



COMUNE DI BINETTO

CITTA' METROPOLITANA DI BARI

www.comune.binetto.ba.it

ufficiotecnico@comune.binetto.ba.it

Via Palo, 2 - 70020 Binetto (BA) - Tel. 080/622147 - Fax 080/6987072

PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI E DELLE PUBBLICHE AFFISSIONI

Approvato con Delibera di Consiglio Comunale n.43 del 10.12.2018

INDICE

Capo I

PRINCIPI GENERALI

Articolo 1 - Oggetto del piano.

Articolo 2 - Individuazione delle zone omogenee nell'ambito del territorio comunale.

Articolo 3 - Disciplina dei mezzi pubblicitari.

Articolo 4: Classificazione dei mezzi pubblicitari

Articolo 5 - Posizionamento dei mezzi pubblicitari - Divieti

Capo II

CARATTERISTICHE GENERALI DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

Articolo 6 - Impianti per le affissioni

Articolo 7 - Requisiti tecnico-prestazionali dei mezzi pubblicitari

Articolo 8 - Cartelli, insegne di esercizio e altri mezzi pubblicitari luminosi per luce propria o indiretta: caratteristiche.

Articolo 9 - Mezzi pubblicitari: criteri generali per il posizionamento

Articolo 10 - Particolari prescrizioni per il dimensionamento ed il posizionamento dei mezzi pubblicitari nelle zone omogenee

Articolo 11 - Messaggi pubblicitari su strutture provvisorie di cantiere

Articolo 12 - Insegne di esercizio

Articolo 13 – Preinsegne

Articolo 14 - Striscioni locandine e standardi

Articolo 15 - Ubicazione dei mezzi pubblicitari nelle stazioni di servizio nelle aree di parcheggio e nelle aree destinate a manifestazioni fieristiche ed espositive

Articolo 16 - Pubblicità a mezzo veicoli

Articolo 17 - Pubblicità fonica

Capo III

DISCIPLINA PER IL RILASCIO DELL'AUTORIZZAZIONE

Articolo 18 - Domanda di nuova autorizzazione

Art. 19 - Procedimento istruttorio

Art. 20 - Ammissibilità della SCIA

Art. 21 - Contenuti dell'autorizzazione

Art. 22 - Decadenza e revoca dell'autorizzazione

Art. 23 - Obblighi per il titolare dell'autorizzazione

Capo IV

DISPOSIZIONI FINALI

Articolo 24 - Adeguamento impianti esistenti

Articolo 25 - Coordinamento con altre norme regolamentari esistenti

Articolo 26 - Entrata in vigore

CAPO I PRINCIPI GENERALI

Articolo 1 Oggetto del piano

1. Il Piano Generale degli Impianti pubblicitari e delle Pubbliche Affissioni del Comune di Binetto (d'ora in poi denominato Piano), in applicazione dell'art. 3 del D.Lgs. 507/93, disciplina la quantità, la tipologia e la distribuzione sul territorio comunale dei mezzi pubblicitari e delle pubbliche affissioni nel rispetto delle norme della circolazione stradale nonché delle previsioni e prescrizioni urbanistiche.
2. Il Piano:
 - a) definisce le zone del territorio comunale in cui è possibile installare i mezzi pubblicitari, nonché la localizzazione delle strutture per le pubbliche affissioni;
 - b) stabilisce la superficie complessiva degli impianti destinati alle affissioni;
 - c) individua le tipologie, le caratteristiche tecniche dei mezzi pubblicitari e delle strutture per le pubbliche affissioni, tenendo conto delle prescrizioni dettate dall'art. 23 del D.Lgs. 285/1992 e dagli artt. da 47 a 50 del D.P.R. n. 495/1992, dalle esigenze di carattere sociale ed economico, dalle norme di tutela ambientale e paesaggistica;
 - d) prevede, nel rispetto di quanto disposto dal D.Lgs. 285/1992 e dal D.P.R. 495/1992, specifiche deroghe per l'installazione dei mezzi pubblicitari entro il centro abitato ed entro i tratti di strade extraurbane per i quali, in considerazione di particolari situazioni di carattere non transitorio, è imposto un limite di velocità non superiore a 50 km/h.

Articolo 2 Individuazione delle zone omogenee nell'ambito del territorio comunale

1. Il Piano prende atto della delimitazione del "centro abitato", come individuato ai sensi dell'art 4 del D.Lgs 285/1992, all'interno della quale disciplina l'inserimento dei mezzi pubblicitari, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa applicabile.
2. Il territorio comunale viene suddiviso in zone territoriali omogenee: centro storico, tessuto edilizio consolidato, aree produttivo -artigianale -commerciale e la restante parte del territorio comunale posto fuori dal centro abitato ed interno ai confini comunali.
3. Nell'ambito del centro abitato il territorio comunale individua, altresì, le seguenti zone omogenee per le quali prevede una articolazione normativa diversificata:
 - centro storico, come individuato dagli strumenti urbanistici vigenti;
 - tessuto edilizio consolidato
 - zona produttivo – artigianale – commerciale.
4. All'interno del tessuto edilizio consolidato vengono evidenziate le direttrici stradali principali rappresentate da via Grumo, Via Bitetto, via Palo e piazza Umberto I, ove si concentra la maggiore richiesta di posizionamento di mezzi pubblicitari.
5. All'interno della zona produttivo – artigianale – commerciale viene evidenziata la cosiddetta circonvallazione di Binetto ossia la strada perimetrale all'ex stabilimento Vianini, ove si concentra la maggiore richiesta di posizionamento di mezzi pubblicitari.

Articolo 3 Disciplina dei mezzi pubblicitari

1. La definizione, le superfici, la tipologia, la durata di esposizione ed i requisiti di installazione dei vari tipi di mezzi pubblicitari, con riferimento all'art. 23 del D. Lgs. 285/1992 ed alla corrispondente ulteriore regolamentazione di cui al D.P.R. n. 495/1992, sono individuati nelle presenti norme.

Articolo 4

Classificazione dei mezzi pubblicitari

1. Ferme restando le definizioni di cui all'art. 47 del D.P.R. n. 495/1992, i mezzi pubblicitari vengono classificati secondo la durata dell'autorizzazione :
 - Permanenti con durata superiore a 365 giorni consecutivi
 - Temporanei con durata inferiore o uguale a 365 giorni consecutivi

Articolo 5

Posizionamento dei mezzi pubblicitari – Divieti

1. Sul territorio del Comune di Binetto, è vietata la collocazione in opera di qualsiasi mezzo pubblicitario non conforme alle prescrizioni di legge e a quelle del presente Piano.
2. Relativamente alla collocazione dei mezzi, nel rispetto di quanto disposto dal D.Lgs. 285/1992 e dal D.P.R. 495/1992, vigono i seguenti divieti:
 - Lungo le strade o in vista di esse è vietato collocare insegne, cartelli, manifesti, impianti di pubblicità o propaganda, segni orizzontali reclamistici, sorgenti luminose, visibili dai veicoli transitanti sulle strade, che per dimensioni, forma, colori, disegno e ubicazione possano:
 - ingenerare confusione con la segnaletica stradale;
 - renderne difficile la comprensione o ridurne la visibilità o l'efficacia;
 - arrecare disturbo visivo agli utenti della strada o distrarne l'attenzione con conseguente pericolo per la sicurezza della circolazione;in ogni caso, detti impianti non devono costituire ostacolo o, comunque, impedimento alla circolazione delle persone invalide.
 - Sono, altresì, vietati:
 - i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari rifrangenti;
 - le sorgenti e le pubblicità luminose che possono produrre abbagliamento.
 - Sulle isole di traffico delle intersezioni canalizzate è vietata la posa di qualunque installazione diversa dalla prescritta segnaletica.
 - E' vietata l'apposizione di messaggi pubblicitari sui bordi dei marciapiedi e dei cigli stradali.
 - E' vietata l'apposizione di scritte o insegne pubblicitarie luminose sui veicoli.
 - È vietata, all'interno dei veicoli ogni scritta o insegna luminosa pubblicitaria che sia visibile, direttamente o indirettamente, dal conducente o che comunque possa determinare abbagliamento o motivo di confusione con i dispositivi di segnalazione visiva e di illuminazione dei veicoli stessi.
 - È vietata l'installazione di impianti pubblicitari sui cigli interni delle fosse e dei canali adiacenti alle strade.

CAPO II
CARATTERISTICHE GENERALI DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

Articolo 6
Impianti per le affissioni.

1. In conformità a quanto disposto dall'art. 18 del D.Lgs. 15 novembre 1993, n.507, la superficie degli impianti da adibire alle pubbliche affissioni è stabilita, in misura proporzionale al numero degli abitanti e non inferiore a 12 mq ogni mille abitanti, in complessivi 2.000 mq.
2. La superficie di cui al precedente comma viene destinata per il 75% alle affissioni di natura commerciale, per il 20% alle affissioni di natura istituzionale, sociali o prive di rilevanza economica e per il 5% alla attribuzione a soggetti privati, comunque diversi dall'eventuale concessionario del servizio pubblico, per l'effettuazione di affissioni dirette.
3. Gli impianti destinati alle affissioni devono corrispondere alle seguenti tipologie, come definite, rispettivamente, al comma 4 ed al comma 8 dell'art. 47, del D.P.R. 495/1992:
 - a) cartelli, intendendo come tali tutti i manufatti bidimensionali aventi una propria struttura di sostegno, monofacciali o bifacciali;
 - b) impianti di pubblicità o propaganda per l'esposizione di manifesti, intendendo come tali:
 - tabelle o plance monofacciali, fornite o meno di vetro di chiusura, ancorate a strutture murarie, quali ad esempio muri di recinzione, facciate di edifici o muri di contenimento in corrispondenza di sottopassi;
 - manufatti ed altre strutture mono, bifacciali o plurifacciali, realizzati in materiali idonei per l'affissione di manifesti;
 - superfici adeguatamente predisposte e delimitate, ricavate su strutture murarie, quali ad esempio muri di recinzione, facciate di edifici o muri di contenimento in corrispondenza di sottopassi;
- armature, steccati, ponteggi, schermature di carattere provvisorio prospicienti il suolo pubblico, per qualunque motivo costruiti.
4. Tutti gli impianti sono collocati in posizioni che consentono la libera e totale visione e percezione del messaggio pubblicitario da spazi pubblici per tutti i lati che vengono utilizzati per l'affissione.
5. Gli impianti all'interno dei centri abitati posti parallelamente all'asse della carreggiata, devono essere posizionati ad una distanza di almeno 20 cm dal bordo del marciapiede.

Articolo 7
Requisiti tecnico-prestazionali dei mezzi pubblicitari

1. I cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari devono essere realizzati seguendo le prescrizioni di cui al D.Lgs 285/1992 e al DPR 495/1992. In particolare:
 - le parti strutturali devono essere realizzate con materiali non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici;
 - le strutture di sostegno e di fondazione devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento, saldamente realizzate ed ancorate, sia globalmente che nei singoli

elementi. Qualora le suddette strutture costituiscano manufatti la cui realizzazione e posa in opera è regolamentata da specifiche norme, l'osservanza delle stesse e l'adempimento degli obblighi da queste previste deve essere documentato prima del ritiro dell'autorizzazione di cui all'art. 23, comma 4, del D.Lgs. 285/1992;

- la sagoma deve essere regolare e, in ogni caso, non deve generare confusione con la segnaletica stradale. In particolare, non sono ammesse le forme tonda o triangolare, in modo da non creare confusione con la segnaletica stradale ed ostacolare la visibilità entro lo spazio di avvistamento della segnaletica stradale stessa;
- deve essere adottata particolare cautela nell'uso dei colori, specialmente del rosso, e del loro abbinamento, al fine di non generare confusione con la segnaletica stradale, specialmente in corrispondenza e in prossimità delle intersezioni. Occorre altresì evitare che il colore rosso utilizzato nei cartelli, nelle insegne di esercizio e negli altri mezzi pubblicitari costituisca sfondo di segnali stradali di pericolo, di precedenza e d'obbligo, limitandone la percettibilità;
- nel rispetto di quanto prescritto al precedente punto, il colore rosso deve essere limitato ad eventuali riproduzioni di marchi di fabbrica, senza, comunque, occupare oltre 1/5 della superficie totale dell'impianto, fatto salvo per le aziende con marchio registrato sempre che, in sede di richiesta di autorizzazione, producano copia della relativa certificazione del marchio.

2. Inoltre:

- i mezzi pubblicitari non devono costituire ostacolo che possa comportare rischio di caduta o di urto accidentale per i pedoni né per la circolazione di soggetti diversamente abili o non autonomi;
- le superfici dei mezzi pubblicitari con cui qualsiasi soggetto possa entrare in contatto devono presentare scarsa attitudine al surriscaldamento a seguito di normale utilizzo, processi di esercizio e assorbimento dell'irraggiamento solare. In generale, è richiesto che sia mantenuta una temperatura $< 60^{\circ} \text{C}$;
- I singoli materiali ed elementi dei mezzi pubblicitari devono essere durevoli cioè tali da conservare inalterate le proprie caratteristiche chimico-fisiche, geometriche, funzionali, cromatiche e di finitura superficiale, sotto l'azione delle sollecitazioni termiche, dell'irraggiamento solare a quelli degli agenti chimici e biologici;
- devono essere realizzati in modo da dissuadere, impedire e resistere agli atti di vandalismo, come pure di consentire che vi si possa facilmente porre rimedio. Tutti gli elementi, i loro collegamenti ed ancoraggi, ed il loro sistema d'insieme, devono possedere caratteristiche materiali, morfologiche e costruttive tali da soddisfare al meglio, relativamente alle prestazioni attese ed attendibili dagli elementi di cui trattasi, il requisito della resistenza agli atti di vandalismo. In particolare sono richieste:
 - collocazioni che rendano gli elementi difficilmente aggredibili;
 - resistenza ai graffi ed agli strappi superficiali;
 - superfici con conformazioni e trattamenti con fluidi "antiscrittura" per le parti poste entro l'altezza di 3 mt. dal piano di calpestio.

3. Gli elementi ed i loro sistemi d'insieme costituenti gli impianti, debbono avere caratteristiche morfologiche, dimensionali, funzionali e tecnologiche tali da consentire di effettuare in sicurezza ed agevolmente controlli ed ispezioni per la verifica del loro stato di conservazione

ed efficienza, e per l'effettuazione dei necessari interventi di pulizia, riparazione e integrazione, sostituzione e recupero.

Articolo 8

Cartelli, insegne di esercizio e altri mezzi pubblicitari luminosi per luce propria o indiretta: caratteristiche

1. La sagoma dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari luminosi per luce propria o indiretta deve essere regolare e, in ogni caso, non deve generare confusione con la segnaletica stradale e con gli impianti semaforici
2. Deve essere adottata particolare cautela nell'uso dei colori, specialmente del rosso e del verde, e del loro abbinamento, al fine di non generare confusione con la segnaletica luminosa specialmente in corrispondenza e in prossimità delle intersezioni. La croce rossa luminosa è consentita esclusivamente per indicare farmacie, ambulatori e posti di pronto soccorso
3. Per quanto riguarda le aree fuori dai centri abitati, come individuati ai sensi dell'art. 4 del D.Lgs. 285/1992, si applicano le disposizioni di cui all'art. 50 del D.P.R. 495/1992.
4. Nei centri abitati, lungo o in prossimità delle strade dove ne è consentita l'installazione, le sorgenti luminose, i cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari luminosi, per luce propria o per luce indiretta, non possono avere luce né intermittente, né di intensità luminosa superiore a 150 candele per metro quadrato, o che comunque provochi abbagliamento.
5. Nei centri abitati, nel caso di intersezioni semaforizzate, i suddetti mezzi pubblicitari e le sorgenti luminose, salvo motivata deroga da parte dell'ente concedente l'autorizzazione, non possono essere posizionati in senso trasversale rispetto all'asse della carreggiata e comunque ad una distanza dalle intersezioni stesse inferiore a 150 m.

Articolo 9

Mezzi pubblicitari: criteri generali per il posizionamento

1. La collocazione dei mezzi pubblicitari deve avvenire, oltre che nel rispetto di tutte le norme di cui al D.Lgs. n. 285/1992 e del D.P.R. 495/1992, anche secondo criteri di corretto ed equilibrato inserimento ambientale ed architettonico nonché nel rispetto della normativa nazionale e regionale in materia di abbattimento delle barriere architettoniche. A tal fine, dovrà essere posta particolare attenzione all'integrazione di tali elementi nel contesto urbano con l'obiettivo di migliorare l'immagine complessiva della città.

Art. 10

Particolari prescrizioni per il dimensionamento ed il posizionamento dei mezzi pubblicitari nelle zone omogenee

- Con riferimento alle zone omogenee di cui al precedente art. 2, per il posizionamento ed il dimensionamento dei cartelli ed altri mezzi pubblicitari dovranno essere rispettate le prescrizioni riportate di seguito.

- All'interno del centro storico, non è ammesso il posizionamento di cartelli, come definiti all'art. 47, comma 4, del D.P.R. 495/1992.
- All'interno del tessuto edilizio consolidato, è vietato posizionare cartelli perpendicolari all'asse della carreggiata ad eccezione che nelle aree in cui particolari condizioni ambientali lo consentano (larghezza della banchina stradale adeguata, presenza di aree libere da fabbricati, di parcheggi o di aree verdi, eccettuato zone varco parco). In ogni caso, il loro posizionamento non deve creare alcuna interferenza con i percorsi pedonali e, ove, esistenti, con quelli ciclabili. La dimensione massima consentita per i cartelli come definiti all'art. 47, comma 4, del D.P.R. 495/1992, è pari a 4,00 mq e, se luminosi, devono essere illuminati esclusivamente con luce indiretta.
- Lungo via Grumo, via Bitetto, via Palo è consentito esclusivamente il posizionamento di cartelli di dimensioni non superiori a 2,00 mq.
- All'interno della zona produttivo – artigianale – commerciale, fatta eccezione della circoscrizione di Binetto ossia la strada perimetrale all'ex stabilimento Vianini, per le parti comunque ricomprese all'interno del centro abitato, valgono le seguenti prescrizioni, fermo restando comunque il rispetto di quanto disposto dall'art. 23, comma 1, del D.Lgs. 285/1992 e dall'art. 51 del D.P.R. 495/1992:
 - È consentito il posizionamento di cartelli perpendicolari all'asse della carreggiata fino ad una dimensione di 6 mq. La distanza tra detti cartelli deve essere pari almeno a 25 m;
 - È consentito il posizionamento di cartelli paralleli all'asse della carreggiata fino ad una dimensione massima di 18 mq se posizionati ad almeno 10 m dal bordo esterno della carreggiata e fino ad un massimo di cinque impianti, anche affiancati.
 - I mezzi pubblicitari a contenuto variabile devono avere un periodo di variabilità non inferiore a 2 minuti;
- Lungo la cosiddetta circoscrizione di Binetto, ossia la strada perimetrale all'ex stabilimento Vianini, è consentito:
 - il posizionamento di cartelli di dimensione massima pari a 2,00 mq posti ad una distanza uno dall'altro di almeno 20 m se perpendicolari all'asse della carreggiata;
 - il posizionamento di cartelli parallelamente all'asse della carreggiata di riferimento, con dimensioni massime di 18 mq, posti ad una distanza uno dall'altro di almeno 10 m e sempre che le strutture dei cartelli siano correttamente inserite nel contesto ambientale, omogenee per tipologia e colori e, se luminosi, illuminati con luce indiretta. In tali casi sono ammessi gruppi omogenei di cartelli fino ad un massimo di cinque impianti, anche affiancati.

Art. 11

Messaggi pubblicitari su strutture provvisorie di cantiere

1. I mezzi pubblicitari posizionati su strutture provvisorie quali ponteggi e schermature a carattere provvisorio prospicienti il suolo pubblico, non devono pregiudicare la sicurezza delle strutture alle quali sono ancorati e più, in generale, la sicurezza del cantiere e delle aree adiacenti e sottostanti, nel rispetto della vigente normativa in materia di sicurezza dei luoghi di lavoro
2. Per ottenere l'autorizzazione all'installazione di impianti pubblicitari su strutture provvisorie di recinzione di cantiere, il soggetto titolare della recinzione di cantiere o colui che ne ha acquisito la disponibilità, unitamente all'istanza dovrà presentare quanto richiesto all'art 53,

comma 3, del D.P.R. 495/1992. La perizia attestante le caratteristiche tecniche e la stabilità dei mezzi dovrà essere sottoscritta dal coordinatore per la sicurezza in fase esecutiva e/o dal Direttore dei lavori.

3. Qualora la recinzione di cantiere debba essere nel tempo spostata o modificata per effetto del procedere dei lavori, dovrà essere autocertificata, sempre dal coordinatore per la sicurezza in fase esecutiva e/o dal Direttore dei lavori, il permanere delle condizioni di sicurezza. Non sarà necessaria una nuova autorizzazione, salvo il caso in cui il nuovo posizionamento interessi nuove vie e/o piazze.

Articolo 12

Insegne di esercizio

1. Le insegne di esercizio, come definite all'art. 47, comma 1, del D.P.R. 495/1992, si distinguono, secondo la loro collocazione, in:
 - a) insegne a bandiera orizzontale o verticale (in aggetto da una costruzione);
 - b) insegna frontale;
 - c) insegna a tetto, o su pensilina o sulle facciate di edifici destinati ad attività produttive, del terziario o a funzioni direzionali;
 - d) insegna collocata su supporto proprio (palina, totem);
 - e) iscrizioni pittoriche che identificano l'attività o l'esercizio cui si riferiscono, realizzate direttamente su muro o su porte (sono comprese in questa tipologia anche le vetrofanie e simili su vetro);
 - f) Targhe;
 - g) Tende con iscrizioni che identificano l'attività o l'esercizio cui si riferiscono.

All'interno dei centri abitati sono ammesse le seguenti dimensioni massime:

Mezzo pubblicitario	Dimensione massima
targhe di esercizio	m ² 0,10
targhe pubblicitarie	m ² 0,25
vetrofania	m ² 4
tenda	m ² 4

Sempre con riferimento alla definizione di cui al precedente comma, si specifica che per pertinenze accessorie si intendono gli spazi e le aree limitrofi alla sede dell'attività poste a servizio, anche non esclusivo, di essa, compresi i casi in cui i mezzi pubblicitari corrispondenti alle caratteristiche delle insegne di esercizio risultino non installati nell'ambito spaziale prima indicato, e siano collocati in alternativa ad una prossimità funzionale dell'attività esercitata e, comunque, ad una distanza non superiore a mt. 50, salvo che sussistano motivi e cause logistiche speciali riconosciuti dall'amministrazione comunale.

3. Le targhe indicanti professioni ed attività in genere devono essere collocate preferibilmente negli stipiti della porta o, in alternativa, anche in riferimento alle condizioni specifiche, lateralmente alla porta stessa o sui battenti. In caso di targhe multiple, il loro posizionamento deve essere effettuato seguendo corretti criteri di regolarità compositiva.
4. Le insegne a bandiera, sia orizzontali che verticali, aggettanti su percorsi esclusivamente pedonali o passaggi accessibili da automezzi, devono essere installate in modo tale che la distanza da terra al bordo inferiore sia uguale o superiore a m3 per i percorsi pedonali e m5,1

per i passaggi accessibili da automezzi. Il filo esterno di tali insegne deve essere distante almeno 0,50 m dal bordo del marciapiede o, in assenza di questo, dal margine esterno della carreggiata

5. Inoltre, devono essere rispettate le seguenti dimensioni:

Tipologia insegna di esercizio	Dimensione massima consentita
Bandiera	4 m ²
Frontale	10 m ² con limite 10% della superficie del prospetto del fabbricato
Tetto o pensilina	10 m ² con limite 10% della superficie del prospetto del fabbricato
Facciata	10% della superficie del prospetto del fabbricato
Insegna su supporto proprio	18 m ²

La collocazione di insegne di esercizio è vietata sui parapetti di balconi e dentro le luci delle finestre. Tale collocazione è consentita sulle facciate, a tetto o su pensiline in edifici destinati a funzioni di carattere industriale, artigianale, commerciale, direzionale e del terziario. Per le attività indicate, inserite in edifici prevalentemente residenziali, la collocazione è consentita sulla facciata

Articolo 13 **Preinsegne**

1. Le preinsegne hanno forma rettangolare e dimensioni di 1,25 x 0,25 m.
2. Il colore di fondo delle preinsegne deve essere grigio con scritte e frecce di colore giallo. Eventuali simboli e marchi:
 - possono avere il colore originale del marchio della ditta;
 - devono avere dimensione non superiore ad un terzo della superficie della preinsegna.
3. E' ammesso l'abbinamento sulla stessa struttura di sostegno di un numero massimo di sei preinsegne per ogni senso di marcia a condizione che le stesse costituiscano oggetto di un'unica autorizzazione.
3. Le preinsegne devono essere raggruppate in un "gruppo segnaletico unitario". In ogni gruppo segnaletico unitario devono essere rispettati i seguenti criteri:
 - a) tutti i segnali posti nello stesso gruppo devono avere le stesse dimensioni, indipendentemente dalla lunghezza dei nomi scritti in essi;
 - b) le frecce indicanti "diritto" devono essere poste al di sopra delle altre; qualora il gruppo sia installato a sinistra, la freccia verticale deve essere posta sul lato destro del segnale;
 - c) le frecce indicanti "sinistra" devono essere poste sotto le frecce "diritto", e per ultime, in basso, vanno poste le frecce indicanti "destra".Qualora su una stessa struttura di sostegno vengano collocati meno di sei cartelli, il posizionamento deve avvenire a partire dal bordo superiore a scendere verso il basso.

Articolo 14 **Striscioni locandine e standardi**

1. L'esposizione di striscioni, locandine, sia prive di rigidità che rigide, e quella di standardi è ammessa in conformità a quanto previsto dal comma 10 dell'art. 51 del D.P.R. 495/1992
2. Il contenuto del messaggio pubblicitario relativo ad eventi culturali, ricreativi, sportivi, mostre e spettacoli deve essere strettamente riferito alla manifestazione e può essere accompagnato dalle sole indicazioni relative a marchio, enti, associazioni, ditte o sponsor in generale.
3. Sui pali della pubblica illuminazione possono essere collocati standardi o agganciati striscioni esclusivamente previa acquisizione di parere favorevole da parte dell'ufficio cui compete la manutenzione della pubblica illuminazione.
4. I sostegni dovranno avere ancoraggi in gomma e non potranno essere mantenuti una volta che sia stato rimosso il mezzo pubblicitario.
5. All'interno dei centri abitati sono ammesse le seguenti dimensioni massime:

Mezzo pubblicitario	Dimensione massima
striscione	cm (L.S. X 100) (*)
standardo	m ² 10

(*) L.S. larghezza strada

Art. 15

Ubicazione dei mezzi pubblicitari nelle stazioni di servizio nelle aree di parcheggio e nelle aree destinate a manifestazioni fieristiche ed espositive

1. Nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio ricomprese all'interno del centro abitato, 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. Il posizionamento di detti mezzi pubblicitari non può avvenire lungo il fronte stradale, lungo le corsie di accelerazione e decelerazione e in corrispondenza degli accessi.
2. 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.
3. Nelle aree di parcheggio, entro i centri abitati, è consentita l'installazione di impianti fissi per le affissioni, anche lungo il fronte stradale, in deroga alla percentuale di superficie complessiva prevista dal precedente comma 1
4. Nelle aree di parcheggio entro i centri abitati è ammessa, in eccedenza alle superfici pubblicitarie computate in misura percentuale di cui al precedente comma 1, la collocazione di altri mezzi pubblicitari abbinati alla prestazione di servizi per l'utenza della strada entro il limite di 2 mq per ogni servizio prestato.
5. In ognuno dei casi suddetti si applicano tutte le altre disposizioni del Codice della strada e del relativo Regolamento di esecuzione e di attuazione.

ART. 16

Pubblicità a mezzo veicoli

1. Non è soggetta ad autorizzazione la pubblicità effettuata a mezzo di veicoli. La pubblicità a mezzo veicoli è ammessa unicamente alle condizioni e nei limiti di cui all'art. 23 del D.Lgs. 285/1992 e dell'art. 57 del D.P.R. 495/1992 e del successivo comma 2.

2. La pubblicità effettuata con strutture mobili o autoveicoli è consentita solo se svolta in forma itinerante. Durante la sosta delle strutture mobili o dei veicoli la pubblicità dovrà essere rimossa ovvero coperta in modo tale che sia priva di efficacia di qualunque messaggio.

ART. 17 **Pubblicità fonica**

1. Entro i centri abitati, la pubblicità fonica sulle strade è consentita nei soli giorni feriali dalle ore 9.00 alle ore 13.00 e dalle ore 16.00 alle ore 19.00, esclusivamente per iniziative di carattere politico, sindacale, sociale, culturale, sportivo e pubbliche manifestazioni e spettacoli, previa autorizzazione del competente ufficio comunale.
2. In tutti i casi, la pubblicità fonica non deve superare i limiti massimi di esposizione fissati dal DPCM 1/03/1991.

Capo III **DISCIPLINA PER IL RILASCIO DELL'AUTORIZZAZIONE**

Art. 18 **Domanda di nuova autorizzazione**

1. Il soggetto interessato al rilascio dell'autorizzazione all'installazione e/o trasformazione di un mezzo pubblicitario deve presentare la relativa domanda in bollo. Qualora il mezzo insista su suolo pubblico, con le medesime modalità, contestualmente, il medesimo soggetto dovrà presentare la richiesta di occupazione di suolo pubblico, che sarà trasmessa all'Ufficio di Polizia Locale per la relativa istruttoria.
2. La domanda dovrà contenere le seguenti informazioni:
 - generalità, residenza e codice fiscale del richiedente e dichiarazione dell'attività autorizzata;
 - strada/piazza e numero civico relativi alla collocazione o trasformazione;
 - riferimenti relativi alla precedente autorizzazione, se trattasi di trasformazione di mezzo pubblicitario esistente;

Nel caso di mezzi pubblicitari luminosi per luce propria o indiretta, è necessario che sia dichiarato l'impegno a presentare idonea certificazione di conformità dell'impianto alla vigente normativa in materia.

3. Alla domanda deve essere allegata obbligatoriamente la seguente documentazione:
 - copia di documento di identità in corso di validità del richiedente;
 - estratto di mappa catastale in scala 1:2000, raggio minimo 200 m, con individuazione dell'area/immobile interessati dall'installazione;
 - relazione tecnica che illustri il contesto in cui dovrà essere installato il manufatto in questione e descriva il manufatto stesso fornendo anche, ove il caso, le informazioni sul tipo di impianto di illuminazione e sull'intensità luminosa dello stesso;
 - rilievo dello stato dei luoghi ove il mezzo pubblicitario verrà collocato, illustrato anche attraverso idonea documentazione fotografica, particolareggiata e panoramica; dovrà essere allegata una planimetria dell'area con individuazione dei relativi punti di ripresa;

- elaborato grafico, in scala opportuna, che rappresenti chiaramente, sia in prospettiva che in pianta, il manufatto. In relazione alla tipologia di mezzo pubblicitario da installare, tale elaborato dovrà evidenziare:
 - le dimensioni del manufatto e di ogni sua parte, nonché:
 - l'altezza rispetto al piano della carreggiata e/o del marciapiede;
 - l'ampiezza della strada o spazio pubblico interessato e l'ingombro sul marciapiede;
 - la distanza dal limite esterno della carreggiata e/o dal bordo del marciapiede;
 - materiali e colori utilizzati;
 - il posizionamento rispetto all'immobile eventualmente interessato ed, in particolare, rispetto alle aperture e agli altri elementi significativi presenti in facciata;
 - la distanza da intersezioni stradali, la presenza di eventuali semafori e di segnaletica stradale (con indicazione delle relative tipologie e posizione rispetto alla collocazione richiesta per il mezzo da installare o trasformare);
 - la presenza di altri cartelli pubblicitari con indicazione della loro posizione rispetto alla collocazione richiesta per il mezzo da installare o trasformare ;
 - uno o più bozzetti del messaggio pubblicitario da esporre precisando il tempo di esposizione previsto; se la domanda è relativa a cartelli, insegne di esercizio o altri mezzi pubblicitari per l'esposizione di messaggi variabili devono essere allegati i messaggi di tutti i bozzetti previsti;
- 4. dichiarazione, redatta ai sensi del D.P.R. 445/00 e ss.mm.ii., che attesti che il manufatto che si intende collocare è stato calcolato e realizzato e sarà posto in opera tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento, in modo da garantirne la stabilità; tale dichiarazione dovrà essere rilasciata da tecnico abilitato.
- 5. dichiarazione di consenso della proprietà dell'immobile o dell'area interessati dall'installazione, ove questa sia diversa dal richiedente il rilascio dell'autorizzazione; alla dichiarazione dovrà essere allegata copia di valido documento di identità del/i dichiarante/i;
- 6. attestazione del pagamento diritti di istruttoria come da tabelle approvate ;
inoltre, ove ricorra il caso:
- 7. nulla osta dell'Ente proprietario della strada, se la stessa non è comunale;
- 8. autorizzazione della Soprintendenza a Beni Ambientali e Architettonici (se posto su area o fabbricato sottoposto a vincolo monumentale (art. 49 D.Lgs 42/04)
- 9. autorizzazione paesaggistica nel caso sia posto su area sottoposta a vincolo paesaggistico (art. 153 del D.Lgs. 42/04) e ss.mm.ii.)
- 10. nulla-osta dell'AdB per le installazioni ricadenti nelle aree ad alta e media pericolosità idraulica.
- 11. Ogni domanda potrà richiedere l'autorizzazione anche per più mezzi pubblicitari purché della stessa tipologia e univocità di localizzazione.

Art. 19

Procedimento istruttorio

1. Le domande di cui all'articolo precedente devono essere istruite e definite in funzione di:
 - garantire la salvaguardia del patrimonio artistico ed architettonico, e il decoro dell'ambiente;
 - verificare il rispetto della legislazione vigente;
 - garantire l'esigenza dell'utenza.

2. Il Responsabile del Procedimento, acquisisce, entro il termine di quindici giorni dal ricevimento della domanda, il parere del Comando di Polizia Municipale ed, eventualmente, ove necessario, di altri settori per quanto di rispettiva competenza. Decorso il suddetto termine di quindici giorni senza che siano stati rilasciati i pareri richiesti, il responsabile del Procedimento provvederà a convocare apposita Conferenza dei Servizi secondo quanto previsto dal decreto legislativo 30.06.2016 n°127.
3. I compiti del Responsabile del Procedimento sono:
 - esaminare le domande in ordine progressivo del numero di protocollo di registrazione d'ufficio;
 - accertare la completezza formale della documentazione presentata;
 - accertare, sulla base dei pareri rilasciati dal Comando della Polizia Municipale e degli altri settori competenti, la conformità alle disposizioni normative e regolamentari applicabili e disporre le eventuali richieste di integrazione;
 - convocare apposita conferenza dei servizi qualora ciò si renda necessario per il rispetto dei tempi e per i contenuti della domanda;
 - formulare al responsabile del SUAP proposta per l'adozione del provvedimento definitivo. In caso di proposta di provvedimento di diniego, la medesima proposta dovrà riportare le motivazioni del rigetto.
4. Ogni comunicazione inerente il procedimento è effettuata ai sensi, nei modi e per gli effetti previsti dalla legge n. 241/1990 e successive modificazioni ed integrazioni.

Art. 20

Ammissibilità della SCIA

1. La procedura della comunicazione SCIA, ai sensi dell'art. 19 e seguenti della legge n. 241/1990 e successive modifiche ed integrazioni, è ammessa nei seguenti casi purché conformi alle prescrizioni delle presenti NTA:
 - Variazione, modifica o integrazione o, ancora, mera sostituzione dei messaggi pubblicitari senza alcuna modifica del mezzo pubblicitario precedentemente autorizzato o aumento della superficie destinata al messaggio;
 - Collocazione messaggi pubblicitari relativi ad eventi di varia natura di durata limitata con periodi di esposizione non superiori a tre mesi;
2. Nel caso in cui il richiedente attivi il procedimento di SCIA, deve essere sottoscritta una dichiarazione, resa ai sensi del D.P.R. n. 445/2000, con la quale si attesta la conformità alle norme di cui al D.Lgs. 285/1992 ed al DPR 495/1992 nonché a quelle delle presenti NTA. Detta dichiarazione, non deve essere resa in maniera generica, ma riportare in maniera espressa le relative norme per le quali viene attestata la conformità. La SCIA deve, inoltre, essere corredata dalla documentazione tecnica di cui al precedente art. 19.

Art. 21

Contenuti dell'autorizzazione

1. Tutte le autorizzazioni sono rilasciate fatti salvi i diritti di terzi ed il Comune resta sollevato da ogni responsabilità in merito al contenuto del messaggio pubblicitario. L'autorizzazione può essere revocata motivatamente per ragioni di pubblico interesse, fatti salvi gli altri casi di revoca.

2. L'autorizzazione rilasciata al richiedente deve contenere:
 - Il numero di registro cronologico annuale di riferimento, al fine della catalogazione dell'inserimento in un apposito database;
 - Il richiamo alle leggi, norme, regolamenti e disposizioni di riferimento, applicabili;
 - L'obbligo del titolare dell'autorizzazione di provvedere alle misure di sicurezza eventualmente disposte dalle autorità competenti o dalla ditta installatrice;
 - La durata di tre anni, fatta salva l'indicazione di periodi minori;
 - La decadenza della stessa se non usufruita entro 180 giorni dalla data di rilascio;
 - La decadenza in caso d'inosservanza delle prescrizioni contenute;
 - La decadenza in caso vengano meno le condizioni che costituivano i presupposti per il rilascio.

Art. 22

Decadenza e revoca dell'autorizzazione

1. L'autorizzazione decade quando:
 - non venga usufruita entro il termine di 180 giorni dalla data di rilascio, salvo concessione di proroga su richiesta motivata degli interessati, da presentare entro il medesimo termine di 180 giorni;
 - non vengano osservate le prescrizioni alle quali è subordinata;
 - nel caso in cui vengano meno le condizioni che costituivano presupposto al rilascio dell'autorizzazione;
2. L'autorizzazione è revocata:
 - per motivi di pubblico interesse;
 - se il titolare non adempie agli obblighi previsti dal successivo art. 24.

Art. 23

Obblighi per il titolare dell'autorizzazione

1. Fermo restando gli obblighi previsti dall'art. 54 e 55 del D.P.R. n. 495/1992, il titolare dell'autorizzazione deve:
 - a) comunicare tempestivamente la fine lavori;
 - b) verificare periodicamente il buono stato di conservazione dell'impianto pubblicitario autorizzato e delle strutture di sostegno;
 - c) effettuare tutti gli interventi necessari al mantenimento delle condizioni di sicurezza;
 - d) richiedere preventivamente al Comune qualsiasi tipo di variazione e/o modifica che si intende apportare sul mezzo pubblicitario autorizzato;
 - e) adempiere nei tempi prescritti a tutte le prescrizioni contenute nell'autorizzazione, provvedendo, in particolare nel caso di interventi su suolo pubblico, a ripristinare a regola d'arte le parti manomesse.
 - f) provvedere alla completa rimozione, comprese le eventuali strutture di sostegno, in caso di cessazione dell'attività e/o cessione, scadenza, decadenza o revoca dell'autorizzazione o del venire meno delle condizioni di sicurezza previste all'atto dell'installazione, o di motivata richiesta del Comune.
 - g) provvedere a richiedere il rinnovo dell'autorizzazione almeno 90 giorni prima della sua scadenza;

- h) la mancata presentazione dell'istanza di rinnovo, entro il termine di scadenza dell'autorizzazione originaria, produce l'effetto della rinuncia al rinnovo.

Capo IV **DISPOSIZIONI FINALI**

Articolo 24 **Adeguamento impianti esistenti**

1. Le autorizzazioni dei mezzi pubblicitari rilasciate precedentemente all'entrata in vigore delle presenti norme, qualora non in contrasto con le stesse, non decadono e mantengono la loro efficacia fino alla scadenza di validità dell'autorizzazione.
2. I mezzi pubblicitari, già installati con regolare autorizzazione e che risultino in contrasto con le presenti norme devono essere adeguati a dette norme.
3. I mezzi pubblicitari autorizzati, ma che risultano non conformi alla presente disciplina per difformità che sono sanabili solo attraverso il trasferimento del mezzo in altra zona dovranno essere rimossi e, previo rilascio di specifica autorizzazione, ricollocati altrove, ove consentito, e ferma restando la relativa disponibilità.
4. Nel caso di difformità dei mezzi pubblicitari, causata dal mancato rispetto delle distanze minime previste tra diversi mezzi pubblicitari, al fine di indicare i mezzi da rimuovere, con facoltà di trasferimento, ove consentito, in altra zona, si individuano gli impianti installati per ultimi cronologicamente. Se tale dato non è accertabile si considera la data dell'autorizzazione dell'impianto eventualmente rilasciata anche da enti a suo tempo competenti. Altresì si applicano le disposizioni stabilite dal D.P.R. 495/1992
5. Al fine di adeguare gli impianti esistenti non conformi, entro e non oltre un mese dalla data di entrata in vigore della presente disciplina, i soggetti titolari delle relative autorizzazioni dovranno presentare una nuova richiesta di autorizzazione indicando espressamente gli interventi che intendono eseguire e/o la nuova collocazione richiesta. Ai fini del rilascio dell'autorizzazione, nel caso di più richieste per la medesima collocazione, prevale l'ordine cronologico della presentazione dell'istanza completa in ogni sua parte.
6. I mezzi pubblicitari privi di autorizzazione, come pure quelli che, comunque, dovessero risultare in contrasto con le norme di cui al D.Lgs. 285/1992 ed al D.P.R. 495/1992 dovranno essere rimossi.
7. Decorso il termine di cui al precedente comma 5 senza che i soggetti interessati abbiano provveduto a quanto previsto al medesimo comma, si procederà secondo quanto previsto dall'art. 56 del D.P.R. 495/1992.

Articolo 25 **Coordinamento con altre norme regolamentari esistenti**

La disciplina delle presenti NTA prevale su quella di altri regolamenti attualmente in vigore qualora in contrasto.

Art. 26

Entrata in vigore

Le presenti NTA entrano in vigore dalla data di efficacia dell'approvazione del Piano.