



CITTÀ DI VIMERCATE
MEDAGLIA D'ARGENTO
AL MERITO CIVILE

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI SUL TERRITORIO COMUNALE

Sommario

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI SUL TERRITORIO COMUNALE .	1
Art. 1 - Art. 1 - <i>OBIETTIVO E STRUTTURA DEL REGOLAMENTO</i>	4
CAPO I - PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI- SUPERFICIE MASSIMA DI PUBBLICITA' CONSENTITA.....	5
Art. 2 - <i>CAMPO DI APPLICAZIONE DEL PIANO</i>	5
Art. 3 - <i>DEFINIZIONI DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI</i>	5
Art. 4 - <i>FATTISPECIE ESCLUSE DALL'APPLICAZIONE DEL PGI</i>	6
Art. 5 - <i>FATTISPECIE DISCIPLINATE DAL PGI</i>	6
Art. 6 - <i>SUDDIVISIONE DEL TERRITORIO COMUNALE IN ZONE</i>	7
Art. 7 - <i>RIPARTIZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI NELLE ZONE PREVISTE DAL PGI</i>	7
Art. 8 - <i>PREVISIONI PRESCRITTIVE E PREVALENTI DEL PIANO TERRITORIALE DI COORDINAMENTO PROVINCIALE (PTCP)</i> 8	8
Art. 9 - <i>QUANTITÀ DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI AMMESSI</i>	8
CAPO II - DISCIPLINA GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI	9
Art. 10 - <i>IMPIANTI PUBBLICITARI DISCIPLINATI DAL PRESENTE REGOLAMENTO</i>	9
Art. 11 - <i>DIMENSIONI - ART.48 DPR 495/92</i>	9
Art. 12 - <i>CARATTERISTICHE GENERALI</i>	9
Art. 13 - <i>CARATTERISTICHE SPECIFICHE</i>	10
Art. 14 - <i>UBICAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI, DISCIPLINATI DAL PRESENTE REGOLAMENTO, COLLOCATI NELLE STAZIONI DI SERVIZIO E NELLE AREE DI PARCHEGGIO -</i>	12
Art. 15 - <i>STRISCIONI LOCANDINE E STENDARDI – LIMITAZIONI E DIVIETI</i>	12
Art. 16 - <i>TELI PUBBLICITARI SU PONTEGGI – PRESCRIZIONI PARTICOLARI</i>	13
Art. 17 - <i>DISPOSIZIONI RELATIVE A VARIE FATTISPECIE DI PUBBLICITA'</i>	13
CAPO III - SEGNALE CERTIFICATA INIZIO ATTIVITÀ (SCIA) E AUTORIZZAZIONI.....	16
Art. 18 - <i>SEGNALE CERTIFICATA INIZIO ATTIVITÀ E AUTORIZZAZIONI</i>	16
Art. 19 - <i>ISTRUTTORIA DELLA SCIA</i>	16
Art. 20 - <i>DURATA DELL'ESPOSIZIONE PUBBLICITARIA</i>	17
Art. 21 - <i>VARIAZIONE, VOLTURAZIONE E RINNOVO</i>	17
Art. 22 - <i>COMPETENZA ALLA PRESENTAZIONE DELLA DOMANDA ED AL RILASCIO DELLE AUTORIZZAZIONI PER LE AREE SOTTOPOSTE A VINCOLO STORICO-ARTISTICO O PAESAGGISTICO - ART.53 DPR 495/92</i>	18
Art. 23 - <i>PRESENTAZIONE DELLA DOMANDA DI AUTORIZZAZIONE PER LE AREE SOTTOPOSTE A VINCOLO STORICO-ARTISTICO O PAESAGGISTICO</i>	18
Art. 24 - <i>INSTALLAZIONE DEL MEZZO PUBBLICITARIO – OBBLIGHI DEL TITOLARE – ART.54 DPR 495/92</i>	19
CAPO IV - MANUTENZIONE, RIMOZIONE DEGLI IMPIANTI E RIPRISTINO DELLO STATO DEI LUOGHI 20	
Art. 25 - <i>MANUTENZIONE E SICUREZZA</i>	20
Art. 26 - <i>ANTICIPATA RIMOZIONE DEGLI IMPIANTI</i>	20
Art. 27 - <i>RIMOZIONE D'URGENZA</i>	20
Art. 28 - <i>RIMOZIONE PREVIA DIFFIDA</i>	20
Art. 29 - <i>RIMOZIONE D'UFFICIO DI SEGNI ORIZZONTALI RECLAMISTICI, STRISCIONI, LOCANDINE E STENDARDI</i>	21
Art. 30 - <i>RIPRISTINO DELLO STATO DEI LUOGHI</i>	21

Art. 31 -	VERSAMENTO SPESE, RITIRO IMPIANTO PER INTERVENTO SOSTITUTIVO	21
CAPO V -	VIGILANZA e SANZIONI	22
Art. 32 -	VIGILANZA – ART.56 DPR 495/92	22
Art. 33 -	SANZIONI AMMINISTRATIVE -	22
Art. 34 -	SUPERFICIE PER PUBBLICHE AFFISSIONI	22
Art. 35 -	AFFIDAMENTO A TERZI DELL'ESPLETAMENTO MATERIALE DEL SERVIZIO.....	23
CAPO VI -	NORME FINALI E TRANSITORIE	23
Art. 36 -	NORME TRANSITORIE	23
Art. 37 -	ENTRATA IN VIGORE DEL REGOLAMENTO.....	23

Art. 1 -Art. 1 -OBIETTIVO E STRUTTURA DEL REGOLAMENTO

Obiettivo del presente regolamento è definire la disciplina d'uso e di installazione degli impianti pubblicitari entro i confini comunali.

La struttura del regolamento è così articolata:

CAPO I - “PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI (PGI)”

Il piano generale degli impianti pubblicitari pone attenzione al tema della fruibilità del contesto urbano, al fine di garantire che gli impianti pubblicitari non costituiscano detrimento ad un funzionale uso del territorio andando invece, ove possibile, ad aumentarne la fruibilità disciplinando o vietando l'inserimento di detti elementi.

Il piano generale degli impianti pubblicitari definisce il perimetro normativo, funzionale e applicativo dell'intera disciplina comunale degli Impianti Pubblicitari.

Costituisce lo strumento operativo per l'insediamento degli impianti pubblicitari sul territorio comunale, per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e per l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni.

Suddivide il territorio comunale in aree con differenti livelli di tutela.

Definisce le diverse tipologie di impianti pubblicitari in funzione delle diverse zone all'interno del territorio comunale, distinguendo tra zone di Pregnanza (1, 2 e 3) e zone di nuovo sviluppo.

CAPO II - “DISCIPLINA GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI” che si articola in una serie di norme che stabiliscono le modalità per l'installazione, la rimozione ed il ripristino dello stato dei luoghi.

CAPO III – Disciplina l'istruttoria, le autorizzazioni, le segnalazioni di inizio attività e la durata degli impianti pubblicitari

CAPO IV – Definisce le norme per la manutenzione, le rimozioni e i ripristini dei luoghi

CAPO V – Regola la vigilanza e le sanzioni.

CAPO I - PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI- SUPERFICIE MASSIMA DI PUBBLICITA' CONSENTITA

Art. 2 - CAMPO DI APPLICAZIONE DEL PIANO

Il **Piano Generale degli Impianti pubblicitari (PGI)** disciplina, con riferimento all'intero territorio comunale, l'installazione di tali impianti da collocare o collocati lungo le strade o in vista di esse, su aree pubbliche, su aree private ad uso pubblico, su aree private laddove siano visibili da luogo pubblico o aperto al pubblico, e si prefigge lo scopo di tutelare i valori storico-architettonici dell'ambiente urbano e quelli paesaggistici del territorio comunale in conformità con le disposizioni normative vigenti tra le quali:

- nel **D.lgs. 30/04/1992, n.285** "Nuovo Codice della Strada" (CdS) e s.m.i.,
- nel **DPR 16/12/1992, n.495**, "Regolamento di esecuzione e di attuazione del Nuovo Codice della Strada"
- nel **D.lgs. 15/11/1993 n.507**, e s.m.i., "Revisione ed armonizzazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, della tassa per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche dei comuni e delle province nonché della tassa per lo smaltimento dei rifiuti solidi urbani a norma dell'art. 4 della legge 23 ottobre 1992, n. 421, concernente il riordino della finanza territoriale".

Il PGI indica il perimetro del centro abitato (delibera GC n. 172 del 31.08.2015 ex art. 4 D.lgs. n.285/1992), suddivide il territorio in zone e determina la superficie massima di pubblicità realizzabile su di esse.

Sono esclusi dalla disciplina del presente regolamento gli impianti pubblicitari da posizionarsi all'esterno del centro abitato, in quanto soggetti alla regolamentazione diretta del Codice della Strada.

Le segnalazioni certificate di inizio attività (SCIA) devono essere presentate agli enti gestori delle specifiche infrastrutture (Comune, Provincia, ANAS, Società Autostradali ecc.).

Art. 3 - DEFINIZIONI DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

A) DEFINIZIONE AI SENSI DEL CODICE DELLA STRADA

Sono considerati impianti pubblicitari, quelli definiti dall'art. 47 del **DPR 495/92** "Regolamento di esecuzione e di attuazione nuovo **Codice della Strada**" e s.m.i.:

1. *Insegna di esercizio*
2. Preinsegna
3. Sorgente luminosa
4. Cartello
5. Striscione, locandina e stendardo
6. *Segno orizzontale reclamistico*
7. Impianto pubblicitario di servizio
8. Impianto di pubblicità o propaganda

L'elencazione di cui al presente articolo è meramente esemplificativa e non esaustiva, tenuto conto dell'evoluzione costante delle forme pubblicitarie.

Sono pertanto da ritenersi ricompresi tutti gli impianti relativi a qualsiasi forma di comunicazione avente lo scopo di promuovere la domanda di beni o servizi ovvero di migliorare la immagine aziendale, comunque utilizzati per l'effettuazione della pubblicità.

Art. 3 bis - IMPIANTI DIVERSI, INNOVATIVI E PROGETTI PARTICOLARI

1. IMPIANTI DIVERSI, INNOVATIVI E TECNOLOGICAMENTE AVANZATI

L'Amministrazione comunale, per promuovere il recupero, la riqualificazione e la valorizzazione di particolari ambiti territoriali, e nell'intento di incentivare l'innovazione tecnologica, **può accogliere impianti pubblicitari innovativi** che debbono rispettare, in via primaria, canoni di innovazione e

tecnologia avanzata e, se a messaggio variabile, ottenere il preventivo parere viabilistico della Polizia Locale.

2. PROGETTI PARTICOLARI

L'Amministrazione comunale, sempre nell'intento di promuovere il recupero e la riqualificazione di particolari ambiti territoriali, può consentire l'installazione di impianti pubblicitari secondo **progetti specifici**. Tali progetti devono essere approvati in conformità alle disposizioni dei Regolamenti di riferimento.

In tali ambiti, al fine del miglioramento del decoro urbano e dell'impatto visivo, l'Amministrazione comunale utilizzerà in modo parziale le recinzioni di cantiere per l'affissione di manifesti a condizione che le stesse siano:

- realizzate con materiale di pregio;
- illuminate;
- protette con appositi materiali (es. pellicole antigraffiti);
- mantenute in perfetto stato di conservazione per tutta la durata del cantiere.

Art. 4 -FATTISPECIE ESCLUSE DALL'APPLICAZIONE DEL PGI

Sono **escluse dall'applicazione del Piano Generale degli impianti pubblicitari (PGI)**, le seguenti fattispecie:

1. **la pubblicità effettuata mediante:**
 - a) veicoli
 - b) aeromobili
 - c) palloni frenati
 - d) messaggi sonori
 - e) distribuzione di volantini o altro materiale pubblicitario e comunque in forma ambulante.
2. **Le insegne di esercizio**, disciplinate specificamente dall'art. 125 del Regolamento Edilizio, che prevede la presentazione di SCIA per l'installazione.
3. **I segni orizzontali reclamistici**, così come definiti dall'art.47 del DPR 16 /12/1992 n.495 con le modifiche introdotte dal DPR 16/09/1996 n.610.
4. **La segnaletica direzionale** di tipo industriale, commerciale, artigianale ed alberghiera, installata ai sensi dell'Art.134 del DPR 16/12/1992 n.495 e s.m.i., non è considerata mezzo pubblicitario, bensì segnaletica stradale verticale, da realizzarsi in conformità a quanto previsto all'art.39 del D.lgs. 285/92 e del relativo Regolamento di attuazione.
5. **Pubbliche affissioni.**
6. **Preinsegne.**

L'esclusione dall'applicazione del PGI comporta la non assoggettabilità alla programmazione quantitativa e distributiva prevista dal Piano stesso.

Restano in ogni caso ferme, per ciascuna fattispecie sopra elencata, le disposizioni previste dalla normativa statale e regionale vigente, nonché le eventuali ulteriori discipline comunali specificamente applicabili.

Per le insegne di esercizio resta integralmente applicabile la disciplina edilizia vigente, con esclusione del regime previsto dal presente regolamento per gli impianti pubblicitari.

Art. 5 -FATTISPECIE DISCIPLINATE DAL PGI

Sono disciplinate dal Piano Generale degli Impianti le seguenti tipologie di mezzi pubblicitari:

- **Sorgenti luminose;**
- **Cartelli;**
- **Impianti di pubblicità o propaganda;**
- **Impianti diversi, innovativi e progetti particolari.**

Art. 6 -SUDDIVISIONE DEL TERRITORIO COMUNALE IN ZONE

Ai fini della localizzazione e della definizione delle caratteristiche dimensionali e qualitative dei diversi impianti pubblicitari, il territorio comunale viene ripartito in zone, come individuate nell'allegato 1, e definite come segue:

- **AREA INTERNA AL PERIMETRO DEL CENTRO ABITATO** come definito dal Codice della Strada;
- **ZONE DI PREGNANZA DI GRADO 1:** comprendono gli ambiti territoriali di interesse ambientale con peculiari caratteristiche architettoniche e storiche, come identificate dal Regolamento Edilizio.
- **ZONE DI PREGNANZA DI GRADO 2:** comprendono gli ambiti territoriali residenziali o misti con significativa presenza di residenza, come identificate dal Regolamento Edilizio,
- **ZONE DI PREGNANZA DI GRADO 3:** comprendono gli ambiti territoriali produttivi o misti con presenza di differenti tipologie edilizie come identificate dal Regolamento Edilizio.

Art. 7 -RIPARTIZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI NELLE ZONE PREVISTE DAL PGI

Nel rispetto dei limiti delle superfici complessive di seguito indicate, il PGI stabilisce come segue la localizzazione degli impianti da realizzare o realizzati sul territorio comunale secondo le indicazioni del D.lgs. n.285/92 "Nuovo Codice della Strada" (CdS) e dal DPR n.495/92, "Regolamento di esecuzione e di attuazione del Nuovo Codice della Strada":

- **AREA INTERNA AL PERIMETRO DEL CENTRO ABITATO**

Fatte salve le disposizioni di suddetta normativa, è **vietata l'installazione di:**

- a) **preinsegne,**
- b) **sorgenti luminose,**
- c) **cartelli**
- d) **impianti di pubblicità o propaganda,**

nelle zone di gravidanza grado 1 e nelle zone di gravidanza grado 2

Il divieto nelle zone di grado 1 è motivato dall'esigenza di tutela degli ambiti territoriali di interesse ambientale con peculiari caratteristiche architettoniche e storiche.

Nelle zone di grado 2 il divieto è volto a tutelare il decoro urbano delle aree a prevalente carattere residenziale.

Di conseguenza, in queste due zone, la pubblicità è consentita esclusivamente tramite l'utilizzo degli impianti fissi di proprietà dell'Amministrazione comunale (Pubblica Affissione)

Nelle **zone di gravidanza di grado 3** si applicano le norme del codice della Strada e del relativo Regolamento di esecuzione e di attuazione. Questo in ragione del fatto che, pur potendo ricadere all'interno del centro abitato, tali zone sono caratterizzate da ambiti territoriali produttivi o misti con presenza di differenti tipologie edilizie che non necessitano di particolari tutele specifiche ai fini della pubblicità esterna.

- **AREA ESTERNA AL PERIMETRO DEL CENTRO ABITATO** valgono le disposizioni e le prescrizioni dettate dal Codice della Strada e dal relativo Regolamento di esecuzione e di attuazione anche in relazione alle zone di gravidanza di grado 1, 2 e 3.

Art. 8 - PREVISIONI PRESCRITTIVE E PREVALENTI DEL PIANO TERRITORIALE DI COORDINAMENTO PROVINCIALE (PTCP)

Devono **essere comunque sempre rispettate** le seguenti previsioni del PTCP:

▪ **Ambiti destinati all'attività Agricola di interesse Strategico (A.A.S.)**

All'interno degli ambiti destinati all'attività agricola di interesse strategico è vietata la collocazione di **cartelli pubblicitari** ad eccezione di quelli volti a segnalare e pubblicizzare le aziende agricole e le attività agrituristiche presenti sul territorio; è ammessa la posa di cartelli di segnaletica dei PLIS.

▪ **Viabilità di Interesse Paesaggistico (V.I.P.)**

Lungo le strade panoramiche di rilevanza provinciale è vietata la collocazione di **cartelli pubblicitari** individuate nella tavola 7 delle Norme di attuazione del Piano delle Regole.

▪ **Rete Verde di ricomposizione paesaggistica (R.V.)**

all'interno della rete verde di ricomposizione paesaggistica è vietata la collocazione di **cartelli pubblicitari**.

Art. 9 -QUANTITÀ DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI AMMESSI

Sul **territorio comunale** sono consentiti impianti pubblicitari triennali (Cartelli, Sorgenti luminose, Impianti di pubblicità e propaganda, Impianti diversi, innovativi e progetti particolari) aventi durata massima di 3 anni ai sensi dell'art 20 del presente regolamento, nel rispetto delle disposizioni del Codice della Strada e del relativo regolamento di attuazione, per una superficie complessiva di mq. 1250 da destinare a pubblicità di natura commerciale, finalizzati a soddisfare la richiesta da parte di **privati per conto proprio o da parte di operatori pubblicitari** per conto dei propri clienti.

IMPIANTI PER PUBBLICITA' TRIENNALE	Superficie (mq)
Cartelli, Sorgenti luminose. Impianti diversi, innovativi e progetti particolari, impianti di pubblicità e propaganda	1250
superficie totale	1250

CAPO II - DISCIPLINA GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

Art. 10 - IMPIANTI PUBBLICITARI DISCIPLINATI DAL PRESENTE REGOLAMENTO

Il CAPO II, e seguenti, disciplinano specificamente i seguenti impianti pubblicitari:

- **Preinsegne**
- **Sorgenti luminose**
- **Cartelli**
- **Impianti di pubblicità o propaganda**
- **Pubbliche affissioni**
- **Pubblicità effettuate a mezzo di: veicoli, aeromobili, palloni frenati, messaggi sonori**
- **Striscione, locandina e stendardo**
- **Segno orizzontale reclamistico**
- **Impianto pubblicitario di servizio**
- **Distribuzione di volantini o altro materiale pubblicitario e comunque in forma ambulante.**

Per la definizione, le tipologie, le caratteristiche e le modalità di installazione e accoglimento delle SCIA delle **insegne di esercizio** si rimanda alle specifiche disposizioni contenute **nell'art.125 del Regolamento Edilizio** vigente.

Le insegne di esercizio non rientrano tra gli impianti disciplinati dal presente regolamento, restando soggette esclusivamente alla disciplina edilizia vigente, fermo restando il rispetto delle norme sovraordinate in materia di sicurezza stradale.

Restano altresì ferme le esclusioni dall'applicazione del Piano Generale degli Impianti (PGI) di cui all'art. 4 del presente regolamento.

Art. 11 - DIMENSIONI - ART.48 DPR 495/92

Per gli impianti pubblicitari disciplinati dal presente regolamento valgono, anche all'interno del centro abitato, le dimensioni previste dall'art. 48 del DPR 495/1992 e s.m.i.

Resta ferma l'applicazione delle specifiche disposizioni contenute nel Regolamento Edilizio vigente per le insegne di esercizio, che non rientrano tra gli impianti assoggettati al presente regolamento.

Art. 12 - CARATTERISTICHE GENERALI

1. Gli impianti pubblicitari devono avere **sagoma regolare**, non generare confusione con la segnaletica stradale, ed essere installati in conformità con le prescrizioni del Regolamento di esecuzione e di attuazione del Codice della Strada e del presente Regolamento.
2. Gli impianti pubblicitari devono essere realizzati in **materiale** che garantisca consistenza, durevolezza, sicurezza e resistenza agli agenti atmosferici e devono risultare rifiniti in modo adeguato anche sulla parte retrostante, se parzialmente visibile alla pubblica vista.
3. Le strutture di sostegno e di fondazione, se presenti devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento, saldamente realizzate ed ancorate, sia globalmente che nei singoli elementi strutturali.
Qualora l'installazione dell'impianto comporti la realizzazione di opere strutturali o fondazioni in conglomerato cementizio armato, acciaio o altre strutture portanti, si applicano gli adempimenti previsti dalla normativa edilizia vigente, ivi compresi quelli di cui al DPR 380/2001.
Qualora l'impianto pubblicitario, per dimensioni, caratteristiche costruttive, modalità di ancoraggio o incidenza permanente sul territorio, integri intervento edilizio rilevante ai sensi del DPR 380/2001, è richiesto il preventivo titolo edilizio previsto dalla normativa vigente, ivi compreso, ove necessario, il permesso di costruire.

4. Le cornici, ove previste, per le nuove installazioni, devono essere di colore grigio RAL 7011 o, qualora ciò risulti tecnicamente non possibile per motivate ragioni, di tonalità equivalente idonea a garantire uniformità cromatica con gli impianti esistenti, secondo valutazione dell'ufficio competente.
5. Le presenti disposizioni non si applicano alle insegne di esercizio disciplinate dal vigente Regolamento Edilizio.

Art. 13 - CARATTERISTICHE SPECIFICHE

Gli impianti pubblicitari devono rispettare le caratteristiche indicate dal DPR 495/92 e le prescrizioni di cui al Codice della Strada.

In particolare, gli impianti pubblicitari luminosi, (per luce diretta, indiretta o riflessa):

- Non possono avere **luce intermittente**.
- L'intensità luminosa non deve essere superiore a **150 candele per metro quadrato (cd/m²)**.
- Non devono in alcun modo provocare abbagliamento o arrecare disturbo visivo.
- Si incoraggia l'utilizzo di **sistemi di risparmio energetico** e, ove possibile, si scoraggia il collegamento alla rete elettrica tradizionale

Le suddette prescrizioni si applicano esclusivamente agli impianti pubblicitari disciplinati dal presente regolamento e non alle insegne di esercizio, per le quali resta ferma la disciplina prevista dal vigente Regolamento Edilizio.

1) L'installazione di IMPIANTI PUBBLICITARI è vietata:

- a) Su **suolo pubblico** o in **proprietà privata soggetta ad uso pubblico**, salvo quanto di seguito previsto dal presente regolamento.
- b) In posizioni che interferiscano con la **panoramicità dei luoghi soggetti a vincolo**, diminuendone il godimento e le visuali prospettive, nonché in posizioni che interferiscano con la prospettiva degli edifici destinati al culto, ai cimiteri e sui relativi muri di cinta.
- c) In posizioni che, ai sensi del Codice della Strada e Regolamento di attuazione, comportino interferenza o **copertura visiva** di impianti di segnaletica stradale, numeri civici, targhe viarie o su impianti di segnalazione.
- d) Lungo le strade o in vista di esse, qualora per dimensioni, forma, colori, disegno e ubicazione possano ingenerare **confusione** con la segnaletica stradale, renderne difficile la comprensione, ridurre la visibilità o l'efficacia, arrecare disturbo visivo agli utenti o distrarne l'attenzione, compromettendo la sicurezza della circolazione.
- e) A una distanza inferiore a **3 metri** da ponti, sottoponti (non ferroviari), cavalcavia stradali e loro rampe, e sui parapetti stradali (ad eccezione di quelli adibiti dall'Amministrazione Comunale ad affissione pubblica o a essa appartenenti).
- f) In corrispondenza delle **intersezioni**, lungo le **curve** e in tutte le posizioni vietate dal Codice della Strada, sulle **barriere di sicurezza** e sugli altri dispositivi laterali di protezione e di segnalamento, o comunque in modo tale da pregiudicare la sicurezza della circolazione.
- g) In posizioni che possano interferire con **impianti tecnologici**, servizi pubblici o di pubblica utilità.
- h) In posizioni che non consentano uno **spazio utile pedonale** di almeno **2 metri** e a distanze inferiori a **2 metri** da edifici, recinzioni fisse, muri di cinta e altre opere a carattere permanente, al fine di garantire il transito.
- i) Qualora possa produrre **abbagliamento** (attraverso sorgenti luminose e mezzi pubblicitari rifrangenti), anche ai sensi della L.R. n. 17/2009.
- j) Qualora costituisca **ostacolo alla circolazione di persone invalide** o con ridotta capacità motoria, ai sensi del Codice della Strada.

k) Su facciate o pareti che contengano balconi, finestre, luci o aperture superiori a **mq 0,5**. Tale limite è derogabile per:

- Standardi.
- Impianti di trasmissione e/o proiezione di immagini di cui al successivo articolo 17, punto 9.

Le suddette prescrizioni non si applicano per le installazioni sugli edifici di proprietà dell'Amministrazione comunale.

l) A meno di **2 metri** da balconi, finestre, affacci e vedute di stabili limitrofi o adiacenti.

m) Su balconi, ringhiere, parapetti, ad eccezione dei cartelli "affittasi/vendesì".

n) Su alberi o con aggancio agli stessi; in caso di copertura del verde o di intralcio allo sviluppo radicale degli alberi e comunque ad una distanza inferiore a **3 metri** da essenze arboree e arbustive di ogni tipo.

o) In **aree a verde e aiuole** di proprietà comunale, indipendentemente dalla loro destinazione urbanistica, ad eccezione di cartelli di dimensioni massime cm 70x100 reclamizzanti la collaborazione alla sistemazione e conservazione gratuita delle aree stesse da parte di privati.

p) Sugli edifici e nei luoghi di **interesse storico artistico** o in loro prossimità (entro un'area situata a una distanza inferiore a **50 metri** dal perimetro del bene vincolato), laddove risultino interferenti con la visuale prospettica del bene vincolato. Resta ferma ogni norma più restrittiva della Soprintendenza e l'obbligo di acquisizione del nulla osta. Sono eccezionalmente consentite le esposizioni pubblicitarie relative a manifestazioni culturali, sociali ed istituzionali promosse dal Comune e dagli enti pubblici territoriali, che si svolgano all'interno o nelle immediate adiacenze dell'immobile vincolato.

q) Su **fregi, cornici, balaustre, inferriate decorate**, elementi architettonici in genere inseriti sulle pareti degli edifici, anche se non vincolati ai sensi del Codice dei Beni Culturali e del Paesaggio.

2) L'installazione di PELLICOLATURE DI EDIFICI è vietata ad un'altezza inferiore a **10 metri** da terra.

3) Distanze Minime:

Restano fermi i divieti stabiliti dal Regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo Codice della Strada.

Il posizionamento degli impianti pubblicitari disciplinati dal presente regolamento entro i centri abitati, ed entro i tratti di strade extraurbane per i quali è imposto un limite di velocità non superiore a 50 km/h, salvi i casi specifici previsti dal DPR 495/1992, è vietato in tutti i punti indicati nel DPR stesso.

Il posizionamento è legittimo ed effettuato, di norma, nel rispetto delle seguenti distanze minime, fatta salva la possibilità di deroga prevista dall'articolo 23, comma 6, del Codice della Strada:

a) **50 metri**, lungo le strade urbane di scorrimento e le strade urbane di quartiere, prima dei segnali stradali di pericolo e di prescrizione, degli impianti semaforici e delle intersezioni.

b) **30 metri**, lungo le strade locali, prima dei segnali stradali di pericolo e di prescrizione, degli impianti semaforici e delle intersezioni.

c) **25 metri** dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari, dai segnali di indicazione e dopo i segnali stradali di pericolo e di prescrizione, gli impianti semaforici e le intersezioni.

d) **100 metri** dagli imbocchi delle gallerie.

Le presenti disposizioni si applicano esclusivamente agli impianti pubblicitari disciplinati dal presente regolamento. Per le insegne di esercizio resta fermo il rispetto delle norme del Codice della Strada e della disciplina edilizia vigente

4) Strade Extraurbane Comunali

Sulle strade extraurbane comunali è comunque **vietata** l'installazione di impianti pubblicitari **nei seguenti punti**:

- Su terreno di proprietà demaniale se ricadenti nell'area compresa tra la carreggiata e l'opera di scolo delle acque di pertinenza stradale, anche se collocati a distanza dalla carreggiata superiore a 3 metri (ad eccezione dei segnali di servizi utili come individuati dall'Art. 13 lett. g) del presente Regolamento).
- In corrispondenza di fossi e scoli, in quanto intralciano l'ordinaria e straordinaria manutenzione degli stessi e ne compromettono la funzionalità.
- Sui marciapiedi.
- Lungo le curve e su tutta l'area compresa tra la curva stessa e la corda tracciata tra i due punti di tangenza.

Art. 14 - UBICAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI, DISCIPLINATI DAL PRESENTE REGOLAMENTO, COLLOCATI NELLE STAZIONI DI SERVIZIO E NELLE AREE DI PARCHEGGIO -

Fuori dai centri abitati: L'installazione è disciplinata dalle previsioni degli Art. 51 e 52 del D.P.R. 495/92.

All'interno dei centri abitati: È consentita l'installazione di impianti pubblicitari, disciplinati dal presente Regolamento:

- **All'interno delle stazioni di servizio**, a condizione che:
 - Non siano collocati in corrispondenza degli accessi.
 - Non siano in misura superiore a tre impianti, ciascuno di superficie massima di 6 mq.
- **All'interno delle aree di parcheggio**, a condizione che:
 - Non siano collocati lungo il fronte stradale.
 - Non siano collocati lungo le corsie di accelerazione e decelerazione e in corrispondenza degli accessi.
 - La superficie complessiva di tali impianti, ciascuno di superficie massima di 6 mq, non superi il **6%** dell'area occupata dal parcheggio.

Art. 15 - STRISCIONI LOCANDINE E STENDARDI – LIMITAZIONI E DIVIETI

Le **modalità di esposizione degli striscioni, delle locandine e degli stendardi sono** disciplinate dall'Art. 51 del D.P.R. 495/1992, con le seguenti prescrizioni aggiuntive per l'interno del centro abitato:

- **Striscioni**

L'esposizione di striscioni è vietata:

- a) In sequenza rettilinea a distanza inferiore a **mt 25** tra uno striscione e l'altro.
- b) Ad un'altezza di base inferiore a **mt 5,10** dal suolo.
- c) Lungo le vie interessate dall'installazione di luminarie, festoni, luci o altri addobbi natalizi dal 6 dicembre al 18 gennaio dell'anno successivo.
- d) Se non risponde alle normative vigenti in termini di sicurezza.

- **Stendardi**

1. L'installazione di stendardi all'interno dei centri abitati è ammessa sui **pali della pubblica illuminazione** nelle posizioni assentite, secondo le prescrizioni tecniche fornite dal gestore dei pali e depositate presso il Settore Comunale competente. Resta salva la facoltà dell'Amministrazione comunale

di modificare o sospendere l'efficacia di tale elenco per sopravvenute ragioni tecniche o a tutela della pubblica incolumità e sicurezza.

2. L'installazione di stendardi è vietata: a) Su pali in cui sono installate targhe pubblicitarie, cartelli di segnaletica e cavi montanti. b) Ad un'altezza di base inferiore a **mt 2,20** dal suolo e superiore a **mt 6**. c) Su spartitraffico avente larghezza inferiore a **mt 2**. d) Lungo le vie interessate dall'installazione di luminarie, festoni, luci o altri addobbi natalizi dal 6 dicembre al 18 gennaio dell'anno successivo.

Art. 16 - TELI PUBBLICITARI SU PONTEGGI – PRESCRIZIONI PARTICOLARI

1. L'installazione dei teli pubblicitari è consentita solo su **ponteggi e cesate**, per il periodo strettamente necessario all'effettuazione dei lavori su immobili, monumenti e fontane, alle seguenti condizioni:
 - A) Sugli edifici sottoposti a **qualsiasi tipologia di vincolo**, la parte della superficie occupata dal ponteggio non interessata dal messaggio pubblicitario dovrà essere ricoperta con una **raffigurazione che riproduce l'immobile sottostante** (tecnica del *trompe l'œil*).
 - B) Nel caso di edifici o ambito **non vincolati**, la superficie del ponteggio non interessata dal messaggio pubblicitario dovrà comunque essere coperta con un **telo di colore chiaro**, mantenuto in perfetto stato di decoro e sicurezza.
 - C) Nel caso di **beni soggetti a vincolo o ricadenti in zone vincolate** ai sensi del Codice dei Beni Culturali e del Paesaggio qualora la pubblicità sia stata preventivamente autorizzata dall'Autorità preposta al vincolo, il messaggio pubblicitario, costituito da un'unica immagine, non può occupare più del **50% della superficie della facciata di ponteggio interessata** (escludendo la parte sotto il paraschegge) e deve rispettare le partiture architettoniche riprodotte nel *trompe l'œil*.
 - D) Nel caso di installazioni su beni **non vincolati** (ai sensi del Codice dei Beni Culturali e del Paesaggio) il messaggio pubblicitario **non** può occupare più dell'**80% della superficie del ponteggio**.
2. Per tali tipologie di impianti pubblicitari, l'esposizione, ancorché correttamente e tempestivamente segnalata è legittima solo se limitata alla **durata effettiva del cantiere**.

Art. 17 - DISPOSIZIONI RELATIVE A VARIE FATTISPECIE DI PUBBLICITA'

1) PUBBLICITÀ SUI VEICOLI - (Art. 57 D.P.R. 495/92)

Per l'apposizione di pubblicità sui veicoli, si rinvia alle disposizioni dell'art. 57 del Regolamento di esecuzione e di attuazione del Codice della Strada, nonché dalle norme esplicitamente richiamate da quest'ultimo.

2) PUBBLICITÀ FONICA - (Art. 59 D.P.R. 495/92)

a) La pubblicità fonica è ammessa esclusivamente nelle aree esterne al centro abitato dalle ore 9.00 alle ore 13.00 e dalle ore 16.00 alle ore 19.00.

b) In tutti i casi, la pubblicità fonica non deve superare i limiti massimi di esposizione al rumore fissati nel decreto del Presidente del Consiglio dei ministri e dai Regolamenti comunali.

La SCIA è presentata:

- **Fuori dai centri abitati:** all'Ente proprietario della strada.

- **Entro i centri abitati:** al competente ufficio comunale.

3) VOLANTINAGGIO E PUBBLICITÀ COMMERCIALE

Il volantinaggio è consentito su tutto il territorio urbano solo nelle forme che prevedono la consegna diretta del volantino nelle mani del destinatario.

All'interno di locali adibiti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi, e nei locali di pubblico spettacolo, è consentita la presenza di materiale pubblicitario cartaceo o simile o con mezzi audiovisivi per pubblicità per conto terzi. Detto materiale può essere contenuto anche in appositi contenitori e dovrà avere dimensioni inferiori a 300 cm².

È vietata la distribuzione di adesivi.

4) PUBBLICITÀ EFFETTUATA DA AEROMOBILI E PALLONI FRENATI

La pubblicità effettuata attraverso l'utilizzo di aeromobile potrà essere autorizzata per l'esclusivo sorvolo del territorio comunale.

5) PUBBLICITÀ EFFETTUATA DA TEATRI

Sugli impianti di dimensioni 4x2 mt o superiori, segnalati come insegne (cassonati, retroilluminati o schermi a LED) e destinati alla promozione della programmazione teatrale, è consentito al gestore del teatro (che deve essere in esercizio) effettuare pubblicità per conto terzi, esclusivamente su un impianto, con la seguente ripartizione degli spazi:

- a) Fino al 30% per la promozione relativa agli spettacoli.
- b) Fino al 50% per pubblicità per conto terzi (sponsorizzazione).
- c) Il 20% è a disposizione dell'Amministrazione comunale per le comunicazioni istituzionali. Nel caso in cui il gestore non intenda concedere al Comune tali spazi, sarà vincolato all'utilizzo di tale porzione di impianto per la sola programmazione dell'attività teatrale.

Con gli stessi criteri, è consentita l'installazione di un'insegna da parte dei teatri che ne siano privi.

6) SEGNI ORIZZONTALI RECLAMISTICI

Tale tipologia di pubblicità, consentita nelle sole aree pedonali, deve essere:

- a) Certificata antisdrucchiolo.
- b) Idonea a non ingenerare confusione con la segnaletica stradale.
- c) Idonea a non danneggiare la pavimentazione sottostante.
- d) Mantenuta perfettamente pulita e ordinata a cura del soggetto interessato, pena l'immediata e insindacabile rimozione da parte degli Uffici comunali competenti.

7) PUBBLICITÀ EFFETTUATA SU VETRINE ED EDICOLE

È consentita l'apposizione di messaggi a contenuto pubblicitario sulle vetrine di negozi a condizione che gli stessi siano inerenti all'attività economica esercitata all'interno dei locali o che riguardino la promozione di vendite in periodi speciali (inclusi cartelli/stendardi di affittasi/vendesì).

I "rotor" e gli schermi televisivi di edicole possono trasmettere messaggi pubblicitari per conto terzi, previa stipula di convenzioni con l'Amministrazione nell'ambito di iniziative di interesse pubblico e sentito il parere delle associazioni di categoria.

8) PUBBLICITÀ RELATIVA A COMUNICAZIONI ISTITUZIONALI

Tale tipologia di impiantistica, la cui superficie non è computabile nel quantitativo massimo previsto dal PGI, riguarda esclusivamente l'attività istituzionale dell'Amministrazione comunale, con l'esclusione di qualsiasi indicazione di loghi e marchi commerciali.

Tali impianti potranno essere costituiti da soluzioni tecnologicamente avanzate e dovranno avere un'identità visiva idonea al riconoscimento immediato da parte della cittadinanza.

9) IMPIANTI DI TRASMISSIONE E/O RIPRODUZIONE DI IMMAGINI

- Monitor, schermi, "video-wall" e altri impianti innovativi e tecnologicamente avanzati (ancor più se digitali), la cui trasmissione e/o riproduzione di immagini a messaggio variabile è gestita da remoto mediante strumentazioni informatiche, sono legittimi, a condizione che:
 - Siano posizionati nel rispetto dei limiti di cui all'Art. 13, comma 1, lettera q), riguardanti fregi, decorazioni e partiture architettoniche.
 - Non occludano le eventuali aperture presenti.
 - Trasmettano, a titolo gratuito, comunicazioni istituzionali in misura non inferiore al 10% del periodo espositivo di riferimento, secondo termini e condizioni da concordare con l'Amministrazione Comunale, garantendo modalità di verifica e controllo delle trasmissioni.
 - Venga acquisito parere della Polizia Locale qualora interferiscano, ai sensi del Codice della Strada, con la sicurezza e la circolazione stradale.
 - Se di superficie complessiva superiore a 4 mq, vengano spenti entro le h 22:00 e riaccesi non prima dell'h 8:00 del giorno successivo (in regime di orario solare), ed entro le h 23:00 e riaccesi non prima delle h 7:00 del giorno successivo (in regime di orario legale). In ogni caso, è richiesta l'acquisizione di un idoneo progetto illuminotecnico redatto da professionista abilitato e in conformità con le norme vigenti a tutela dell'inquinamento luminoso, nonché l'acquisizione di un parere di idoneità statica dell'impianto e di corretto montaggio delle strutture da parte di un tecnico abilitato.

È fatto in ogni caso divieto di collegamenti a canali televisivi nazionali o internazionali, pubblici o privati, per la trasmissione in diretta o differita dei programmi.

10) ALTRI IMPIANTI PUBBLICITARI

Tali impianti, soggetti al rispetto delle disposizioni individuate nel presente Regolamento, sono installabili a condizione che presentino caratteristiche estetiche che l'Amministrazione ritenga meritevoli di tutela nell'intento di promozione della creatività e nel rispetto del decoro, dell'ornato urbano e dell'estetica cittadina. Per gli impianti a messaggio variabile è richiesto il previo parere viabilistico della Polizia Locale.

CAPO III - SEGNALAZIONE CERTIFICATA INIZIO ATTIVITÀ (SCIA) E AUTORIZZAZIONI

Art. 18 - SEGNALAZIONE CERTIFICATA INIZIO ATTIVITÀ E AUTORIZZAZIONI

La collocazione dei mezzi pubblicitari di cui all'articolo 23 del codice della strada, di cui al decreto legislativo 30 aprile 1992, n. 285, lungo le strade, anche su suolo privato, o in vista di esse, ad eccezione delle isole di traffico delle intersezioni canalizzate, ove è vietata la posa di qualunque installazione diversa dalla prescritta segnaletica, è subordinata alla presentazione della segnalazione certificata di inizio attività (SCIA), di cui agli articoli 19 e 19-bis della legge 7 agosto 1990, n. 241, allo sportello unico per le attività produttive (SUAP) del comune ove è svolta l'attività, che costituisce unico punto di accesso per il richiedente, fermo restando il rispetto dei requisiti di cui all'articolo 23, comma 1, del predetto codice di cui al decreto legislativo n. 285 del 1992, nonché dei requisiti e criteri previsti dal decreto del Presidente della Repubblica 16 dicembre 1992, n. 495, e dai regolamenti comunali o dell'ente proprietario della strada.

La SCIA produce effetti dalla data di presentazione, fatti salvi i poteri di controllo dell'amministrazione competente ai sensi dell'articolo 19 della legge n. 241 del 1990.

La SCIA di cui al primo periodo è corredata da un'asseverazione del tecnico abilitato che **attesta la conformità dell'impianto alle disposizioni del codice della strada, del relativo regolamento di esecuzione, nonché alle norme urbanistiche, edilizie e di sicurezza vigenti.**

Nel caso in cui l'ente proprietario della strada non sia il comune, il SUAP, ai sensi del suddetto articolo 19-bis della legge n. 241 del 1990, la trasmette immediatamente all'ente proprietario della strada al fine di consentire, per quanto di competenza, il controllo sulla sussistenza dei requisiti e dei presupposti per lo svolgimento dell'attività e la presentazione, almeno cinque giorni prima della scadenza del termine di sessanta giorni dal ricevimento della SCIA da parte del SUAP, di eventuali proposte motivate per l'adozione dei provvedimenti ivi previsti.

In caso di accertata carenza dei requisiti e dei presupposti richiesti, l'amministrazione competente adotta motivati provvedimenti di divieto di prosecuzione dell'attività e di rimozione degli eventuali effetti dannosi.

La SCIA conserva efficacia fintanto che permangono le condizioni e i requisiti dichiarati; ogni modifica sostanziale dell'impianto o del messaggio pubblicitario comporta la presentazione di nuova SCIA.

Resta fermo quanto previsto dall'articolo 20 in ordine alla durata dell'esposizione pubblicitaria e all'obbligo di attestazione periodica del permanere dei requisiti ai fini della prosecuzione dell'attività.

Sono fatte salve le prescrizioni specifiche per le aree sottoposte a vincolo storico-artistico o paesaggistico, per le quali resta necessaria la preventiva autorizzazione paesaggistica. In caso di violazione delle disposizioni del presente articolo, si applicano le sanzioni previste dall'articolo 19, commi 3 e 4, della legge n. 241 del 1990

La SCIA abilita l'installazione e l'esposizione dei mezzi pubblicitari nei limiti e per la durata previsti dal presente regolamento.

Art. 19 - ISTRUTTORIA DELLA SCIA

La SCIA al momento della presentazione deve essere corredata della seguente documentazione:

- relazione tecnica
- planimetria con esatto posizionamento del mezzo pubblicitario
- disegno del mezzo pubblicitario;
- documentazione fotografica;

- attestazione pagamento diritti di segreteria;
- eventuale nullaosta enti competenti;
- eventuale adesione al Codice di Autodisciplina Pubblicitaria;
- altri documenti eventualmente necessari.

- titolo di disponibilità dell'area o dichiarazione sostitutiva attestante la legittima disponibilità della stessa
L'amministrazione può richiedere integrazioni documentali qualora ritenute necessarie ai fini istruttori.

La concessione di suolo pubblico per ponteggio e/o cesata è condizione imprescindibile per la presentazione della SCIA finalizzata ad effettuare la pubblicità.

L'attività pubblicitaria è subordinata al permanere della validità della concessione di occupazione di suolo pubblico.

Qualora la concessione del ponteggio e/o cesata venga meno per qualsiasi motivo, verrà inibita la prosecuzione dell'attività di esposizione pubblicitaria.

In caso di prosecuzione il messaggio pubblicitario è considerato abusivo a tutti gli effetti di legge.

In tali casi l'amministrazione dispone la rimozione d'ufficio del mezzo pubblicitario, con addebito delle spese al responsabile.

Art. 20 - DURATA DELL'ESPOSIZIONE PUBBLICITARIA

1 Impianti per pubblicità temporanee

Si intende impianto pubblicitario temporaneo, il manufatto che, indipendentemente dal supporto impiegato per l'esposizione del messaggio, per le caratteristiche costruttive e le modalità di posa in opera, non abbia carattere di oggettiva stabilità e che comunque sia di durata in opera non superiore a 3 mesi.

2 Impianti per pubblicità permanente.

Si intende impianto pubblicitario permanente, il manufatto che, indipendentemente dal supporto impiegato per l'esposizione del messaggio, per le caratteristiche costruttive e le modalità di posa in opera, abbia carattere di oggettiva stabilità e sia destinato ad una esposizione non temporanea, comunque superiore a 3 mesi.

La qualificazione come impianto permanente attiene esclusivamente alle caratteristiche costruttive e non implica durata illimitata dell'esposizione pubblicitaria.

3 Durata dell'esposizione pubblicitaria

1. L'installazione e l'esposizione dei mezzi pubblicitari, anche se avviate mediante SCIA, sono consentite per un periodo massimo di anni 3, nel rispetto delle disposizioni del presente regolamento e della normativa vigente.
2. Decorso il termine di cui al comma 1, ai fini della prosecuzione dell'esposizione pubblicitaria, il soggetto interessato è tenuto a presentare apposita **attestazione di rinnovo periodico di conformità**, resa ai sensi della normativa vigente, attestante il permanere dei requisiti e delle condizioni dichiarate in sede di SCIA, nonché la conformità dell'impianto alle disposizioni del Codice della Strada, del relativo regolamento di esecuzione e della disciplina comunale.
3. L'attestazione di cui al comma 2 è corredata da asseverazione di tecnico abilitato nei casi previsti dalla normativa vigente.
4. In assenza della presentazione dell'attestazione di cui al comma 2, l'impianto si considera privo dei requisiti per la prosecuzione dell'attività, con conseguente obbligo di rimozione.
5. Resta ferma la facoltà dell'Amministrazione di intervenire in ogni tempo ai sensi della normativa sulla SCIA, nonché per motivi di sicurezza stradale, tutela del paesaggio e decoro urbano.

Art. 21 - VARIAZIONE, VOLTURAZIONE E RINNOVO

Deve essere presentata una SCIA per ogni variazione della superficie esposta, delle caratteristiche e delle dimensioni **dell'impianto**. La segnalazione di variazione e di cessazione della pubblicità devono essere presentate al competente Ufficio.

La variazione del **messaggio pubblicitario** ove non cambino la titolarità, l'ubicazione, la superficie esposta o

la tipologia, deve essere segnalata (SCIA) all'amministrazione comunale, con l'**eccezione dell'impiantistica triennale nel caso di adesione al Codice di Autodisciplina Pubblicitaria da parte degli operatori interessati**.

La volturazione della titolarità dell'impianto è soggetta a comunicazione, ferma restando la permanenza dei requisiti e delle condizioni dichiarate in sede di SCIA.

Resta fermo quanto previsto dall'articolo 20 in ordine all'attestazione periodica di conformità ai fini della prosecuzione dell'attività.

Non sono ammessi ulteriori rinnovi successivi a 2 (due) rinnovi dalla prima autorizzazione (permanenza complessiva pari a 9 annualità per singolo mezzo pubblicitario).

Art. 22 - COMPETENZA ALLA PRESENTAZIONE DELLA DOMANDA ED AL RILASCIO DELLE AUTORIZZAZIONI PER LE AREE SOTTOPOSTE A VINCOLO STORICO-ARTISTICO O PAESAGGISTICO - ART.53 DPR 495/92

L'installazione degli impianti pubblicitari per le aree sottoposte a vincolo storico-artistico o paesaggistico è soggetta ad autorizzazione o concessione espressa anche nel caso in cui la pubblicità che si intende effettuare sia esente dal pagamento dell'imposta.

È altresì soggetta alla preventiva autorizzazione la variazione della pubblicità già effettuata derivante da modifica della ubicazione o dell'impianto pubblicitario.

All'interno dei centri abitati la competenza è dei comuni, salvo il preventivo nulla osta tecnico dell'ente proprietario se la strada è statale, regionale o provinciale.

Ai sensi dell'art. 23 c.5 del Codice della Strada, quando i mezzi pubblicitari e gli altri mezzi pubblicitari (ossia tutti gli impianti pubblicitari ai fini del presente regolamento) collocati su una strada appartenente ad ente diverso dal comune, sono visibili da un'altra strada o spazio pubblico comunale, l'autorizzazione è subordinata al preventivo nulla osta del Comune.

La pubblicità effettuata all'interno di luoghi aperti al pubblico (es.: stadi, impianti sportivi, cinema, stazioni automobilistiche e di pubblici trasporti, centri commerciali) se non visibile dalla pubblica via non è soggetta a preventiva autorizzazione, ma è tenuta alla presentazione di apposita comunicazione annuale ed al relativo pagamento dell'imposta, ove non esente.

Le disposizioni del presente Capo relative al rilascio dell'autorizzazione si applicano agli impianti pubblicitari installati su aree private o su aree pubbliche non oggetto di concessione.

Per gli impianti di proprietà comunale o comunque insistenti su beni pubblici affidati in uso mediante procedura ad evidenza pubblica, il rapporto è disciplinato da apposita concessione, regolata dal relativo bando e dalla convenzione stipulata con l'Amministrazione comunale, ferma restando l'applicazione delle disposizioni del presente regolamento per quanto compatibili.

Art. 23 - PRESENTAZIONE DELLA DOMANDA DI AUTORIZZAZIONE PER LE AREE SOTTOPOSTE A VINCOLO STORICO-ARTISTICO O PAESAGGISTICO

Chiunque intenda installare o posare sul territorio comunale impianti pubblicitari, ovvero richieda la variazione di quelli già installati, nelle aree sottoposte a vincolo storico-artistico deve presentare richiesta di nulla osta direttamente alla competente Soprintendenza.

Chiunque intenda installare o posare sul territorio comunale impianti pubblicitari nelle aree sottoposte a vincolo paesaggistico, ovvero richieda la variazione di quelli già installati, deve farne apposita domanda indirizzata al competente ufficio comunale.

La domanda deve essere presentata dai soggetti direttamente interessati o da operatori pubblicitari regolarmente iscritti alla C.C.I.A.A. e non può riguardare contestualmente più di 5 impianti per operatore.

Tale limite non si applica agli impianti oggetto di concessione mediante procedura ad evidenza pubblica ed è comunque derogabile se previsto in contratti o convenzioni stipulati con il Comune

La SCIA, da presentarsi successivamente all'ottenimento dell'autorizzazione/nulla-osta, non è accoglibile nel caso di:

- morosità nel pagamento di precedenti canoni, per i quali non sia stato presentato un piano di rientro accettato dall'Ufficio comunale competente alla riscossione del canone e garantito con le modalità richieste dagli Uffici;
- violazione dei criteri di collocamento individuati nella SCIA;
- collocazione in assenza di titolo, salvo esito positivo di un procedimento di sanatoria (amministrativa e contabile) dell'abuso relativo all'impianto e/o relativo alla esposizione pubblicitaria;
- contrasto con il decoro, l'ornato urbano e l'estetica cittadina.

La SCIA comunale all'esposizione pubblicitaria non esime gli interessati dall'acquisizione del nulla osta di competenza di ulteriori soggetti pubblici o privati.

Art. 24 - INSTALLAZIONE DEL MEZZO PUBBLICITARIO – OBBLIGHI DEL TITOLARE – ART.54 DPR 495/92

In ogni caso è fatto obbligo al proprietario dell'impianto pubblicitario di:

- a) fissare all'impianto apposita targhetta di identificazione riportante gli estremi dell'autorizzazione;
- b) mantenere l'impianto pubblicitario e il dispositivo di identificazione in buono stato di manutenzione e conservazione;
- c) effettuare tutti gli interventi necessari per il mantenimento delle condizioni di sicurezza;
- d) provvedere alla rimozione di quanto installato ed al ripristino dello stato dei luoghi per esigenze di pubblico interesse e di utilità pubblica, a seguito di semplice richiesta da parte degli uffici comunali.
- e) nel caso di **segni orizzontali reclamistici**, nonché di **striscioni**, **locandine** e **stendardi**, di provvedere alla rimozione degli stessi entro i **tre giorni** successivi alla conclusione della manifestazione, dello spettacolo o dell'iniziativa, ripristinando il preesistente stato dei luoghi ed il preesistente grado di aderenza delle superfici stradali.
- f) di sollevare o comunque tenere indenne il Comune da qualsiasi azione, pretesa, richiesta, che possa essere avanzata in relazione a concessioni e segnalazioni certificate per pubblicità e/o impianti pubblicitari. Altresì, senza eccezioni o limiti di sorta, è esclusa qualsiasi rivalsa nei confronti del Comune anche sotto forma di ripetizioni e/o compensazione di canoni.

CAPO IV - MANUTENZIONE, RIMOZIONE DEGLI IMPIANTI E RIPRISTINO DELLO STATO DEI LUOGHI

Art. 25 - MANUTENZIONE E SICUREZZA

Il titolare è responsabile della sicurezza, del decoro e dello stato di manutenzione dell'impianto e dei relativi supporti, ivi compresi gli eventuali elementi connessi di arredo urbano e di illuminazione.

L'Amministrazione comunale è sollevata da responsabilità civile e penale derivante dall'esposizione degli impianti pubblicitari.

Qualora venga accertato che lo stato di manutenzione non sia più rispondente alle esigenze di decoro e/o di statica, e/o sicurezza l'Amministrazione comunale, allorché non vi provveda il titolare nel termine assegnato, provvede alla rimozione d'ufficio dell'impianto, addebitando agli interessati le relative spese.

Art. 26 - ANTICIPATA RIMOZIONE DEGLI IMPIANTI

L'Amministrazione Comunale può disporre la rimozione anticipata degli impianti pubblicitari installati, in presenza di ragioni di pubblico interesse o qualora se ne dovesse ravvisare la necessità. La rimozione viene disposta con ordinanza motivata, viene esclusa qualunque forma di indennizzo o risarcimento ad esclusione del rimborso dell'imposta per le mensilità non usufruite, con esclusione della mensilità in corso; il rimborso sarà dovuto esclusivamente a compimento, nei tempi e nei modi previsti dall'ordinanza, della rimozione e del ripristino del sito.

La rimozione dovrà essere effettuata, entro la data che sarà precisata nell'ordine di rimozione, a cura e spese del titolare del mezzo, il quale dovrà rimuovere anche eventuali sostegni o supporti e provvedere al ripristino alla forma preesistente della sede del manufatto.

Qualora l'interessato non ottemperi all'ordine di rimozione nei modi e nei termini stabiliti, l'impianto pubblicitario sarà considerato abusivo, con conseguente applicazione di quanto disposto nel presente Piano in ordine alla pubblicità abusiva.

Costituisce causa di rimozione dell'impianto la scadenza del periodo di esposizione di cui all'art. 20, in assenza di nuova SCIA.

Art. 27 - RIMOZIONE D'URGENZA

Si procede alla **rimozione d'urgenza** nel caso in cui l'installazione, degli impianti pubblicitari, effettuata senza presentazione di SCIA e come tale **abusiva**, sia realizzata **su suolo demaniale ovvero rientrante nel patrimonio del Comune**, o nel caso in cui la loro ubicazione **lungo le strade e le fasce di pertinenza costituisca pericolo per la circolazione**. Il Comune provvede ad effettuare la rimozione dell'impianto pubblicitario ed alla sua custodia ponendo i relativi oneri a carico dell'autore della violazione e, in via tra loro solidale, del proprietario o possessore del suolo

Art. 28 - RIMOZIONE PREVIA DIFFIDA

In caso di collocazione di impianti pubblicitari **abusivi**, in quanto effettuata senza presentazione di SCIA e **che non richiedono un provvedimento di urgenza**, il Comune diffida l'autore della violazione e il proprietario o possessore del **suolo privato** a rimuovere l'impianto pubblicitario a loro spese entro e non oltre dieci giorni dalla ricezione della diffida. Decorso suddetto termine, il Comune provvede ad effettuare la rimozione dell'impianto pubblicitario ed alla sua custodia ponendo i relativi oneri a carico dell'autore della violazione e, in via tra loro solidale, del proprietario o possessore del suolo.

Rimangono salve, per gli aspetti sanzionatori, le disposizioni dell'art. 23 del Codice della Strada.

Art. 29 - RIMOZIONE D'UFFICIO DI SEGNI ORIZZONTALI RECLAMISTICI, STRISCIONI, LOCANDINE E STENDARDI

Il Comune procede, altresì, alla rimozione d'ufficio di segni orizzontali reclamistici, striscioni, locandine e stendardi, con spese a carico del trasgressore, in tutti i casi in il soggetto che ha segnalato la collocazione, non provveda alla rimozione degli stessi entro tre giorni dalla fine dell'evento pubblicitario.

Art. 30 - RIPRISTINO DELLO STATO DEI LUOGHI

Il responsabile della collocazione è tenuto al ripristino totale dello stato dei luoghi a proprie spese ed al rimborso di tutti i danni eventualmente arrecati a seguito di ordinanza di rimozione dell'impianto, per qualsiasi causa.

In caso di mancato adempimento il Comune provvede a spese dell'inadempiente.

Della rimozione integrale dell'impianto e del ripristino delle condizioni preesistenti risponde il proprietario o l'amministratore dello stabile, in caso di irreperibilità del responsabile della collocazione.

Rimangono salve le disposizioni dell'art. 23 del Codice della Strada.

Art. 31 - VERSAMENTO SPESE, RITIRO IMPIANTO PER INTERVENTO SOSTITUTIVO

Dell'avvenuta rimozione dell'impianto viene data comunicazione all'interessato a mezzo pec o raccomandata a/r con indicazione della procedura da seguire per il versamento delle spese di deposito e conseguente ritiro dell'impianto pubblicitario.

Il mancato ritiro dell'impianto pubblicitario presso il luogo di deposito comporta il pagamento delle spese di deposito per 60 giorni quale termine massimo di custodia.

Decorso il termine di sessanta giorni senza che l'autore della violazione, il proprietario o il possessore del terreno non ne abbiano richiesto la restituzione pagando il dovuto, Il Comune può liberamente disporre degli impianti pubblicitari rimossi in conformità al presente articolo. Il termine di sessanta giorno decorre dalla data della diffida o, in mancanza della diffida, dalla data di effettuazione della rimozione.

CAPO V - VIGILANZA e SANZIONI

Art. 32 - VIGILANZA – ART.56 DPR 495/92

1 Installazioni ed Esposizioni Abusive

Sono considerate **abusive** le installazioni e le esposizioni di impianti pubblicitari che:

- Sono realizzate **in assenza della presentazione di SCIA**.
- Risultano **non conformi** alle condizioni indicate nella SCIA per forma, contenuto, dimensioni, sistemazione o ubicazione.

2. Affissioni Abusive

Sono considerate ugualmente **abusive** le affissioni che:

- Sono effettuate **in assenza della presentazione di SCIA**.
- Risultano **non conformi** alle condizioni indicate nella SCIA per forma, contenuto, dimensioni, sistemazione o ubicazione.
- Sono comunque eseguite in **luoghi non destinati** a tale scopo e non approvati dal Comune.

3. Variazioni e Omissioni

È considerata **abusiva** ogni variazione apportata alle installazioni e alle esposizioni di impianti pubblicitari in opera **non preventivamente segnalata**.

Sono altresì considerate abusive le installazioni e le esposizioni di impianti pubblicitari per le quali sono stati **omessi gli adempimenti tributari o di altra natura** previsti dalla normativa vigente

Art. 33 - SANZIONI AMMINISTRATIVE -

Le sanzioni amministrative sono applicate secondo le misure, i termini e le modalità stabilite dal **Codice della Strada** e dal relativo regolamento di attuazione, oltre che dalle **norme tributarie e regolamentari vigenti**.

Art. 34 - SUPERFICIE PER PUBBLICHE AFFISSIONI

- **Impianti fissi di proprietà dell'Amministrazione comunale** per una superficie complessiva di Mq. 1.000 - concessi in uso mediante apposita procedura ad evidenza pubblica - da destinare a:
 - comunicazione priva di rilevanza economica, di natura istituzionale, commerciale, per gli annunci mortuari e necrologici saranno riservati un minimo di 300 Mq.
- **Impianti di Servizio**, aventi quale scopo primario la fornitura di un servizio di pubblica utilità nell'ambito dell'arredo urbano e stradale destinati "anche" a supportare comunicazione di carattere commerciale.
- **Impianti diversi e/o innovativi**, di cui l'Amministrazione potrà valutare l'installazione.

SUPERFICIE PER PUBBLICHE AFFISSIONI		Superficie (mq)
impianti fissi		1000 mq
Impianti pubblicitari di Servizio (fermate autobus, pensiline, transenne parapedonali, cestini, panchine, orologi, etc.)		24 mq
Impianti di pubblicità diversi e/o innovativi		24 mq
	superficie totale	1048 mq

Per una superficie complessiva di impianti per pubbliche affissioni pari a **mq. 1048**

Art. 35 - AFFIDAMENTO A TERZI DELL'ESPLETAMENTO MATERIALE DEL SERVIZIO

Si rinvia alle norme del Regolamento comunale per l'applicazione del canone di concessione, autorizzazione o esposizione pubblicitaria.

CAPO VI - NORME FINALI E TRANSITORIE

Art. 36 - NORME TRANSITORIE

L'autorizzazione per l'installazione di un impianto pubblicitario rilasciata prima dell'entrata in vigore del presente regolamento è valida fino alla naturale scadenza, anche se in contrasto con le nuove disposizioni.

Alla scadenza dell'autorizzazione, rilasciata prima dell'entrata in vigore del presente regolamento, dovrà essere presentata una SCIA, alla quale verranno applicate le disposizioni del presente regolamento, valutando il permanere delle **condizioni di insediabilità**.

Alla scadenza dell'autorizzazione, la SCIA, dovrà riportare il numero di autorizzazione, il tipo di impianto ed essere corredata da una adeguata documentazione fotografica ad ampia angolazione, riprodotte lo stato attuale dei luoghi ove sono installati gli impianti.

L'accoglimento della SCIA è subordinato alla verifica della disponibilità di superficie residua rispetto al limite massimo complessivo stabilito dal Piano Generale degli Impianti.

La decadenza o la revoca del titolo autorizzativo, per il periodo transitorio di validità dello stesso, comportano la rimozione integrale dell'impianto pubblicitario entro il termine stabilito nel provvedimento di revoca o di decadenza, nonché il ripristino delle condizioni preesistenti a cura e spese del soggetto titolare.

Il responsabile della collocazione è tenuto al ripristino totale dello stato dei luoghi a proprie spese ed al rimborso di tutti i danni eventualmente arrecati:

- a seguito di ordinanza di rimozione dell'impianto, per qualsiasi causa;
- nonché alla scadenza del titolo autorizzativo o concessorio, qualora lo stesso non venga rinnovato o prorogato.

In caso di mancato adempimento il Comune provvede a spese dell'inadempiente.

Della rimozione integrale dell'impianto e del ripristino delle condizioni preesistenti risponde il proprietario o l'amministratore dello stabile in caso di irreperibilità del responsabile della collocazione, comunque, del soggetto interessato.

Rimangono salve le disposizioni dell'art. 23 del Codice della Strada.

Gli impianti pubblicitari esistenti alla data di entrata in vigore del presente regolamento mantengono efficacia fino alla scadenza originaria e comunque non oltre anni 3, decorrenti dalla medesima data, salvo presentazione di SCIA ai sensi del presente regolamento.

Art. 37 - ENTRATA IN VIGORE DEL REGOLAMENTO

Il presente Regolamento entra in vigore dopo l'approvazione degli organi competenti e la pubblicazione all'Albo Pretorio del Comune. Per quanto non espressamente disposto o richiamato in esso, si rinvia alla normativa sovraordinata vigente.

ALLEGATI:

1. PLANIMETRIA PERIMETRAZIONE CENTRO ABITATO E ZONE DI PREGNANZA

ADOZIONE REGOLAMENTO E MODIFICHE

Il presente regolamento è stato adottato dal Consiglio comunale con deliberazione del 18 Maggio 2026, n. 16, pubblicata all'Albo Pretorio *on-line* del Comune per 15 giorni consecutivi e cioè dal 19 Maggio 2026 al 3 Giugno 2026.

ESECUTIVITA'

La deliberazione del Consiglio Comunale n. 16 del 18 Maggio 2026 è diventata esecutiva il 29 Maggio 2026.

PUBBLICAZIONE

Il presente regolamento è stato pubblicato all'Albo Pretorio *on-line* del Comune per 15 giorni consecutivi e cioè dal 19 Maggio 2026 al 3 Giugno 2026.

ENTRATA IN VIGORE

Il presente regolamento è entrato in vigore in data 4 Giugno 2026, cioè il giorno successivo ai quindici giorni di pubblicazione all'Albo Pretorio *on-line*.

Tav. 1

Analisi dello stato di fatto Proprietà/Competenza dei sedimi stradali

Settembre 2025

Rete stradale di proprietà o competenza di altri enti

- Milano Serravalle
- Provincia MB

Livello della rete stradale di altri enti

- In galleria
- In trincea
- Cavalavia

Centro abitato ai sensi del Nuovo Codice della Strada

- Ambito del centro abitato

Proprietà del Comune di Vimercate

- Aree di proprietà comunale

Regolamento edilizio (2025)

- Pregnanza grado 1
- Pregnanza grado 2
- Pregnanza grado 3

