilascio;
- ▲ Effettuare la pulizia dell'area di pertinenza dell'impianto pubblicitario dopo le operazioni di manutenzione e/o attacchinaggio sull' impianto medesimo, facendosi carico, peraltro, di effettuare correttamente lo smaltimento dei materiali di risulta;

- ▲ Effettuare tempestivamente tutti gli interventi necessari per il mantenimento delle condizioni di sicurezza;
- ▲ Mantenere la vigenza e copertura delle polizze assicurative RC e produrne copia all'ente entro 5 giorni su richiesta dell'ente;
- ▲ Apporre sulla struttura la targhetta identificativa dell'impianto ex. Art. 55 D.p.r. 495/92.

E' fatto inoltre obbligo al titolare dell'autorizzazione rilasciata per la posa di segni orizzontali reclamistici e di mezzi temporanei, di provvedere alla rimozione degli stessi entro le ventiquattro ore successive alla conclusione della manifestazione o dello spettacolo per il cui svolgimento sono stati autorizzati, ripristinando il preesistente stato dei luoghi ed il preesistente grado di aderenza delle superfici stradali.

#### Art. 35 Revoca dell'autorizzazione per la pubblicità permanente

L'autorizzazione potrà essere revocata, secondo gli aspetti indicati nella L.241/90, nei seguenti casi:

- ▲ mancata installazione dell'impianto entro 90 gg. dal ritiro dell'autorizzazione e/o entro il termine di proroga concesso;
- ▲ mancata esposizione del messaggio pubblicitario per 12 mesi;
- ▲ mancata persistenza dei requisiti autorizzativi dell'impianto e che sia impossibile trovare altre posizioni alternative compatibili;
- ▲ mancata presentazione, entro i termini prescritti, delle istanze di adeguamento in base alle variazioni di prescrizioni alle installazioni di mezzi pubblicitari che si dovessero apportare;
- ▲ motivi di interesse pubblico legati alla realizzazione di interventi pubblici sul territorio incompatibili con la permanenza dell'impianto ovvero modifica dello stato dei luoghi intorno all'impianto che renda incompatibile la permanenza dell'impianto e che sia impossibile trovare altre postazioni alternative compatibili;
- ▲ grave imperizia nella installazione dell'impianto pubblicitario tale da mettere in pericolo la pubblica incolumità;
- ▲ reiterata mancanza di effettuazione di manutenzione ordinaria e straordinaria dell'impianto pubblicitario o reiterati episodi di imperizia nelle operazioni di attacchinaggio di manifesti a seguito di formale diffida comunale;
- ▲ mancata comprovazione di vigenza delle polizze assicurative di RC;

#### Art. 36 Esposizioni soggette a semplice comunicazione

Sono soggette a semplice comunicazione da inviarsi all' Ufficio comunale competente, assolvendo ai previsti oneri tributari, senza preventiva acquisizione di autorizzazione o concessione comunale i manufatti per l'esposizione delle seguenti tipologie pubblicità:

- **TARGA PROFESSIONALE:** manufatto con scritte in caratteri alfanumerici, completate da eventuali simboli e da marchi, utilizzabili su una sola facciata, integrata su supporto di metallo, pietra, legno o altri materiali, posta in opera lateralmente alla porta di ingresso dell'edificio della sede dell'attività svolta. Non può essere luminosa per luce propria. La targa non deve contenere messaggi pubblicitari ma unicamente il nome e cognome del professionista o dello studio professionale con eventuali titoli acquisiti, orari di apertura numeri telefonici e simili. Non sono ammesse targhe poste perpendicolamente alla superficie su cui devono essere installate. Se il prospetto su cui verrà apposta la targa è munito di bacheche porta targhe ovvero di altro mezzo preposto l'installazione dovrà avvenire rispettando la geometria della stessa. La superficie della targa non può essere superiore a 0,20 mq.
- **VETROFANIA:** pellicola di materiale non rigido e di natura precaria, trasparente e non, applicata su vetro, riportanti scritte in caratteri alfanumerici o simboli, marchi anche di fatto, fotografie, grafici o disegni.
- **VETROGRAFIA:** smerigliatura, mussolatura, incisione ad acido, a mola ecc., pittura monocromatiche o colorate realizzata direttamente su vetrine.
- **SCHERMI E PANNELLI A MESSAGGIO VARIABILE O ANIMATO POSTI ALL'INTERNO DELLE VETRINE:**

- Manufatto bidimensionale posizionato all'interno di vetrine di negozi supermercati attività commerciali in genere, anche rivolti verso l'esterno, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici inerenti all'attività svolta all'interno del negozio- locale commerciale ove è installato, caratterizzati dall'impiego di sistemi automatici di tipo meccanico o sistemi elettronico digitali che, opportunamente interfacciati con una stazione di comando computerizzata, possono originare messaggi scritti, immagini monocromatiche, a colori, fisse o in movimento.
- SCRITTE SU TENDE ED OMBRELLONI: scritte con caratteri alfanumerici, completate da eventuali simboli e da marchi posti in opera direttamente su tende ed ombrelloni.

#### Art. 37 Vigilanza

Gli enti proprietari delle strade sono tenuti a vigilare, a mezzo del proprio personale competente, sulla corretta realizzazione e sull'esatto posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari rispetto a quanto autorizzato. Gli stessi enti sono obbligati a vigilare anche sullo stato di conservazione e sulla buona manutenzione dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari oltre che sui termini di scadenza dalle autorizzazioni concesse. Qualunque inadempienza venga rilevata da parte del personale incaricato della vigilanza, deve essere contestata per mezzo di specifico verbale al soggetto titolare della autorizzazione che dovrà provvedere entro il termine fissato. Decorso tale termine l'ente proprietario, valutate le osservazioni avanzate dal soggetto, entro dieci giorni, provvede d'ufficio rivalendosi per le spese sul soggetto titolare dell'autorizzazione.

Limitatamente al disposto dell'art. 23 del D.lgs. 285/92, la vigilanza può essere svolta, nell'ambito delle rispettive competenze, anche dai funzionari dei Ministeri dell'Ambiente e dei beni Culturali, i quali trasmettono le proprie segnalazioni all'Ente proprietario della strada per i provvedimenti di competenza.

Tutti i messaggi pubblicitari e propagandistici che possono essere variati senza autorizzazione ai sensi dell'art. 53, comma 8 del D.P.R. 495/92, se non rispondenti al disposto dell'art. 23 c. 1 del D.lgs. 285/92, devono essere rimossi entro gli dieci giorni successivi alla notifica della diffida alla rimozione, a cura e spese del soggetto titolare dell'autorizzazione o del concessionario. In caso di inottemperanza si procede d'ufficio rivalendosi per le spese sul soggetto titolare dell'autorizzazione o del concessionario. Tutti i mezzi esposti difformemente dalle autorizzazioni rilasciate o non autorizzati dovranno essere rimossi, previa contestazione scritta, a cura e spese del soggetto titolare dell'autorizzazione o del concessionario, entro il termine di dieci giorni dalla diffida pervenuta. In caso di inottemperanza, si procede d'ufficio.

#### Art. 38 Rimozione

Gli impianti installati senza aver ottenuto la prevista autorizzazione all'installazione, sono abusivi. Sono da ritenersi abusivi anche quegli impianti per il quale si è provveduto alla revoca dell'autorizzazione.

In caso di collocazione di impianti pubblicitari abusivi, l'ente proprietario della strada diffida l'autore della violazione e il proprietario o il possessore del suolo privato, nei modi di legge, a rimuovere il mezzo pubblicitario a loro spese entro e non oltre dieci giorni dalla data di comunicazione dell'atto. Decorso il suddetto termine, l'ente proprietario della strada provvede ad effettuare la rimozione del mezzo pubblicitario e alla sua custodia ponendo i relativi oneri a carico dell'autore della violazione e, in via tra loro solidale, del proprietario o possessore del suolo.

Nel caso in cui l'installazione degli impianti sia realizzata su suolo demaniale ovvero rientrante nel patrimonio degli enti proprietari delle strade, o nel caso in cui la loro ubicazione lungo le strade e le fasce di pertinenza costituisca pericolo per la circolazione, in quanto in contrasto con le disposizioni contenute nella vigente normativa, l'ente proprietario esegue senza indugio la rimozione dell'impianto pubblicitario. Successivamente alla stessa, l'ente proprietario trasmette nota delle spese sostenute al prefetto, che emette ordinanza-ingiunzione di pagamento. Tale ordinanza costituisce titolo esecutivo ai sensi di legge. Le strutture rimosse potranno essere ritirate effettuando il relativo pagamento delle spese di rimozione dal giorno successivo dell'avvenuta rimozione.

### Art. 39 Progetti particolareggiati e concessioni

I progetti particolareggiati sono progetti redatti dall'Amministrazione completi di tutti gli elaborati necessari per la corretta individuazione delle caratteristiche di progettazione ed installazione di impianti pubblicitari nell'ambito del territorio cittadino o in parti omogenee dello stesso. Tali progetto possono fornire una soluzione di progettazione complessiva in relazione ad una tematica predeterminata. Nell'ambito dei progetti particolareggiati potranno essere proposti impianti anche di tipologie diverse da quelle previste dal presente PGIP purché la scelta sia motivata e rispetti i principi di tutela delle caratteristiche storiche, ambientali, funzionali e di immagine del territorio comunale, nonché di diffusione equilibrata e ordinata degli impianti stessi.

Rientrano negli impianti che possono essere soggetti a Concessione le seguenti tipologie di impianto:

- impianti di arredo urbano di elevato profilo architettonico (Mupi o similari) finalizzati all'esposizione di messaggi pubblicitari sia a rullo rotante che a sistemi elettronici digitali;
- totem a led con superfici dai 12 ai 18 mq finalizzati all'esposizione di spazi pubblicitari e istituzionali;
- impianti di affissione diretta, definiti all'art. 33 nella percentuale prevista dall'art. 32 delle presenti Norme Tecniche di Attuazione;
- impianti pubblicitari di servizio, definiti dall'art.5, qualora rientranti in un progetto particolareggiato redatto dall'ente;
- segnaletica verticale privata prevista TITOLO V del presente PGIP qualora rientranti in un progetto particolareggiato redatto dall'ente;

L'Amministrazione Comunale su sua esigenza oppure entro 120 giorni su richiesta di privati, provvede a redigere bando e capitolato per l'espletamento delle procedure ad evidenza pubblica per la concessione degli impianti pubblicitari previsti nel presente articolo. In caso contrario l'Amministrazione Comunale procede al rilascio delle necessarie autorizzazioni secondo le procedure indicate al TITOLO VI scegliendo di procedere secondo l'ordine cronologico di presentazione delle proposte.

Dovrà essere garantito il principio di libera concorrenza e libertà di iniziativa economica ai soggetti che intenderanno richiedere la collocazione di nuove strutture pubblicitarie, purché non delle tipologie già appaltate, sempreché la collocazione avvenga nel rispetto delle norme di cui al TITOLO II del presente Regolamento.

## Disposizioni transitorie e finali

### Art. 40 Norme transitorie

Le norme del presente Regolamento si applicano a tutti gli impianti di nuova installazione; quelli attualmente esistenti collocati in virtù di un titolo autorizzativo vigente o in pendenza di rinnovo/riordino stradale, rilasciato precedentemente all'approvazione del presente ma in contrasto con tali norme dovranno essere adeguati presentando istanza di regolarizzazione entro e non oltre 90 giorni dall'approvazione del presente Regolamento. Superato il termine della regolarizzazione verranno prese in esame le nuove istanze seguendo l'ordine cronologico di presentazione. Eventuali modifiche e/o deroghe apportate al Codice della Strada e relativo regolamento di esecuzione e di attuazione, nonché alle normative vigenti in materia di pubblicità, comportano l'adeguamento automatico del presente Regolamento.

### Art. 41 Impianti pubblicitari abusivi

Sono considerati abusivi le insegne di esercizio ed i mezzi pubblicitari installati in carenza di valido atto autorizzativo rilasciato dall'Amministrazione Comunale, così come previsto dal presente Regolamento.

Sono altresì considerati abusivi i mezzi pubblicitari risultanti non regolarizzati entro i termini di cui all'art. precedente al presente Regolamento. In ogni caso, è considerata abusiva ogni variazione non autorizzata, apportata alle installazioni ed esposizioni in opera.

Sono inoltre da considerarsi abusivi i mezzi pubblicitari con autorizzazioni scadute e non rinnovate rilasciate ai sensi del presente Regolamento, ferme ed impregiudicate le procedure di rinnovo disciplinate dal presente.

#### Art. 42 Sanzioni amministrative

In caso di installazione o mantenimento in esercizio di insegne di esercizio e/o mezzi pubblicitari senza il prescritto titolo abilitativo, ovvero in difformità di esso, così come disciplinato nel precedente art. 50, il Comune, tramite gli uffici competenti, procede ad elevare al trasgressore le sanzioni previste nei termini e nei modi di cui all'art. 23 del codice della strada.

Per quanto attiene alle attività di rimozione si rimanda al precedente articolo 38 del presente Regolamento.

#### ALLEGATI :

All.1 Zonizzazione del Territorio

All.2 Abaco delle distanze