



COMUNE DI CERVIA

PIANO GENERALE

DEL SISTEMA DELLE AFFISSIONI
E ALTRI MEZZI PUBBLICITARI

Cervia, gennaio 2019

Approvato con delibera CC. N. 72 del 19/11/2003
Modificato con delibera CC. N. 16 del 29/04/2011
Modificato con delibera CC. N. 77 del 18/12/2018

INDICE

TITOLO I - DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1	Contenuti e finalità	pag. 4
Art. 2	Zonizzazione	pag. 4
Art. 3	Classificazione dei mezzi pubblicitari regolati dal piano generale degli impianti	pag. 5

TITOLO II - IMPIANTI DI AFFISSIONE

Art. 4	Definizione e quantificazione degli impianti di pubbliche affissioni	pag. 6
Art. 5	Definizione e quantificazione degli impianti privati per affissione diretta	pag. 6
Art. 6	Impianti di affissione nel Centro storico cittadino	pag. 7
Art. 7	Suddivisione tra affissioni commerciali e sociali	pag. 7
Art. 8	Tipologie di impianti per le affissioni caratteristiche	pag. 7
Art. 9	Criteri di individuazione degli spazi e collocazione degli impianti di affissione	pag. 8

TITOLO III - CARTELLI PUBBLICITARI

Art. 10:	Definizione e dimensionamento	pag. 9
----------	-------------------------------	--------

TITOLO IV - ALTRI MEZZI PUBBLICITARI

Art. 11	Definizione degli altri mezzi pubblicitari	pag. 10
Art. 12	Impianti pubblicitari di servizio	pag. 11
Art. 13	Insegne di esercizio	pag. 12
Art. 14	Insegna a bandiera	pag. 13
Art. 15	Insegna frontale	pag. 14
Art. 16	Insegna su tetto	pag. 15
Art. 17	Insegna su palo	pag. 16
Art. 18	Insegna a totem	pag. 16
Art. 19	Preinsegne	pag. 17
Art. 20	Segnali turistici e di territorio	pag. 18
Art. 21	Targhe di esercizio e pubblicitarie	pag. 20
Art. 22	Bacheche	pag. 21
Art. 23	Vetrofania	pag. 21
Art. 24	Impianto di insegne o targhe coordinate	pag. 21
Art. 25	Ubicazione di mezzi pubblicitari nelle stazioni di servizio E nelle aree di parcheggio	pag. 21
Art. 26	Stazioni di rifornimento di carburante	pag. 22
Art. 27	Cartello di sponsorizzazione manutenzione aree verdi	pag. 22
Art. 28	Definizione di impianto pubblicitario temporaneo	pag. 23
Art. 29	Striscione	pag. 23
Art. 30	Gonfalone e stendardo	pag. 24
Art. 31	Segno orizzontale reclamistico	pag. 24
Art. 32	Pubblicità nei cantieri edili e sulle recinzioni di impianti Sportivi	pag. 25
Art. 33	Cartelli pubblicitari temporanei	pag. 26
Art. 34	Impianto a messaggio variabile	pag. 26
Art. 35	Pubblicità sui veicoli	pag. 27
Art.36	Pubblicità con veicoli ad uso speciale e rimorchi	pag. 28

Art. 37	Pubblicità fonica	pag. 29
Art.38	Volantini	pag. 30
Art. 39	Pubblicità itinerante	pag. 30
Art. 40	Collocazione vietata	pag. 31
Art. 41	Distanze dagli elementi stradali	pag. 31
Art.42	Caratteristiche comuni dei cartelli, delle insegne d'esercizio degli altri mezzi pubblicitari	pag. 32

TITOLO V – NORME FINALI

Art. 43	Autorizzazione all'installazione	pag. 33
Art. 44	Quadro normativo di riferimento	pag. 33
Art. 45	Disposizioni finali	pag. 33

TITOLO I DISPOSIZIONI GENERALI

ARTICOLO 1 CONTENUTI E FINALITA'

1. Il Piano generale degli impianti di affissione e altri mezzi di pubblicità, di seguito denominato "Piano", disciplina la quantità, la tipologia e la distribuzione sul territorio comunale dei mezzi pubblicitari in relazione alle esigenze di carattere sociale ed economico, della concentrazione demografica, delle esigenze di tutela ambientale e paesaggistica, di equilibrio della localizzazione degli impianti e del rispetto delle norme di sicurezza della circolazione stradale, oltre al rispetto delle previsioni e prescrizioni urbanistiche.

2. La finalità del Piano è quella di procedere al riordino degli impianti e di disciplinare i criteri e le modalità per l'installazione di nuovi impianti pubblicitari, perseguendo l'obiettivo di armonizzare l'inserimento dei mezzi pubblicitari nel contesto urbano.

3. Sono oggetto del piano generale per gli impianti pubblicitari:

la pianificazione del territorio comunale attraverso la suddivisione in diverse zone e l'individuazione di tratti viari in cui ammettere o vietare la pubblicità (allegato A);

la definizione e la classificazione degli "impianti pubblicitari";

la definizione e la classificazione dei "mezzi pubblicitari";

le norme per la localizzazione delle diverse tipologie di mezzi e impianti pubblicitari nelle zone individuate dal piano;

4. Non sono disciplinati dal presente Piano le disposizioni di carattere amministrativo relative al procedimento di rilascio, rinnovo e/o diniego, subentro, decadenza e revoca dell'autorizzazione all'installazione e procedimenti conseguenti, essendo compiutamente disciplinate nel Regolamento comunale per l'installazione degli impianti pubblicitari.

ARTICOLO 2 ZONIZZAZIONE

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

Centro Storico, (Zona 1):

corrisponde alla zona territoriale omogenea A degli strumenti urbanistici vigenti;

Centro Abitato (escluso il Centro Storico), (zona 2):

delimitato con apposita delibera comunale ai sensi dell'art. 4 del Codice della Strada;

Zone Soggette a valorizzazione urbana, (zona 3)

Sono individuate nell'area dell'abitato di Cervia, Milano Marittima, Pinarella e Tagliata come da planimetrie allegate alla delibera di Giunta Comunale che verrà assunta secondo le procedure di legge.

Per queste zone è necessaria, per l'apposizione di strutture su suolo pubblico, l'approvazione di piani di arredo urbano, in attesa dei quali è ammessa solamente la collocazione di insegne di esercizio su suolo privato **di cui all'art.15 (insegna frontale).**

Aree esterne al territorio urbanizzato, (zona 4):

comprendenti tutte le zone agricole, le zone territoriali extraurbane le zone di parco.

Zone caratterizzata prevalentemente da strutture commerciali e/o insediamenti artigianali produttivi. (Zona 5)

La collocazione di impianti pubblicitari nelle zone destinate a medie strutture di vendita, centri commerciali, aree artigianali industriali è soggetta alla presentazione di un progetto di insieme che definisca la tipologia, il numero e le distanze dei vari mezzi relativamente alle singole attività.

Il progetto viene approvato dalla Giunta Comunale che, sentita la Commissione per la qualità architettonica ed il paesaggio (C.Q.A.P.), ne valuta la congruità dell'inserimento nel contesto urbano, anche in deroga alle distanze indicate nel piano.

Aree di sosta (zona 6)

Questa zona è costituita da tutti gli spazi per i parcheggi urbani, che sono particolarmente adatti alla pubblicità, sia perché non rivestono particolare pregio urbano, sia per il grande afflusso di persone che possono percepire i messaggi pubblicitari.

Perseguendo il fine di regolare la distribuzione degli impianti pubblicitari e l'esercizio dell'attività di pubblicità esterna si ritiene che questi luoghi possano essere caratterizzati dalla prevalenza di impianti pubblicitari di medio e grande formato.

Aree di valenza ambientale (zona 7)

Questa zona comprende l'arenile demaniale e le zone di parco soggette alla disciplina del D. Lgs. n. 42/2004.

ARTICOLO 3 CLASSIFICAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI REGOLATI DAL PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI

1. I mezzi pubblicitari, così come definiti dall'art. 47 del Regolamento di esecuzione e attuazione del nuovo Codice della Strada e dal Regolamento Comunale per la disciplina dei mezzi pubblicitari sono così classificati:

1. Impianti di affissione pubblica o diretta
2. Cartelli pubblicitari
3. Altri mezzi di pubblicità e propaganda

2. Gli impianti pubblicitari vengono classificati in base al tempo di permanenza sul territorio ed in funzione della modalità di esposizione del messaggio, nelle seguenti categorie:

- impianti pubblicitari per affissioni, installati stabilmente per l'esposizione di manifesti;

- impianti per pubblicità permanente, installati stabilmente per l'esposizione di messaggi pubblicitari permanenti.
- impianti pubblicitari temporanei, installati provvisoriamente in relazione ad eventi temporanei e poi rimossi al terminare degli stessi;

TITOLO II IMPIANTI DI AFFISSIONE

ARTICOLO 4 DEFINIZIONE E QUANTIFICAZIONE DEGLI IMPIANTI DI PUBBLICHE AFFISSIONI

1. Per impianti di pubbliche affissioni si intendono tutti gli impianti di proprietà del Comune, collocati esclusivamente su aree pubbliche o immobili privati sui quali il Comune esercita il diritto di affissione.
2. Lo stato di fatto degli impianti di affissione ha una superficie per affissione pubblica (istituzionale, sociale e commerciale) di mq. 1.730.
3. La superficie complessiva sopraindicata può essere incrementata in misura adeguata a soddisfare la richiesta di affissione degli utenti, e comunque fino e non oltre a mq. 2.500 al fine di consentire il posizionamento di impianti in zone sprovviste, o di nuova edificazione, o dove maggiore è la domanda di affissione.
4. Gli impianti di pubbliche affissioni attualmente installati dovranno essere sostituiti con gli impianti di nuova tipologia previsti dal presente piano entro ventiquattro mesi, anche per stralci successivi nel rispetto della scadenza fissata.
5. L'Amministrazione si riserva di modificare i limiti quantitativi di superficie sopra indicati per adeguarli ad eventuali nuove necessità.

ARTICOLO 5 DEFINIZIONE E QUANTIFICAZIONE DEGLI IMPIANTI PRIVATI PER AFFISSIONE DIRETTA

1. Per affissioni dirette si intendono le affissioni di manifesti e simili effettuate direttamente da soggetti privati, diversi dal Comune e dai suoi concessionari, anche per conto altrui.
2. La superficie da destinare ad affissioni dirette non può superare il 20% di quella destinata a pubbliche affissioni.
3. Con il presente Piano si stabilisce di fissare un limite di mq. 350 per la superficie degli impianti da destinare alle affissioni dirette destinate a privati.
4. L'incremento rispetto all'esistente si attuerà mediante l'installazione di 18 facciate formato 600 x 300 (realizzate con impianti mono o bifacciali) su aree pubbliche.
5. Le affissioni dirette devono essere effettuate su impianti uguali ai modelli adottati per le affissioni pubbliche.
6. L'assegnazione ai privati degli spazi per affissione diretta su area pubblica deve avvenire mediante lo svolgimento di apposita procedura concorsuale ad evidenza pubblica secondo i seguenti criteri:

gli spazi saranno assegnati per lotti di pari valore commerciale, tenendo conto anche dei flussi di traffico;

le localizzazioni sono determinate dall'Amministrazione Comunale in conformità al presente Piano, al Regolamento per la disciplina dei mezzi pubblicitari e nel rispetto dei vincoli urbanistici e del Codice della Strada;

il contratto e il verbale di consegna sotto riserva di legge, contiene la localizzazione degli impianti e vale come autorizzazione all'installazione a favore delle Ditte aggiudicatrici per il periodo di durata delle concessioni;

7. Non sono ammesse installazioni di qualsiasi altro impianto per affissioni dirette al di fuori delle superfici previste dal Piano.

ARTICOLO 6 IMPIANTI DI AFFISSIONE NEL CENTRO STORICO CITTADINO

1. Nel Centro Storico l'installazione e la localizzazione di nuovi impianti, avverrà in seguito alla preventiva redazione di specifici piani di arredo urbano a cura della ditta concessionaria, nel rispetto delle norme del regolamento edilizio e degli strumenti urbanistici vigenti, in modo da garantire la salvaguardia dell'ambiente antico ed una corretta distribuzione delle informazioni commerciali e sociali.

2. Non sono ammessi impianti del tipo "poster".

ARTICOLO 7 SUDDIVISIONE TRA AFFISSIONI COMMERCIALI E SOCIALI

1. La superficie complessiva degli impianti pubblici è destinata per una parte pari al 20% a comunicazioni di natura istituzionale, sociale o comunque priva di rilevanza economica e per la restante quota pari all'80% ad affissioni di natura commerciale.

2. Al fine di rispettare più agevolmente tale rapporto pur garantendo una omogenea ed efficace distribuzione delle informazioni sul territorio, in merito alle affissioni sociali si dispone che il quantitativo dei manifesti relativi alle attività istituzionali dell'Amministrazione Comunale non superi le 60 copie, mentre per tutte le altre iniziative comunali (culturali, sportive, ecc.) il numero dei manifesti non può essere superiore a 50 copie.

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

ARTICOLO 8 TIPOLOGIE DI IMPIANTI PER LE AFFISSIONI E CARATTERISTICHE

1. E' ammessa unicamente l'installazione di impianti per le affissioni delle seguenti tipologie:

1. cilindro (per formati inferiori al 70x100, 70x100 e 100x140);

2. cm 70x50 standardo funerario mono e bifacciale (quattro o otto spazi 70x50)
3. cm 70x100 a parete;
4. cm 70x100 totem (dodici spazi 70x100);
5. cm 100x140 a parete;
6. cm 100x140 stelo bifacciale (disposto affiancato, a pettine, a pettine inclinato);
7. cm 100x140 totem (sei spazi 100x140);
8. cm 140x200 a parete;
9. cm 140x200 standardo monofacciale e bifacciale;
10. cm 200x140 a parete;
11. cm 200x140 standardo monofacciale e bifacciale;
12. cm 600x300 monofacciale e bifacciale (poster).

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

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

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

5. Tutti gli impianti pubblicitari da installare in modo permanente devono rispondere ad un unico criterio progettuale, così come sarà specificato con successivo atto di Giunta Comunale.

6. I cartelli e le tabelle relativi agli impianti di pubblicità esterna permanente e di affissione diretta, devono essere realizzati in materiale consistente, durevole, sicuro e resistente agli agenti atmosferici e rifiniti anche sulla parte retrostante (anche se visibile solo parzialmente alla pubblica vista).

7. Il sistema di illuminazione può essere realizzato a luce diretta, indiretta o riflessa, e comunque in conformità alle norme di cui alla legge 46/90 e D.M. 22.01.2008 n. 37 e alle prescrizioni di cui alla L.R. n. 19/2003 in materia di inquinamento luminoso.

ARTICOLO 9 CRITERI DI INDIVIDUAZIONE DEGLI SPAZI E COLLOCAZIONE DEGLI IMPIANTI DI AFFISSIONE

1. Per ogni tipologia di impianto sono previsti criteri di collocazione specifici che dovranno essere rispettati per garantire una corretta ed efficace fruizione dei messaggi. Gli elaborati grafici relativi a tali criteri sono allegati in calce al presente Piano.

2. Le caratteristiche e le dimensioni dei manifesti determinano i criteri di massima da seguire per la collocazione degli stessi.

3. Il manifesto è un elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, ma prevalentemente cartaceo, privo di rigidità, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici.

4. Manifesti di formato inferiore a cm 70x100

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

La loro affissione dovrà avvenire preferibilmente su cilindro o totem. Gli spazi preferiti sono il Centro Storico, zone antistanti edifici pubblici, parchi e giardini, piazze.

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

5. Manifesti cm 70x100

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

La loro affissione dovrà avvenire preferibilmente su supporti a parete, in serie da 3 a 7 elementi, o su cilindro o totem. Gli spazi preferiti sono zone antistanti edifici pubblici, parchi e giardini, piazze.

6. Manifesti cm 100 x140

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

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

7. Manifesti cm 140x200 e 200x140

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

8. Poster cm 600x300

Formato prevalentemente per messaggi commerciali da installare su impianto con autonomo supporto nei tipi monofacciale o bifacciale.

In considerazione dell'ingombro e del forte impatto visivo questi impianti devono essere dislocati preferibilmente lungo strade di scorrimento adiacenti alle zone 5, in prossimità di centri commerciali o impianti sportivi e comunque su aree caratterizzate da ampie visuali libere.

Nelle zone 6 sono ammessi poster oltre che lungo i margini stradali, anche all'interno dei piazzali adibiti a parcheggio.

È preferibile la collocazione di impianti in serie.

TITOLO III CARTELLI PUBBLICITARI

ARTICOLO 10 DEFINIZIONI E DIMENSIONAMENTO

1. Si intendono compresi in questa definizione i manufatti bidimensionali supportati da una idonea struttura di sostegno, con una sola o entrambe le facce finalizzate alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, diversi da quelli destinati ad affissione pubblica e diretta e disciplinati dal Titolo II del Piano. Sono compresi in questa definizione i mezzi con messaggio pubblicitario prevalentemente di tipo commerciale che non comportano l'affissione di manifesti o nei quali non avvenga una rotazione con cadenza almeno mensile e risultino quindi riservati ad un solo emittente del messaggio pubblicitario, installati su spazi pubblici o privati che non sono sede o pertinenza accessoria della attività oggetto di pubblicità.

2. Possono essere luminosi sia per luce propria che per luce indiretta.

3. I cartelli pubblicitari, da installarsi preferibilmente nei pressi degli insediamenti commerciali o direzionali e comunque non in zone agricole o in zone territoriali extraurbane, dovranno essere conformi alle caratteristiche e tipologie indicate nell'art. 8 del presente Piano; possono essere autorizzate esclusivamente le seguenti misure:

cm 70 x 100

cm 100 x 140

cm 140 x 200

cm 200 x 140

4. La collocazione del cartello può avvenire con struttura propria (cartello isolato), o a parete (cartello a parete), non sono ammessi cartelli mobili.

TITOLO IV ALTRI MEZZI PUBBLICITARI

ARTICOLO 11 DEFINIZIONE DEGLI ALTRI MEZZI PUBBLICITARI

1. Sono definiti altri mezzi pubblicitari gli impianti non compresi tra quelli di affissione e i cartelli pubblicitari, quali:

- insegne e preinsegne;
- targhe di esercizio e pubblicitarie;
- tende e vetrofanie;
- pubblicità sui veicoli;
- ogni impianto pubblicitario riferito ad iniziative occasionali con la durata e l'autorizzazione limitate nel tempo;
- impianto di insegne o targhe coordinate;
- pubblicità diversa dall'affissione effettuata su strutture temporanee di cantieri edili;
- impianti pubblicitari di servizio;
- e in generale tutti gli impianti elencati nell'art. 47 del Regolamento di attuazione del Nuovo Codice della Strada ad esclusione dei soli impianti affissione e dei cartelli-pubblicitari.

2. Gli impianti per altri mezzi pubblicitari rimangono esclusi da limiti quantitativi e dai criteri tipologici indicati in precedenza.

ARTICOLO 12 IMPIANTI PUBBLICITARI DI SERVIZIO

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

2. L'installazione di impianti pubblicitari di servizio è subordinata alla stipula di apposita convenzione a seguito di gara in gestione a privati, nella quale sono indicati **l'installazione e manutenzione degli impianti, posizionati previo nulla osta del Servizio Viabilità e rimozione di quelli in contrasto con le vigenti norme**, anche durata ed oneri e a seguito di piani particolareggiati o piani di arredo urbano approvati dal Comune. **Ogni collocazione dovrà essere opportunamente numerata, schedata e georeferenziata in base alla documentazione fornita dall'Amministrazione Comunale**

3. Le principali tipologie di impianti pubblicitari di servizio sono di seguito elencati.

4. Palina segnava singola, doppia o multipla con alla sommità targa per indicazione toponomastica, che supporta una o più preinsegne o cartelli pubblicitari mono o bifacciali.

5. Il loro posizionamento è subordinato, oltre che ad apposita convenzione, al rispetto del codice della strada.

6. Transenne parapetonali. È un manufatto avente lo scopo di proteggere il traffico pedonale, di norma collocato nelle intersezioni stradali semaforizzate o non, ovvero lungo piste ciclopetonali e nei luoghi in cui è necessario disporre una barriera di protezione. **Non è consentita l'installazione di transenne parapetonali al solo scopo di supportare messaggi pubblicitari.**

7. L'impianto pubblicitario deve essere a messaggio fisso, opaco, non luminoso, né di luce propria né di luce indiretta o rifrangente. Il pannello piano deve essere monofacciale di superficie massima cm. 200x100 ed installato in modo da essere visibile dalla sola parte pedonale e non dalle corsie di transito, al fine di non arrecare disturbo visivo agli utenti della strada o distrarne l'attenzione con conseguente pericolo per la sicurezza della circolazione.

L'impianto pubblicitario deve essere a messaggio fisso, opaco, non luminoso, né di luce propria né di luce indiretta o rifrangente. Il pannello piano deve essere di superficie massima cm. 200x100. **Al fine di non arrecare disturbo visivo agli utenti della strada o distrarne l'attenzione con conseguente pericolo per la sicurezza della circolazione, la pubblicità rivolta verso la strada non può essere posizionata, nei casi in cui la transenna non segua il parallelismo del senso di marcia, ovvero vi sia andamento curvilineo nelle intersezioni raccordate, salvo che non siano strade o corsie a senso unico.**

Ogni installazione dovrà essere concordata preventivamente con il Servizio Viabilità, all'interno di un programma che indichi, in base alle diverse tipologie di intersezioni, sezioni stradali e marciapiedi quante transenne siano necessarie ai fini della messa in sicurezza e per quali non sia consentita la visibilità della pubblicità verso la corsia di transito.

8. Lo sviluppo dell'impianto lungo i marciapiedi non può estendersi oltre metri 50 dalla linea di arresto e deve obbligatoriamente prevedere aperture in prossimità degli attraversamenti pedonali.

9. In ogni lato di sviluppo di tale impianto dovrà essere, a cura e spese del titolare dell'autorizzazione, riservato almeno uno spazio alla comunicazione istituzionale.

10. Pensiline per fermata autobus è costituita da struttura integrata con pensilina di attesa mezzi pubblici, ad essa rigidamente vincolata, finalizzata alla diffusione dei messaggi istituzionali, pubblicitari o propagandistici, direttamente con sovrapposizione di elementi come manifesti o simili.

11. E' ammessa una superficie pubblicitaria totale per spazio pubblicitario non superiore a 3 mq.

12. L'inserimento pubblicitario deve sempre garantire la piena visibilità di incroci, impianti semaforici e di segnali stradali sia di pericolo che di prescrizione, nonché gli attraversamenti pedonali: Deve comunque rimanere libero da messaggio pubblicitario il lato della pensilina da cui proviene il senso di marcia da cui proviene il mezzo pubblico.

13. Impianti per la pubblicizzazione di manifestazioni promosse dal Comune posti ai principali ingressi del centro abitato affiancati da pannelli pubblicitari di natura commerciale, posti in corrispondenza dei principali ingressi al centro abitato e nell'incrocio tra via Ospedale e via Guerra.

14. Il riordino degli impianti di servizi e l'inserimento di nuovi sarà svolto nel rispetto del principio di razionalizzazione dell'esistente e della verifica del rispetto delle norme di sicurezza sulla circolazione e delle norme sull'abbattimento delle barriere architettoniche di cui alle leggi n. 13 del 09/01/89 e n. 104 del 05/02/92 e relativo regolamento di attuazione.

ARTICOLO 13 INSEGNE DI ESERCIZIO

1. Insegna di esercizio è la scritta a caratteri alfanumerici, riportante il nome dell'attività che deve evidenziare, completata eventualmente da simboli e da marchi dell'azienda, dei prodotti e dei servizi offerti, realizzata e supportata con materiali di qualsiasi natura, installata nella sede della attività a cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie alla stessa, secondo modalità previste nelle specifiche schede.

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

3. E' da ritenersi insegna di esercizio anche quella la cui scritta relativa all'esercizio dell'attività è completata con simboli e marchi di ditte diverse da quella principale, purché attinenti all'attività svolta dalla medesima.

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

- bandiera orizzontale (in oggetto da una costruzione);
- bandiera verticale (in oggetto da una costruzione);
- frontali;

- a tetto, su pensilina o sulle facciate di edifici destinati a funzioni industriali, commerciali e direzionali;
 - su palina o a totem (insegna collocata su supporto proprio).
4. Vengono equiparate alle insegne, come definito dal Regolamento attuativo del codice della strada, le iscrizioni che identificano l'attività o l'esercizio cui si riferiscono, realizzate con tecniche pittoriche direttamente su muro.
5. Fuori dal centro abitato si rinvia alle disposizioni del Codice della strada.

ARTICOLO 14 INSEGNE A BANDIERA

1. È di tipo "a bandiera", l'insegna d'esercizio posta perpendicolarmente alla parete su cui viene installata.
2. La localizzazione è ammessa in tutte le zone del territorio comunale.
3. I requisiti geometrici e di posizionamento sono i seguenti:

Tipologia	
dimensioni	zone 2, 3 non superiore a 2,5 mq.; zone 4, 5, 6 non superiore a 6 mq.;
sporgenza dalla facciata, esclusi i supporti:	zone 5, 6 non superiore a 1,5 mt.; nelle altre zone: non superiore a 1 mt.
posizione in facciata:	non ammessa sugli angoli degli edifici, né su pilastri e colonne, né sulle catene dei porticati ad archi.
Distanza dall'angolo di edifici:	non inferiore a 0,5 mt.
Altezza del margine inferiore:	4,0 mt. dalle strade prive di marciapiede, all'interno della delimitazione di banchina; 2,50 mt. da spazi pedonali.
Distanza dal limite della carreggiata:	all'esterno del centro abitato: 3 mt.; all'interno del centro abitato: 0,5 mt. con marciapiede 3,50 mt. in assenza di marciapiede ;
illuminazione:	diretta o indiretta.

4. In ogni caso, per forma e per collocazione, le insegne a bandiera non devono recare disturbo alla viabilità, alterare l'equilibrio delle linee orizzontali e verticali che compongono l'edificio, né occultare elementi architettonici o decorativi.

5. Le insegne a bandiera, se sporgenti su suolo pubblico, possono essere autorizzate esclusivamente in n. 1 esemplare per ogni affaccio dell'esercizio ad eccezione di quelle riferite a rivendite di generi di monopolio, uffici postali, farmacie e posti di pronto soccorso.

ARTICOLO 15 INSEGNA FRONTALE

1. E' di tipo "frontale", l'insegna d'esercizio posta in aderenza alla parete su cui viene installata. Può anche essere dipinta.

2. La localizzazione è ammessa nelle zone 2, 3, 4, 5 del territorio comunale.

3. I requisiti geometrici e di posizionamento sono i seguenti:

Tipologia	
dimensioni	Per edifici a destinazione non residenziale la superficie complessiva dell'ingombro delle insegne su ogni singola facciata non può superare i 20 mq.; qualora la superficie di ciascuna facciata dell'edificio ove ha sede l'attività sia superiore a 100 mq., è possibile incrementare la superficie complessiva delle insegne su ogni singola facciata nella misura del 10% della superficie di facciata eccedente 100 mq, fino al limite di 50 mq. in tutti gli altri casi la superficie di ogni singola insegna non può superare il limite di 4 mq.,
sporgenza dalla facciata	non superiore ai 15 cm. per altezze inferiori o uguali a 2,5 mt. dal suolo
	non superiore ai 24 cm. per altezze superiori a 2,5 mt. ed inferiori od uguali a 4 mt. dal suolo
posizione in facciata:	non ammessa su pilastri e colonne, né sulle catene dei porticati ad archi;
illuminazione	diretta o indiretta.

4. Le limitazioni di cui sopra possono essere derogate solo in nuovi complessi edilizi, subordinatamente ad un progetto unitario delle insegne, che ne definisca le caratteristiche, le dimensioni, l'altezza dal suolo, ecc.

5. La collocazione delle insegne frontali deve avvenire preferibilmente all'interno di vani esistenti in facciata ed effettuata nello spazio dei sopraluce, nel caso di vetrine che ne siano dotate, nella misura massima di una per ogni vano disponibile oppure in altre strutture rigide regolarmente autorizzate aggettanti il fabbricato.

6. In ogni caso, per forma e per collocazione, le insegne frontali devono essere poste in modo da rispettare le regole della composizione architettonica dell'edificio, quali la simmetria, gli allineamenti orizzontali ed i riferimenti verticali delle porte e finestre, la presenza di aggetti, di rivestimenti ceramici o decori e non devono alterare l'equilibrio delle linee orizzontali e verticali che compongono l'edificio, occultare elementi architettonici o decorativi, né occupare gli spazi tra i pilastri o le colonne dei portici, né occupare finestre o parti di facciata poste a piani diversi dal piano terra.

7. Sulle finestre è ammessa unicamente la posa di tende a rullo non sporgenti e vetrofanie.

8. Le insegne frontali delle vetrine devono essere installate nel vano compreso tra gli stipiti e l'architrave ed essere contenute all'interno della proiezione verticale del vano stesso. Nei casi in cui le dimensioni della vetrina o l'altezza della porta non consentano quanto prima disposto, o nelle facciate prive di vetrine, le insegne devono essere composte da lettere isolate quindi non a cassonetto.

ARTICOLO 13 INSEGNA SU TETTO

1. È di tipo "su tetto" l'insegna d'esercizio realizzata su manufatto rigido, anche plurifacciale, supportata da idonea struttura di sostegno, vincolata sulla copertura degli edifici ove a sede l'attività a cui l'insegna si riferisce.

2. Le insegne collocate sul tetto degli edifici sono ammesse soltanto nella zona 5 e nel caso in cui tutto l'edificio sia utilizzato dalla attività pubblicizzata.

3. Nel caso in cui nell'edificio vi siano più attività è possibile derogare ai requisiti geometrici e al loro posizionamento sulla base di un progetto unitario che sarà valutato dall'ufficio concessionario.

4. I requisiti geometrici e di posizionamento sono i seguenti:

Tipologia	
dimensioni	l'ingombro deve essere proporzionato ai volumi degli edifici su cui è collocata e pertanto non deve superare in lunghezza il limite del 70% della lunghezza della facciata ed in altezza il limite del 20% dell'altezza dell'edificio e comunque non superiore a 3 m, fermo restando la coerenza con le linee architettoniche dell'edificio e con il contesto urbano circostante.
Requisito:	possono essere composte da lettere isolate o a cassonetto.
Supporti:	strutture metalliche vincolate alla copertura.

illuminazione:	diretta o indiretta
----------------	---------------------

ARTICOLO 17 INSEGNA SU PALO

1. E' di tipo "su palo", l'insegna d'esercizio realizzata su manufatto di qualsiasi natura, eventualmente anche plurifacciale, sollevata dal suolo e supportata da pali di sostegno, vincolato al terreno nell'area di pertinenza dell'attività a cui l'insegna si riferisce.

2. La localizzazione è ammessa esclusivamente nelle aree di pertinenza dell'attività per le zone 3 previo piano di arredo urbano, nelle restanti zone è consentito anche su suolo pubblico con parere dell'ufficio tecnico competente.

3. Nel caso di complessi commerciali, artigianali e industriali, quali quelli inclusi nella zona 5, sono preferibili strutture che raggruppino più insegne, purché riferite esclusivamente ad attività esercitate in loco.

4. I requisiti geometrici e di posizionamento sono i seguenti:

Tipologia	
dimensioni	zone 2, 3, 4: non superiore a 3 mq. cadauna zone 5 e 6: non superiore 10 mq. cadauna
altezza del margine inferiore:	dal suolo carrabile: non inferiore a 5 mt.; dal suolo pedonale: non inferiore a 3 mt. in altri casi (es: aiuole): non inferiore a 1,5 mt.
profondità:	non superiore a 50 cm.
orientamento rispetto al senso di marcia:	sia parallelo, che perpendicolare
struttura di sostegno:	di tipo verticale
illuminazione:	diretta e indiretta

5. Le distanze minime delle insegne su palo rispetto ai vari elementi stradali sono quelle prescritte dall'art. 51, commi 2 e 4 del D.P.R. 16.12.1992 n. 495, con la precisazione di cui al comma 5 dello stesso articolo, secondo il quale tali distanze non si applicano alle insegne di esercizio che siano poste parallelamente al senso di marcia dei veicoli ed in aderenza a fabbricati esistenti o ad una distanza dal limite della carreggiata non inferiore a quella prescritta.

ARTICOLO 18 INSEGNA A TOTEM

1. E' di tipo "a totem" l'insegna d'esercizio realizzata su manufatto rigido, eventualmente anche plurifacciale, la cui superficie espositiva ha il margine inferiore appoggiato al suolo, tramite una struttura di sostegno indipendente, ancorata al terreno nella pertinenza dell'attività a cui l'insegna si riferisce.

2. La localizzazione è ammessa esclusivamente nelle aree di pertinenza dell'attività che sono incluse nelle zone 2, 4 solo in presenza di una pluralità di esercizi e nella zone 5.

3. Sono preferibili totem che raggruppino più insegne, purché riferite esclusivamente ad attività esercitate in loco.

4. I requisiti geometrici e di posizionamento sono i seguenti:

Tipologia	
dimensioni	larghezza della base: zona 2, 4: non superiore a 1 mt. zona 5: non superiore a 2,5 mt. La superficie deve essere rapportata al numero delle attività, alle dimensioni ed alle caratteristiche dell'edificio sede dell'attività a cui si riferiscono.
orientamento rispetto al senso di marcia:	sia parallelo, che perpendicolare
illuminazione:	diretta e indiretta

5. Le distanze minime delle insegne a totem rispetto ai vari elementi stradali sono quelle prescritte dall'art. 51, commi 2 e 4, del D.P.R. 16.12.1992 n. 495, con la precisazione di cui al comma 5 dello stesso articolo, secondo il quale tali distanze non si applicano alle insegne di esercizio che siano poste parallelamente al senso di marcia dei veicoli ed in aderenza a fabbricati esistenti o ad una distanza dal limite della carreggiata non inferiore a quella prescritta.

ARTICOLO 19 PREINSEGNE

1. Preinsegna è una scritta in caratteri alfanumerici completata da freccia di orientamento, ed eventualmente da simboli e da marchi, realizzata su manufatto bifacciale e bidimensionale, utilizzabile su una sola o su entrambe le facce, supportata da una idonea struttura di sostegno, finalizzata alla pubblicizzazione

direzionale della sede dove si esercita una determinata attività ed installata in modo da facilitare il reperimento della stessa e, comunque, nel raggio di 2,5 Km.

2. (abrogato).

3. I requisiti geometrici e di posizionamento sono i seguenti:

Tipologia	
dimensioni:	100 x 20 cm., 120 x 25 cm., 150 x 30 raggruppamento massimo n. 6 per ogni struttura a condizione che abbiano le medesime dimensioni, struttura e colore
sagoma:	rettangolare, bidimensionale, bifacciale
freccia direzionale:	ammessa all'interno della sagoma rettangolare
altezza dal suolo del margine inferiore:	non inferiore a mt. 1,5
supporti	Strutture metalliche vincolate al suolo
illuminazione:	non è ammessa

4. Le distanze massime delle preinsegne prima delle intersezioni è di 500 mt.

5. Le distanze minime delle preinsegne rispetto ai vari elementi stradali sono quelle prescritte dall'art. 51, commi 2 e 4 del D.P.R. 16.12.1992 n. 495.

ARTICOLO 20 SEGNALI TURISTICI E DI TERRITORIO

1. Il "Segnale turistico e di territorio" è un segnale stradale verticale di indicazione e di direzione, costituito da una scritta in caratteri alfanumerici, completata da freccia di orientamento, ed eventualmente da simboli o marchi, realizzato su manufatto bidimensionale, utilizzabile su una sola o su entrambe le facce, supportato da idonea struttura di sostegno ancorata al suolo, finalizzato a fornire agli utenti della strada l'indicazione per l'individuazione di itinerari turistici e di territorio.

2. I segnali turistici e di territorio sono normati dall'art.39 del D. L.vo 30.4.1992, n. 285 e dall'art.134 del D.P.R. 16.12.1992, n. 495; le relative indicazioni possono essere inserite nei segnali di cui agli artt. 127, 128, 130 e 131 del D.P.R. 16.12.1992, n. 495.

3. I segnali turistici e di territorio si distinguono in temporanei o permanenti a seconda del tipo di messaggio:

segnali temporanei sono segnali che possono riportare indicazioni relative a percorsi di avvicinamento a luoghi di manifestazioni e mostre, limitatamente alla durata delle stesse;

segnali permanenti sono segnali che possono riportare:

indicazioni turistiche;

indicazioni territoriali;

indicazioni di luoghi di pubblico interesse;

indicazioni alberghiere e ricettive;

indicazioni relative a zone o complessi industriali, artigianali e/o commerciali.

indicazioni relative a singole attività industriali, artigianali e commerciali, con le precisazioni di cui al successivo comma 5.

4. La localizzazione è ammessa in tutte le zone del territorio comunale sulle strade che conducono direttamente al luogo da reperire.

5. All'interno di aree o complessi commerciali, artigianali o industriali, in cui è riconosciuta un'effettiva difficile reperibilità dei luoghi, i segnali relativi alle singole attività, possono essere ammessi anche in vie diverse da quelle di diretto accesso alle stesse.

6. E' vietata qualsiasi forma di indicazione direzionale diversa.

7. I requisiti geometrici e di posizionamento sono i seguenti:

Tipologia	
dimensioni:	1.00 x 20 cm., 120 x 25 cm., 150 x 30 raggruppamento massimo n. 6 per ogni struttura a condizione che abbiano le medesime dimensioni, struttura e colore
Distanza da altri impianti	15 mt.
sagoma:	bidimensionale, bifacciale dentro il centro abitato: rettangolare

	fuori dal centro abitato: rettangolare con punta di freccia
freccia direzionale:	dentro il centro abitato obbligatoria all'interno della sagoma rettangolare fuori dal centro abitato non ammessa.
Altezza del margine inferiore:	dal suolo non inferiore a mt. 1,5 dal marciapiede non inferiore a mt. 2,20 dalla carreggiata a mt. 4,5
Distanza dal limite della carreggiata	mt. 0,5 sia all'interno che all'esterno del centro abitato
supporti	Strutture metalliche vincolate al suolo
illuminazione:	non è ammessa

8. L'installazione non deve limitare la percezione dei segnali stradali; in ogni caso devono essere rispettate le disposizioni del D.L.vo 30.4.1992, n. 285 e del D.P.R. 16.12.1992, n. 495.

ARTICOLO 21 TARGHE DI ESERCIZIO E PUBBLICITARIE

1. La targa di esercizio è una scritta in caratteri alfanumerici completata eventualmente da un simbolo o marchio, installata nella sede di esercizio dell'attività o nelle pertinenze accessorie, nel caso in cui l'attività stessa sia priva di vetrine o nel caso in cui si rinunci alla posa di insegne sulle vetrine stesse.

2. 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.

3. I requisiti geometrici e di posizionamento sono i seguenti:

Tipologia	
sagoma:	rettangolare
dimensioni:	massima di cm. 50 x 30
Sporgenza dalla facciata	non superiore a cm. 4
Illuminazione	solo per luce indiretta

4. Quando più insistono targhe sullo stesso ingresso devono rispettare principi di unitarietà e modularità e risultare coordinate tra loro.

5. La targa pubblicitaria è come la targa di esercizio, se ne discosta per la collocazione, consentita in luogo diverso da quello in cui ha sede l'esercizio dell'attività, o dalle relative pertinenze accessorie e sono consentite nei soli casi in cui la sede dell'attività sia difficilmente visibile dalla strada o da spazi pubblici o di uso pubblico.

6. La localizzazione è ammessa in tutte le zone del territorio comunale e comunque a una distanza non superiore a 2 Km dalla sede dell'attività.

ARTICOLO 22 BACHECHE

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

2. Lo spessore massimo delle bacheche non deve essere superiore a cm. 10.

ARTICOLO 23 VETROFANIA

1. La vetrofania o vetrografia è la riproduzione su superfici vetrate con pellicole adesive ovvero con tecniche pittoriche (smerigliatura, muscolatura, incisioni ad acido o a mola, pitture colorate o monocromatiche..), di scritte in caratteri alfanumerici di simboli e di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari e/o propagandistici.

2. L'apposizione di vetrofanie o vetrografie è consentita solo se attinenti all'attività esercitata a condizione che non occupino più del 50% della superficie vetrata.

3. In ogni caso possono essere collocate all'interno delle vetrine ubicate ai piani terra oppure nelle aperture poste al piano superiore aperte su percorsi o piazze quando costituiscono pertinenza di attività prive di vetrina al piano terra.

4. Devono essere evitate realizzazioni che presentino elenchi dettagliati, eccesso di informazioni, soluzioni precarie o disordinate.

5. Vetrofanie opache di grandi dimensioni dovranno comunque garantire il rispetto dei rapporti illuminanti nell'ambiente interessato.

ARTICOLO 24 – IMPIANTO DI INSEGNE O TARGHE COORDINATE

1. Per impianto di insegne o targhe coordinate si intende quel manufatto destinato alla collocazione di una pluralità di insegne o targhe di esercizio monofacciali o bifacciali, della superficie massima di 12 mq . installato nell'area di pertinenza delle attività. Questo tipo di impianto deve sempre essere utilizzato nelle nuove installazioni qualora sulla stessa area di pertinenza insistano più di due attività.

2. In caso di utilizzo delle pertinenze per la posa di insegne da parte di più attività, è necessario servirsi di un mezzo pubblicitario unitario.

3. Negli edifici a prevalente destinazione commerciale o terziaria, e comunque nei quali si richieda la collocazione di più di due insegne di esercizio, le stesse dovranno rispondere a criteri di unitarietà pertanto la domanda di autorizzazione dovrà essere intergrata da un elaborato grafico, approvato dai condomini o sottoscritto da almeno la metà degli esercizi presenti, che illustri un modello di insegna unitario per forma, dimensione e materiale cui dovranno successivamente adeguarsi tutte le attività presenti ed un progetto che identifichi le parti della facciata che potranno essere utilizzate per la posa delle stesse, in modo da garantire il coordinamento degli interventi futuri.

ARTICOLO 25 – UBICAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI NELLE STAZIONI DI SERVIZIO E NELLE AREE DI PARCHEGGIO

1. Le insegne di esercizio relative alle stazioni di servizio carburanti, sia all'esterno che all'interno del centro abitato, devono rispettare, sulle strade di tipo A e B, come definite dall'art. 2 del D. Lgs. 30.4.1992 n. 285, la superficie complessiva dei cartelli e mezzi pubblicitari non deve superare il 3% delle aree occupate dalle stazioni e dalle aree medesime; mentre sulle strade di tipo C ed F, definite come sopra, la superficie non può superare l' 8%.

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

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

4. Fuori dei centri abitati può essere autorizzata la collocazione per ogni senso di marcia di un solo cartello pubblicitario delle stazioni di servizio della superficie massima di mq. 4 nel rispetto delle distanze e norme precedentemente indicate .

ARTICOLO 26 – STAZIONI DI RIFORNIMENTO DI CARBURANTE

Nelle aree destinate a stazione di rifornimento di carburante, la collocazione di insegne o di cartelli pubblicitari delle stazioni di servizio è disciplinata secondo quanto stabilito dalla Normativa Tecnica di Attuazione del P.R.G. vigente al punto 5.16 dell'art. 33.

ARTICOLO 27 CARTELLO DI SPONSORIZZAZIONE MANUTENZIONE AREE VERDI

1. Elemento monofacciale vincolato al suolo da idonea struttura di sostegno finalizzato alla comunicazione dell'impresa sponsor della manutenzione di un'area verde pubblica aventi una superficie massima di c. 100 x 150.

2. Tali impianti possono essere installati anche nelle rotatorie e sulle aree verdi in deroga alle distanze previste dalla normativa vigente, sempre che gli stessi non

ingenerino confusione con la segnaletica stradale e non creino ostacolo alla circolazione.

3. Per ogni area a verde è ammesso un numero massimo di impianti pari a 2.

4. L'installazione di tali impianti avviene esclusivamente mediante stipula di apposita convenzione.

ARTICOLO 28 DEFINIZIONE DI IMPIANTO PUBBLICITARIO TEMPORANEO

1. "Impianto pubblicitario temporaneo" è un manufatto, ad una o più facce, avente una struttura di sostegno da fissare al suolo o ad edificazioni e finalizzato all'esposizione di messaggi correlati ad eventi di durata limitata, quali manifestazioni, spettacoli, mostre, fiere, iniziative di tipo culturale, istituzionale o per iniziative commerciali.

2. Tale impianto viene installato provvisoriamente a seguito di un provvedimento autorizzativo, la cui validità è limitata al periodo di svolgimento dell'evento a cui si riferisce.

3. Su tali mezzi, oltre al titolo, luogo e periodo di svolgimento dello spettacolo o della manifestazione, è consentito apporre il marchio e la denominazione di enti, associazioni, ditte o sponsor in generale.

4. La collocazione di gonfaloni, bandiere o stendardi sponsorizzazioni non correlate a manifestazioni o spettacoli e per pubblicità di tipo commerciale può avvenire solo su aree pubbliche in apposite strutture fisse individuate ed autorizzate dall'amministrazione comunale con apposito atto dirigenziale.

ARTICOLO 29 STRISCIONE

1. "Striscione" è un impianto pubblicitario temporaneo consistente in un manufatto bidimensionale costituito da materiali di qualsiasi natura, privo di rigidità, sostenuto unicamente da funi opportunamente dimensionate, situato su vie o piazze.

2. Ai sensi dell'art. 51, comma 10, del D.P.R. 16.12.1992 n. 495, l'esposizione di striscioni è ammessa sia per la promozione di manifestazioni e spettacoli che per la promozione di iniziative commerciali per un numero massimo di 10.

3. Nella zona 1 gli striscioni sono ammessi unicamente per manifestazioni culturali e spettacoli.

4. I requisiti geometrici e di posizionamento sono i seguenti:

Tipologia	
dimensioni:	altezza non superiore a 1 mt.

orientamento:	nelle strade: trasversalmente; nelle piazze: parallelamente ai lati delle stesse.
Altezza minima dal suolo:	5 mt. dal punto più basso rispetto al piano stradale
Distanza da altri impianti	mt. 25 fissi

6. I punti di ancoraggio degli striscioni possono essere autorizzati su diverse strutture esistenti, previo ottenimento del consenso dei proprietari delle strutture interessate, o su sostegni opportunamente progettati, mentre sono vietati sui pali della pubblica illuminazione, sui sostegni della segnaletica stradale e sugli alberi, fatta salva autorizzazione specifica in deroga, rilasciata dal competente ufficio, tenuto conto delle condizioni dei luoghi e delle strutture.

ARTICOLO 30 GONFALONE O STENDARDO

1. È un impianto pubblicitario temporaneo consistente in un manufatto bidimensionale costituito da materiali privi di rigidità propria e mancante di una superficie di appoggio, caratterizzato da due listelli orizzontali posizionati alle estremità superiore ed inferiore fissato ad un palo di sostegno che deve essere adeguatamente protetto nei punti di aggancio, finalizzato alla promozione di manifestazioni, spettacoli o iniziative commerciali (art. 51, comma 10, del D.P.R. 16.12.1992 n. 495).

2. La localizzazione di gonfaloncini è ammessa nelle zone 1, 2, 3 e 6.

3. I requisiti geometrici e di posizionamento sono i seguenti:

superficie massima::	4 mq.
Altezza minima dal suolo	0,70 mt.
Altezza minima da marciapiedi	2,10 mt.
Altezza minima da sedi viarie	5,10 mt.
Distanza da altri impianti	mt. 25 fissi
Illuminazione	Non sono consentite alcuna forma di illuminazione

4. Al fine di un corretto inserimento di queste tipologie, nel rispetto delle indicazioni previste dal presente atto, verranno individuate con apposito atto dirigenziale in ragione del P.U.T., le vie idonee al loro posizionamento e la distanza da tenersi tra loro.

ARTICOLO 31- SEGNO ORIZZONTALE RECLAMISTICO

1. Il segno orizzontale reclamistico consiste nella riproduzione sulla superficie stradale, con pellicole adesive, di scritte in caratteri alfanumerici, di simboli e di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici.

2. I segni orizzontali reclamistici sono ammessi unicamente all'interno di aree di uso pubblico di pertinenza di complessi industriali e commerciali e lungo il percorso di manifestazioni sportive o su aree delimitate, destinate allo svolgimento di manifestazioni di vario genere, limitatamente al periodo di svolgimento delle stesse e alle 24 ore precedenti e successive.

3. Essi non possono essere illuminati e devono essere realizzati con materiali rimovibili, ma ben ancorati, nel momento dell'utilizzo, alla superficie stradale e che garantiscano una buona aderenza dei veicoli sugli stessi.

4. La collocazione deve rispettare le distanze di cui ai commi 2 e 4 dell'art. 51 del D.P.R. 16.12.1992 n. 495, rispetto ai segnali stradali orizzontali.

ARTICOLO 32 – PUBBLICITÀ NEI CANTIERI EDILI E SULLE RECINZIONI DI IMPIANTI SPORTIVI

1. Sulle strutture temporanee dei cantieri edili, quali teli dei ponteggi o recinzioni, per il solo periodo di durata del cantiere è ammessa l'installazione di un pannello bidimensionale, monofacciale, avente una struttura di sostegno fissata al suolo o ancorata ad edificazioni, posto nell'area di pertinenza di un cantiere edile, finalizzato all'esposizione di messaggi pubblicitari riferiti all'intervento edilizio in corso di esecuzione, ad eventi temporanei o a temi diversi.

2. La pubblicità delle diverse ditte operanti nel cantiere eseguita con teli o cartelli di formato diverso tra loro è ammessa soltanto sulla recinzione del cantiere, se effettuata sul telo dei ponteggi dovrà avere realizzata espressamente con un solo elemento che raccolga in modo ordinato le diverse attività.

3. La posa di pubblicità di ditte sponsorizzatrici sulle recinzioni di impianti sportivi può avvenire solo se il messaggio pubblicitario è rivolto verso l'interno degli impianti o non risulta visibile dalla pubblica via.

4. Sono ammesse deroghe unicamente per progetti appositamente studiati che prevedano una ordinata e decorosa organizzazione grafica dei messaggi realizzata direttamente su teli continui appoggiati alla recinzione.

5. I requisiti geometrici e di posizionamento sono i seguenti:

Tipologia	
sagoma	rettangolare

superficie	Zona 1: non superiore a 8 mq. Zona 2, 3, 4, 5, 6 non superiore a 18 mq. La superficie del mezzo pubblicitario non può essere maggiore del 50% del ponteggio o della recinzione, la rimanente superficie può essere utilizzata per disegni che riproducano la facciata dell'edificio oggetto dei lavori.
Supporti	su pali o strutture edificate
altezza da suolo	non inferiore a 1,50 mt.
Illuminazione:	indiretta ma non retroilluminati e non a messaggio variabile.
Materiale	opaco non avente caratteristiche riflettenti

ARTICOLO 33 CARTELLI PUBBLICITARI TEMPORANEI

1. Cartelli pubblicitari riferiti a manifestazioni, spettacoli (anche circensi) ed iniziative temporanee di carattere culturale e sportivo, aperte al pubblico, in conseguenza della temporaneità, possono essere autorizzati in deroga alle distanze dai altri mezzi pubblicitari e dalla segnaletica purché l'installazione avvenga nell'area di pertinenza autorizzata della manifestazione e non comporti pericolo o intralcio per la circolazione previo parere favorevole del servizio viabilità e sono ammessi unicamente durante il periodo di svolgimento della manifestazione o dell'iniziativa cui si riferisce oltre che i 7 giorni precedenti e le 24 ore successive.

2. E' consentita l'esposizione massima di n. 40 cartelli per manifestazione.

ARTICOLO 34 IMPIANTO A MESSAGGIO VARIABILE

1. Impianto a messaggio variabile è un elemento con caratteristiche strutturali e formali simili al cartello pubblicitario caratterizzato dalla variabilità del messaggio e/o delle immagini trasmesse (prismi rotanti o altro tipo) finalizzato alla pubblicità e/o alla propaganda sia di prodotti che di attività.

2. Può essere luminoso per luce diretta o per luce indiretta a condizione che non arrechi disturbo a persone o all'ambiente circostante.

3. La struttura non può avere una profondità maggiore di 50 cm. e se posizionato in aderenza al muro tale valore può essere variato al fine di ridurre il più possibile l'impatto ambientale dell'installazione.

4. Tali impianti possono essere installati soltanto nelle aree pedonali e nelle aree adibite a parcheggio o in aree diverse dalla sede stradale; in ogni caso gli impianti a messaggio variabile non devono essere visibili dalla sede stradale adibita a traffico veicolare, fatto salvo deroghe concesse in casi particolari, in ragione della zona interessata.

5. Gli impianti a messaggio variabile possono avere dimensione massima di mq. 8 e se posti in posizione trasversale al senso di marcia dei veicoli e fuori dai centri abitati i messaggi pubblicitari non devono avere un periodo di variabilità inferiore a 5 minuti e ad un minuto nei centri abitati.

6. Devono distare mt. 50 da altri cartelli, impianti a messaggio variabile o mezzi pubblicitari in aderenza a costruzioni e mt. 15 da preinsegne, insegne di esercizio, pubbliche affissioni

7. I divieti e le prescrizioni di cui ai precedenti commi sono derogabili dall'Amministrazione comunale solo per l'installazione di cartelli a messaggio variabile di interesse generale o utilità pubblica o salvo stipula di apposita convenzione.

ARTICOLO 35 PUBBLICITÀ SUI VEICOLI

1. L'apposizione sui veicoli di pubblicità non luminosa è consentita, salvo quanto previsto ai successivi commi 3 e 4, unicamente se non effettuata per conto terzi a titolo oneroso e se realizzata con sporgenze non superiori a 3 cm rispetto alla superficie del veicolo sulla quale sono applicate, fermi restando i limiti di cui all'articolo 61 del codice della strada.

2. Sulle autovetture ad uso privato è consentita unicamente l'apposizione del marchio e della ragione sociale della ditta cui appartiene il veicolo.

3. La pubblicità non luminosa per conto terzi è consentita unicamente sui veicoli adibiti al trasporto pubblico di linea e non di linea alle seguenti condizioni:

- che non sia realizzata mediante messaggi variabili;
- che non sia esposta sulla parte anteriore del veicolo;
- che sulle altre parti del veicolo sia posizionata, rispetto ai dispositivi di segnalazione visiva e di illuminazione ed alle targhe, in modo tale da non ridurre la visibilità e la percettibilità degli stessi;
- che sia contenuta entro forme geometriche regolari;
- che, se realizzata mediante pannelli aggiuntivi, gli stessi non sporgano di oltre 3 cm rispetto alla superficie sulla quale sono applicati.

4. La pubblicità non luminosa per conto terzi è consentita anche sui veicoli adibiti al servizio taxi alle seguenti condizioni:

- che sia realizzata con un pannello rettangolare piano bifacciale, saldamente ancorato al di sopra dell'abitacolo del veicolo e posto in posizione parallela al senso di marcia;
- che il pannello abbia le dimensioni esterne di 75x35 cm;
- che non sia realizzata mediante messaggi variabili.

5. L'apposizione di scritte e messaggi pubblicitari rifrangenti è ammessa sui veicoli di cui sopra unicamente alle seguenti condizioni:

- che la pellicola utilizzata abbia caratteristiche di rifrangenza non superiori a quelle di classe 1;
- che la superficie della parte rifrangente non occupi più di due terzi della fiancata del veicolo e comunque non sia superiore a 3 mq;
- che il colore bianco sia contenuto nella misura non superiore ad 1/6 della superficie;
- che sia esposta unicamente sui fianchi del veicolo a distanza non inferiore a 70 cm dai dispositivi di segnalazione visiva;
- che non sia realizzata mediante messaggi variabili.

6. In tutti i casi, le scritte, i simboli e la combinazione dei colori non devono generare confusione con i segnali stradali e, in particolare, non devono avere

forme di disco o di triangolo, né disegni confondibili con i simboli segnaletici regolamentari di pericolo, obbligo, prescrizione o indicazione.

7. All'interno dei veicoli è proibita ogni scritta o insegna luminosa pubblicitaria che sia visibile, direttamente o indirettamente, dal conducente o che comunque possa determinare abbagliamento o motivo di confusione con i dispositivi di segnalazione visiva e di illuminazione dei veicoli stessi.

8. Le disposizioni di cui ai commi precedenti non si applicano ai veicoli al seguito delle competizioni sportive autorizzate ai sensi dell'articolo 9 del codice della strada.

9. Qualsiasi forma pubblicitaria che si avvalga di autoveicoli deve essere svolta in maniera e con velocità tale da non provocare intralci o limitazioni alla circolazione dei veicoli ed a quella pedonale, con divieto di sostare in prossimità di incroci stradali o impianti semaforici.

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

ARTICOLO 36 PUBBLICITÀ CON VEICOLI AD USO SPECIALE E RIMORCHI

1. La possibilità di esporre pubblicità sugli autoveicoli è vincolata alla circolazione dinamica dei medesimi sulle strade di uso pubblico ed in ogni caso secondo le prescrizioni dettate dal Regolamento del C.d.S. e dal D. Lgs. 507/93.

2. Nell'ambito del territorio del Comune di Cervia, la possibilità di effettuare la pubblicità sugli autoveicoli in forma statica (c.d. Vele pubblicitarie) è consentita ai quadricicli a motore individuati alla lettera h, comma 1, dell'art. 53 e ai veicoli speciali, così come definiti dall'art. 54 del C.d.S. e dall'art. 203 del relativo Regolamento di esecuzione (D.P.R. 495/92 e s.m.i), solo se la sosta avviene nelle aree a parcheggio pubbliche o private ad uso pubblico e nel caso in cui tali automezzi ad uso specifico pubblicitario rispettino le seguenti condizioni:

- siano noleggiati, ai sensi del D.P.R. n. 481/2001, senza conducente;
- siano semoventi;
- siano provvisti di carrozzeria apposita che non consenta altri usi se non quelli pubblicitari;
- che la pubblicità sia installata su supporti di superficie non superiore a mq. 4 per ogni fiancata laterale;
- che le cose trasportate non abbandonino mai il veicolo;
- che la pubblicità sia esclusivamente relativa al soggetto che ha noleggiato l'autoveicolo, realizzando quindi la tipologia pubblicitaria per conto proprio;
- che non sia luminosa né per luce diretta né indiretta e né realizzata con pellicole riflettenti;
- che prima di effettuare la pubblicità in forma statica, la ditta pubblicizzata richieda regolare autorizzazione per un periodo non superiore a tre mesi;

- che gli autoveicoli parcheggiati e regolarmente autorizzati non siano in numero superiore a 2 (due) per ogni area prevista;

- che sia dichiarata, con contestuale pagamento, l'imposta di pubblicità prima di parcheggiare l'autoveicolo.

3. La mancanza anche di una sola delle condizioni indicate comporta l'applicazione dell'art. 23 del C.d. S. e dell'art. 24 del D. Lgs. 507/93, oltre all'emissione dell'avviso di accertamento per omessa denuncia dell'imposta di pubblicità.

4. In mancanza di autorizzazione alla pubblicità, quando il veicolo è in sosta, dovrà essere rimossa ovvero coperta in modo tale che sia privata della sua efficacia.

5. I veicoli pubblicitari che stazionino sia all'interno, sia all'esterno delle strade di uso pubblico, violando quanto sopra prescritto, perdono le caratteristiche e qualità di veicoli, così come definite dall'art. 46 del C.d.S. con la conseguente applicazione dell'art. 23 del C.d. S. e dell'art. 24 del D. Lgs. 507/93, oltre all'emissione dell'avviso di accertamento per omessa denuncia dell'imposta di pubblicità.

6. Al di fuori dei centri abitati la pubblicità a mezzo vele con veicoli speciali è consentita anche nelle aree private previa autorizzazione da parte dell'Ente proprietario della strada e da parte del proprietario dell'area, sempre nel rispetto delle disposizioni di cui agli artt. 23 del citato codice della strada e dell'art. 51 del citato regolamento di esecuzione al codice della strada.

7. L'autorizzazione è necessaria anche se i veicoli vengono parcheggiati in area privata con visibilità allargata alla strada pubblica in questi casi sarà necessario presentare il nulla-osta da parte della proprietà e l'autorizzazione verrà concessa sempre che non sia in contrasto con il Codice della Strada.

8. Tale forma di pubblicità è concessa per un massimo di giorni quindici (15) comprensivo del giorno per la rimozione. Per una successiva installazione sulle medesime posizioni deve intercorrere un intervallo minimo di giorni quindici (15) dalla precedente autorizzazione.

9. Le predette disposizioni non si applicano ai veicoli destinati al servizio di propaganda elettorale, limitatamente alla durata della campagna stessa e comunque sempre nel rispetto delle norme previste dal C.d.S.

ARTICOLO 37 PUBBLICITÀ FONICA

1. La pubblicità fonica deve essere preventivamente autorizzata.

2. In base all'art. 15, comma 5, D. Lgs. 507/93, per ciascun punto di pubblicità, si intende il centro da cui vengono trasmessi gli annunci pubblicitari, anche se diramati contemporaneamente da più apparecchi pubblicitari.

3. Ai sensi dell'art. 59 del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495, è consentita la pubblicità fonica con autoveicoli, motoveicoli, rimorchi, ciclomotori o in forma ambulante solo per conto terzi.

4. Nei Centri Abitati, per ragioni di pubblico interesse possono essere disposte limitazioni a meno di 200 mt. da strutture sanitarie e assimilate, da luoghi culturali

e/o di studio limitatamente agli orari di apertura degli stessi, da strutture cimiteriali e luoghi di culto.

5. E' consentito effettuarla nei giorni feriali dalle ore 9,00 alle ore 12,30 e dalle ore 16,00 alle ore 20,00. Nei giorni festivi e negli orari non previsti sopra, è possibile concedere deroghe, durante lo svolgimento di manifestazioni di carattere sportivo, culturale, sociale, religioso e simili. Devono inoltre essere osservate le prescrizioni eventualmente indicate nell'autorizzazione amministrativa. Altre limitazioni possono essere disposte con provvedimento di carattere generale dal Sindaco.

6. Per la pubblicità elettorale si applicano le disposizioni dell'articolo 7 della legge 24 aprile 1975, n. 130. La pubblicità elettorale è autorizzata dal sindaco del comune; nel caso in cui la stessa si svolga sul territorio di più comuni, l'autorizzazione è rilasciata dal prefetto della provincia in cui ricadono i comuni stessi.

7. In tutti i casi, la pubblicità fonica non deve superare i limiti massimi di esposizione al rumore fissati dalla normativa vigente in materia di inquinamento acustico

ARTICOLO 38 VOLANTINI

1. E' vietata in tutto il territorio comunale la pubblicità effettuata mediante volantini od oggetti da velivoli o veicoli e la pubblicità commerciale svolta a mezzo volantinaggio.

2. Il volantinaggio è ammesso esclusivamente nella forma della consegna diretta a mano nelle abitazioni private ovvero mediante deposito nelle cassette postali.

3. E' consentita la pubblicità non inerente ad attività economiche, effettuata tramite volantinaggio, svolta da Associazioni ed Enti senza scopo di lucro in occasione di manifestazioni culturali, ricreative, sportive, religiose, politiche, sindacali e di categoria.

4. L'autorizzazione viene rilasciata dall'ufficio competente previa richiesta dell'interessato, con l'indicazione del messaggio pubblicitario che si intende diffondere e giorno, ora e luogo di diffusione.

ARTICOLO 39 PUBBLICITÀ ITINERANTE

1. É vietata qualsiasi forma di pubblicità "itinerante", intendendosi con questa definizione l'uso di cartelli ed altri impianti pubblicitari corredate da frecce indicative, localizzate in punti tali da creare un itinerario stradale di avvio alla sede dell'attività.

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

ARTICOLO 40 COLLOCAZIONE VIETATA

1. Fatto salvo le collocazioni vietate stabilite dal Codice della Strada e dal Regolamento attuativo il posizionamento dei mezzi pubblicitari deve comunque avvenire in modo da non occultare segnali stradali, impianti semaforici, targhe toponomastiche o altre indicazioni di interesse pubblico.

2. E' vietata l'installazione di qualsiasi mezzo pubblicitario in posizioni tali da disturbare la visuale di telecamere delle centrali operative.

3. Ad esclusione degli avvisi funebri è vietata l'installazione di qualsiasi altro mezzo pubblicitario sugli edifici e pertinenze di cimiteri, ospedali e chiese nonché nelle loro aree di rispetto.

4. E' vietata la collocazione o l'ancoraggio di qualsiasi impianto pubblicitario su piante o essenze arboree senza la preventiva individuazione di piante idonee da effettuarsi in concerto con il Servizio Verde e Pinete.

5. Nell'intero territorio comunale, è vietata la collocazione in opera di qualsiasi impianto pubblicitario non conforme alle prescrizioni del presente Piano e al suo Regolamento.

ARTICOLO 41 DISTANZE DAGLI ELEMENTI STRADALI

1. Le distanze minime degli impianti pubblicitari rispetto ai vari elementi stradali, sono quelle prescritte dall'art. 51, commi 2 e 4, del D.P.R. 16.12.1992, n. 495, con la precisazione di cui al comma 6 dello stesso articolo, secondo il quale tali distanze, ad eccezione di quelle relative alle intersezioni, non si applicano per gli impianti posti in direzione parallela al senso di marcia dei veicoli e posti in aderenza, per tutta la loro superficie, a fabbricati.

2. L'amministrazione comunale si riserva, in base al comma 4 dell'art. 51 del D.P.R. 16.12.1992 n. 495 di stabilire, con apposito atto dirigenziale in ragione del P.U.T., distanze minime diverse da quelle previste dalla norma per il posizionamento di cartelli, insegne di esercizio e di altri mezzi pubblicitari entro i centri abitati ove è imposta una velocità non superiore a 50 km/h, rispetto ai segnali stradali di pericolo e di prescrizione, degli impianti semaforici e delle intersezioni.

3. E' comunque sempre vietata l'installazione di mezzi per la pubblicità (permanente e temporanea) all'interno delle rotatorie, in corrispondenza delle intersezioni, lungo le curve sui cavalcavia e loro rampe, sui parapetti stradali, sulle banchine di sicurezza e sugli altri dispositivi laterali di protezione e di segnalazione o comunque in modo tale da pregiudicare la sicurezza della circolazione veicolare e pedonale.

4. Nel determinare le distanze tra cartello e cartello pubblicitario e per evitare fenomeni di assieppamento o di occlusione, sarà osservata all'interno dei centri abitati una distanza non inferiore a mt. 25 tra cartello o mezzo pubblicitario ed altro cartello. Le misure prescritte si applicano da cartello a cartello, nel senso delle singole direttrici di marcia e non si applicano quando la pubblicità sia infissa contro edifici o muri preesistenti.

ARTICOLO 42 CARATTERISTICHE COMUNI DEI CARTELLI, DELLE INSEGNE D'ESERCIZIO E DEGLI ALTRI MEZZI PUBBLICITARI

1. La qualità progettuale ed esecutiva degli impianti pubblicitari dovrà essere curata con particolare attenzione, rispettando i criteri di un corretto ed equilibrato inserimento, sia ambientale che architettonico, al fine di garantire l'integrazione di tali elementi nell'ambiente urbano e di migliorare l'immagine della città, I cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari devono essere realizzati nelle loro parti strutturali con materiali non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici, tecniche e materiali devono risultare atti a rispondere a requisiti di decoro, durabilità, facilità di manutenzione e pulizia.

2. Le strutture di sostegno e di fondazione devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento, saldamente realizzate ed ancorate, sia globalmente che nei singoli elementi.

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

4. I cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari hanno sagoma regolare, che in ogni caso non deve generare confusione con la segnaletica stradale. Particolare cautela è adottata 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.

5. L'uso del colore rosso, deve essere limitato esclusivamente alla riproduzione di marchi depositati e non può comunque superare 1/5 dell'intera superficie del mezzo pubblicitario.

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

7. L'utilizzo di luce intermittente è ammesso soltanto per i mezzi identificativi delle farmacie, recanti il simbolo a croce verde; la collocazione dei mezzi suddetti dovrà essere tale da escludere ogni possibile disturbo alla circolazione veicolare con particolare riguardo alle intersezioni stradali.

8. I mezzi pubblicitari devono avere sagoma regolare, che in ogni caso non può essere quella di disco o di triangolo.

9. E' vietata l'installazione di qualsiasi mezzo pubblicitario mobile semplicemente posato al suolo.

10. E' vietata l'installazione di supporti per impianti pubblicitari che non contengano messaggi pubblicitari.

11. Le insegne a carattere stagionale non possono essere in alcun caso coperte od avvolte con qualsiasi materiale. Nei periodi di inattività temporanea dell'esercizio, devono essere lasciate scoperte od essere rimosse

TITOLO V NORME FINALI

ARTICOLO 43 AUTORIZZAZIONE ALLA INSTALLAZIONE

1. L'installazione di qualunque impianto o mezzo pubblicitario rientrante nella definizione precedente è subordinata al rilascio di autorizzazione da parte del

Comune, fino a raggiungere il limite quantitativo indicato se rientrante nelle categorie soggette a limitazione, secondo la procedura ed il rispetto delle norme previste dal Regolamento per la disciplina dei mezzi pubblicitari e per l'applicazione dell'imposte e diritti sulla pubblicità che prevedono anche le sanzioni in caso di abusi ed omissioni.

2 I mezzi di pubblicità e gli impianti di pubblicità e propaganda disciplinati dal presente regolamento, qualora siano ricompresi in zone o edifici oggetto di piani o di studi coordinati di arredo urbano, approvati con specifici atti deliberativi dall'Amministrazione Comunale, devono adeguarsi alle prescrizioni in essi contenuti.

3. L'approvazione di tali piani è subordinata alla verifica del rispetto dei principi e criteri inderogabili previsti dal Codice della Strada e relativo Regolamento di Esecuzione ed Attuazione.

ARTICOLO 44 QUADRO NORMATIVO DI RIFERIMENTO

1. Le norme contenute nel presente piano hanno come riferimento la normativa nazionale vigente, in particolare: D. Lgs. 30/04/92 n. 285 Codice della Strada, D.P.R. 16/12/1992 n. 495 Regolamento di esecuzione e attuazione del nuovo Codice della Strada, nonché le successive disposizioni correttive ed integrative del codice della Strada, D. Lgs. 15/11/1993 n. 507 e successivi decreti applicativi.

2. L'attuazione del piano è poi regolamentata più in dettaglio dal Regolamento per la disciplina dei mezzi pubblicitari o nelle norme di attuazione degli strumenti urbanistici del Comune.

3. E' abrogata ogni altra norma incompatibile con il presente Piano.

4. Per la pubblicità concernente l'esercizio delle professioni sanitarie si rimanda alla normativa specifica L. n. 175 del 05.02.1992 e successive modifiche.

5. Per la pubblicità relativa alle parafarmacie si rinvia alla circolare n. 3 del 03.10.2008 del Ministro della Salute.

ARTICOLO 45 DISPOSIZIONI FINALI

1. Per mezzo o impianto pubblicitario non previsto dal presente piano si applicano le prescrizioni indicate per mezzo o impianto pubblicitario individuato come simile nel presente atto.

2. In caso di mutamento di classificazione di una strada o dei limiti del "centro abitato" rimangono in vigore le autorizzazioni rilasciate per mezzi ed impianti pubblicitari fino alla scadenza prevista dal relativo atto, anche se in contrasto con le disposizioni del piano.

3. L'esposizione di avvisi "vendesi/affittasi", uno o più d'uno contemporaneamente , esposti dal proprietario in corrispondenza del numero civico dell'immobile oggetto dell'avviso o nelle sue dirette pertinenze (purché nell'ambito della medesima proprietà) e a condizione che ciascun avviso non superi il quarto di metro quadrato (2500 cmq- circa cm 60x40)

sono liberi e non sono soggetti all'imposta sulla pubblicità né a quella di bollo.