

**DISCIPLINA DELL'IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITA',  
DEL SERVIZIO E DEL DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI.**

**DISCIPLINA DELLA PUBBLICITA'**

- Modalità per l'impiego, l'esposizione e la gestione dei mezzi pubblicitari nel territorio comunale a norma del "Nuovo Codice della Strada";
- Determinazione delle quantità degli impianti e ripartizione delle superfici da destinare alle pubbliche affissioni

**ESECUZIONE ED ATTUAZIONE DELLA DIRETTIVA MINISTERO DEI LAVORI  
PUBBLICI 17 MARZO 1998, N. 1381 (G.U. 8 APRILE 1998, N. 82) RELATIVA AL  
CONTROLLO DELLA PUBBLICITÀ ABUSIVA.**

Approvato con deliberazione di  
C.C. n. 19 del 16.03.2017



**COMUNE di LAVAGNO**

**IL SINDACO**



**IL SEGRETARIO COMUNALE**



ThreeE studio - via Peschiera, 18 - Pacengo di Lazise 37010 (VR)  
Tel. 045 7590721 - fax 045 6299042 E-mail [tstudio@graffiti2000.com](mailto:tstudio@graffiti2000.com) - <http://www.threee.com>





**ELENCO DEGLI ALLEGATI**

<b>ALLEGATO 1</b>	<b>TARIFFE PER LA PUBBLICITA' E LE PUBBLICHE AFFISSIONI</b>
-------------------	---

<b>ALLEGATO 2 - PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI (PGI)</b>	
<b>PARTE "A" PUBBLICITA' ESTERNA</b>	SEZ. 1) - Segnaletica direzionale e relativi simboli SEZ. 2) - Preinsegne - Impianti pubblicitari di servizio - Pubblicità nelle stazioni di servizio e aree di parcheggio SEZ. 3) - Schemi per il posizionamento dei mezzi pubblicitari
<b>PARTE "B" IMPIANTI PER LE PUBBLICHE AFFISSIONI</b>	SEZ. 1) - Caratteristiche dei supporti SEZ. 2) - Determinazione e ripartizione delle superfici SEZ. 3) - Dislocazione degli impianti sul territorio comunale

<b>ALLEGATO 3 - MODULISTICA</b>	
<b>MODELLO "A"</b>	Richiesta di autorizzazione all'installazione di pubblicità che altera lo stato dei luoghi ( <i>articolo 41 del Regolamento</i> )
<b>MODELLO "B"</b>	Richiesta di autorizzazione per la pubblicità che non altera lo stato dei luoghi ( <i>articolo 40 del Regolamento</i> )
<b>MODELLO "C"</b>	Autocertificazione relativa alle verifiche di stabilità delle strutture di sostegno
<b>MODELLO "D"</b>	Autocertificazione attestante la proprietà o disponibilità dell'area in cui si intende ubicare il mezzo pubblicitario
<b>MODELLO "E"</b>	Dichiarazione d'imposta
<b>MODELLO "F"</b>	Autorizzazione all'installazione di mezzi pubblicitari





**SOMMARIO**

Premessa	Pag. 1
<b>TITOLO I - DISPOSIZIONI GENERALI</b>	Pag. 2
§ 1. Definizioni, tipologie e classificazioni di carattere generale	Pag. 2
Art. 1 – Tipologie e forme pubblicitarie – Pubblicità varia	Pag. 2
Art. 2 – Definizione dei mezzi pubblicitari	Pag. 3
§ 2. Impostazioni e criteri generali	Pag. 5
Art. 3 – Oggetto del Regolamento	Pag. 5
Art. 4 – Ambito e limiti territoriali di applicazione della disciplina	Pag. 5
Art. 5 – Zonizzazione del territorio	Pag. 6
Art. 6 – Classificazione del Comune	Pag. 7
Art. 7 – Funzionario responsabile e forma di gestione del servizio	Pag. 7
<b>TITOLO II - PUBBLICITA' E PUBBLICHE AFFISSIONI</b>	Pag. 8
<b>CAPO I – IMPOSTA SULLA PUBBLICITA'</b>	Pag. 8
Art. 8 – Presupposto dell'imposta	Pag. 8
Art. 9 – Soggetto passivo	Pag. 8
Art. 10 – Modalità di applicazione dell'imposta	Pag. 8
Art. 11 – Tariffe	Pag. 9
Art. 12 – Pagamento dell'imposta	Pag. 9
Art. 13 – Pubblicità ordinaria	Pag. 10
Art. 14 – Pubblicità effettuata con i veicoli	Pag. 10
Art. 15 – Pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni	Pag. 11
Art. 16 – Pubblicità varia	Pag. 12
Art. 17 – Riduzione dell'imposta	Pag. 12
Art. 18 – Esenzioni dall'imposta	Pag. 13
Art. 19 – Dichiarazione d'imposta	Pag. 14
<b>CAPO II – PUBBLICHE AFFISSIONI</b>	Pag. 15
Art. 20 – Servizio delle pubbliche affissioni	Pag. 15
Art. 21 – Diritto sulle pubbliche affissioni	Pag. 15
Art. 22 – Riduzione del diritto	Pag. 16
Art. 23 – Esenzioni dal diritto	Pag. 16
Art. 24 – Modalità per le pubbliche affissioni	Pag. 17

<b>TITOLO III - DISCIPLINA DELLA PUBBLICITA'</b>	
• Modalità per l'impiego e l'esposizione dei mezzi pubblicitari nel territorio comunale	
• Determinazione e ripartizione delle quantità degli impianti e delle superfici da destinare alle pubbliche affissioni).	Pag. 18
<b>CAPO I - DISPOSIZIONI GENERALI</b>	Pag. 18
Art. 25 - Norma generale	Pag. 18
	Pag. 18
<b>CAPO II - PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI (PGI)</b>	Pag. 18
Art. 26 - Oggetto, criteri generali e finalità	Pag. 20
	Pag. 20
<b>CAPO III - MODALITA' DI EFFETTUAZIONE DELLA PUBBLICITA'</b>	Pag. 20
<b>§ 1. Pubblicità esterna</b>	Pag. 20
Art. 27 - Dimensione dei cartelli pubblicitari	Pag. 21
Art. 28 - Caratteristiche dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari	Pag. 22
Art. 29 - Caratteristiche dei cartelli e dei mezzi pubblicitari luminosi	Pag. 22
Art. 30 - Ubicazione lungo le strade e le fasce di pertinenza	Pag. 25
Art. 31 - Ubicazione dei mezzi pubblicitari nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio	Pag. 26
Art. 32 - Pubblicità nei locali adibiti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi	Pag. 26
Art. 33 - Bacheche	Pag. 27
Art. 34 - Pubblicità nelle edicole	Pag. 27
<b>§ 2. Impianti per le pubbliche affissioni</b>	Pag. 27
Art. 35 - Norme e criteri generali	Pag. 27
<b>CAPO IV - LIMITI E DIVIETI</b>	Pag. 27
Art. 36 - Limiti e divieti in genere	Pag. 27
Art. 37 - Pubblicità sulle tende, ombrelloni e simili	Pag. 29
Art. 38 - Pubblicità fonica	Pag. 29



<b>TITOLO IV – DISPOSIZIONI COMUNI</b>	Pag. 30
<b>CAPO I – DISPOSIZIONI AMMINISTRATIVE E TECNICHE-AMMINISTRATIVE</b>	Pag. 30
<b>§ 1. Autorizzazioni</b>	Pag. 30
Art. 39 – Disposizioni e criteri generali	Pag. 30
Art. 40 – Autorizzazioni relative alla pubblicità che non altera lo stato dei luoghi	Pag. 32
Art. 41 – Autorizzazioni relative alla pubblicità che altera lo stato dei luoghi	Pag. 33
Art. 42 – Autorizzazioni relative alla installazione di striscioni, manifesti, stendardi e simili relativi a spettacoli o manifestazioni di pubblico interesse	Pag. 35
Art. 43 – Autorizzazione per la pubblicità relativa ad iniziative immobiliari	Pag. 35
Art. 44 – Autorizzazioni relative alla pubblicità da effettuare nelle palestre, centri sportivi e simili, con l'utilizzo di apparecchi amplificatori, e simili e veicoli	Pag. 36
Art. 45 – Diritti ed oneri per la concessione di autorizzazioni all'installazione di mezzi pubblicitari	Pag. 36
<b>CAPO II – VIGILANZA E SANZIONI</b>	Pag. 37
Art. 46 – Vigilanza	Pag. 37
Art. 47 – Sanzioni tributarie ed interessi	Pag. 38
Art. 48 – Sanzioni amministrative	Pag. 40
Art. 49 – Rettifica ed accertamento d'ufficio	Pag. 42
<b>CAPO III – INTERVENTI A CARATTERE AMMINISTRATIVO</b>	Pag. 42
Art. 50 – Rimozione dei mezzi pubblicitari	Pag. 42
<b>CAPO IV – DISPOSIZIONI COMPLEMENTARI</b>	Pag. 43
Art. 51 – Targhette di identificazione	Pag. 43
Art. 52 – Manutenzione dei mezzi pubblicitari	Pag. 44
Art. 53 – Responsabilità	Pag. 44
<b>CAPO V – GESTIONE TECNICA-AMMINISTRATIVA</b>	Pag. 44
Art. 54 – Archiviazione e tempi di esecuzione delle installazioni	Pag. 44
Art. 55 – Catasto dei mezzi pubblicitari e registro delle autorizzazioni	Pag. 45

<b>TITOLO V – DISPOSIZIONI PARTICOLARI</b>	Pag. 46
<b>CAPO I – SEGNALETICA DIREZIONALE E SEGNALI CHE FORNISCONO INDICAZIONI DI SERVIZI UTILI</b>	Pag. 46
Art. 56 – Disposizioni generali e modalità di impiego	Pag. 46
<b>CAPO II – MEZZI PUBBLICITARI DA INSTALLARE NELLE ZONE COMMERCIALI, INDUSTRIALI E/O ARTIGIANALI</b>	Pag. 47
Art. 57 – Criteri generali e ambito di applicazione	Pag. 47
Art. 58 – Disposizioni varie	Pag. 48
<b>TITOLO VI – NORME TRANSITORIE, FINALI E ABROGAZIONI</b>	Pag. 49
Art. 59 – Esecuzione ed attuazione della Direttiva Ministero dei lavori pubblici 17 marzo 1998, n. 1381 (G.U. 8 aprile 1998, n. 82) relativa al controllo della pubblicità abusiva	Pag. 49
Art. 60 – Norme transitorie	Pag. 49
Art. 61 – Norme finali e abrogazioni	Pag. 50



## DISCIPLINA DELL'IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITA', DEL SERVIZIO E DEL DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI.

### DISCIPLINA DELLA PUBBLICITA'

Modalità per l'impiego e l'esposizione dei mezzi pubblicitari nel territorio comunale a norma del "Nuovo codice della strada"

Determinazione delle quantità degli impianti e ripartizione delle superfici da destinare alle pubbliche affissioni)

**ESECUZIONE ED ATTUAZIONE DELLA DIRETTIVA MINISTERO DEI LAVORI PUBBLICI 17 MARZO 1998, N. 1381 (G.U. 8 APRILE 1998, N. 82), RELATIVA AL CONTROLLO DELLA PUBBLICITA' ABUSIVA.**

### (Premessa)

Il presente Regolamento, in conformità alle disposizioni di cui *all'articolo 3 del Decreto Legislativo 15 novembre 1993 n. 507* e successive modificazioni e integrazioni, disciplina l'imposta comunale sulla pubblicità, il servizio e il diritto sulle pubbliche affissioni.

Lo stesso decreto fa obbligo di adozione del *"Piano Generale degli Impianti"* in mancanza del quale il Comune non può dare corso alle istanze per l'installazione di nuovi impianti pubblicitari.

L'importanza di tale Piano, parte integrante e fondamentale del Regolamento, e la rilevanza funzionale che la pubblicità assume nell'ambito della scena urbana poiché non solo destinata alla propaganda di prodotti e servizi ma comprensiva degli impianti per il segnalamento direzionale delle attività, impongono una peculiare pianificazione e armonizzazione delle norme di Legge vigenti.

Fonte normativa primaria è contenuta nelle disposizioni del *"Nuovo Codice della strada"* ed in particolare nel D.P.R. 16 settembre 1996, n. 610, *"Regolamento recante modifiche al decreto del Presidente della Repubblica 16 dicembre 1992, n. 495, concernente il regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo Codice della strada"*, il quale lascia agli enti proprietari di strade, negli ambiti specifici, all'interno dei centri abitati, la possibilità di adottare proprie regolamentazioni.

Il presente Regolamento dà inoltre l'opportunità di adeguarsi alle disposizioni del *"Nuovo Codice della strada"* per quanto concerne la gestione tecnica, amministrativa e tecnico-amministrativa dei mezzi pubblicitari nonché di provvedere all'adeguamento e riorganizzazione di quelli esistenti a norma delle Direttive del Ministero dei lavori pubblici.

La struttura del Regolamento è composta di sei Titoli così definiti:

<b>TITOLO I</b>	DISPOSIZIONI GENERALI
<b>TITOLO II</b>	PUBBLICITA' E PUBBLICHE AFFISSIONI
<b>TITOLO III</b>	DISCIPLINA DELLA PUBBLICITA'
<b>TITOLO IV</b>	DISPOSIZIONI COMUNI
<b>TITOLO V</b>	DISPOSIZIONI PARTICOLARI
<b>TITOLO VI</b>	NORME TRANSITORIE, FINALI E ABROGAZIONI

## TITOLO I

### DISPOSIZIONI GENERALI

#### § 1. Definizioni, tipologie e classificazioni di carattere generale

#### ARTICOLO 1

*(Tipologie e forme pubblicitarie – Pubblicità varia)*

1. I mezzi pubblicitari, come definiti al successivo *articolo 2*, possono avere differenti caratteristiche tali da aumentare o affinare l'impatto propagandistico di beni, prodotti, attività o servizi; si definisce quindi:

**a) acustico**, con unicità o pluralità di messaggi, il mezzo pubblicitario che affida la propria efficacia alla percezione sonora;

**b) visivo**, con unicità o pluralità di messaggi, il mezzo pubblicitario che affida la propria efficacia alla percezione visiva;

**c) monofacciale**, il mezzo che contiene il messaggio pubblicitario su una unica superficie;

**d) bifacciale**, il mezzo che contiene su due distinte facce contrapposte il messaggio pubblicitario, di eguali o differenti contenuti e la cui percezione non sia contemporanea;

**e) polifacciale**, il mezzo in cui il messaggio è distribuito su più facce allo scopo di aumentarne l'efficacia;

**f) non luminoso**, il mezzo pubblicitario privo di illuminazione;

**g) luminoso per luce propria**, il mezzo che contiene al suo interno il dispositivo di illuminazione;

**h) luminoso per luce indiretta**, il mezzo nel quale il dispositivo di illuminazione è posizionato esternamente e fa convergere su di esso uno o più fasci di luce;

**i) a messaggio variabile**, il mezzo nel quale un apposito congegno elettronico o meccanico si occupa di far variare il messaggio pubblicitario in un intervallo di tempo determinato;

2. Si definisce "**impianto pubblicitario**" l'insieme formato da un mezzo pubblicitario e la sua struttura di sostegno o supporto.

3. Sono considerati *Impianti per le Pubbliche Affissioni* la particolare fattispecie di cui al *comma 7*, descritta all'*articolo 20* del presente Regolamento, destinata alla affissione, anche diretta, di manifesti conformi alle caratteristiche e con le modalità di cui all'*articolo 35*.

4. Si definisce "**pubblicità varia**", la diffusione di messaggi effettuati con i seguenti mezzi e modalità:

**a) striscioni**, come definiti all'*articolo 2 comma 5* o **mezzi similari**, in qualsiasi posizione installati;



- b) **aeromobili**, mediante scritte, striscioni, disegni fumogeni, lancio di oggetti o manifestini effettuati anche su specchi d'acqua all'interno del territorio comunale;
- c) **palloncini frenati e simili** comunque ancorati al suolo;
- d) **distribuzione, anche con veicoli**, di manifestini o altro materiale pubblicitario, oppure mediante persone circolanti con cartelli o altri mezzi pubblicitari.
- e) **apparecchi amplificatori e simili**.

5. Con il termine **"pubblicità esterna"** si intendono tutti i mezzi pubblicitari e le forme pubblicitarie definite rispettivamente nell'articolo 2 e nel presente articolo, con esclusione degli impianti destinati alle pubbliche affissioni.

6. Si definiscono **"segnaletica direzionale"** i segnali, cartelli o frecce, utilizzati per indicare l'ubicazione della sede di attività e servizi, e quelli che forniscono indicazioni di servizi utili, realizzati ed utilizzati in conformità alle disposizioni di cui agli articoli 134 e 136 del DPR n. 495/1992, "Regolamento di esecuzione e di attuazione del Nuovo Codice della strada" come modificato dall'articolo 83 del DPR n. 610/1996.

Poiché in alcune tipologie di questi segnali è consentito l'utilizzo di grafica propria (es. i logotipi delle ditte) la **segnaletica direzionale** rappresenta una particolare fattispecie poiché ibrida tra segnale di indicazione e mezzo pubblicitario.

Con riferimento a questa specifica categoria di segnali, il presente Regolamento recepisce le disposizioni di Legge superiori e determina le modalità per l'ottenimento dell'autorizzazione alla loro installazione nonché le disposizioni tecniche relative al loro impiego sul territorio comunale. Tali disposizioni sono descritte all'articolo 56 del presente Regolamento.

7. Si intende con il termine **"impianto per le pubbliche affissioni"**, qualsiasi struttura, manufatto, sostegno, supporto o spazio destinato, dal presente Regolamento e dal "Piano Generale degli Impianti" all'apposizione delle pubbliche affissioni.

## ARTICOLO 2

*(Definizione dei mezzi pubblicitari)*

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

2. Si definisce **"preinsegna"** la 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, supportato 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 sede stessa e comunque nel raggio di 5 km. Non può essere luminosa, nè per luce propria, nè per luce indiretta.

3. Si definisce **"sorgente luminosa"** qualsiasi corpo illuminante o insieme di corpi illuminanti che, diffondendo luce in modo puntiforme o lineare o planare, illumina aree, fabbricati, monumenti, manufatti di qualsiasi natura ed emergenze naturali.

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

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

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

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

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

9. Nei successivi articoli le preinsegne, gli striscioni, le locandine, gli stendardi, i segni orizzontali reclamistici, gli impianti pubblicitari di servizio e gli impianti di pubblicità o propaganda sono indicati per brevità, con il termine **"altri mezzi pubblicitari"**.

10. Le definizioni riportate nei commi precedenti sono valide per l'applicazione dei successivi articoli relativi alla pubblicità, nei suoi riflessi sulla sicurezza stradale.



## **§ 2. Impostazioni e criteri generali**

### **ARTICOLO 3**

*(Oggetto del Regolamento)*

1. Il presente Regolamento disciplina:

- a) L'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e l'effettuazione del servizio delle pubbliche affissioni, a norma degli *articoli da 1 a 24, 35, 36 e 37 del D.L.gs. 15 Novembre 1993, n. 507 e successive modificazioni ed integrazioni, dell'articolo 53 del D.Lgs. n. 446/1997, dell'articolo 13 - D.Lgs. n. 471/1997, del D.Lgs. n. 472/1997 e successive modificazioni e dell'articolo 12 - D.Lgs. n. 473/1997;*
- b) l'applicazione e l'attuazione delle disposizioni contenute nel *D.L.gs. 30 Aprile 1992, n. 285 (Nuovo codice della strada), nel relativo Regolamento di esecuzione (D.P.R. 16 Dicembre 1992, n. 495) e successive modificazioni e integrazioni;*
- c) l'impiego e l'esposizione dei mezzi pubblicitari nel territorio comunale in conformità alle norme vigenti;
- d) l'utilizzo e l'installazione dei sistemi di segnalamento direzionale (cartelli, frecce, ecc..) di attività e servizi, a norma del *"Nuovo codice della strada"*.

2. Il presente Regolamento provvede inoltre alla esecuzione ed attuazione della *Direttiva Ministero dei lavori pubblici 17 Marzo 1998, n. 1381 (G.U. 8 aprile 1998, n. 82)*, relativa al controllo della pubblicità abusiva.

### **ARTICOLO 4**

*(Ambito e limiti territoriali di applicazione della disciplina)*

1. I confini e quindi i limiti territoriali di applicazione della presente disciplina sono evidenziati nella cartografia allegata *alla deliberazione di "delimitazione del centro abitato" n. 481*, approvata dalla Giunta Comunale in data *09/12/93* e seguenti modificazioni e integrazioni.

Tale delimitazione evidenzia gli ambiti di competenza del Comune di Lavagno ed i limiti entro i quali vengono applicate le diverse disposizioni relative alle modalità di impiego ed esposizione della pubblicità.

2. L'applicazione, alla pubblicità, delle norme contenute nel presente Regolamento deve essere effettuata in conformità alle diverse situazioni di competenza territoriale che possono verificarsi; si distingue in particolare:

- a) zone esterne ai centri abitati;**
- b) zone interne ai centri abitati;**

Per tali zone, sull'intero territorio comunale, il presente Regolamento determina ed impone regole e norme da applicare nell'impiego della pubblicità, negli ambiti consentiti dalla Legge; inoltre recepisce ed attua le disposizioni contenute nel "Nuovo codice della strada" e relativo "Regolamento di esecuzione e di attuazione" (soprattutto per le zone esterne ai centri abitati).

3. La pubblicità e le pubbliche affissioni devono essere effettuate, nel territorio del Comune di Lavagno, con le modalità ed in conformità alle disposizioni contenute nel presente Regolamento; esse sono inoltre soggette rispettivamente ad una imposta ovvero ad un diritto a favore del Comune, secondo le disposizioni del D.Lgs. 507/1993 applicate ed attuate con il presente Regolamento.

4. Alle presenti norme, contenute nei specifici articoli, è soggetta la segnaletica direzionale di attività e servizi, di cui all'articolo 1, comma 6 del presente Regolamento.

## **ARTICOLO 5**

### *(Zonizzazione del territorio)*

1. Per la corretta applicazione delle norme contenute nel presente Regolamento nonché ai fini del rispetto della scena urbana e del suo arredo, il territorio comunale viene suddiviso nelle zone omogenee sotto descritte e meglio identificate nella *cartografia del PRG vigente*:

- a) **ZONA "A"**: centri abitati di S. Pietro, Vago e S. Briccio;
- b) **ZONA "B"**: aree ed edifici soggetti a vincolo monumentale ai sensi della Legge 1089/39;
- b) **ZONA "C"**: zone o piccole localizzazioni industriali e/o artigianali;
- c) **ZONA "D"**: rimanente parte del territorio comunale

2. Le zone di cui al precedente comma possono ricadere, in tutto o in parte, nelle aree di delimitazione del centro abitato o in quelle soggette a vincoli di tutela ambientale e/o paesaggistica ai sensi delle Leggi 1497/39 e 431/85.

3. L'applicazione delle disposizioni contenute nel presente Regolamento deve essere effettuata con specifico riferimento alle zone di cui al comma 1, in conformità a quelle relative alle aree di cui al comma 2.

4. Nel Piano Generale degli Impianti e nei Piani di Dettaglio di cui all'articolo 26 è data facoltà, con le modalità negli stessi descritte, di delimitare, all'interno delle zone di cui al comma 1, altre zone, omogenee per caratteristiche tecniche, strutturali, ambientali o urbanistiche, con lo scopo di assoggettarle ad ulteriori o particolari disposizioni.

5. Qualora zone del territorio comunale dovessero cambiare destinazione urbanistica potranno essere inserite, ai fini dell'applicazione delle norme di cui al presente Regolamento,



nella Zona omogenea dalle caratteristiche tecniche, ambientali, d'uso e architettoniche più somiglienti, con semplice provvedimento della Giunta Municipale.

## **ARTICOLO 6**

*(Classificazione del Comune)*

1. Ai sensi dell'articolo 2 del D.Lgs. n. 507/1993 il Comune di Lavagno viene classificato nella **CLASSE V**, avendo una popolazione residente al 31 Dicembre 1994 di **5148 abitanti**. Si applicano, in tutto il territorio comunale, le disposizioni impositive relative a detta classe.

## **ARTICOLO 7**

*(Funzionario responsabile e forma di gestione del servizio)*

1. La funzione ed i poteri per l'esercizio di ogni attività organizzativa e gestionale dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, nonché i poteri di sottoscrivere anche le richieste, gli avvisi, i provvedimenti relativi e quelli di disporre rimborsi, sono attribuiti al Funzionario responsabile all'uopo designato dal responsabile dell'area finanziaria.
2. La gestione e riscossione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, può essere affidato in concessione, trasferendo le attribuzioni di cui al comma 1° in capo al concessionario;
3. Il concessionario subentra in tutti i diritti e obblighi inerenti la gestione del servizio ed è tenuto a provvedere a tutte le spese, comprese quelle del personale impiegato. In ogni caso è fatto divieto al concessionario di emettere atti o effettuare riscossioni successivamente alla scadenza della concessione.

## **TITOLO II PUBBLICITA' E PUBBLICHE AFFISSIONI**

### **CAPO I IMPOSTA SULLA PUBBLICITA'**

#### **ARTICOLO 8**

*(Presupposto dell'imposta)*

1. Costituiscono presupposto dell'imposta la diffusione di messaggi pubblicitari effettuata attraverso forme di comunicazione visive o acustiche, diverse da quelle assoggettate al diritto sulle pubbliche affissioni, in luoghi pubblici o aperti al pubblico o che sia da tali luoghi percepibile.
2. Ai fini dell'imposizione si considerano rilevanti i messaggi diffusi nell'esercizio di una attività economica allo scopo di promuovere la domanda di beni o servizi, ovvero finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato.

#### **ARTICOLO 9**

*(Soggetto passivo)*

1. Soggetto passivo dell'imposta sulla pubblicità, tenuto al pagamento in via principale, è colui che dispone a qualsiasi titolo del mezzo attraverso il quale il messaggio pubblicitario viene diffuso.
2. E' solidalmente obbligato al pagamento dell'imposta colui che produce o vende la merce o fornisce i servizi oggetto della pubblicità.

#### **ARTICOLO 10**

*(Modalità di applicazione dell'imposta)*

1. L'imposta sulla pubblicità si determina in base alla superficie della minima figura piana geometrica in cui è circoscritto il mezzo pubblicitario indipendentemente dal numero dei messaggi in esso contenuti.
2. Le superfici inferiori ad un metro quadrato si arrotondano per eccesso al metro quadrato e le frazioni di esso, oltre il primo, a mezzo metro quadrato; non si fa luogo ad applicazione di imposta per superfici inferiori a trecento centimetri quadrati.
3. Per i mezzi pubblicitari polifacciali l'imposta è calcolata in base alla superficie complessiva adibita alla pubblicità.



4. Per i mezzi pubblicitari aventi dimensioni volumetriche l'imposta è calcolata in base alla superficie complessiva risultante dallo sviluppo del minimo solido geometrico in cui può essere circoscritto il mezzo stesso.
5. I festoni di bandierine e simili nonché i mezzi di identico contenuto, ovvero riferibili al medesimo soggetto passivo, collocati in connessione tra loro si considerano, agli effetti del calcolo della superficie imponibile, come un unico mezzo pubblicitario.
6. Le maggiorazioni di imposta a qualunque titolo previste sono cumulabili e devono essere applicate alla tariffa base; le riduzioni non sono cumulabili.
7. Qualora la pubblicità di cui agli *articoli 13 e 14* venga effettuata in forma luminosa o illuminata la relativa tariffa di imposta è maggiorata del 100 per cento.

## **ARTICOLO 11**

### *(Tariffe)*

1. Le tariffe dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni **sono deliberate entro il 31 ottobre di ogni anno ed entrano in vigore il primo gennaio dell'anno successivo** a quello in cui la deliberazione è divenuta esecutiva a norma di legge e, qualora non modificate entro il suddetto termine, si intendono prorogate di anno in anno.
2. Le tariffe in vigore nonché gli oneri relativi all'ottenimento delle autorizzazioni all'installazione di mezzi pubblicitari sono descritte **nell'Allegato 1** al presente Regolamento.

## **ARTICOLO 12**

### *(Pagamento dell'imposta)*

1. L'imposta è dovuta per le fattispecie previste dagli *articoli 13, commi 1 e 3, 14 e 15, commi 1 e 3*, per anno solare di riferimento cui corrisponde una autonoma obbligazione tributaria; per le altre fattispecie il periodo di imposta è quello specificato nelle relative disposizioni.
2. Il pagamento dell'imposta deve essere effettuato mediante versamento a mezzo di conto corrente postale intestato al comune ovvero, in caso di affidamento in concessione, al suo concessionario, con arrotondamento a mille lire per difetto se la frazione non è superiore a lire cinquecento o per eccesso se è superiore. L'attestazione dell'avvenuto pagamento deve essere allegata alla prescritta dichiarazione. Con decreto del Ministro delle finanze, di concerto con il Ministro delle poste e telecomunicazioni, sono determinate le caratteristiche del modello di versamento.
3. Il Comune, per particolari esigenze organizzative, può consentire il pagamento diretto del diritto relativo ad affissioni non aventi carattere commerciale.

4. Per la pubblicità relativa a periodi inferiori all'anno solare d'imposta deve essere corrisposta in unica soluzione; per la pubblicità annuale l'imposta può essere corrisposta in rate trimestrali anticipate qualora sia di importo superiore a lire tre milioni.

5. La riscossione coattiva dell'imposta si effettua secondo le disposizioni del *decreto del Presidente della Repubblica 28 gennaio 1988, n. 43 e successive modificazioni*: il relativo ruolo deve essere formato e reso esecutivo entro il 31 dicembre del secondo anno successivo a quello in cui l'avviso di accertamento o di rettifica è stato notificato ovvero, in caso di sospensione della riscossione, entro il 31 dicembre all'anno successivo a quello di scadenza del periodo di sospensione. *Si applica l'art. 2752, comma 4, del codice civile.*

6. Entro il termine di due anni decorrente dal giorno in cui è stato effettuato il pagamento, ovvero da quello in cui è stato definitivamente accertato il diritto al rimborso, il contribuente può chiedere la restituzione di somme versate e non dovute mediante apposita istanza. Il comune è tenuto a provvedere nel termine di novanta giorni.

7. Qualora la pubblicità sia effettuata su impianti installati su beni appartenenti o dati in godimento al comune, l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità non esclude quella della tassa per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche, nonché il pagamento di canoni di locazione o di concessione.

### **ARTICOLO 13**

*(Pubblicità ordinaria)*

1. Per la pubblicità effettuata mediante insegne di esercizio, cartelli, locandine, targhe, standardi o qualsiasi altro mezzo non previsto dai successivi articoli, la tariffa dell'imposta per ogni metro quadrato di superficie e per anno solare è indicata **nell'Allegato 1, Punto 1.**

2. Per le fattispecie pubblicitarie di cui al *comma 1* che abbiano durata non superiore a tre mesi si applica per ogni mese o frazione una tariffa pari ad un decimo di quella ivi prevista.

3. Per la pubblicità effettuata mediante affissioni dirette, anche per conto altrui, di manifesti e simili su apposite strutture adibite alla esposizione di tali mezzi si applica l'imposta in base alla superficie complessiva degli impianti nella misura e con le modalità previste dal comma 1.

4. Per la pubblicità di cui ai commi precedenti che abbia superficie compresa tra *metri quadrati 5,5 e 8,5* la tariffa dell'imposta è *maggiorata del 50 per cento*; per quella di superficie superiore a *metri quadrati 8,5* la *maggiorazione è del 100 per cento.*

### **ARTICOLO 14**

*(Pubblicità effettuata con i veicoli)*

1. Per la pubblicità visiva effettuata per conto proprio o altrui all'interno e all'esterno di veicoli in genere, di vetture autofilotranviarie, di uso pubblico o



privato, è dovuta l'imposta sulla pubblicità in base alla superficie complessiva dei mezzi pubblicitari installati su ciascun veicolo nella misura e con le modalità previste *dall'articolo 13, comma 1*; per la pubblicità effettuata all'esterno dei veicoli suddetti sono dovute le maggiorazioni di cui *all'articolo 13, comma 4*.

2. Per i veicoli adibiti ad uso pubblico l'imposta è dovuta al comune che ha rilasciato la licenza di esercizio; per i veicoli adibiti a servizi di linea interurbana l'imposta è dovuta nella misura della metà a ciascuno dei comuni in cui ha inizio e fine la corsa; per i veicoli adibiti ad uso privato l'imposta è dovuta al comune in cui il proprietario del veicolo ha la residenza anagrafica o la sede.

3. Per la pubblicità effettuata per conto proprio su veicoli di proprietà dell'impresa o adibiti ai trasporti per suo conto, l'imposta è dovuta per anno solare al comune ove ha sede l'impresa stessa o qualsiasi altra sua dipendenza, ovvero al comune ove sono domiciliati i suoi agenti o mandatari che alla data del primo gennaio di ciascun anno, o a quella successiva di immatricolazione, hanno in dotazione detti veicoli, secondo le tariffe indicate **nell'Allegato 1, Punto 2**.

Per i veicoli circolanti con rimorchio la tariffa di cui al presente comma è raddoppiata.

4. Per i veicoli di cui al *comma 3* non è dovuta l'imposta per l'indicazione del marchio, della ragione sociale e dell'indirizzo dell'impresa, purché sia apposta non più di due volte e ciascuna iscrizione non sia di superficie superiore a mezzo metro quadrato.

5. E' fatto obbligo di conservare l'attestazione dell'avvenuto pagamento dell'imposta e di esibirla a richiesta degli agenti autorizzati.

## **ARTICOLO 15**

*(Pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni)*

1. Per la pubblicità effettuata per conto altrui con insegne, pannelli o altre analoghe strutture caratterizzate dall'impiego di diodi luminosi, lampadine e simili mediante controllo elettronico, elettromeccanico o comunque programmato in modo da garantire la variabilità del messaggio o la sua visione in forma intermittente, lampeggiante o simile, si applica l'imposta indipendentemente dal numero dei messaggi, per metro quadrato di superficie e per anno solare in base alla tariffa indicata **nell'Allegato 1, Punto 3, lettera a)**.

2. Per la pubblicità di cui al *comma 1* di durata non superiore a tre mesi si applica, per ogni mese o frazione, una tariffa pari a un decimo di quella ivi prevista.

3. Per la pubblicità prevista dai *commi 1 e 2* effettuata per conto proprio dall'impresa si applica l'imposta in misura pari alla metà delle rispettive tariffe.

4. Per la pubblicità realizzata in luoghi pubblici o aperti al pubblico attraverso diapositive, proiezioni luminose o cinematografiche effettuate su schermi o pareti riflettenti, si applica l'imposta per ogni giorno, indipendentemente dal numero dei messaggi e dalla superficie adibita alla proiezione, in base alla tariffa indicata **nell'Allegato 1, Punto 3, lettera b)**.

5. Qualora la pubblicità di cui al *comma 4* abbia durata superiore a trenta giorni, dopo tale periodo si applica una tariffa giornaliera pari alla metà di quella ivi prevista.

## **ARTICOLO 16**

*(Pubblicità varia)*

1. Per la pubblicità effettuata con striscioni o altri mezzi simili, che attraversano strade o piazze la tariffa dell'imposta, per ciascun metro quadrato e per ogni periodo di esposizione di quindici giorni o frazione, è pari a quella prevista *dall'articolo 13, comma 1*.

2. Per la pubblicità effettuata da aeromobili mediante scritte, striscioni, disegni fumogeni, lancio di oggetti o manifestini, ivi compresa quella eseguita su specchi d'acqua e fasce marittime limitrofi al territorio comunale, per ogni giorno o frazione, indipendentemente dai soggetti pubblicizzati, è dovuta l'imposta a ciascun comune sul cui territorio la pubblicità stessa viene eseguita, nella misura indicata **nell'Allegato 1, Punto 4, lettera a)**.

3. Per la pubblicità eseguita con palloni frenati e simili, si applica l'imposta in base alla tariffa pari alla metà di quella prevista dal *comma 2*.

4. Per la pubblicità effettuata mediante distribuzione, anche con veicoli, di manifestini o di altro materiale pubblicitario, oppure mediante persone circolanti con cartelli o altri mezzi pubblicitari, è dovuta l'imposta per ciascuna persona impiegata nella distribuzione od effettuazione e per ogni giorno o frazione, indipendentemente dalla misura dei mezzi pubblicitari o dalla quantità di materiale distribuito, in base alla tariffa indicata **nell'Allegato 1, Punto 4, lettera b)**.

5. Per la pubblicità effettuata a mezzo di apparecchi amplificatori e simili, la tariffa dell'imposta dovuta per ciascun punto di pubblicità e per ciascun giorno o frazione è indicata **nell'Allegato 1, Punto 4, lettera c)**.

## **ARTICOLO 17**

*(Riduzione dell'imposta)*

1. La tariffa dell'imposta è ridotta alla metà:

a) per la pubblicità effettuata da comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non abbia scopo di lucro;

b) per la pubblicità relativa a manifestazioni politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate, con il patrocinio o la partecipazione degli enti pubblici territoriali;

c) per la pubblicità relativa a festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti e di beneficenza.



## **ARTICOLO 18**

### *(Esenzioni dell'imposta)*

#### **1. Sono esenti dall'imposta:**

- a)** la pubblicità realizzata all'interno dei locali adibiti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi quando si riferisca all'attività negli stessi esercitata, nonché i mezzi pubblicitari, ad eccezione delle insegne di esercizio, esposti nelle vetrine e sulle pareti di ingresso dei locali medesimi purché siano attinenti all'attività in essi esercitata e non superino, nel loro insieme, la superficie complessiva di mezzo metro quadrato per ciascuna vetrina o ingresso;
- b)** gli avvisi al pubblico esposti nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei locali, o in mancanza nelle immediate adiacenze del punto di vendita, relativi all'attività svolta, nonché quelli riguardanti la localizzazione e l'utilizzazione dei servizi di pubblica utilità, che non superino la superficie di mezzo metro quadrato e quelli riguardanti la locazione o la compravendita degli immobili sui quali sono affissi, di superficie non superiore ad un quarto di metro quadrato;
- c)** la pubblicità comunque effettuata all'interno, sulle facciate esterne o sulle recinzioni dei locali di pubblico spettacolo qualora si riferisca alle rappresentazioni in programmazione;
- d)** la pubblicità, escluse le insegne di esercizio, relativa ai giornali ed alle pubblicazioni periodiche, se esposta sulle sole facciate esterne delle edicole o nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei negozi ove si effettua la vendita;
- e)** La pubblicità esposta all'interno delle stazioni dei servizi di trasporto pubblico di ogni genere inerente l'attività esercitata dall'impresa di trasporto, nonché le tabelle esposte all'esterno delle stazioni stesse o lungo l'itinerario di viaggio, per la parte in cui contengano informazioni relative alle modalità di effettuazione del servizio;
- f)** la pubblicità comunque effettuata in via esclusiva dallo Stato e dagli enti pubblici territoriali;
- g)** le insegne di esercizio, le targhe e simili apposte per l'individuazione delle sedi di comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non persegua scopo di lucro;
- h)** le insegne di esercizio, le targhe e simili la cui esposizione sia obbligatoria per disposizione di legge o di regolamento sempre che le dimensioni del mezzo usato, qualora non espressamente stabilite, non superino il mezzo metro quadrato di superficie.
- i)** i segnali turistici e di territorio e quelli che forniscono indicazioni di servizi utili, illustrati dall'articolo 136 del Regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo codice della strada, tra i quali sono compresi, oltre a quello di campeggio, il segnale di telefono,

*rifornimento di carburante, ostello per la gioventù, Motel, Bar, Ristorante, taxi, fermate autobus, ecc..., purchè le caratteristiche, le modalità e il luogo di installazione degli stessi siano conformi alle norme contenute nel "Nuovo Codice della Strada" e nel relativo "Regolamento di esecuzione e di attuazione".*

Le disposizioni relative all'impiego di tali segnali sono descritte *all'articolo 55* del presente Regolamento.

## **ARTICOLO 19**

*(Dichiarazione d'imposta)*

1. Il soggetto passivo di cui *all'articolo 9* è tenuto, prima di iniziare la pubblicità, a presentare al comune apposita dichiarazione (**Modello "E" – Allegato 3** al presente Regolamento) anche cumulativa, nella quale devono essere indicate le caratteristiche, la durata della pubblicità e l'ubicazione dei mezzi pubblicitari utilizzati.

Alla dichiarazione deve essere allegata copia dell'attestazione di avvenuto pagamento dell'imposta.

2. La dichiarazione deve essere presentata anche nei casi di variazione della pubblicità, che comportino la modificazione della superficie esposta o del tipo di pubblicità effettuata, con conseguente nuova imposizione; è fatto obbligo al comune di procedere al conguaglio fra l'importo dovuto in seguito alla nuova dichiarazione e quello pagato per lo stesso periodo.

3. La dichiarazione d'imposta è obbligatoria anche per i mezzi pubblicitari di cui *all'articolo 39, comma 4, lettera b)*; in tal caso essa ha effetto anche per gli anni successivi, fino alla scadenza dell'autorizzazione, purchè non si verifichino modificazioni degli elementi dichiarati cui consegua un diverso ammontare dell'imposta dovuta.

Con il pagamento della relativa imposta effettuato entro il 31 gennaio dell'anno di riferimento, la pubblicità si ritiene prorogata, sempre che non venga presentata denuncia di cessazione entro il medesimo termine.

4. Qualora venga omessa la presentazione della dichiarazione, la pubblicità di cui agli *articoli 13, 14 e 15, commi 1, 2 e 3*, si presume effettuata in ogni caso con decorrenza dal primo gennaio dell'anno in cui è stata accertata; per le altre fattispecie la presunzione opera dal primo giorno del mese in cui è stato effettuato l'accertamento.



## CAPO II PUBBLICHE AFFISSIONI

### ARTICOLO 20

*(Servizio delle pubbliche affissioni)*

1. Il servizio delle pubbliche affissioni è inteso a garantire specificatamente l'affissione, a cura del comune, in appositi impianti a ciò destinati, di manifesti di qualunque materiale costituiti, contenenti comunicazioni aventi finalità istituzionali, sociali o comunque prive di rilevanza economica e, nella misura stabilita nel *PGI*, di messaggi diffusi nell'esercizio di attività economiche.
2. Il servizio è obbligatoriamente istituito in conformità alle disposizioni di cui *all'articolo 18 del D.Lgs. 507/1993*, poiché il Comune ha una popolazione residente superiore a tremila abitanti.
3. La superficie degli impianti da adibire alle pubbliche affissioni è stabilita nel presente Regolamento in misura proporzionale al numero degli abitanti e comunque non inferiore a 12 metri quadrati per ogni mille abitanti.
4. Le quantità di impianti per le pubbliche affissioni, le caratteristiche e la loro dislocazione sul territorio comunale sono stabilite nel "*Piano Generale degli Impianti*", **Allegato 2, Parte B** del presente Regolamento.  
Le procedure e modalità relative alla gestione, integrazione e/o modificazione del "*Piano degli impianti per le pubbliche affissioni*", sono descritte *nell'articolo 26*.

### ARTICOLO 21

*(Diritto sulle pubbliche affissioni)*

1. Per l'effettuazione delle pubbliche affissioni è dovuto in solido, da chi richiede il servizio e da colui nell'interesse del quale il servizio stesso è richiesto, un diritto, comprensivo dell'imposta sulla pubblicità, a favore del comune che provvede alla loro esecuzione.
2. La misura del diritto sulle pubbliche affissioni per ciascun foglio di dimensione fino a cm 70 x 100 e per i periodi indicati è descritta **nell'Allegato 1, Punto 5**.
3. Per ogni commissione inferiore a cinquanta fogli il diritto di cui al *comma 2* è maggiorato del 50 per cento.
4. Per i manifesti costituiti da otto fino a dodici fogli *il diritto è maggiorato del 50 per cento*; per quelli costituiti da più di dodici fogli *è maggiorato del 100 per cento*.
5. Qualora il committente richieda espressamente che l'affissione venga eseguita in determinati spazi da lui prescelti, è dovuta una *maggiorazione del 100 per cento del diritto*.

**6.** Le disposizioni previste per l'imposta sulla pubblicità si applicano, per quanto compatibili, anche al diritto sulle pubbliche affissioni.

**7.** Il pagamento del diritto sulle pubbliche affissioni deve essere effettuato contestualmente alla richiesta del servizio secondo le modalità di cui *all'articolo 12*; per il recupero di somme comunque dovute a tale titolo e non corrisposte si osservano le disposizioni dello stesso articolo.

## **ARTICOLO 22**

### *(Riduzione del diritto)*

**1.** La tariffa per il servizio delle pubbliche affissioni è ridotta alla metà:

**a)** per i manifesti riguardanti in via esclusiva lo Stato e gli enti pubblici territoriali e che non rientrano nei casi per i quali è prevista l'esenzione ai sensi *dell'articolo 23*;

**b)** per i manifesti di comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non abbia scopo di lucro;

**c)** per i manifesti relativi ad attività politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate, con il patrocinio o la partecipazione degli enti pubblici territoriali;

**d)** per i manifesti relativi a festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti e di beneficenza;

**e)** per gli annunci mortuari.

## **ARTICOLO 23**

### *(Esenzioni dal diritto)*

**1.** Sono esenti dal diritto sulle pubbliche affissioni:

**a)** i manifesti riguardanti le attività istituzionali del comune da esso svolte in via esclusiva, esposti nell'ambito del proprio territorio;

**b)** i manifesti delle autorità militari relativi alle iscrizioni nelle liste di leva, alla chiamata ed ai richiami alle armi;

**c)** i manifesti dello Stato, delle regioni e delle province in materia di tributi;

**d)** i manifesti delle autorità di polizia in materia di pubblica sicurezza;

**e)** i manifesti relativi ad adempimenti di legge in materia di referendum, elezioni politiche, per il parlamento europeo, regionali, amministrative;



- f) ogni altro manifesto la cui affissione sia obbligatoria per legge;
- g) i manifesti concernenti corsi scolastici e professionali gratuiti regolarmente autorizzati.

## **ARTICOLO 24**

*(Modalità per le pubbliche affissioni)*

1. Le pubbliche affissioni devono essere effettuate secondo l'ordine di precedenza risultante dal ricevimento della commissione, che deve essere annotata in apposito registro cronologico.
2. La durata dell'affissione decorre dal giorno in cui è stata eseguita al completo; nello stesso giorno, su richiesta del committente, il comune deve mettere a sua disposizione l'elenco delle posizioni utilizzate con l'indicazione dei quantitativi affissi.
3. Il ritardo nell'effettuazione delle affissioni causato dalle avverse condizioni atmosferiche si considera caso di forza maggiore. In ogni caso, qualora il ritardo sia superiore a dieci giorni dalla data richiesta, il comune deve darne tempestiva comunicazione per iscritto al committente.
4. La mancanza di spazi disponibili deve essere comunicata al committente per iscritto entro dieci giorni dalla richiesta di affissione.
5. Nei casi di cui ai *commi 4 e 5* il committente può annullare la commissione senza alcun onere a suo carico ed il comune è tenuto al rimborso delle somme versate entro novanta giorni.
6. Il committente ha facoltà di annullare la richiesta di affissione prima che venga eseguita, con l'obbligo di corrispondere in ogni caso la metà del diritto dovuto.
7. Il responsabile del servizio ha l'obbligo di sostituire gratuitamente i manifesti strappati o comunque deteriorati e, qualora non disponga di altri esemplari dei manifesti da sostituire, deve darne tempestiva comunicazione al richiedente mantenendo, nel frattempo, a sua disposizione i relativi spazi.
8. Per le affissioni richieste per il giorno in cui è stato consegnato il materiale da affiggere od entro i due giorni successivi, se trattasi di affissioni di contenuto commerciale, ovvero per le ore notturne dalle 20 alle 7 o nei giorni festivi, è dovuta la maggiorazione del 10 per cento del diritto, con un minimo di L. 50.000 per ciascuna commissione; tale maggiorazione può con apposita previsione del capitolato d'onori di cui *all'articolo 28 del D.Lgs. 507/1993*, essere attribuita in tutto o in parte al concessionario del servizio.
9. Nell'Ufficio del servizio delle pubbliche affissioni devono essere esposti, per la pubblica consultazione, le tariffe del servizio, l'elenco degli spazi destinati alle pubbliche affissioni con l'indicazione delle categorie alle quali detti spazi appartengono ed il registro cronologico delle commissioni.

### TITOLO III

#### DISCIPLINA DELLA PUBBLICITA'

**(Modalità per l'impiego e l'esposizione dei mezzi pubblicitari nel territorio comunale - Determinazione e ripartizione delle quantità degli impianti e delle superfici da destinare alle pubbliche affissioni).**

#### CAPO I DISPOSIZIONI GENERALI

##### ARTICOLO 25

*(Norma generale)*

1. In conformità alle disposizioni di cui *all'articolo 23, comma 1 del D.Lgs. 285/1993, "Nuovo Codice della strada"*, lungo le strade o in vista di esse è vietato collocare insegne di esercizio, cartelli, manifesti, impianti di pubblicità o propaganda, segni orizzontali reclamistici, sorgenti luminose, visibili dai veicoli transitanti sulle strade, che per dimensioni, forma, colori, disegno e ubicazione possono ingenerare confusione con la segnaletica stradale, ovvero possono renderne difficile la comprensione o ridurne la visibilità o l'efficacia, ovvero arrecare disturbo visivo agli utenti della strada o distrarne l'attenzione con conseguente pericolo per la sicurezza della circolazione; in ogni caso, detti impianti non devono costituire ostacolo o, comunque, impedimento alla circolazione delle persone invalide.

Sono, altresì, vietati i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari rifrangenti, nonché le sorgenti e le pubblicità luminose che possono produrre abbagliamento.

Sulle isole di traffico delle intersezioni canalizzate è vietata la posa di qualunque installazione diversa dalla prescritta segnaletica.

#### CAPO II

#### PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI

##### ARTICOLO 26

*(Oggetto, criteri generali e finalità)*

1. Il *Piano Generale degli Impianti, in seguito denominato PGI*, regola le modalità di impiego e di esposizione dei mezzi pubblicitari, così come definiti *all'articolo 2 del presente Regolamento*, salvaguardando l'unitarietà di arredo e le caratteristiche delle scene urbane coinvolte, tenuto conto delle disposizioni contenute nel *"Nuovo Codice della strada"*, nel relativo *"Regolamento di esecuzione e di attuazione"* e *seguenti modificazioni e integrazioni*, delle esigenze di carattere sociale, della concentrazione demografica, economica e produttiva, delle esigenze di tutela ambientale e paesaggistica nonché delle esigenze della circolazione, del traffico e dei principi contenuti nei vigenti strumenti urbanistici.



Esso è parte integrante del presente Regolamento e rappresenta lo strumento con il quale quest'ultimo può essere agevolmente attuato ed integrato in conformità a reali esigenze di carattere tecnico-funzionale.

2. La pubblicità, effettuata nell'ambito del territorio comunale, viene distinta, ai fini delle disposizioni dettate dal Piano di cui al presente Capo in:

- **pubblicità esterna**, come definita all'articolo 1, comma 5;
- **impianti per le pubbliche affissioni**, come definiti all'articolo 1, comma 7.

3. Il PGI, ai fini di cui al comma 1, conformemente alle definizioni di cui agli articoli 1 e 2 del presente Regolamento e considerata la divisione indicata al comma 2, organizza i mezzi pubblicitari in gruppi omogenei, in relazione ai diversi ambiti normativi, e provvede a

a) determinare le caratteristiche (tipologie, colori, ecc...) e le quantità, anche per singole fattispecie, siano essi ubicati nelle proprietà pubbliche o private;

b) dettare le norme tecniche in merito alle distanze e dimensioni da rispettare nella loro installazione;

c) indicare, con riferimento alla zonizzazione di cui all'articolo 5, per le varie forme pubblicitarie o gruppi omogenei, gli ambiti di applicazione territoriale delle disposizioni contenute nel presente Regolamento;

d) organizzare la dislocazione degli impianti da adibire alle pubbliche affissioni sul territorio comunale, in conformità alle quantità e destinazioni indicate **nell'Allegato 2, Parte "B", SEZ. 2.**

4. Il PGI prevede lo sviluppo programmatico degli impianti per le pubbliche affissioni, la loro manutenzione e ammodernamento, utilizzando i fondi allo scopo destinati nonché quelli previsti al successivo articolo 48 (Sanzioni Amministrative) del presente Regolamento.

5. Il PGI viene adottato con deliberazione della Giunta Municipale previo parere del Responsabile del servizio, del Responsabile dell'Ufficio Tecnico Comunale e della Commissione Edilizia.

6. Il PGI potrà essere modificato e/o integrato ogni qualvolta se ne presenti la necessità, in relazione a qualsiasi esigenza di adeguamento che si dovesse rendere necessaria.

Le modifiche sono adottate con deliberazione della Giunta Municipale, previa istruttoria dell'Ufficio Tecnico e sentiti i pareri dei Funzionari indicati al precedente comma 5.

7. Eventuali modifiche al PGI possono essere proposte da rappresentanti di Associazioni di Categoria interessate; in tal caso dovranno essere corredate da apposito Piano Progettuale, relazione tecnica e tutte le documentazioni necessarie alla corretta valutazione delle proposte.

8. La Giunta Comunale ha facoltà, quando lo ritenga opportuno, in relazione a motivi di pubblico interesse, di porre il *PGI* all'attenzione dei cittadini per un periodo di trenta giorni, termine entro il quale potranno essere avanzate eventuali *osservazioni*, ferma restando la sua esecutività. Nei successivi trenta giorni la Giunta Comunale provvede all'esame delle osservazioni pervenute adottando definitivamente il *PGI*.

**Nel caso l'Amministrazione non ritenga opportuno provvedere a quanto descritto nel presente comma, ne farà motivata menzione nella delibera di adozione.**

9. Le norme contenute nel presente *Titolo* e nel *PGI* integrano e sostituiscono, ove incompatibili, le norme del vigente Regolamento Edilizio.

10. Il *PGI* può essere integrato con eventuali **"Piani di dettaglio"**, redatti con lo scopo di risolvere problematiche relative alla pubblicità e all'impiego dei mezzi pubblicitari in zone definite e precisamente delimitate; in tali zone, nel rispetto degli intenti di cui al *comma 1*, si possono imporre limitazioni e divieti (ulteriori a quelli già previsti nel presente Regolamento), metodi e modalità particolari di impiego ed esposizione dei mezzi pubblicitari. I **"Piani di dettaglio"** vengono redatti dal responsabile del servizio sulla base di oggettive problematiche da chiunque individuate, su indicazioni della Giunta Comunale, la quale stabilisce i criteri generali e le modalità di presentazione del progetto.

L'adozione dei **"Piani di dettaglio"** viene effettuata con le modalità di cui al *comma 5* del presente articolo, previo nulla osta del competente Organo di tutela per gli interventi e/o le modifiche da effettuare in zone soggette a vincoli di tutela paesaggistica e/o ambientale e degli enti proprietari delle strade eventualmente coinvolte.

11. Il Comune può avvalersi dei **"Piani di dettaglio"** anche per gli interventi di riordino dei mezzi pubblicitari esistenti, sia in attuazione delle norme contenute nel **"Nuovo codice della strada"** e relativo **"Regolamento di esecuzione"** che delle disposizioni contenute nel presente Regolamento.

I piani redatti a tal scopo sono adottati dalla Giunta Municipale previo parere dell'Ufficio Tecnico e della Commissione Edilizia.

### CAPO III MODALITA' DI EFFETTUAZIONE DELLA PUBBLICITA'

#### § 1. Pubblicità esterna

#### ARTICOLO 27

*(Dimensione dei cartelli pubblicitari)*

1. I cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari così come definiti all'*articolo 2*, se **installati fuori dai centri abitati** non devono superare la superficie di **6 mq**, ad eccezione delle insegne di esercizio poste parallelamente al senso di marcia dei veicoli o in aderenza ai fabbricati, che possono raggiungere la superficie di **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 dell'insegna di esercizio nella misura del 10% della superficie di facciata eccedente 100 mq, fino al limite di 50 mq.

2. I cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari installati **entro i centri abitati** non devono superare la superficie di **4 mq**, ad eccezione delle insegne di esercizio poste parallelamente al senso di marcia dei veicoli o in aderenza ai fabbricati, che possono raggiungere la superficie di **10 mq**.

3. Le dimensioni di cui al precedente *comma 2* non sono rispettate per l'installazione, **entro i centri abitati**, di striscioni, come definiti *all'articolo 2 comma 5*, da utilizzare con le modalità di cui *all'articolo 30 comma 10*.

4. Le preinsegne hanno forma rettangolare e dimensioni contenute entro i limiti inferiori di *1 m X 0,20 m* e superiori di *1,50 m X 0,30 m*. E' ammesso l'abbinamento sulla stessa struttura di sostegno di un numero massimo di sei preinsegne per ogni senso di marcia a condizione che le stesse abbiano uguali dimensioni e costituiscano oggetto di un'unica autorizzazione.

## **ARTICOLO 28**

*(Caratteristiche dei cartelli, delle insegne di esercizio, e degli altri mezzi pubblicitari)*

1. I cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari devono essere realizzati nelle loro parti strutturali con materiali non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici.

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

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 di cui *all'articolo 39* del presente Regolamento.

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. Il bordo inferiore dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari, ad eccezione degli impianti pubblicitari di servizio, posto in opera **fuori dai centri abitati**, deve essere, in ogni suo punto, ad una quota non inferiore a **1,5 m** rispetto a quella della banchina stradale misurata nella sezione stradale corrispondente. Il bordo inferiore degli striscioni, delle locandine e degli stendardi, se posizionali al di sopra della carreggiata,

sia sulle strade urbane che sulle strade extraurbane, deve essere in ogni suo punto, ad una quota non inferiore a **5,1 m** rispetto al piano della carreggiata.

6. I segni orizzontali reclamistici, ove consentiti, 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.

## **ARTICOLO 29**

### *(Caratteristiche dei cartelli e dei mezzi pubblicitari luminosi)*

1. Le sorgenti luminose, i cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari luminosi, per luce propria o per luce indiretta, posti **dentro o fuori dai centri abitati**, lungo o in prossimità delle strade dove ne è consentita l'installazione, non possono avere luce né intermittente, né di intensità luminosa superiore a 150 candele per metro quadrato, o che, comunque, provochi abbagliamento.

2. Le sorgenti luminose, i cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari luminosi hanno una 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 verde, e del loro abbinamento, al fine di non generare confusione con la segnaletica luminosa specialmente in corrispondenza e in prossimità delle intersezioni.

Nel caso di intersezioni semaforizzate, ad una distanza dalle stesse inferiore a **300 m**, **fuori dai centri abitati**, è vietato l'uso dei colori rosso e verde nelle sorgenti luminose, nei cartelli, nelle insegne di esercizio e negli altri mezzi pubblicitari posti a meno di **15 m** dal bordo della carreggiata, salvo motivata deroga da parte dell'ente concedente l'autorizzazione.

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

4. Entro i centri abitati, nelle intersezioni semaforizzate, ad una distanza dalle stesse inferiore a **100 m**, è vietato l'uso dei colori rosso e verde nelle sorgenti luminose, nei cartelli, nelle insegne di esercizio e negli altri mezzi pubblicitari posti a meno di **10 m** dal bordo della carreggiata, salvo motivata deroga del responsabile del servizio.

## **ARTICOLO 30**

### *(Ubicazione lungo le strade e le fasce di pertinenza)*

1. Lungo o in prossimità delle strade, **fuori e dentro i centri abitati**, è consentita l'affissione di manifesti esclusivamente sugli impianti destinati alle pubbliche affissioni, anche dirette.

2. Il posizionamento di cartelli, di insegne di esercizio e di altri mezzi pubblicitari **fuori dai centri abitati** e dai tratti di strade extraurbane per i quali, in considerazione di particolari situazioni di carattere non transitorio, è imposto un limite di velocità non superiore a 50 km/h, salvo i casi specifici previsti ai successivi commi, lungo o in



prossimità delle strade dove ne è consentita l'installazione, è autorizzato ed effettuato nel rispetto delle seguenti distanze minime:

- a) 3 m dal limite della carreggiata;
- b) 100 m dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari;
- c) 250 m prima dei segnali stradali di pericolo e di prescrizione;
- d) 150 m dopo i segnali stradali di pericolo e di prescrizione;
- e) 150 m prima dei segnali di indicazione;
- f) 100 m dopo i segnali di indicazione;
- g) 100 m dal punto di tangenza delle curve come definite *all'art. 3, comma 1, punto 20)*, del "Nuovo codice della strada";
- h) 250 m prima delle intersezioni;
- i) 100 m dopo le intersezioni;
- l) 200 m dagli imbocchi delle gallerie.

Le distanze si applicano nel senso delle singole direttrici di marcia. Nel caso in cui, lateralmente alla sede stradale e in corrispondenza del luogo in cui viene chiesto il posizionamento di cartelli, di insegne di esercizio o di altri mezzi pubblicitari, già esistano a distanza inferiore a 3 m dalla carreggiata, costruzioni fisse, muri, filari di alberi, di altezza non inferiore a 3 m, è ammesso il posizionamento stesso in allineamento con la costruzione fissa, con il muro e con i tronchi degli alberi. I cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari non devono, in ogni caso, ostacolare la visibilità dei segnali stradali entro lo spazio di avvistamento.

**3. Il posizionamento dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari fuori dai centri abitati**, lungo o in prossimità delle strade ove ne è consentita l'installazione, è comunque vietato nei seguenti punti:

- a) sulle corsie esterne alle carreggiate, sulle cunette e sulle pertinenze di esercizio delle strade che risultano comprese tra carreggiate contigue;
- b) in corrispondenza delle intersezioni;
- c) lungo le curve come definite *all'art. 3, comma 1, punto 20)*, del "Nuovo codice della strada" e su tutta l'area compresa tra la curva stessa e la corda tracciata tra i due punti di tangenza;
- d) sulle scarpate stradali sovrastanti la carreggiata in terreni di qualsiasi natura e pendenza superiore a 45°;
- e) in corrispondenza dei raccordi verticali concavi e convessi segnalati;
- f) sui ponti e sottoponti non ferroviari;
- g) sui cavalcavia stradali e loro rampe;
- h) sui parapetti stradali, sulle barriere di sicurezza e sugli altri dispositivi laterali di protezione e di segnalamento.

**4. Il posizionamento di cartelli, di insegne di esercizio e di altri mezzi pubblicitari entro i centri abitati**, salvo i casi specifici previsti ai successivi commi, è vietato in tutti i punti indicati al *comma 3*, con possibilità di deroga per i casi di cui al *punto a)* del citato comma, ed è autorizzato ed effettuato, di norma, nel rispetto delle seguenti distanze minime, fatta salva la possibilità di deroga per le strade urbane di quartiere e locali (rispettivamente *tipo E ed F*, come definite *all'articolo 2 del "Nuovo codice della strada"*):



- a) 50 m, 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 m, lungo le strade locali, prima dei segnali stradali di pericolo e di prescrizione degli impianti semaforici e delle intersezioni;
- c) 25 m 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 m dagli imbocchi delle gallerie.

Le distanze si applicano nel senso delle singole direttrici di marcia. I cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari non devono in ogni caso ostacolare la visibilità dei segnali stradali entro lo spazio di avvistamento.

5. Le norme di cui ai *commi 2 e 4*, e quella di cui al *comma 3, lettera c)*, non si applicano per le insegne di esercizio, a condizione che le stesse siano collocate parallelamente al senso di marcia dei veicoli in aderenza ai fabbricati esistenti o ad una distanza dal limite della carreggiata, non inferiore a **3 m e 1.5 m, sia all'esterno che all'interno dei centri abitati**.

In qualsiasi caso deve essere rispettata la *norma generale* di cui all'*articolo 25*.

6. Le distanze indicate ai *commi 2 e 4*, ad eccezione di quelle relative alle intersezioni, non sono rispettate per i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari collocati in posizione parallela al senso di marcia dei veicoli e posti in aderenza, per tutta la loro superficie, a fabbricati o comunque, **entro o fuori dai centri abitati**, ad una distanza non inferiore a 3 m dal limite della carreggiata.

Entro i centri abitati sono da rispettare le indicazioni contenute negli schemi di cui all'**Allegato 2, Parte A, SEZ. 3**.

7. **Fuori dai centri abitati** può essere autorizzata la collocazione, per ogni senso di marcia, di una sola insegna di esercizio per ogni stazione di rifornimento di carburante e stazione di servizio, della superficie massima di **4 mq**, ferme restando tutte le altre disposizioni del presente articolo. Le insegne di esercizio di cui sopra sono collocate nel rispetto delle distanze e delle norme di cui ai *commi 2, 3 e 4*, ad eccezione della distanza dal limite della carreggiata.

8. Per gli impianti pubblicitari di servizio costituiti da paline e pensiline di fermata autobus, e da transenne parapetonali recanti uno spazio pubblicitario con superficie inferiore a 3 mq, non si applicano, **fuori dai centri abitati**, le distanze previste al *comma 2*, sempreché siano rispettate le disposizioni della *norma generale* di cui all'*articolo 25* del presente Regolamento.

Entro i centri abitati, per quanto concerne tipologie, caratteristiche, dimensioni, ecc., sono da rispettare le indicazioni contenute negli schemi di cui all'**Allegato 2, Parte A, SEZ. 2**.

9. I segni orizzontali reclamistici sono ammessi unicamente:

- a) all'interno di aree ad uso pubblico di pertinenza di complessi industriali o commerciali;
- b) lungo il percorso di manifestazioni sportive o su aree delimitate, destinate allo svolgimento di manifestazioni di vario genere, limitatamente al periodo di svolgimento delle



stesse ed alle ventiquattro ore precedenti e successive. Per essi non si applica il *comma 3* e le distanze di cui ai *commi 2 e 4* si applicano unicamente rispetto ai segnali stradali orizzontali.

**10.** L'esposizione di striscioni è ammessa unicamente per la promozione pubblicitaria di manifestazioni e spettacoli. L'esposizione di locandine e stendardi è ammessa per la promozione pubblicitaria di manifestazioni e spettacoli, oltre che per il lancio di iniziative commerciali. L'esposizione di striscioni, locandine e stendardi è limitata al periodo di svolgimento della manifestazione, dello spettacolo o della iniziativa cui si riferisce, oltre che alla settimana precedente ed alle ventiquattro ore successive allo stesso. Per gli striscioni, le locandine e gli stendardi, le distanze dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari previste dai *commi 2 e 4* si riducono rispettivamente a *50 m* ed a *12,5 m*.

**11. Dentro e fuori dai centri abitati** è vietata la collocazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari a messaggio variabile, aventi un periodo di variabilità inferiore a cinque minuti, in posizione trasversale al senso di marcia dei veicoli.

**13. Fuori dai centri abitati**, ad una distanza, prima delle intersezioni, non superiore a 500 m, è ammesso il posizionamento di preinsegne in deroga alle distanze minime stabilite dal *comma 2, lettere b), c), d), e), f) ed h)*. In tal caso, le preinsegne possono essere posizionate ad una distanza minima prima dei segnali stradali pari allo spazio di avvistamento previsto per essi e, dopo i segnali stradali, pari al 50% dello stesso spazio. Rispetto agli altri cartelli o mezzi pubblicitari è rispettata una distanza minima di 100 m. All'interno dei centri abitati la collocazione delle preinsegne è soggetta e deve essere effettuata in conformità alle disposizioni di cui ***all'Allegato 2, Parte A, SEZ. 2.***

### **ARTICOLO 31**

*(Ubicazione dei mezzi pubblicitari nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio)*

**1.** Nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio possono essere collocati cartelli, insegne di esercizio e altri mezzi pubblicitari la cui superficie complessiva non supera il 8% delle aree occupate dalle stazioni di servizio e dalle aree di parcheggio, se trattasi di strade di tipo C e F, e il 3% delle stesse aree se trattasi di strade di tipo A e B, semprechè gli stessi non siano collocati lungo il fronte stradale, lungo le corsie di accelerazione e decelerazione e in corrispondenza degli accessi.

Dal computo della superficie dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari sono esclusi quelli attinenti ai servizi prestati presso la stazione o l'area di parcheggio.

**2.** Nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio, entro i centri abitati, sono da rispettare le disposizioni di cui ***all'Allegato 2, Parte A, SEZ. 2.***

**3.** Nelle aree di parcheggio è ammessa, in eccedenza alle superfici pubblicitarie computate in misura percentuale, la collocazione di altri mezzi pubblicitari abbinati alla prestazione di servizi per l'utenza della strada entro il limiti di 2 mq per ogni servizio prestato.

**4.** In ognuno dei casi suddetti si applicano tutte le altre disposizioni del *"Novo Codice della Strada"* e del presente Regolamento.

## **ARTICOLO 32**

*(Pubblicità nei locali adibiti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi )*

1. Agli effetti dell'applicazione dei punti a) e b) dell'articolo 17 - D.Lgs. 15 Novembre 1993, n. 507, nei locali adibiti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi, si prendono in considerazione i seguenti elementi:

- a) vetrine e porte d'ingresso;
- b) pertinenze accessorie all'attività.

2. La pubblicità nelle vetrine e porte di ingresso, all'interno o all'esterno delle stesse, in forma luminosa e non, può essere realizzata con i seguenti mezzi:

- a) insegne di esercizio, cartelli o altri mezzi pubblicitari non previsti alla successiva lettera b);
- b) locandine, vetrofanie, manifesti e simili.

La divisione di cui ai precedenti punti a) e b) è eseguita ai fini della determinazione delle modalità per la concessione di autorizzazioni all'installazione di pubblicità.

3. La pubblicità di cui al comma precedente, nel rispetto delle norme igienico-sanitarie, deve essere effettuata in modo da mantenere sgombra una superficie tale da fornire alla stanza una luce effettiva pari ad un ottavo della superficie della stanza.

4. Fatte salve le disposizioni di cui al precedente comma 3, l'esposizione di pubblicità nelle vetrine e porte di ingresso **non deve superare il 40%** della superficie delle vetrine e porte stesse.

5. L'esposizione di mezzi pubblicitari nelle pertinenze accessorie dell'attività deve essere effettuata in conformità alle disposizioni contenute nella *norma generale* di cui all'articolo 25 del presente Regolamento.

## **ARTICOLO 33**

*(Bacheche)*

1. I manufatti da adibire a bacheche potranno essere installati previa autorizzazione del Comune su tutto il territorio comunale; le bacheche dovranno essere posizionate su due pali o aderenti alla parete dell'edificio e potranno essere in ferro, alluminio, acciaio o materiali similari.

2. Sono abrogate tutte le norme incompatibili con le presenti disposizioni.



## **ARTICOLO 34**

*(Pubblicità nelle edicole)*

Nelle edicole, la pubblicità di quotidiani, periodici o altro, è ammessa:

- a) sui chioschi, esclusivamente in aderenza alle pareti interne o esterne, con divieto di installazione sulle sommità o in sopraelevazione agli stessi;
- b) sui negozi, unicamente nelle vetrine, nei sopraluce e porte d'ingresso con esclusione dei prospetti degli edifici.

## **§ 2. Impianti per le pubbliche affissioni**

## **ARTICOLO 35**

*(Norme e criteri generali)*

1. Gli impianti destinati alle pubbliche affissioni devono avere tipologia, caratteristiche e dimensioni conformi alle indicazioni contenute ***nell'Allegato 2, Parte "B", SEZ. 1.***
2. Essi devono essere installati nel rispetto della *norma generale* di cui *all'articolo 25* del presente Regolamento e comunque conformemente alle indicazioni contenute ***nell'Allegato 2, Parte "B", SEZ. 2.***
3. Con il Piano Generale degli Impianti si possono adibire a supporto delle pubbliche affissioni tutti i manufatti che ritenga idonei, con le forme e modalità stabilite ***nell'Allegato 2, Parte "B", SEZ. 2.***
4. Le quantità di superfici da destinare alle pubbliche affissioni e la loro ripartizione, nonché la dislocazione degli impianti sul territorio comunale sono indicate ***nell'Allegato 2, Parte "B", SEZ. 3.***

## **CAPO IV LIMITAZIONI E DIVIETI**

## **ARTICOLO 36**

*(Limitazioni e divieti in genere)*

1. In conformità a quanto stabilito *dall'articolo 23 comma 3 del D.Lgs. 285/1992 (Nuovo codice della strada)*, lungo le strade, nell'ambito e in prossimità di luoghi sottoposti a vincoli a tutela di bellezze naturali e paesaggistiche o di edifici o di luoghi di interesse storico o artistico, è vietato collocare cartelli e altri mezzi pubblicitari.

In tali luoghi è consentito il posizionamento di cartelli obbligatori per norme di Legge e di insegne di esercizio, come definite *dall'articolo 2 comma 1*, previo nulla osta rilasciato dal competente organo di tutela (*articolo 41, comma 15 del DPR 610/1996*).

2. E' vietata la pubblicità effettuata con lanci diretti sulla strada di manifestini, volantini o altro materiale pubblicitario.

3. E' vietata l'installazione di insegne sui balconi e relative ringhiere, nonché sulle inferriate. Non è inoltre consentita qualsiasi forma di pubblicità consistente in messaggi spiccioli e temporanei, posti marginalmente alle strade, nelle aiuole spartitraffico ed in corrispondenza di punti vendita occasionali.

4. E' vietata l'esposizione, anche temporanea di qualsiasi mezzo pubblicitario, sia del tipo auto-portante che collocato a ridosso o avvolto alle paline semaforiche, ai segnali stradali, alle piante, ai pali della pubblica illuminazione o ad altri supporti destinati a scopi diversi.

5. E' vietata l'esposizione di pubblicità installata su attrezzature o manufatti mobili, veicoli o simili rottamati o in disuso.

6. E' vietata l'affissione di manifesti fuori dagli appositi spazi.

7. E' vietata l'apposizione di messaggi pubblicitari sui bordi dei marciapiedi e dei cigli stradali.

8. Le insegne di esercizio installate sulle facciate dei fabbricati devono essere posizionate conformemente alle indicazioni degli schemi contenuti ***nell'Allegato 2, Parte "A", SEZ. 3***.

E' comunque vietato installare cartelli, insegne di esercizio e altri mezzi pubblicitari sui tetti degli edifici con possibilità di deroga per i centri commerciali, i fabbricati situati nelle zone industriali ed eventuali altre strutture di rilevante interesse ed afflusso di pubblico.

9. Le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari, se installati su strutture di sostegno "a bandiera" devono essere conformi alle indicazioni degli schemi contenuti ***nell'Allegato 2, Parte "A", SEZ. 3*** del presente Regolamento.

10. Su assiti, impalcature o steccati provvisori, è consentita l'esposizione di insegne di esercizio o di altri mezzi pubblicitari purchè preesistenti sul fabbricato e nascosti alla vista dalle impalcature.

11. Le insegne di esercizio installate nei sopraluce degli ingressi e delle vetrine o in aderenza ai fabbricati, non devono sporgere dal filo di facciata.

12. **Per ogni singola attività o servizio è consentita l'esposizione, su tutto il territorio comunale, di massimo tre mezzi pubblicitari oltre all'insegna di esercizio**, con esclusione di quelle per le quali il "Nuovo Codice della Strada" prevede sistemi unitari ed autonomi di segnalamento (industrie, alberghi, ecc..- *articolo 134 DPR 495/1992*), semprechè siano oggetto di specifica progettazione, eseguita con le modalità di cui *all'articolo 26, comma 10* del presente Regolamento.



### **ARTICOLO 37**

*(Pubblicità sulle tende, ombrelloni e simili)*

1. La pubblicità effettuata con scritte e/o simboli serigrafate o applicate su tende, ombrelloni e simili deve essere autorizzata contestualmente alla concessione per l'installazione del mezzo stesso.

A tal fine, nella documentazione allegata alla richiesta deve essere riportato il bozzetto della pubblicità con l'indicazione dei colori, caratteristiche, posizionamento e dimensioni delle scritte o simboli grafici.

2. Prima dell'inizio della pubblicità la documentazione deve essere integrata con una foto a colori, formato minimo cm. 10x15 ed una copia dell'attestazione di avvenuto pagamento degli oneri d'imposta.

### **ARTICOLO 38**

*(Pubblicità fonica)*

1. Su tutto il territorio comunale è **vietata qualunque forma di pubblicità fonica** ad eccezione di quella elettorale per la quale si applicano le disposizioni *dell'articolo 7 della Legge 24 aprile 1975, n. 130*.

2. La pubblicità elettorale è autorizzata dal Sindaco del Comune; nel caso in cui si svolga sul territorio di più Comuni, l'autorizzazione è rilasciata dal Prefetto della Provincia.

3. In tutti i casi, la pubblicità fonica **non deve superare i limiti massimi** di esposizione al rumore fissati dal *decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri 1° Marzo 1991*.

## TITOLO IV DISPOSIZIONI COMUNI

### CAPO I DISPOSIZIONI AMMINISTRATIVE E TECNICHE-AMMINISTRATIVE

#### § 1. Autorizzazioni

#### ARTICOLO 39

*(Disposizioni e criteri generali)*

1. L'effettuazione di pubblicità nel territorio comunale di Lavagno, lungo e in prossimità delle strade, **è sempre soggetta ad autorizzazione** da parte del responsabile del servizio, con le modalità descritte nel presente paragrafo.
2. In conformità alle disposizioni di cui *all'articolo 53, comma 2 del DPR 495/1992*, il quale prescrive che *tutte le procedure per il rilascio delle autorizzazioni devono essere improntate ai principi della massima semplificazione e della determinazione dei tempi di rilascio*, nonché ai fini della semplificazione delle procedure tecniche-amministrative, della loro razionalizzazione ed organizzazione, si dispone quanto contenuto nel presente Capo.
3. Le procedure descritte in seguito tengono in considerazione e sono stabilite in conformità alla tipologia di pubblicità, al mezzo utilizzato per la sua diffusione, al luogo di ubicazione, alla durata di esposizione e alle finalità della pubblicità stessa.
4. Ai fini del rilascio dell'autorizzazione all'installazione di mezzi pubblicitari, con le modalità di cui al presente Titolo, la pubblicità viene distinta nelle seguenti categorie:
  - a) **pubblicità che non altera lo stato dei luoghi, in genere installata con carattere temporaneo;**
  - b) **pubblicità che altera lo stato dei luoghi, in genere installata in modo permanente.**
5. L'autorizzazione può essere revocata in qualsiasi momento, con apposita ordinanza del Responsabile del servizio, per sopravvenuti motivi di interesse pubblico o di riordino ambientale, sia essa relativa a mezzi installati in proprietà pubbliche che private.
6. L'autorizzazione è sempre rilasciata fatti salvi i diritti di terzi i quali potranno ricorrere contro ai provvedimenti nei termini e con le modalità previste dalle norme di Legge vigenti.
7. Essa può essere volturata ai successori aventi diritto a richiesta degli stessi entro il termine di scadenza dell'autorizzazione stessa.
8. I provvedimenti di autorizzazione riportano indicati gli obblighi e le responsabilità del suo Titolare, il quale solleva il Comune da qualsiasi responsabilità, civile o penale, derivante da danni provocati a persone o cose dal mezzo pubblicitario autorizzato.



9. La pubblicità installata in vista o in prossimità di strade di proprietà di altri Enti, è soggetta al preventivo nulla osta tecnico rilasciato dall'ente competente.

10. L'istruttoria e la trasmissione delle documentazioni agli enti interessati è effettuata dal responsabile del servizio; il richiedente l'autorizzazione è tenuto a fornire tutti gli elaborati necessari richiesti.

11. Quanto al comma precedente è effettuato anche per le autorizzazioni relative alle insegne di esercizio da installare nell'ambito di zone soggette a vincolo ambientale e/o paesaggistico ai sensi della *Legge 1497/1939*.

12. **L'autorizzazione** all'installazione di insegne di esercizio, cartelli e altri mezzi pubblicitari **ha validità per un periodo di tre anni ed è rinnovabile**. Per il rinnovo triennale è necessario presentare apposita richiesta con le modalità di cui al seguente *articolo 41, comma 8*.

13. Le pubbliche affissioni, per le quali è necessario rivolgersi all'apposito ufficio, si intendono autorizzate contestualmente all'assolvimento del relativo tributo. E' fatto obbligo di conservare l'attestazione di avvenuto pagamento.

14. Non sono soggette ad autorizzazione le seguenti forme pubblicitarie:

a) la pubblicità realizzata all'interno dei locali adibiti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi quando si riferisca all'attività negli stessi esercitata, nonché i mezzi pubblicitari, ad eccezione delle insegne di esercizio, esposti nelle vetrine e sulle pareti di ingresso dei locali medesimi purchè siano attinenti all'attività in essi esercitata e non superino, nel loro insieme, la superficie complessiva di mezzo metro quadrato per ciascuna vetrina o ingresso;

b) gli avvisi al pubblico esposti nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei locali, o in mancanza nelle immediate adiacenze del punto di vendita, relativi all'attività svolta, nonché quelli riguardanti la localizzazione e l'utilizzazione dei servizi di pubblica utilità, che non superino la superficie di mezzo metro quadrato e quelli riguardanti la locazione o la compravendita degli immobili sui quali sono affissi, di superficie non superiore ad un quarto di metro quadrato;

c) la pubblicità comunque effettuata all'interno, sulle facciate esterne o sulle recinzioni dei locali di pubblico spettacolo qualora si riferisca alle rappresentazioni in programmazione;

d) la pubblicità, escluse le insegne di esercizio, relativa ai giornali ed alle pubblicazioni periodiche, se esposta sulle sole facciate esterne delle edicole o nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei negozi ove si effettua la vendita;

e) la pubblicità esposta all'interno delle stazioni dei servizi di trasporto pubblico di ogni genere inerente l'attività esercitata dall'impresa di trasporto, nonché le tabelle esposte all'esterno delle stazioni stesse o lungo l'itinerario di viaggio, per la parte in cui contengano informazioni relative alle modalità di effettuazione del servizio;

- f)** la pubblicità comunque effettuata in via esclusiva dallo Stato e dagli enti pubblici territoriali;
- g)** le insegne di esercizio, le targhe e simili la cui esposizione sia obbligatoria per disposizione di legge o di regolamento sempre che le dimensioni del mezzo usato, qualora non espressamente stabilite, non superino il mezzo metro quadrato di superficie.

#### **ARTICOLO 40**

*(Autorizzazioni relative alla pubblicità che non altera lo stato dei luoghi)*

1. Le forme pubblicitarie di cui all'*articolo 39, comma 4, lettera a)*, descritte al successivo *comma 3*, rappresentano, una particolare categoria che, per le proprie caratteristiche deve essere assoggettata a specifiche procedure autorizzative al fine di consentire, all'interessato un loro agevole e corretto utilizzo ed al Comune una più semplice ed efficace gestione, nonché per favorire il controllo della pubblicità abusiva.
2. La pubblicità che non altera lo stato dei luoghi deve essere in possesso dei seguenti requisiti:
  - a)** deve essere installata con carattere temporaneo;
  - b)** non deve essere sostenuta da strutture che richiedano il supporto o la realizzazione di manufatti di eccessive dimensioni;
  - c)** deve essere utilizzata in conformità alle disposizioni del presente Regolamento.
3. Le forme pubblicitarie di cui al precedente comma, sono rappresentate dalle seguenti tipologie:
  - a)** locandine, vetrofanie, poster, manifesti e simili esposti nell'ambito di edifici adibiti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi, purchè conformi alle disposizioni di cui all'*articolo 32* del presente Regolamento;
  - b)** gli striscioni, stendardi e simili utilizzati in conformità a quanto disposto nell'*articolo 31, comma 10* per il periodo nello stesso previsto. Tale tipologia è comunque soggetta alle particolari disposizioni autorizzative indicate all'*articolo 43*;
  - c)** qualsiasi mezzo pubblicitario, anche con sponsor, installato per specifica disposizione di norme di Legge; in tal caso lo spazio da utilizzare per l'eventuale sponsor deve avere superficie massima pari ad un terzo della superficie del mezzo pubblicitario (escluso il sostegno);
  - d)** la pubblicità effettuata con carattere temporaneo per spettacoli, manifestazioni o simili effettuati in locali o aree pubbliche o private aperte al pubblico purchè relativa agli spettacoli, manifestazioni o simili stessi per il solo periodo della loro durata, nonché i sette giorni



precedenti e le ventiquattro ore successive. Sono inoltre da rispettare le particolari disposizioni autorizzative di cui *all'articolo 42*;

**e)** la pubblicità effettuata all'interno di palestre, centri sportivi e simili, sia pubblici che privati, purchè i mezzi e/o supporti, le loro dimensioni e caratteristiche siano state preventivamente autorizzate con le modalità di cui *all'articolo 44*;

**f)** la pubblicità effettuata mediante distribuzione, anche con veicoli, di manifestini e simili oppure mediante persone circolanti con cartelli o altri mezzi pubblicitari o che utilizzino apparecchi amplificatori o simili;

**g)** le targhe professionali, solitamente di modeste dimensioni e comunque con superficie massima di m<sup>2</sup> 1.

**4.** L'interessato all'ottenimento della autorizzazione di cui al presente articolo deve produrre istanza, presso *l'Ufficio Tecnico del Comune*, utilizzando lo specifico **Modello "B"** contenuto **nell'Allegato 3** al presente Regolamento.

**5.** L'autorizzazione di cui al presente articolo è rilasciata nel momento in cui l'interessato produce presso *l'Ufficio Tecnico del Comune* la **dichiarazione d'imposta** di cui *all'articolo 19 (Modello E, Allegato 3)* con allegata l'attestazione dell'avvenuto pagamento.

**L'autorizzazione ha validità per il periodo indicato sulla stessa;** è fatto obbligo al suo titolare di provvedere all'immediata rimozione della pubblicità al momento della scadenza.

**6. L'autorizzazione di cui al presente articolo non è rinnovabile,** è quindi necessario fare nuovamente istanza con le modalità di cui al presente articolo.

## **ARTICOLO 41**

*(Autorizzazioni relative alla pubblicità che altera lo stato dei luoghi)*

**1.** L'installazione di pubblicità di cui *all'articolo 39, comma 4, lettera b)*, deve essere preventivamente autorizzata dal responsabile del servizio che si occupa inoltre di ottenere i necessari nulla osta di competenza di altri organi o enti.

L'interessato all'ottenimento dell'autorizzazione deve produrre le seguenti documentazioni, utilizzando anche i modelli contenuti **nell'Allegato 3** al presente Regolamento. In particolare:

**a) Richiesta in bollo di Legge (Modello "A")** con allegata la ricevuta del versamento di **€ 50.000 (articolo 45 - Allegato 1, Punto 6)**;

**b) Documentazione fotografica a colori** in formato minimo da cm 10x15, che illustrino dettagliatamente il punto di installazione, la facciata dell'intero edificio e/o l'ambiente circostante. Le foto non devono essere manomesse né con scritte né con disegni. In alternativa è consentito l'inserimento delle foto negli elaborati grafici stampati su carta, purchè la risoluzione di stampa sia tale da consentire una corretta e precisa visibilità dell'immagine.

**c) Relazione tecnica contenente:**

**c1.** - la rappresentazione grafica in scala quotata della facciata dell'edificio, riportante l'esatto inserimento figurativo del mezzo pubblicitario;

**c2** - il bozzetto a colori del mezzo pubblicitario con la descrizione delle caratteristiche tecniche (materiali, dimensioni, ecc.);

**c3** - la rappresentazione grafica della struttura di sostegno dei mezzi pubblicitari, sia che essa venga ancorata a parete sia che venga fissata al suolo, indicando le caratteristiche tecniche e la distanza da terra del bordo inferiore del mezzo pubblicitario. In entrambi i casi, va inoltre riportata la profondità (spessore, lato) del mezzo pubblicitario e la sua eventuale proiezione (in centimetri) su suolo pubblico;

**c4** - la rappresentazione planimetrica, quando i mezzi pubblicitari non sono collocati in aderenza ai fabbricati, sulla quale siano specificati la proprietà dell'area (pubblica o privata), il punto di collocazione dell'impianto, la distanza del lato aggettante del mezzo pubblicitario sia dalla carreggiata che dalla sede stradale, eventuali segnali stradali o pubblicitari e intersezioni esistenti nei **100 m precedenti e successivi** alla posizione in cui si intende installare la pubblicità oggetto della domanda;

Per la pubblicità da collocare all'interno delle vetrine o porte d'ingresso non sono necessari gli elaborati di cui ai punti c3 e c4.

**d) n. 1 "autocertificazione" (Modello "C")**, redatta con le modalità di cui all'articolo 20 della Legge 4 Gennaio 1968, n. 15, con la quale si attesti che il mezzo pubblicitario è stato calcolato, realizzato e sarà posto in opera tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento, in modo da garantirne la stabilità. L'attestazione deve essere firmata dal soggetto interessato al rilascio dell'autorizzazione oppure dal costruttore o dall'installatore dell'impianto.

Sono esclusi dall'obbligo i mezzi pubblicitari collocati all'interno delle vetrine o porte d'ingresso.

**e) n. 1 "autocertificazione" (Modello "D")**, redatta con le modalità di cui all'articolo 20 della Legge 4 Gennaio 1968, n. 15, per le installazioni da effettuare nella proprietà privata, con la quale si attesti la proprietà o la concessione in uso del luogo.

Sono esclusi dall'obbligo i mezzi pubblicitari collocati all'interno delle vetrine o porte d'ingresso.

**2.** Nelle zone soggette al vincolo di tutela ambientale e/o paesaggistica, così come disposto dall'articolo 14 della Legge 29 Giugno 1939, n. 1497, il rilascio delle autorizzazioni è soggetto al parere della Commissione Edilizia Comunale e al nulla osta del competente organo di tutela. Tali zone sono individuabili nella cartografia del PRG vigente.

**3.** Nel caso di variazione della pubblicità esposta o di sostituzione di parti del mezzo pubblicitario, aventi caratteristiche diverse da quelle descritte nell'autorizzazione e nella



relativa documentazione, è necessario formulare una **“richiesta di variazione”** ed integrare la precedente documentazione con elaborati sufficienti a descrivere con precisione le variazioni intervenute.

4. Per il rinnovo triennale delle autorizzazioni è necessario presentare apposita richiesta in bollo di Legge (*vedi comma 5, lettera a*) ed allegare i seguenti documenti:

a) n. 2 o più fotografie a colori in formato minimo 10x15 cm, dove sia ben visibile lo stato di conservazione del mezzo pubblicitario;

b) nel caso di variazione della pubblicità o di sostituzioni di parti del mezzo pubblicitario gli elaborati grafici descritti al *comma 7 del presente articolo*.

#### **ARTICOLO 42**

*(Autorizzazioni relative all'installazione di striscioni, manifesti, stendardi e simili relativi a spettacoli o manifestazioni di pubblico interesse)*

1. Per la pubblicità di cui *all'articolo 40, comma 3, lettera b) e d)*, l'autorizzazione è rilasciata con le modalità descritte *nello stesso articolo*, purchè siano state preventivamente prodotte sufficienti documentazioni riportanti le indicazioni di quanto segue:

a) la quantità dei mezzi utilizzati;

b) le caratteristiche di tali mezzi (dimensioni, materiali, colori, ecc..);

c) la loro ubicazione.

2. Nel caso di impiego di numerosi mezzi pubblicitari, dovrà essere prodotta idonea planimetria con indicata l'ubicazione dei mezzi pubblicitari ed un loro bozzetto.

#### **ARTICOLO 43**

*(Autorizzazioni per la pubblicità relativa ad iniziative immobiliari)*

1. Le procedure autorizzative per la pubblicità relativa ad iniziative immobiliari sono distinte come segue:

a) per gli **avvisi e proposte di vendita** esposti nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei locali **e per i cartelli, di modeste dimensioni, riportanti la scritta “VENDESI”** e posizionati sull'immobile **non è necessaria autorizzazione**;

b) per i cartelli relativi alla promozione dell'iniziativa o all'indicazione di **“Uffici Vendita”** o simili è necessario ottenere la preventiva autorizzazione con le modalità di cui *all'articolo 41, comma 1*.

2. Al fine di evitare le lunghe procedure relative all'ottenimento delle autorizzazioni per l'installazione dei cartelli di cui al precedente *comma 1, Punto b)*, è necessario integrare le necessarie documentazioni nella pratica di concessione edilizia, in modo da ottenere una unica autorizzazione.

#### **ARTICOLO 44**

*(Autorizzazioni relative alla pubblicità da effettuare nelle palestre, centri sportivi e simili)*

1. Per la pubblicità di cui *all'articolo 40, comma 3, lettera e)*, l'autorizzazione è rilasciata con le modalità indicate *nello stesso articolo*, purchè i supporti sulla quale essa viene installata siano stati preventivamente autorizzati.

Per gli impianti di grandi dimensioni è comunque necessario produrre le documentazioni di cui *all'articolo 41, comma 1*.

#### **ARTICOLO 45**

*(Diritti ed oneri per la concessione di autorizzazioni all'installazione di mezzi pubblicitari)*

1. In conformità alle disposizioni di cui agli *articoli 405 e 53 del DPR 16/12/1992, n. 495 (Regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo codice della strada)*, come modificati dagli *articoli 227 e 43 del DPR 16/09/1996, n. 610*, **la concessione di autorizzazioni all'installazione di mezzi pubblicitari è soggetta al pagamento di una tariffa**, indicata **nell'Allegato 1, Punto 6**, da ritenersi comprensiva dei diritti e degli oneri relativi alle attività tecniche di istruttoria e alle seguenti attività di gestione tecnica –amministrativa.

2. Gli importi relativi ai diritti ed oneri di cui al precedente *comma 1* sono destinati alle attività di gestione tecnica e tecnica-amministrativa dei mezzi pubblicitari.

3. Il funzionario responsabile del tributo è tenuto a comunicare ogni anno al *Ministero dei Lavori Pubblici - Ispettorato Generale per la circolazione e la sicurezza stradale* l'importo della tariffa di cui al presente articolo.

Tale importo può essere aggiornato ogni due anni in misura pari all'intera variazione, accertata dall'ISTAT, dell'indice dei prezzi al consumo per le famiglie di operai ed impiegati (media nazionale) verificatasi nei due anni precedenti.

4. L'attestazione di avvenuto pagamento dei diritti e oneri di cui al presente articolo, effettuata con l'utilizzo dell'apposito bollettino, deve essere allegata alla richiesta di autorizzazione.

5. I mezzi e le forme pubblicitarie di cui *all'articolo 39, comma 4, lettera a)*, autorizzate con le modalità indicate *all'articolo 40*, non sono soggette al pagamento della tariffa di cui al presente articolo.



## CAPO II VIGILANZA E SANZIONI

### ARTICOLO 46

(Vigilanza)

1. E' attribuita alla direzione centrale per la fiscalità locale del Ministero delle finanze la funzione di vigilanza sulle gestioni dirette o in concessione dell'imposta sulla pubblicità e del servizio delle pubbliche affissioni.
2. Ai fini di cui al *comma 1*, il comune è tenuto ad inviare, entro trenta giorni dalla loro adozione, le deliberazioni di approvazione del regolamento e delle tariffe; nello stesso termine, il concessionario deve inviare il capitolato d'oneri ed il contratto relativo alla gestione affidata in concessione.
3. La direzione centrale di cui al *comma 1*, ove ritenga che le deliberazioni concernenti il regolamento e le tariffe, il capitolato d'oneri e il contratto siano contrarie a disposizioni di legge ne chiede il riesame, ferma restando la loro esecutività.
4. Con decreto del Ministro delle finanze, sono emanate disposizioni in ordine alla gestione contabile dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni.
5. La direzione centrale di cui al *comma 1* ha facoltà di richiedere al comune o al suo concessionario atti o documenti inerenti la gestione del servizio.
6. Il concessionario del servizio è tenuto ad osservare tutte le disposizioni del presente Regolamento al fine di assicurare la regolarità della gestione; la loro mancata osservanza costituisce, previa contestazione, motivo di sospensione d'ufficio dell'iscrizione nell'albo di cui al D.Lgs. 446/1997, per il periodo in cui detta situazione perduri.
7. Il Comune è tenuto a vigilare, a mezzo del proprio personale competente in materia di viabilità e del corpo di Polizia Municipale, sulla corretta realizzazione e sull'esatto posizionamento dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari rispetto a quanto autorizzato. Lo stesso Comune è obbligato a vigilare anche sullo stato di conservazione e sulla buona manutenzione dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari oltrechè sui termini di scadenza delle autorizzazioni concesse.
8. Qualunque inadempienza venga rilevata da parte del personale incaricato della vigilanza, deve essere contestata a mezzo di specifico verbale al soggetto titolare dell'autorizzazione che deve provvedere entro il termine fissato. Decorso tale termine il responsabile del servizio, valutate le osservazioni avanzate, entro dieci giorni, dal soggetto, provvede d'ufficio rivalendosi per le spese sul soggetto titolare dell'autorizzazione.
9. La vigilanza può essere, inoltre, svolta da tutto il personale di cui all'*articolo 12, comma 1 del "Nuovo Codice della Strada"*, il quale trasmette le proprie segnalazioni all'ente proprietario della strada per i provvedimenti di competenza.

10. Limitatamente al disposto dell'articolo 23, comma 3, del "Nuovo Codice della Strada", la vigilanza può essere svolta, nell'ambito delle rispettive competenze, anche da funzionari dei Ministeri dell'ambiente e dei beni culturali, i quali trasmettono le proprie segnalazioni all'ente proprietario della strada per i provvedimenti di competenza.

11. Tutti i messaggi pubblicitari e propagandistici che possono essere variati senza preventiva autorizzazione, ai sensi dell'articolo 40, se non rispondenti al disposto della norma generale di cui all'articolo 25, del presente Regolamento devono essere rimossi entro gli otto giorni successivi alla notifica del verbale di contestazione, a cura e spese del soggetto titolare dell'autorizzazione o del concessionario. In caso di inottemperanza si procede d'ufficio.

12. Tutti i messaggi, esposti difformemente dalle autorizzazioni rilasciate, dovranno essere rimossi, previa contestazione scritta, a cura e spese del soggetto titolare dell'autorizzazione o del concessionario, entro il termine di otto giorni dalla diffida pervenuta. In caso d'inottemperanza si procede d'ufficio.

#### **ARTICOLO 47**

*~~(Sanzioni tributarie ed interessi)~~*

#### **~~SEZ. 1 – DISPOSIZIONI SANZIONATORIE~~**

~~1. Le violazioni delle disposizioni del D.Lgs. n. 507/1993 e successive modificazioni e integrazioni, in materia di imposta comunale sulla pubblicità, e delle norme contenute nel presente Regolamento, sono punite a norma dell'articolo 23 del D.Lgs. n. 507/1993 nella formulazione successiva alle modifiche introdotte dall'articolo 12, comma 1, lettera a), D.Lgs. 473/1997 e a norma dell'articolo 13, D.Lgs. 471/1997, oltre che delle prescrizioni seguenti, avuto riguardo ai principi che regolano il sistema sanzionatorio tributario.~~

#### **~~SEZ. 2 – OMESSA PRESENTAZIONE DELLA DICHIARAZIONE CON CONSEGUENTE OMESSO O PARZIALE VERSAMENTO DELL'IMPOSTA~~**

~~2. Per l'omessa presentazione della dichiarazione di cui all'articolo 19 nei termini, non ricorrendo l'ipotesi per l'applicazione delle disposizioni sul ravvedimento ex art. 13 D.Lgs. 472/1997, il trasgressore che presenta la dichiarazione tardiva è punito con una sanzione pari al 100% della somma dovuta a titolo d'imposta.~~



~~3. Per l'omessa presentazione della dichiarazione, il trasgressore è tenuto a versare a titolo di sanzione il 150% della somma dovuta e non corrisposta a titolo di tributo quando ricorre anche una sola delle seguenti condizioni:~~

- ~~a) l'imposta non corrisposta, per singolo anno/periodo accertato, non supera £ 500.000;~~
- ~~b) il contribuente dimostri di aver presentato denuncia ai fini dell'applicazione di altre imposte e tasse presso l'ufficio tributi;~~
- ~~c) il contribuente non risulti aver subito accertamenti in materia di tributi locali nei precedenti tre anni;~~
- ~~d) il trasgressore dimostri, documentalmente, di versare in precarie condizioni economiche e sociali (es.: possesso della sola 1° casa e reddito di pensione, titolari di sussidi sociali, portatori di handicap, invalidi al lavoro);~~
- ~~e) il trasgressore o il contribuente offrano collaborazione ai funzionari addetti all'attività accertativa, fornendo tutti gli elementi utili alla corretta applicazione del tributo.~~

~~4. In tutti gli altri casi di omessa presentazione di dichiarazione si applica una sanzione pari al 200% del tributo non versato.~~

~~5. In ogni caso la sanzione minima da applicarsi sarà pari a £ 100.000.~~

#### **SEZ. 3 - OMESSO O PARZIALE VERSAMENTO DELL'IMPOSTA A SEGUITO DI DICHIARAZIONE - INFEDELE**

~~6. Nell'ipotesi di dichiarazione infedele, quando non ricorrono le condizioni per l'applicazione delle disposizioni sul ravvedimento di cui all'articolo 13 D.Lgs. 472/1997, il trasgressore che provvede alla regolarizzazione degli errori o delle omissioni è punito con una sanzione pari al 50% della maggior imposta dovuta.~~

~~7. Se la dichiarazione è infedele il trasgressore, qualora non risulti aver subito accertamenti in materia di tributi locali nei precedenti tre anni, è tenuto a versare a titolo di sanzione il 75% della maggior somma dovuta e non corrisposta, quando ricorre anche una sola delle seguenti condizioni:~~

- ~~a) l'imposta non corrisposta, per singolo anno accertato, non supera £ 500.000;~~
- ~~b) il trasgressore dimostri, documentalmente, di versare in precarie condizioni economiche e sociali (possesso della sola 1° casa e reddito di pensione, titolari di sussidi sociali, portatori di handicap, invalidi al lavoro);~~
- ~~c) la somma non corrisposta non supera il 25% dell'intera imposta dovuta;~~
- ~~d) il trasgressore o il contribuente prestino collaborazione ai funzionari addetti all'attività accertativa, fornendo tutti gli elementi utili alla corretta applicazione del tributo.~~

~~8. In tutti gli altri casi di presentazione di dichiarazione infedele, si applica una sanzione pari al 100% della maggiore imposta non versata.~~

**SEZ. 4 - VIOLAZIONI NON INCIDENTI SUL PAGAMENTO DELL'IMPOSTA**

~~9. Nei casi di errori od omissioni non incidenti sull'ammontare dell'imposta, nell'ipotesi di errori formali contenuti nella dichiarazione (es.: codice fiscale errato o mancante, nominativo errato, indirizzo errato del domicilio o sede del contribuente), non ricorrendo i presupposti per l'applicazione delle disposizioni sul ravvedimento ex art. 13, comma 4, D.Lgs. 472/1997, l'ufficio provvede all'irrogazione di una sanzione pari a € 100.000.~~

**SEZ. 5 - INTERESSI**

~~10. Sulle somme dovute per l'imposta sulla pubblicità e per il diritto sulle pubbliche affissioni si applicano interessi di mora nella misura del sette per cento per ogni semestre compiuto, con decorrenza dal giorno in cui detti importi sono divenuti esigibili; interessi nella misura minima spettano al contribuente per le somme ad esso dovute a decorrere dalla data dell'eseguito pagamento.~~

**ARTICOLO 48**

*(Sanzioni amministrative)*

1. Il Comune è tenuto a vigilare sulla corretta osservanza delle disposizioni legislative e regolamentari riguardanti l'effettuazione della pubblicità. Alle violazioni di dette disposizioni conseguono sanzioni amministrative per la cui applicazione si osserva la *disciplina generale delle sanzioni amministrative per le violazioni delle norme tributarie (D.Lgs. n. 472/1997)*, salvo quanto previsto nei successivi commi.

2. Per le violazioni delle norme regolamentari stabilite dal comune, nonché di quelle contenute nei provvedimenti relativi all'installazione degli impianti, si applica la **sanzione da lire duecentomila a lire due milioni** con notificazione agli interessati, entro centocinquanta giorni dall'accertamento, degli estremi delle violazioni riportati in apposito verbale.

Il comune dispone altresì la rimozione degli impianti pubblicitari abusivi, anche in conformità alle disposizioni di cui *all'articolo 50* del presente Regolamento, facendone menzione nel suddetto verbale; in caso di inottemperanza all'ordine di rimozione entro il termine stabilito, il comune provvede d'ufficio, addebitando ai responsabili le spese sostenute.

**3. *(cancellato)***

4. Fuori dei casi di tributi iscritti a ruolo, la sanzione prevista al precedente *comma 3* si applica altresì in ogni ipotesi di mancato pagamento di un tributo o di una sua frazione nel termine previsto.



5. Le sanzioni di cui ai precedenti *commi* 3 e 4, non si applicano quando i versamenti sono stati tempestivamente eseguiti ad ufficio o concessionario diverso da quello competente.

**6. ~~(cancellato)~~**

7. I mezzi pubblicitari esposti abusivamente possono, con ordinanza del sindaco, essere sequestrati a garanzia del pagamento delle spese di rimozione e di custodia, nonché dell'imposta e dell'ammontare delle relative soprattasse ed interessi; nella medesima ordinanza deve essere stabilito un termine entro il quale gli interessati possono chiedere la restituzione del materiale sequestrato previo versamento di una congrua cauzione stabilita nella ordinanza stessa.

8. I proventi delle sanzioni amministrative sono devoluti al comune e destinati al potenziamento ed al miglioramento del servizio e dell'impiantistica comunale, nonché alla redazione ed all'aggiornamento del "*Piano Generale degli Impianti pubblicitari*" di cui all'articolo 26 del presente Regolamento.

9. Chiunque viola le disposizioni di cui al *Titolo III (Disciplina della pubblicità)* è soggetto alla sanzione amministrativa del pagamento di una somma **da lire cinquecentottantasettemilacinquecento a lire duemilionitrecentocinquantamila** (articolo 23, comma 11 D.Lgs. 30 Aprile 1992, n. 285 "*Nuovo codice della strada*").

10. Chiunque non osserva le prescrizioni indicate nelle autorizzazioni previste dal presente Titolo è soggetto alla sanzione amministrativa del pagamento di una somma **da lire duecentomila a lire ottocentomila** (articolo 23, comma 12 D.Lgs. 30 Aprile 1992, n. 285 "*Nuovo codice della strada*").

11. Dalle violazioni suddette consegue la sanzione amministrativa accessoria dell'obbligo a carico dell'autore e a proprie spese di rimuovere tutte le opere, cartelli, manifesti ed ogni impianto e forma pubblicitaria, secondo le disposizioni di cui all'articolo 50 del presente Regolamento. Quando la rimozione importa la necessità di entrare nel fondo altrui, non può avvenire se non dopo quindici giorni dalla diffida notificata al terzo.

12. Quanto sopra fatto salvo qualsiasi altro procedimento conseguente a violazioni a norme di legge.

13. Gli importi delle sanzioni di cui ai commi 6 e 7, in funzione della violazione, sono quantificati come segue:

- |  |                    |
|--|--------------------|
| a1) per l'installazione di mezzi pubblicitari abusivi,<br>come definiti all'articolo 50, comma 1;..... | <b>£ 2.350.000</b> |
| a2) per affissione abusiva su impianto destinato<br>alle pubbliche affissioni;.....                    | <b>£ 1.000.000</b> |

- a3) per imbrattamento di vie e piazze pubbliche  
mediante lancio di volantini e simili;.....£ 800.000
- a4) per le altre violazioni alle disposizioni del  
presente Regolamento.....£ 587.500

15. Per l'applicazione delle sanzioni tributarie si rinvia al regolamento comunale per l'applicazione delle sanzioni amministrative per violazione di norme in materia di tributi comunali, approvato con deliberazione consiliare n. 72 del 22.12.1998.

#### **ARTICOLO 49**

*(Rettifica ed accertamento d'ufficio)*

- ~~1. Il Comune, entro due anni dalla data in cui la dichiarazione è stata o avrebbe dovuto essere presentata, procede a rettifica o ad accertamento d'ufficio, notificando al contribuente, anche e mezzo posta mediante raccomandata con avviso di ricevimento, apposito avviso motivato.~~
- ~~2. Nell'avviso devono essere indicati il soggetto passivo, le caratteristiche e l'ubicazione del mezzo pubblicitario, l'importo dell'imposta o della maggiore imposta accertata, delle soprattasse dovute e dei relativi interessi, nonché il termine di sessanta giorni entro cui effettuare il relativo pagamento.~~
- ~~3. Gli avvisi di accertamento sono sottoscritti dal funzionario designato dal comune per l'organizzazione e la gestione dell'imposta, ovvero, nel caso di gestione in concessione, da un rappresentante del concessionario.~~

### **CAPO III INTERVENTI A CARATTERE AMMINISTRATIVO**

#### **ARTICOLO 50**

*(Rimozione dei mezzi pubblicitari)*

1. I mezzi pubblicitari installati senza aver inoltrato e/o ottenuto la prevista autorizzazione o comunque non conformi alle disposizioni del provvedimento di autorizzazione o alle norme del presente Regolamento, sono abusivi.
2. Il responsabile del servizio, mediante ordinanza dispone, la rimozione dei mezzi pubblicitari abusivi, i quali devono essere rimossi entro gli otto giorni successivi alla data di notifica a cura e spese del titolare dell'autorizzazione. Indipendentemente dalla procedura di rimozione, il responsabile del servizio o il concessionario del servizio, provvedono alla copertura della pubblicità abusiva, con successiva notifica di apposito avviso con invito all'utente a pagare le spese sostenute per la copertura.
3. Il responsabile del servizio ha facoltà di imporre la rimozione e/o la sistemazione di qualsiasi mezzo pubblicitario quando ciò sia necessario per esigenze estetiche, di servizio o di viabilità, oppure da cause di forza maggiore quali la demolizione o la costruzione di edifici o altre esigenze di interesse pubblico.



4. Nell'ordinanza, di cui al *comma 2 del presente articolo*, viene prevista, in caso di inottemperanza all'ordine di rimozione o di spostamento entro il termine previsto, l'esecuzione d'ufficio, addebitando all'utente le spese relative.

5. I mezzi abusivi rimossi a cura del Comune per inadempienze dell'utente all'ordinanza di rimozione sono sequestrati e custoditi nei depositi comunali a garanzia del pagamento delle spese di rimozione, trasporto e custodia, nonché del tributo evaso. Nella stessa ordinanza viene stabilito un termine entro il quale gli interessati possono richiedere la restituzione del materiale sequestrato previo pagamento dell'imposta dovuta, delle sanzioni e delle spese sostenute per le operazioni di rimozione, trasporto e custodia.

6. In mancanza della richiesta di restituzione, si procede alla vendita del materiale stesso tramite l'ufficio economato ed il ricavo viene incamerato dal Comune fino alla concorrenza del proprio credito. Qualora l'ufficio economato non provvede alla vendita per mancanza di acquirenti, lo stesso provvede alla distruzione del materiale sequestrato, redigendo apposito verbale.

7. Qualora non sia possibile identificare il responsabile della pubblicità abusiva, si procede direttamente al sequestro e la relativa ordinanza viene pubblicata all'albo pretorio per 15 giorni. Il Comune si riserva, in tal caso, ogni ulteriore azione nei confronti del responsabile successivamente identificato.

## **CAPO IV DISPOSIZIONI COMPLEMENTARI**

### **ARTICOLO 51**

#### *(Targhette di identificazione)*

1. Su ogni mezzo pubblicitario autorizzato dovrà essere saldamente fissata, a cura e a spese del titolare dell'autorizzazione, una targhetta metallica, posta in posizione facilmente accessibile, sulla quale sono riportati, con caratteri incisi, i seguenti dati:

- a) amministrazione rilasciante;
- b) soggetto titolare;
- c) numero dell'autorizzazione;
- d) progressiva chilometrica del punto di installazione;
- e) data di scadenza.

Per i mezzi pubblicitari per i quali risulti difficoltosa l'applicazione di targhette, è ammesso che i suddetti dati siano riportati con scritte a carattere indelebile.

2. La targhetta o la scritta di cui al *comma 1* devono essere sostituite ad ogni rinnovo dell'autorizzazione ed ogniqualvolta intervenga una variazione di uno dei dati su di esse riportati.

3. Le targhette devono essere di piccole dimensioni (max 150 cm<sup>2</sup>) ed applicate in aderenza al segnale o al suo sostegno, in genere sul retro degli stessi.  
In qualsiasi caso non devono costituire ulteriore sporgenza dal segnale o dal sostegno.

## **ARTICOLO 52**

### *(Manutenzione dei mezzi pubblicitari)*

1. Le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari dovranno essere sottoposti a periodici accertamenti sul loro stato di conservazione a cura degli interessati e dagli stessi mantenuti sempre in perfetto ordine.  
Qualora venga accertato che lo stato di conservazione non sia più corrispondente alle esigenze di estetica e/o di statica, il responsabile del servizio inviterà al ripristino assegnando un termine per lo stesso. Ove l'interessato non ottemperi, l'impianto sarà considerato abusivo ad ogni effetto e saranno applicate le sanzioni di cui *all'articolo 48 del presente Regolamento*, nonché si procederà alla rimozione con le procedure di cui *all'articolo 50*.

## **ARTICOLO 53**

### *(Responsabilità)*

1. Le autorizzazioni sono rilasciate fatti salvi i diritti di terzi.
2. Il richiedente l'installazione si intende espressamente obbligato senza eccezioni o limiti di sorta, a sollevare il Comune da qualsiasi azione legale derivante da diritti di terzi.
3. I richiedenti riconoscono a loro carico gli eventuali danni che potessero derivare a terzi od intervenire agli impianti pubblicitari.

## **CAPO V GESTIONE TECNICA-AMMINISTRATIVA**

## **ARTICOLO 54**

### *(Archiviazione e tempi di esecuzione delle installazioni)*

1. Nel caso in cui la richiesta di autorizzazione all'installazione di mezzi pubblicitari o di variazione della pubblicità non sia corredata dalla documentazione prevista *dall'articolo 51 del presente Regolamento* e l'interessato non provveda alla regolarizzazione nel termine di **trenta giorni** dal ricevimento della relativa richiesta, da parte dell'Ufficio Tecnico Comunale, la domanda stessa verrà archiviata.



2. Nel caso in cui il mezzo pubblicitario non sia posto in opera nel termine di **sei mesi** dalla data di rilascio dell'autorizzazione, la stessa si ritiene revocata.

## **ARTICOLO 55**

*(Catasto dei mezzi pubblicitari e registro delle autorizzazioni)*

1. In conformità a quanto disposto dall'articolo 53, comma 9 del DPR 495/1992, come modificato dall'articolo 43 del DPR 610/1996 (*Regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo codice della strada*), il responsabile del servizio è tenuto a mantenere un registro delle autorizzazioni rilasciate, che contenga in ordine di tempo l'indicazione della domanda, del rilascio dell'autorizzazione ed una sommaria descrizione del cartello, dell'insegna di esercizio o altro mezzo pubblicitario autorizzato.

2. Le posizioni dei mezzi pubblicitari autorizzati, di cui al precedente comma 1, devono essere riportate nel catasto stradale in modo di consentire la realizzazione ed il mantenimento di un "catasto dei mezzi pubblicitari", anche ai fini di cui all'articolo 53, comma 10 del DPR 495/1992.

3. Ai fini di cui ai commi precedenti nonché per una corretta organizzazione tecnica-amministrativa, si possono utilizzare i fondi di cui all'articolo 48 del presente Regolamento (*Sanzioni Amministrative*).

## TITOLO V DISPOSIZIONI PARTICOLARI

### CAPO I SEGNALETICA DIREZIONALE E SEGNALI CHE FORNISCONO INDICAZIONI DI SERVIZI UTILI

#### ARTICOLO 56

*(Disposizioni generali e modalità di impiego)*

1. I segnali direzionali, di cui *all'articolo 1, comma 6*, sono quelli compresi tra i “Segnali turistici e di territorio”, di cui *all'articolo 134 del DPR n. 495/1992* e quelli che forniscono indicazioni di servizi utili (*articolo 136 del “Regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo codice della strada*); in particolare:

- a) segnali con indicazioni turistiche;
- b) segnali con indicazioni industriali, artigianali, commerciali;
- c) segnali con indicazioni alberghiere;
- d) segnali con indicazioni di luoghi di pubblico interesse;
- e) segnali con indicazioni di servizi utili.

I simboli relativi alle indicazioni di cui al presente comma sono rappresentati ***nell'Allegato 2, Parte “A”, SEZ. 1 (figure da 100 a 231).***

2. I segnali di cui al precedente *comma 1* possono essere posti in posizione autonoma e singola, come segnale di direzione isolati, o come segnali di localizzazione, ma in tal caso non devono interferire con l'avvistamento e la visibilità della segnaletica stradale. Se impiegati devono essere installati unicamente sulle strade che conducono direttamente al luogo segnalato, e salvo casi di impossibilità, a non oltre 10 km di distanza dal luogo.

3. L'onere per la fornitura, per l'installazione e la manutenzione dei segnali di cui al *comma 1* è a carico del soggetto interessato all'installazione il quale deve ottenere la prescritta autorizzazione con le modalità di cui *all'articolo 39* del presente Regolamento.

4. I segnali con le indicazioni di cui al *comma 1, lettera b)* possono essere installati, a giudizio dell'ente proprietario della strada, qualora per la configurazione dei luoghi e della rete stradale si reputi utile l'impianto di un sistema segnaletico informativo di avvio alle zone di attività, purché non compromettano la sicurezza della circolazione e la efficacia della restante segnaletica e siano installati in posizione autonoma. Ove non esista una zona di attività concentrate, l'uso di segnali di avvio ad una singola azienda è consentito sulle strade extraurbane se l'azienda stessa è destinazione od origine di un consistente traffico veicolare, sempre nel rispetto delle prescrizioni di cui ai *commi 2 e 3*.

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



6. I segnali che forniscono indicazioni di servizi utili, di cui al *comma 1, punto e)*, devono essere collocati in prossimità del servizio segnalato, salvo che il cartello sia integrato da una freccia indicante la direzione da seguire; possono essere abbinati ad un pannello integrativo (*modello II.1 del DPR n. 495/1992*), indicante la distanza in metri tra il segnale ed il servizio indicato.

L'eventuale denominazione può essere riportata nello spazio sottostante il simbolo.

7. Per quanto concerne le specifiche relative alle varie tipologie di servizi, si rimanda all'*articolo 136 del DPR n. 495/1992 e successive modificazioni e integrazioni*.

8. I segnali bar (*fig. 174, Allegato 2, Parte "A", SEZ. 1*) e ristorante (*fig. 175, Allegato 2, Parte "A", SEZ. 1*) indicano rispettivamente la vicinanza di un esercizio di bar o di ristorante sulle strade extraurbane. **Questi segnali sono vietati nei centri abitati.**

9. I segnali di cui al *comma 1, lettere a), b) e c)*, devono essere oggetto di una progettazione unitaria, riferita alle singole tipologie, in modo da consentire un loro razionale, congruo ed efficace utilizzo sul territorio comunale.

La progettazione di cui al presente comma può essere realizzata e proposta anche da gruppi di cittadini interessati o da associazioni di categoria operanti sul territorio, o delegata a tecnici specializzati in materia.

## CAPO II

### MEZZI PUBBLICITARI DA INSTALLARE NELLE ZONE COMMERCIALI, INDUSTRIALI E/O ARTIGIANALI

#### ARTICOLO 57

*(Criteri generali e ambito di applicazione)*

1. Le disposizioni di cui al presente Capo sono applicate ai mezzi pubblicitari da installare nelle zone commerciali, industriali e/o artigianali.

*Nel territorio di Lavagno non vi sono attualmente zone concentrate di questo tipo, per cui le disposizioni che seguono si limitano a regolamentare le forme pubblicitarie da ubicare all'interno delle perimetrazioni dei fabbricati ad indirizzo produttivo, nonché la segnaletica di avviamento agli stessi (vedi articolo 55).*

2. Le disposizioni relative ai segnali di avviamento alle attività produttive sono contenute **nell'Allegato 2, Parte "A", SEZ. 1.**

3. Per quanto concerne i mezzi pubblicitari da installare nelle zone commerciali si demanda ad una futura integrazione del **PGI**, da effettuare in relazione alle caratteristiche architettoniche e urbanistiche-strutturali dei centri commerciali che verranno realizzati.

## **ARTICOLO 58**

### *(Disposizioni varie)*

1. Le attività industriali e/o artigianali sono soggette alle disposizioni, limitazioni e divieti di cui al presente Regolamento.
2. E' consentito l'utilizzo di insegne aventi sagome volumetriche esclusivamente per le attività che sono dotate di cortili o piazzali privati o eventualmente di parcheggi o spazi comunque separati dalla carreggiata stradale da apposite cordolature, aiuole spartitraffico, ecc..
3. Le insegne di esercizio posizionate nelle pertinenze accessorie dell'attività non devono sporgere dal filo delle recinzioni; in ogni caso è fatto assoluto divieto di far sporgere le insegne di esercizio sulla pubblica via o sui marciapiedi.



## TITOLO VI NORME TRANSITORIE, FINALI E ABROGAZIONI

### ARTICOLO 59

*(Esecuzione ed attuazione della Direttiva Ministero dei lavori pubblici 17 marzo 1998, n. 1381 - G.U. 8 aprile 1998, n. 82 -, relativa al controllo della pubblicità abusiva)*

1. In conformità e con le modalità stabilite dalla *Direttiva Ministero lavori pubblici 17 marzo 1998, n. 1381*, il responsabile del servizio provvede al censimento dei mezzi pubblicitari esistenti sul territorio; provvede altresì alla redazione dei *"piani di adeguamento degli stessi"* alle disposizioni del presente *Regolamento* e del *"Nuovo codice della strada"*.
2. I mezzi pubblicitari che dal censimento dovessero risultare abusivi, ai sensi del *Regolamento* e della *Direttiva* di cui al presente articolo sono immediatamente sanzionabili e se in contrasto con le disposizioni regolamentari con impossibilità di adeguamento, soggetti a procedura di rimozione.
3. A seguito del censimento, il responsabile del servizio predispone un rapporto sulla densità pubblicitaria e sulla diffusione del fenomeno dell'abusivismo, da mettere a disposizione dei competenti Ministeri.

### ARTICOLO 60

*(Norme transitorie)*

1. A partire dalla data di adozione e fino alla data di entrata in vigore del presente *Regolamento* e del *"Piano Generale degli impianti"*, il responsabile del servizio dà corso alle istanze per l'installazione di mezzi pubblicitari indicando sul provvedimento di autorizzazione l'estrema precarietà della stessa. Essa potrebbe essere revocata a causa di variazioni da apportare al *Regolamento* prima della sua entrata in vigore. Allo stesso modo si potrebbero rendere necessarie modificazioni tecniche all'impianto pubblicitario autorizzato in modo da adeguarlo alle nuove disposizioni.
2. Nell'eventuale revoca, relativamente a quanto citato al *comma 1*, dovrà essere rimborsata la quota d'imposta pagata in eccesso dal titolare dell'autorizzazione.
3. In sede di prima applicazione delle disposizioni contenute nel presente *Regolamento*, il Comune predispone alcuni interventi tecnici con lo scopo di attuare nel contempo le norme di cui al *"Nuovo codice della strada"* e di procedere al riordino urbano e del suo arredo in zone ben delimitate del territorio.  
In seguito il Comune provvede alla predisposizione ed organizzazione delle attività di gestione tecnica-amministrativa relativa ai mezzi pubblicitari esistenti ed in particolare al rinnovo triennale delle autorizzazioni.

## **ARTICOLO 61**

*(Norme finali e abrogazioni)*

**1.** Il presente Regolamento entra ***in vigore il 1° Gennaio 1999.***

**2.** Il termine fissato per l'esecuzione e l'attuazione delle disposizioni di cui *all'articolo 59* è il **31 dicembre 1999.**

A tal fine, in seguito all'adozione del presente Regolamento, il responsabile del servizio predispone ed organizza le attività ed i procedimenti tecnici e tecnici-amministrativi necessari.

**3.** A decorrere dall'entrata in vigore del presente Regolamento sono abrogati:

**a)** il *"Regolamento per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e per l'effettuazione del servizio sulle pubbliche affissioni"*, approvato con delibera del Consiglio Comunale n. 38 del 25 settembre 1995;

**b)** tutte le norme in contrasto con le disposizioni del presente Regolamento.