

INDICE

CAPO I - DISPOSIZIONI GENERALI.....	5
Art. 1 - Obiettivi del Piano Generale degli Impianti Pubblicitari	5
Art. 2 - Ambito di Applicazione	5
Art. 3 – Elaborati del Piano Generale degli Impianti Pubblicitari.....	5
Art. 4 - Classificazione dei Mezzi Pubblicitari	6
Art. 5 – Altre attività pubblicitarie soggette a particolare regolamentazione	7
Art. 6 - Definizione e classificazione delle strade	7
Art. 7 - Definizioni rispetto alla visibilità degli impianti dalle strade	7
Art. 8 - Delimitazione del Centro Abitato	8
Art. 9 - Collocazione – Ubicazione – Distanze	8
Art. 10 - La suddivisione del territorio in zone omogenee.....	10
Art. 11 - Prescrizioni specifiche relative a ciascuna zona omogenea	10
Art. 12 - Dimensioni degli impianti pubblicitari	12
Art. 13 - Schede specifiche	12
Art. 14 - Limitazioni e divieti	12
Art. 15 - Mezzi pubblicitari abbinati a servizi.....	13
Art. 16 - Mezzi pubblicitari a messaggio variabile	13
Art. 17 - Mezzi pubblicitari nelle stazioni di servizio ed aree di parcheggio	13
Art. 18 - Insegne d'esercizio.....	Errore. Il segnalibro non è definito.
Art. 19 - Progetti Unitari.....	14
Art. 20 - Pubblicità nei cantieri.....	14
Art. 21 - Pubblicità effettuata con veicoli in genere.....	15
Art. 22 - Pubblicità fonica	15
Art. 23 – Pubblicità in forma ambulante.....	16
Art. 24 - Pubblicità giochi con vincite in denaro, sale da gioco e sale scommesse	17
Art. 25 - Pubblicità realizzata su carrelli supermercati.....	17
Art. 26 –Autorizzazioni	17
Art. 27 - Obblighi titolare autorizzazione.....	18
Art. 28 - Decadenza	18
Art. 29 - Cessazione - Rimozione e rinuncia alla pubblicità.....	18

CAPO II – PUBBLICITÀ ESTERNA	20
Art. 30 Definizione degli impianti privati, tipologie consentite	20
Sezione I – Pubblicità permanente.....	22
Art. 31 - Criteri generali per l'installazione di nuovi impianti permanenti	22
Art. 32 - Domanda di autorizzazione	25
Art. 33 - Istruttoria e rilascio dell'autorizzazione	26
Art. 34 - Conclusione del procedimento	26
Art. 35 - Rilascio della concessione o autorizzazione	26
Art. 36 - Contenuto ed efficacia del provvedimento	27
Art. 37 - Principali obblighi del concessionario	27
Art. 38 - Revoca e modifica. Rinuncia	28
Art. 39 - Decadenza automatica per mancato pagamento del canone.....	28
Art. 40 - Altre cause di decadenza	28
Art. 41 - Esposizioni abusive	29
Art. 42 - Subentro.....	30
Sezione II – Pubblicità Temporanea.....	31
Art. 43 - Definizione di pubblicità temporanea	31
Art. 44 - Autorizzazione per la pubblicità temporanee	31
Art. 45 - Limiti e divieti relativi alla pubblicità temporanea	32
CAPO III- PUBBLICHE AFFISSIONI.....	33
Art. 46 - Gestione del servizio	33
Art. 47 - Tipologia degli impianti di Pubblica Affissione	33
Art. 48 - Superficie degli impianti per le affissioni	33
Art. 49 - Ripartizione della superficie e degli impianti	33
Art. 50 - Identificazione.....	34
Art. 51 - Modalità per il servizio affissioni	34
Art. 52 - Affissione manifesti istituzionali, sociali o privi di rilevanza commerciale.....	35
Art. 53 - Affissione manifesti commerciali.....	35
Art. 54 - Affissione manifesti commerciali gestite da privati (Affissioni dirette)	35
Art. 55 - Affissione manifesti funebri.....	35
Art. 56- Prescrizioni per l'inserimento di nuovi impianti di pubblica affissione	36
CAPO IV - DISPOSIZIONI FINALI	37
Art. 57 - Obblighi – Vigilanza – Sanzioni	37

Art. 58 - Norme Finali	37
Art. 59 – Norme transitorie ed Entrata in vigore	37
Art. 60 - Quadro normativo di riferimento	38
ALLEGATO - 1	39
Schede specifiche	39

ELENCO ABBREVIAZIONI

(in ordine alfabetico)

AC	Amministrazione comunale
CDS	Codice della strada
CU	Canone unico
D.LGS	Decreto legislativo
DPR	Decreto del Presidente della Repubblica
PEC	Posta elettronica certificata
PGIP	Piano generale degli impianti pubblicitari
PGT	Piano di governo del territorio
PUT	Piano urbano del traffico
SUAP	Sportello unico attività produttive
SUE	Sportello unico edilizia
TUEL	Testo unico degli enti locali

CAPO I - DISPOSIZIONI GENERALI

ART. 1 - OBIETTIVI DEL PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

1. Obiettivo principale del Piano generale degli impianti pubblicitari, in seguito denominato PGIP, è regolamentare al fine di razionalizzare la distribuzione e il posizionamento degli impianti pubblicitari sul territorio, nel rispetto delle prescrizioni e dei vincoli imposti dai vigenti strumenti urbanistici comunali e sovraordinati, nonché dalle norme generali in materia di installazioni pubblicitarie.
2. Consegue finalità rivolte a:
 - Garantire le esigenze della circolazione veicolare e pedonale salvaguardando la sicurezza dei cittadini e degli utenti della strada;
 - Perseguire il riordino e la razionalizzazione dei mezzi pubblicitari installati sul territorio comunale;
 - Salvaguardare il decoro della città, l'ambiente, il paesaggio e i beni artistici e culturali;
 - Migliorare l'efficacia funzionale della comunicazione istituzionale, di servizio e commerciale;
 - Garantire ai soggetti economici il diritto di diffondere messaggi di carattere pubblicitario nell'esercizio di attività di impresa.

ART. 2 - AMBITO DI APPLICAZIONE

1. Le norme contenute nel presente PGIP, relative alla pubblicità esterna e alle pubbliche affissioni, riguardano i mezzi della comunicazione istituzionale, commerciale, pubblica e privata, così come definita dal Regolamento Comunale del Canone Unico¹ e classificata dal D.P.R. 495/1992, la cui installazione sia individuabile nel territorio e quindi in forma non ambulante. Sono inoltre escluse le insegne di esercizio e le targhe professionali, in quanto la loro collocazione e distribuzione è legata alla presenza di attività economiche e all'attività edilizia, governate dalla pianificazione urbanistica e di settore.
2. Il PGIP prende atto della delimitazione dei "centri abitati" ai sensi del vigente Codice della Strada, ed individua al suo interno i parametri di deroga alla disciplina definita dallo stesso consentiti dalla legge, da applicarsi per l'inserimento sia temporaneo che permanente degli impianti pubblicitari siano essi pubblici o privati.
3. Fuori dal centro abitato l'installazione di cartelli e di altri mezzi pubblicitari è regolamentata dall'art. 23 D.L.gs. 30 aprile 1992 n. 285, dagli art. da 47 a 59 del DPR 16 dicembre 1992 n. 495 e s.m.i., nonché da altre norme di tipo sovraordinato che stabiliscono modalità, limitazioni e divieti per l'effettuazione, in determinati luoghi e su particolari immobili, di forme di pubblicità.
4. La disciplina del presente PGIP si applica sull'intero territorio comunale agli impianti pubblicitari in ambiti sia pubblici che privati.

ART. 3 – ELABORATI DEL PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

1. Il PGIP è costituito dai seguenti elaborati:
 - NORME

¹ Regolamento comunale per l'applicazione del canone patrimoniale di concessione, autorizzazione o esposizione pubblicitaria (ai sensi della LEGGE 27 dicembre 2019, n. 160., artt. 816-836), Approvato con Deliberazione del Consiglio Comunale n. 63 del 22.12.2020; Modificato con Delibera di Consiglio Comunale n. 09 del 10.03.2022; Modificato con Deliberazione del Consiglio Comunale n. 54 del 25.11.2024 e s.m.i.

Doc.	1	Norme tecniche di attuazione PGIP
▪ SCHEDE		
Sch.	1	Censimento impianti pubbliche affissioni
All.	1	Censimento impianti pubbliche affissioni - Elenco
▪ TAVOLE		
Tav.	1	Zone omogenee PGIP
Tav.	2	Zone omogenee PGIP – N
Tav.	3	Zone omogenee PGIP – S
Tav.	4	Censimento impianti pubblicità esterna
Tav.	5	Censimento impianti pubblicità esterna – N
Tav.	6	Censimento impianti pubblicità esterna – S
Tav.	7	Censimento impianti pubbliche affissioni
Tav.	8	Censimento impianti pubbliche affissioni – N
Tav.	9	Censimento impianti pubbliche affissioni – S

ART. 4 - CLASSIFICAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI

1. Agli effetti del presente regolamento s'intendono impianti pubblicitari sia quelli così definiti dal Codice della Strada sia tutti i restanti mezzi comunque utilizzati per l'effettuazione della pubblicità visiva o acustica, comprese le insegne su fabbricato.
2. Gli impianti pubblicitari vengono classificati per categoria, durata, tipologia, finalità del messaggio (utilizzo) e caratteristiche specifiche.
3. Le categorie sono quelle descritte all'art. 47 del DPR n. 495/92 in combinato disposto con le prescrizioni dell'articolo 23, comma 9, del Nuovo CDS.
4. La durata di esposizione, in conformità all'art. 2 del Regolamento canone unico, distingue gli impianti in **permanenti e temporanee**.
5. In base alla finalità dei messaggi, gli impianti sono destinati a supportare comunicazioni di natura istituzionale o di natura commerciale:
 - a) *Affissione Istituzionale:*
su tali impianti sono affissi manifesti contenenti comunicazioni di pubblico interesse di carattere istituzionale, sociale o, comunque, privi di rilevanza economica; sono effettuate per richiesta dell'Amministrazione Comunale, di altri soggetti pubblici o per istanza di privati. L'affissione avviene per opera del Comune o del Concessionario del Servizio di Pubblica Affissione.
 - b) *Affissione Commerciale:*
su tali impianti vengono affissi manifesti aventi rilevanza economica. Il contenuto del messaggio ha natura commerciale. Sono effettuate per richiesta di privati e l'affissione avviene per opera del Comune o del Concessionario del Servizio di Pubblica Affissione.
 - c) *Affissione Diretta:*
si intendono le affissioni di manifesti e simili effettuate direttamente da soggetti privati, diversi dal Comune di Merate e dai suoi concessionari, anche per conto altrui, su apposite strutture adibite all'esposizione di tali mezzi, diverse da quelle previste per le affissioni pubbliche.
 - d) *Affissione Necrologica:*
su tali impianti sono affissi annunci, ringraziamenti ed anniversari relativi ad eventi luttuosi, effettuati su istanza di privati. L'affissione è eseguita su impianti messi a disposizione dal Comune.

e) *Pubblicità esterna:*

su tali impianti viene effettuata l'esposizione di messaggi pubblicitari di natura commerciale esposti direttamente dal proprietario dell'impianto, effettuati direttamente sulla superficie espositiva mediante tecniche varie.

ART. 5 – ALTRE ATTIVITÀ PUBBLICITARIE SOGGETTE A PARTICOLARE REGOLAMENTAZIONE

1. L'effettuazione di particolari forme di pubblicità soggetta a specifica regolamentazione, è disciplinata secondo le disposizioni del presente regolamento.
2. Costituiscono forme particolari di pubblicità:
 - a) pubblicità nei cantieri;
 - b) pubblicità effettuata con veicoli in genere
 - c) pubblicità fonica;
 - d) pubblicità in forma ambulante;
 - e) pubblicità giochi con vincite in denaro, sale da gioco e sale scommesse;
 - f) pubblicità realizzata su carrelli supermercati.

ART. 6 - DEFINIZIONE E CLASSIFICAZIONE DELLE STRADE

1. Ai fini della redazione e gestione del PGIP, l'acquisizione dell'informazione relativa alla classificazione funzionale delle strade assume importanza per definire i diversi ambiti di applicazione della normativa nazionale e di quella contenuta in questo piano. Inoltre in base al CDS D.Lgs 30 aprile 1992 n. 285 art. 23 e s.m.i. i comuni hanno la facoltà di concedere deroghe alle norme relative alle distanze minime per il posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari, sempre nel rispetto delle esigenze di sicurezza della circolazione stradale.
2. Il comune di Merate è dotato di Piano Urbano del Traffico (2006-2007)², nel cui contesto la classificazione funzionale delle strade va definita (secondo quanto previsto dall'art. 2 del CDS e dalle direttive per la redazione dei Piani Urbani del Traffico).
3. In caso di futura dotazione del Piano Urbano del Traffico il presente Piano ne recepirà automaticamente le variazioni.

ART. 7 - DEFINIZIONI RISPETTO ALLA VISIBILITÀ DEGLI IMPIANTI DALLE STRADE

1. Ai fini dell'applicazione delle presenti norme, un impianto di pubblicità si definisce collocato "sulla strada", quando l'installazione dello stesso è effettuata entro i limiti della sede stradale o, comunque, entro le fasce pertinenza o di rispetto della stessa.
2. Si definisce "in vista dalla strada" quando, pur essendo collocato fuori dalle zone precedentemente indicate, l'impianto pubblicitario risulta visibile dalla strada, in base alla distanza di leggibilità per gli alfabeti normali di cui alla tabella II 16, del regolamento del C.D.S.; tale determinazione è effettuata in riferimento al carattere alfanumerico, simbolo o immagine, di maggiori dimensioni o d'insieme contenuto nel mezzo pubblicitario.

² <http://www.hlserviziocloud.it/pgt/content/097048>

Tabella II 16 – art. 80 - del regolamento del C.D.S

La distanza di leggibilità delle iscrizioni non deve essere inferiore ai seguenti valori:	
autostrade e strade extraurbane principali	150 m
Strade extraurbane secondarie e urbane di scorrimento	100 m
Altre strade	60 m

3. Il criterio di visibilità di cui al comma precedente si applica invece in riferimento alla dimensione dell'impianto stesso, nei seguenti casi:
 - a) impianti la cui particolare forma costituisca di per sé messaggio pubblicitario;
 - b) impianti luminosi (sempre);
 - c) cartelli o altri mezzi pubblicitari in cui l'estensione dell'immagine risulti prevalente e caratterizzante l'intero messaggio pubblicitario;
4. Per parallelismo si deve intendere il posizionamento del mezzo pubblicitario parallelamente alla linea di mezzzeria anche se questa non è presente.

ART. 8 - DELIMITAZIONE DEL CENTRO ABITATO

1. La delimitazione del centro abitato, ai fini dell'applicazione delle norme contenute nel presente PGIP, è quella vigente e desunta dal Documento di Piano "DdP", livello CENTRO_ABITATO.shp.
2. Eventuali successive modifiche alla perimetrazione del centro abitato sono automaticamente recepite dal presente PGIP e dall'allegata cartografia, fatte salve le opportune verifiche e precisazioni interpretative da parte del Comune.

ART. 9 - COLLOCAZIONE – UBICAZIONE – DISTANZE

1. Il posizionamento di cartelli 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 (2° comma dell'art. 51 del regolamento del CDS):
 - 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'articolo 3, comma 1, punto 20), del codice;

- h) 250 m prima delle intersezioni;
 - i) 100 m dopo le intersezioni;
 - j) 200 m dagli imbocchi delle gallerie.
2. 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. **All'interno del centro abitato** così come delimitato dalla prevista segnaletica stradale ed ove vige il limite di velocità non temporaneo, uguale od inferiore ai 50 Km/h, il posizionamento di impianti ed altri mezzi pubblicitari è consentito, di norma, nel rispetto delle seguenti distanze minime:
- 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.
4. Nelle isole di traffico, come definite dall'art. 3 del CDS, a meno di m. 1,5 dai bordi esterni dei marciapiedi e sui cigli stradali, è vietata la collocazione di qualsiasi impianto o mezzo pubblicitario.
5. Le distanze di cui al comma 1 non si applicano altresì agli impianti installati ad una distanza dal margine della carreggiata misurata perpendicolarmente all'asse della carreggiata superiore a mt. 15;
6. Le distanze di cui al comma 1 non si applicano alle insegne di esercizio installate parallelamente al senso di marcia in aderenza ai fabbricati se non contrastano con quanto stabilito dall'art. 23, comma 1, del Nuovo CDS.
7. Al fine della riduzione e contenimento del numero degli impianti pubblicitari sul territorio comunale, il presente Regolamento incentiva, anche attraverso deroghe sulle distanze sopra indicate, gli impianti riportanti una molteplicità di indicazioni e messaggi, anche di più attività, fatto salvo l'art. 23 comma 1 del codice.
8. Gli impianti multipli di preinsegne, fino a 6 su unico sostegno, potranno essere autorizzati anche se collocati in corrispondenza di intersezioni, purché non creino pericolo e difficoltà per la circolazione e non compromettano la leggibilità dell'altra segnaletica stradale obbligatoria, a condizione che le preinsegne siano conformi alla definizione dell'art. 47 comma 2 del regolamento CDS, ed ogni singola preinsegna abbia dimensione non superiore a m. 1,25 x m. 0,25.

ART. 10 - LA SUDDIVISIONE DEL TERRITORIO IN ZONE OMOGENEE

1. Al fine della pianificazione e gestione degli insediamenti di impianti pubblicitari, il piano individua all'interno del territorio comunale il centro abitato, suddividendolo in zone che presentano caratteristiche omogenee in rapporto alle caratteristiche del tessuto urbano, ambientali, a specifiche esigenze di riqualificazione.

2. L'intero territorio comunale è soggetto a vincolo paesaggistico/ambientale; fuori dal centro abitato vige il divieto previsto dal Piano Paesistico Regionale di cui all'art. 16 bis, comma 4 punto V, di seguito richiamato:

V- Valgono comunque nelle aree di cui ai beni oggetto del presente comma le seguenti prescrizioni specifiche:

i. Cartellonistica e mezzi pubblicitari:

[...]

c) cartellonistica e altri mezzi pubblicitari: - sono da escludersi lungo tutti i tracciati stradali all'esterno dei centri abitati e devono essere valutati con grande attenzione all'interno dell'urbanizzato, al fine di evitare l'introduzione di elementi di evidente disturbo visivo, anche temporaneo.

VI- Vengono pertanto definite le seguenti zone rappresentate nella planimetria allegata - elaborato Tav. 1 "Zone Omogenee PGIP":

- **Zona A** è la parte del centro abitato relativa ai centri storici ed alle aree assimilabili. Per le sue stesse caratteristiche presenta particolari esigenze di regolamentazione
- **Zona B** è la parte del centro abitato a prevalente destinazione residenziale;
- **Zona C** è la parte del centro abitato a prevalente destinazione artigianale – produttiva-commerciale - direzionale.
- **Zona D** corrisponde alla zona di territorio comunale esterna al centro abitato.

VII- Fatte salve le altre norme che stabiliscono modalità, limitazioni e divieti per l'effettuazione, in determinati luoghi e su particolari immobili, di forme di pubblicità, nelle zone esterne al centro abitato (zona D) la collocazione di cartelli e di altri mezzi pubblicitari recepisce integralmente le norme di cui all'art.23 del D.Lgs. 30 aprile 1992, n.285 e dal relativo Regolamento di applicazione DPR 16 dicembre 1992, n.495 e loro modifiche e/o integrazioni.

VIII- Per la collocazione dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari, esclusi gli impianti pubblicitari di servizio, ricadenti lungo la linea di separazione di zone differenti si deve applicare la norma più restrittiva rispetto le zone confinanti.

IX- Con atto della giunta comunale potranno essere individuate "Zone di particolare interesse": per motivate ragioni di interesse pubblico, potranno essere imposti limiti di carattere generale più restrittivi di quelli previsti dal presente PGIP, sempre che siano garantite le esigenze di sicurezza della circolazione.

ART. 11 - PRESCRIZIONI SPECIFICHE RELATIVE A CIASCUNA ZONA OMOGENEA

1. Per le zone di cui all'articolo precedente si prescrive quanto segue:

a. **Zona A** - zona interna al C.A relativa ai centri storici ed alle aree assimilabili

- All'interno di questa area l'impiantistica prevista è prevalentemente di servizio.

Commentato [FB-AS1]: Inserire prescrizioni specifiche

- È vietata l'installazione di impianti pubblicitari, annuali o temporanei, ad eccezione di insegne e preinsegne relative ai servizi pubblici e privati ivi insediate, nonché delle indicazioni segnaletiche aventi finalità turistiche locali, in coerenza con le tutele ed i vincoli sovraordinati.
- L'installazione di impianti "preinsegna" è consentita solo in attuazione di progetti unitari di segnalazione di attività economiche caratterizzati da evidente interesse pubblico, sottoposti ad apposita convenzione e approvati dalla giunta comunale attraverso specifica delibera. Particolare attenzione dovrà essere posta nell'uso dei materiali e nelle soluzioni formali che dovranno essere compatibili al contesto storico-architettonico.
- La cartellonistica di cantiere dovrà essere di contenute dimensioni, fermo restando le dimensioni minime stabilite dalle normative edilizie vigenti.
- Sono vietati i segni orizzontali reclamistici.

b. **Zona B** - zona interna al C.A con prevalente destinazione residenziale

- È ammessa l'installazione dei mezzi pubblicitari classificati nel presente PGIP nel rispetto dei parametri dimensionali e di distanza come da schede specifiche, nonché nel rispetto della specifica normativa di zona da PGT e delle limitazioni e divieti di cui al successivo art. 14.

Commentato [FB-AS2]: Inserire prescrizioni specifiche

c. **Zona C** - zona interna al C.A con prevalente destinazione artigianale – produttiva-commerciale - direzionale

- È costituito dalla direttrice di via Bergamo, (SP 54) e dagli assi secondari ad essa afferenti.
- È ammessa l'installazione dei mezzi pubblicitari classificati nel presente PGIP nel rispetto dei parametri dimensionali e di distanza come da schede specifiche, nonché nel rispetto della specifica normativa di zona da PGT e delle limitazioni e divieti di cui al successivo art. 14.

Commentato [FB-AS3]: Inserire prescrizioni specifiche

d. **Zona D** - zona esterna al centro abitato

- **Non è ammessa l'installazione di alcun mezzo pubblicitario, nel rispetto della specifica normativa di zona da Piano Paesistico Regionale e delle limitazioni e divieti di cui al successivo art. 14.**
2. I mezzi pubblicitari da collocare lungo ed in vista delle strade nelle zone situate al di fuori del centro abitato, saranno sottoposti al rispetto della normativa prevista dal Nuovo CDS ed alle eventuali prescrizioni individuate dal PGIP, nel caso in cui rientrino anche in altre zone omogenee come sopra individuate.
3. Fermo restando quando indicato nel comma 1 del presente articolo, la pianificazione e gestione degli insediamenti di impianti pubblicitari è subordinata alla normativa di settore di livello comunale, provinciale e regionale, con particolare riferimento a:
- a. NORME TECNICHE OPERATIVE DEL PGT (PI): artt. 66.1, 68.1, 68.3, 68.4, 68.5
 - b. REGOLAMENTO EDILIZIO COMUNALE (REC – RUEC): artt. 88-90
 - c. REGOLAMENTO POLIZIA URBANA artt. 35.1, 35.2, 35.3
 - d. NORME TECNICHE PARCO ADDA: artt. 41, 42, 81
 - e. NORME TECNICHE PARCO MONTEVECCHIA – VALLE CURONE: artt. 14

ART. 12 - DIMENSIONI DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

1. Le dimensioni degli impianti pubblicitari sono quelle previste nelle apposite schede in base alla tipologia ed alla zona omogenea.

ART. 13 - SCHEDE SPECIFICHE

1. Fermo restando le distanze previste per l'ubicazione dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari di cui al relativo articolo del presente Regolamento, il PGIP prevede, per ogni singolo impianto, una scheda specifica che ne definisce l'ammissibilità e le caratteristiche puntuali di collocamento suddivise per utilizzo. Di seguito viene riportata la metodologia per la consultazione di tale scheda.
2. L'elenco completo delle Schede specifiche è riportato nell'ALLEGATO 1 al presente regolamento

ART. 14 - LIMITAZIONI E DIVIETI

1. L'installazione di impianti pubblicitari su aree destinate a verde pubblico è limitata ai soli cartelli appositamente dedicati alla sponsorizzazione della manutenzione del verde nella superficie massima pari a 1,00 mq anche in ulteriore deroga alle distanze indicate nelle *Schede specifiche* previa apposita convenzione con l'amministrazione comunale.
2. Nella collocazione di impianti pubblicitari, indipendentemente dalla zonizzazione del territorio comunale di cui al precedente art. 10, troverà comunque applicazione la disciplina del "Codice dei Beni culturali e del paesaggio" di cui al D.Lgs. 42/2004 e s.m.i. con la conseguente necessità di preventiva acquisizione da parte degli interessati dell'autorizzazione paesaggistica nei casi in cui la stessa sia necessaria ai sensi della disciplina sopra indicata.
3. Ogni autorizzazione di impianti ed altri mezzi pubblicitari dovrà essere sottoposta al parere della commissione locale per il paesaggio.
4. Vanno altresì considerate le tutele di tipo ambientale rappresentate dai Siti natura 2000 e dagli ambiti parco.
5. È completamente inibita la facoltà di richiedere autorizzazioni per esposizioni pubblicitarie, escluse le insegne di esercizio, lungo le seguenti direttrici (per una profondità di 10 m ambo i lati dal sedime stradale): Via De Gasperi, Strada Panoramica (SP 342 dir), tutte le fasce di rispetto stradali individuate dal PGT.
6. Nell'ambito dei coni visuali individuati dal PGT, è vietata l'interposizione di impianti pubblicitari tra il punto di vista e/o i percorsi panoramici ed il quadro paesaggistico tutelato che ne alterino negativamente la percezione.
7. Nelle zone di rispetto dei cimiteri e in quelle individuate dagli strumenti urbanistici vigenti, non sono ammesse forme di pubblicità commerciale; possono essere consentite esposizioni di messaggi di tipo sociale, istituzionale, culturale o di manifestazioni patrocinate dall'Amministrazione, nel formato massimo di 6 mq per lato di esposizione.
8. Il messaggio pubblicitario di qualsiasi natura, istituzionale, culturale, sociale e commerciale, non deve ledere il comune buon gusto, deve garantire il rispetto della dignità umana e dell'integrità della persona, non deve comportare discriminazioni dirette o indirette, né contenere alcun incitamento all'odio basato su sesso, razza o origine etnica, religione o convinzioni personali, disabilità, età o orientamento sessuale.
9. Il posizionamento dei mezzi pubblicitari deve avvenire in modo tale da consentire la perfetta visibilità (nel senso di marcia) di semafori, incroci, segnali stradali di pericolo ed attraversamenti pedonali.

10. È fatto divieto di utilizzare alberi per l'apposizione di supporti pubblicitari.
11. Nell'installazione degli impianti pubblicitari si debbono rispettare gli alberi esistenti (considerati nel loro ingombro in età adulta) e le relative radici, è vietato l'abbattimento di alberi per dar luogo all'installazione di impianti pubblicitari.
12. È vietato utilizzare sostegni di reti tecnologiche come supporti di forme pubblicitarie permanenti e/o temporanee, ad eccezione della stipula di convenzioni apposite da parte dell'Amministrazione Comunale.
13. È vietato posizionare la sola struttura di sostegno senza pannello pubblicitario (anche bianco) delle dimensioni per cui è stata richiesta l'autorizzazione all'esposizione. In caso di mancata esposizione del pannello pubblicitario entro 90 giorni dalla data di rilascio dell'autorizzazione la stessa decade.
14. Non è consentita l'installazione di impianti pubblicitari su supporti impropri, incongrui o comunque non specificamente destinati ad ospitarli.
15. Non è consentita l'apposizione di qualunque manifesto, foglio locandina ecc. al di fuori dei supporti appositamente previsti per tale uso.
16. Il posizionamento dei cartelli pubblicitari deve comunque avvenire in modo da non occultare targhe toponomastiche e quant'altro destinato alla pubblica visibilità.
17. È vietato attaccare qualsiasi adesivo pubblicitario (anche se reca solo un marchio), di qualsiasi dimensione, su qualsiasi manufatto, anche privato, che affaccia sulla strada o spazio che sia pubblico o privato soggetto a pubblico passaggio.

ART. 15 - MEZZI PUBBLICITARI ABBINATI A SERVIZI

1. Nel caso di insegne o mezzi pubblicitari abbinati alla prestazione di servizi per gli utenti della strada (es.: orologi, contenitori rifiuti, panchine, transenne, archetti parapetonali, paline e pensiline di fermata autobus ecc.) con superficie inferiore a mq. 3, nei centri abitati non si applicano le distanze previste dall'art. 9 del presente Regolamento purché gli stessi non siano luminosi, riflettenti e siano impiegati colori tenui.
2. È vietata la collocazione di messaggi pubblicitari nei servizi situati in corrispondenza delle intersezioni ad eccezione degli archetti parapetonali che non ostacolino la mobilità per gli utenti deboli della strada.

ART. 16 - MEZZI PUBBLICITARI A MESSAGGIO VARIABILE

1. Le disposizioni di cui al comma 11 dell'art. 51 del regolamento del CDS e ss.mm., si applicano agli impianti ed altri mezzi pubblicitari collocati nel centro abitato, fatto salvo quanto prescritto dall'art. 23, comma 1, del Nuovo CDS.
2. All'interno dei centri abitati il periodo di variabilità del messaggio pubblicitario non deve essere inferiore a 10 secondi.

ART. 17 - MEZZI PUBBLICITARI NELLE STAZIONI DI SERVIZIO ED AREE DI PARCHEGGIO

1. Le disposizioni di cui all'art. 52 del regolamento del CDS si applicano anche ai mezzi pubblicitari collocati nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio situate nei centri abitati.
2. Per ogni impresa esercente attività commerciale in area interessata da stazione di rifornimento di carburante e/o stazione di servizio può essere autorizzata una sola insegna di esercizio della superficie massima di 4 mq. anche in deroga dalla distanza del limite della carreggiata di cui all'art. 9, comma 1,

lett. a) e b) purché oltre la linea di margine della carreggiata e comunque in modo da non costituire pericolo per la circolazione stradale e nel rispetto dell'art. 23 comma 1 del codice.

ELIMINATO ART. 18 "INSEGNE DI ESERCIZIO"

ART. 19 - PROGETTI UNITARI

1. Il progetto unitario è un progetto di massima, redatto in scala adeguata e con tutti gli elaborati necessari, funzionale a individuare le caratteristiche di progettazione ed installazione di impianti pubblicitari nell'ambito del territorio cittadino o in parti omogenee dello stesso per fornire una soluzione complessiva in relazione ad una tematica predeterminata.
2. Il progetto unitario dovrà essere accompagnato da una dettagliata relazione tecnica riferita:
 - a) all'analisi del territorio cui lo stesso è riferito;
 - b) ai singoli siti oggetto degli interventi con precisa descrizione dello stato attuale dei luoghi;
 - c) alle proposte di inserimento dei mezzi pubblicitari sia in termini di caratteristiche degli stessi sia in termini di impatto nei confronti dei singoli siti che si intendono utilizzare.
3. Relativamente all'impianto di tipo preinsegna, l'installazione è ammessa nell'ambito di un progetto unitario di segnalamento commerciale. La collocazione della preinsegna deve rispettare le distanze individuate nell'allegato Schede specifiche, non dovrà ostacolare la percezione della segnaletica esistente, costituire pericolo per l'incolumità pubblica e la sicurezza della circolazione. Ogni singola posizione prevista nel progetto dovrà essere valutata contestualmente alla Polizia Locale.
4. Nel rispetto del comma 8 Art. 51 del DPR 495/92, gli impianti pubblicitari di servizio, ma solo a seguito di specifici progetti di "arredo urbano" approvati dal Comune, possono rispettare le distanze individuate nell'allegato Schede specifiche. Tali impianti dovranno sempre garantire un passaggio libero conforme alle normative sull'abbattimento delle barriere architettoniche negli spazi pubblici di cui al DPR 24.7.1996 n. 503 inoltre, la collocazione degli impianti pubblicitari di servizio, non dovrà ostacolare la lettura della segnaletica esistente o costituire intralcio o pericolo per l'incolumità pubblica e la sicurezza della circolazione.

ART. 20 - PUBBLICITÀ NEI CANTIERI

1. I cartelli ed altri mezzi pubblicitari che reclamizzano prodotti e ditte collegate alle attività di cantiere, o che pubblicizzano la compravendita e la locazione, sia per edifici in costruzione che in restauro, devono avere una superficie per facciata non superiore a 6 mq.
2. Nell'ambito dei cantieri edili regolarmente autorizzati ai sensi delle vigenti normative, qualora il cartello di cantiere prescritto dalle vigenti norme contenga anche messaggi pubblicitari relativi all'intervento edilizio in corso, lo stesso cartello può essere autorizzato in deroga ai limiti dimensionali fissati nel presente regolamento, salvaguardando la sicurezza della circolazione stradale.
3. Sulla recinzione o parti esterne dei cantieri edili di cui al comma precedente, è ammessa l'esposizione della pubblicità relativa alle ditte che ivi effettuano i lavori, solo una per ditta su singola direttrice, in deroga:
 - a) alle distanze minime se questa è esposta parallelamente al senso di marcia dei veicoli ed a patto che la singola superficie non superi i 2 mq, mentre è sempre vietata sulla corrispondenza delle intersezioni ed a meno di m. 5,00 dalle stesse;

- b) al limite temporale previsto all'art. 4, comma 4, del presente Regolamento.
4. L'esposizione pubblicitaria ha durata temporale come prevista dall'art. 15 commi 2 e 2 bis del D.P.R. 380/01 ed è soggetta alle seguenti condizioni:
- l'impianto deve contenere un unico messaggio pubblicitario;
 - la richiesta di autorizzazione potrà essere avanzata e valutata solo successivamente alla presentazione della pratica edilizia relativa al fabbricato;
 - è vietata l'installazione di "cartelli luminosi" a luce propria;
 - è vietata l'installazione di "cartelli a messaggio variabile".
5. Fatto salvo il pagamento del canone per l'esposizione pubblicitaria, non è necessario munirsi dell'autorizzazione a patto che si rispettino i limiti e le prescrizioni ivi stabilite e si invii all'ufficio Commercio copia della quietanza di pagamento del canone.
6. Ogni pubblicità dovrà essere rimossa entro il termine di comunicazione di fine lavori. La pubblicità esposta dopo tale termine sarà a tutti gli effetti considerata abusiva e quindi soggetta a sanzione.
7. È consentita la collocazione di cartelli in aree che il PGT individua come edificabili, finalizzati alla promozione di immobili ivi insediabili, anche solo potenzialmente, privi quindi di permesso di costruire, nella dimensione massima di mq 6 e nella quantità di un solo impianto per unità d'intervento.
8. Sulle strutture in elevazione quali ponteggi e impalcature e sulle strutture di recinzione dei cantieri, possono essere autorizzate gigantografie riprodotte su materiali idonei, tela o similari, esclusivamente se riportanti il prospetto dell'edificio oggetto dell'intervento o l'immagine di un'opera d'arte avente attinenza con l'edificio o un'immagine ad alto contenuto artistico. Il messaggio pubblicitario che potrà eventualmente ospitare al suo interno anche il logo dello sponsor, dovrà occupare una superficie complessivamente non superiore al 50% della superficie totale della gigantografia. Le presenti disposizioni si applicano altresì per gli edifici di interesse storico ed artistico di cui al D.Lgs.42/2004 presenti nelle zone "A", "B", "C", "D" del presente PGIP, in tali casi alla richiesta di autorizzazione all'esposizione della pubblicità, dovrà essere allegata la preventiva autorizzazione da parte della competente Sovrintendenza.

ART. 21 - PUBBLICITÀ EFFETTUATA CON VEICOLI IN GENERE

1. Il riferimento è l'art. 25 del Regolamento CU.
2. La pubblicità effettuata all'esterno dei veicoli adibiti a uso pubblico o a uso privato è consentita nei limiti previsti dal CDS.
3. La pubblicità di cui al comma 1 è da considerarsi pubblicità annuale ad ogni effetto, a prescindere dal tempo d'uso ordinario del veicolo e dalle eventuali soste di questo per esigenze di servizio o di manutenzione.
4. Il canone è dovuto rispettivamente al Comune che ha rilasciato la licenza di esercizio e al Comune in cui il proprietario del veicolo ha la residenza o la sede. In ogni caso è obbligato in solido al pagamento il soggetto che utilizza il mezzo per diffondere il messaggio. Non sono soggette al canone le superfici inferiori a trecento centimetri quadrati.

ART. 22 - PUBBLICITÀ FONICA

1. Il riferimento è l'art. 35 del Regolamento di Polizia Urbana

2. Per pubblicità fonica si intende la pubblicità effettuata a mezzo di qualsiasi apparecchio amplificatore quali altoparlanti, megafoni e simili, sia esso fisso o mobile, in modo da essere percepibile dalle vie o altro luogo pubblico.
3. La pubblicità fonica, per mezzo di impianti di amplificazione fissi o mobili, nei centri abitati, è svolta previo rilascio di autorizzazione, dalle ore 9.00 alle ore 13.00 e dalle ore 16.00 alle ore 19.30.
4. Per la pubblicità elettorale si applicano le disposizioni dell'articolo 7 della legge 24 aprile 1975, n. 130.
5. Il Sindaco può disporre, con propria ordinanza, il divieto di effettuazione della pubblicità fonica in alcune strade o tratti di esse.
6. Chiunque viola le disposizioni del presente articolo è soggetto alla sanzione amministrativa pecuniaria del pagamento di una somma da euro 25,00 a euro 500,00.
7. L'intensità sonora del messaggio pubblicitario fonico non dovrà superare le norme previste in materia di inquinamento acustico vigenti e, comunque, essa è vietata nei pressi dei plessi scolastici cittadini di ogni ordine e grado e di edifici di culto – durante le ore di lezione o in concomitanza di cerimonie –, nonché nei pressi delle case di cura e riposo. Ai soli fini del regolamento, si quantifica in 100 metri la distanza minima in linea d'aria da osservare dai predetti siti entro la quale la pubblicità sonora è vietata.
8. La pubblicità fonica è vietata, fatta salva quella relativa a commercio itinerante, manifestazioni culturali, sportive, religiose e del tempo libero e sarà autorizzata dall'Ente proprietario della strada o, in centro abitato, dal responsabile dell'ufficio competente che ne detterà le prescrizioni.
9. La domanda per l'effettuazione della pubblicità fonica deve riportare, oltre ai dati del richiedente, il testo del messaggio trasmesso.

ART. 23 – PUBBLICITÀ IN FORMA AMBULANTE

1. Per pubblicità in forma ambulante si intende la pubblicità effettuata mediante la distribuzione di materiale pubblicitario, oppure con persone circolanti con cartelli od altri mezzi pubblicitari.
2. Su tutto il territorio comunale è ammessa esclusivamente nella forma della consegna del messaggio pubblicitario “ad personam” nelle mani del soggetto destinatario o nelle cassette della posta, fermo restando l'obbligo del pagamento della relativa imposta.
3. È vietata la pubblicità commerciale effettuata a mezzo volantinaggio presso i consumatori, ovunque essi si trovino, qualora in loro assenza tale materiale venisse lasciato fuori dalla cassetta postale od anche al suo interno se, in quest'ultimo caso, il proprietario o avente diritto ha chiaramente manifestato di non voler ricevere tale forma di pubblicità con iscrizioni o frasi del tipo: “no pubblicità”, “no volantini” ecc. apposte direttamente sulla cassetta della posta. È esclusa da tale divieto la pubblicità commerciale indirizzata allo specifico soggetto destinatario anche se in busta aperta.
4. Su tutto il territorio comunale è vietata la pubblicità mediante l'apposizione di manifestini, volantini o di qualsiasi altro materiale pubblicitario sulle vetture in sosta.
5. Deroche al divieto di cui al punto precedente possono essere consentite, in casi straordinari ed eccezionali, con motivata ordinanza.
6. È ammesso il volantinaggio con consegna personale al cittadino del materiale nel solo caso di propaganda ad iniziative sportive, culturali e politiche.
7. Per le violazioni del presente articolo, ai sensi dell'art. 7 bis del D.Lgs 267/2000 (T.U.E.L.), si applica la sanzione pecuniaria da 25 a 500 euro con pagamento in misura ridotta e con effetto liberatorio di una somma di 100 euro da comminare direttamente al trasgressore se individuato e come obbligato in solido colui, persona o ditta, che lo ha incaricato. Qualora non si riesca ad individuare alcuno dei soggetti

suddetti, le sanzioni si applicano al beneficiario del messaggio pubblicitario, salvo che questi non dimostri la sua incolpevole estraneità, si applica la Legge 689/81.

ART. 24 - PUBBLICITÀ GIOCHI CON VINCITE IN DENARO, SALE DA GIOCO E SALE SCOMMESSE

1. Al fine di contrastare in maniera sempre più efficace il fenomeno della dipendenza dalla pratica del gioco "ludopatia", oltre a quanto già previsto dal Decreto Legge 13 settembre 2012, n. 158 "Decreto Balduzzi" e riportato nella legge n. 8 del 2013 "Norme per la prevenzione e il trattamento del gioco d'azzardo patologico", così come modificata dalla legge n. 11 del 2015 e dall'art. 13 della legge n. 34 del 2016", su tutto il territorio comunale è vietata qualsiasi forma di pubblicità lungo le strade o in vista di esse relativa al gioco con vincite in denaro, all'apertura e all'esercizio di sale da gioco (art. 86 T.U.L.P.S. – R.D. 18.06.1931, n. 773), all'apertura e all'esercizio di sale scommesse (art. 88 T.U.L.P.S. – R.D. 18.06.1931, n. 773) e di attrazione.

Le disposizioni del presente comma sono applicabili anche alla pubblicità temporanea, così come definita e disciplinata agli artt. 43-45 del presente regolamento.

2. Esternamente allo stabile ove viene svolta una o più delle attività elencate nel precedente comma, può essere installata una sola ed unica insegna di esercizio che, per poter essere autorizzata, dovrà inderogabilmente possedere i seguenti requisiti:
 - contenere al massimo i seguenti dati: ragione sociale della ditta, insegna, logo, eventuali recapiti e tipo di attività svolta come: sala giochi e/o sala scommesse, a seconda della/e autorizzazione/i rilasciata/e;
 - posta esclusivamente in aderenza alla facciata dell'edificio, parallela alla strada, monofacciale e non luminosa.

ART. 25 - PUBBLICITÀ REALIZZATA SU CARRELLI SUPERMERCATI

1. Il riferimento è l'art. 26 del Regolamento CU
2. La pubblicità fatta attraverso i cartelli mobili bifacciali posti fronte retro sui carrelli della spesa di supermercati o centri commerciali, qualora promuovano il medesimo prodotto o la stessa ditta commerciale, possono considerarsi un'unica inserzione, nell'ambito dello stesso carrello, in quanto assolvono a un'unitaria funzione pubblicitaria

ART. 26 –AUTORIZZAZIONI

1. La collocazione di cartelli, insegne d'esercizio o di qualunque manufatto pubblicitario, di qualsiasi natura e scopo, temporaneo o permanente, su strade o aree pubbliche o private, percepibili da spazi pubblici, all'interno o all'esterno dei centri abitati, è sottoposta ad autorizzazione comunale, salvo il preventivo nulla-osta dell'ente proprietario se la strada è statale, regionale o provinciale, nel rispetto del D.Lgs 285/1992 (Nuovo CDS), del relativo Regolamento di esecuzione ed attuazione DPR 16 Dicembre 1992 n. 495, e delle presenti norme.
2. Sono inoltre soggette ad autorizzazione le modifiche di mezzi pubblicitari riguardanti: tipologia, caratteristiche tecniche, forma, dimensioni ed orientamento rispetto alla strada, nonché variazioni del messaggio se sottoposto alla disciplina di cui al D.L.gs 42/04 e s.m.i..
3. Il richiedente è tenuto ad eseguire il pagamento del canone nella misura indicata e a darne dimostrazione all'ufficio competente.

ART. 27 - OBBLIGHI TITOLARE AUTORIZZAZIONE

1. È fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione di:
 - a) Rispettare, nell'effettuare la pubblicità, le norme di sicurezza prescritte dai Regolamenti Comunali, dal Nuovo CDS e relativo Regolamento di esecuzione e dal presente PGIP, nonché le prescrizioni ed indicazioni contenute nell'autorizzazione;
 - b) Verificare periodicamente il buono stato di conservazione dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari, delle relative strutture di sostegno ed effettuare tempestivamente tutti gli interventi necessari al loro buon mantenimento e decoro, ripristino in caso di danneggiamento, usura, pulizia da fregi o graffiti; adempiere nei tempi richiesti a tutte le prescrizioni impartite dall'Ente al momento del rilascio dell'autorizzazione o anche successivamente per intervenute e motivate esigenze; procedere alla rimozione del mezzo pubblicitario: nel caso di scadenza naturale, decadenza o revoca dell'autorizzazione, per il venir meno delle condizioni di sicurezza previste nel provvedimento di autorizzazione e/o a seguito di motivata richiesta da parte dell'Ente competente al rilascio;
2. In caso di variazione della titolarità dell'impianto pubblicitario, fermo restando il periodo di validità dell'autorizzazione originaria, la stessa dovrà essere comunicata all'Ente entro il termine di 90 giorni dalla data di stipulazione dell'atto di cessione, affitto azienda, fusione ecc., allegando tutti i documenti comprovanti l'avvenuta variazione. In caso di mancata comunicazione, unitamente alla sanzione amministrativa stabilita all'articolo 7-bis del D.Lgs 18 agosto 200 n.267, l'autorizzazione decade.

ART. 28 - DECADENZA

1. Costituiscono causa di decadenza dell'autorizzazione:
 - a) Il collocamento e/o la realizzazione dei mezzi pubblicitari in difformità rispetto a quanto autorizzato;
 - b) L'inadempimento degli obblighi del titolare dell'autorizzazione;
 - c) Il mancato ritiro dell'autorizzazione entro 60 giorni dalla data del suo rilascio;
 - d) La mancata installazione del mezzo pubblicitario e attivazione della pubblicità autorizzata entro 90 giorni dalla data di emissione del provvedimento autorizzatorio;
 - e) Il mancato pagamento del Canone Comunale sulla pubblicità per una morosità di un anno o più;
 - f) La presenza di un impianto privo di messaggio pubblicitario, oppure di un impianto che esponga un messaggio non rispondente, per contenuto o superficie dello spazio pubblicitario, a quanto autorizzato.

ART. 29 - CESSAZIONE - RIMOZIONE E RINUNCIA ALLA PUBBLICITÀ

1. La scadenza dell'autorizzazione senza aver presentato istanza di rinnovo, la decadenza o la revoca dell'autorizzazione, comportano l'obbligo alla rimozione integrale dell'impianto entro il termine stabilito, nonché il ripristino delle condizioni preesistenti a cura e spese del soggetto titolare.
2. Decorso il termine di novanta giorni senza aver adempiuto agli obblighi di cui al comma precedente, l'Amministrazione provvede direttamente alla rimozione, al trasporto ed al deposito presso i magazzini comunali addebitando le spese sostenute al soggetto proprietario.

CAPO II – PUBBLICITÀ ESTERNA

ART. 30 DEFINIZIONE DEGLI IMPIANTI PRIVATI, TIPOLOGIE CONSENTITE

1. Per impianti di pubblicità esterna si intendono tutti gli impianti di proprietà privata, collocati su aree private e/o pubbliche, adibiti alla diffusione di messaggi pubblicitari per la promozione di beni e/o servizi mediante l'esposizione di elementi come pannelli serigrafati (o altre tecniche simili effettuate direttamente sul pannello espositivo).
2. Gli impianti consentiti sono:
 - a) INSEGNA DI ESERCIZIO - art. 47 Comma 1 Reg CDS / art. 23 CDS
scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da simboli e da marchi, realizzata e supportata con materiali di qualsiasi natura, installata nella sede dell'attività a cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie alla stessa. Può essere luminosa sia per luce propria che per luce indiretta;
 - b) PREINSEGNA - art. 47 Comma 2 Reg CDS / art. 23 CDS
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, né per luce propria, né per luce indiretta;
 - c) CARTELLO - art. 47 Comma 4 Reg CDS / art. 23 CDS
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;

Mezzi pubblicitari individuati dal PGIP appartenenti a questa categoria: *bacheca/vetrina, cartello, cartello stradale, cassonetto, portamanifesto, poster, prismavision, targa, totem*
 - d) STRISCIONE, LOCANDINA E STENDARDO - art. 47 Comma 5 Reg CDS / art. 23 CDS
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;

Mezzi pubblicitari individuati dal PGIP appartenenti a questa categoria: *locandina, striscione trasversale, telo, manifesto, festone di bandierine*
 - e) SEGNO ORIZZONTALE RECLAMISTICO - art. 47 Comma 6 Reg CDS / art. 23 CDS
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;

- f) IMPIANTO PUBBLICITARIO DI SERVIZIO - art. 47 Comma 7 Reg CDS / art. 23 CDS
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;

Mezzi pubblicitari individuati dal PGIP appartenenti a questa categoria: *orologio, palina, pensilina, termometro, transenna, cestino*

- g) IMPIANTI DI PUBBLICITA' O PROPAGANDA - art. 47 Comma 8 Reg CDS / art. 23 CDS
qualunque manufatto finalizzato alla pubblicità o alla propaganda sia di prodotti che di attività e non individuabile secondo definizioni precedenti, né come insegna di esercizio, né come preinsegna, né come cartello, né come striscione, locandina o stendardo, né come segno orizzontale reclamistico, né come impianto pubblicitario di servizio. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.

Mezzi pubblicitari individuati dal PGIP appartenenti a questa categoria: *adesivo, bandiera, cestino, cavalletto, distributore automatico, espositore, lampioncino, pannello luminoso/monitor, ombrellone, prezziario, sagomato, scritta, sedia/tavolo, vetrofania, aeromobile, gonfiabile, pallone frenato, sovrappompa, tenda*

3. Gli impianti di pubblicità consentiti sono a loro volta distinti in permanenti e temporanei.
4. Le schede dell'Allegato 1, suddivise per tipologia di impianto, indicano le zone nelle quali sono ammesse le installazioni, oltre al corretto posizionamento previsto per impianto rispetto il margine della carreggiata, la distanza da altri impianti pubblicitari, siano essi annuali o temporanei.

Sezione I – Pubblicità permanente

ART. 31 - CRITERI GENERALI PER L'INSTALLAZIONE DI NUOVI IMPIANTI PERMANENTI

1. Tutti gli impianti pubblicitari da installare in modo permanente devono rispondere ai requisiti previsti dagli art. 49 e 50 del D.P.R. n. 495/92 e art. 23 del D.Lgs. n. 285/92 e soddisfare i principi di sicurezza, decoro, funzionalità, rispetto della normativa, che tenga conto delle caratteristiche costruttive ed estetiche di cui ai commi successivi.

1.1. Forma e colore

- a) I cartelli, gli impianti pubblicitari di servizio e gli altri mezzi pubblicitari devono avere sagoma regolare. Forma, uso e abbinamento dei colori, del blu/ bianco e rosso/bianco in particolare, negli spazi pubblicitari non devono creare confusione con la segnaletica stradale ovvero arrecare disturbo visivo agli utenti della strada, secondo il prudente apprezzamento degli uffici competenti, limitandone la percettibilità. In ogni caso non possono essere a forma di cerchio o triangolo.

1.2. Materiali

- a) Le parti di impianto destinate ad accogliere le affissioni devono essere costituite di una plancia in lamiera zincata dotata di cornice metallica.
- b) I materiali utilizzabili per le strutture di appoggio devono essere non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici.
- c) I manufatti destinati alla pubblicità temporanea, quali striscioni, devono essere realizzati in materiale resistente agli agenti atmosferici oltre che saldamente ancorati alle strutture escludendo lacci o corde informali. Gli impianti devono rispondere, nella struttura e nel loro insieme, alla capacità di resistenza ai sovraccarichi, agli urti ed in generale ai fenomeni dinamici in tutte le prevedibili condizioni di esercizio, senza deformazioni incompatibili.
- d) I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari, devono essere realizzati in materiale avente le caratteristiche di consistenza, durevolezza, sicurezza e resistenza agli agenti atmosferici. I materiali degli elementi che lo compongono, devono conservare le proprie caratteristiche chimico-fisiche, sotto l'azione delle sollecitazioni termiche degli agenti fisici normalmente operanti e prevedibili nell'ambiente in cui si trovano, conservando inalterate le proprie caratteristiche. Tale requisito deve essere soddisfatto sotto l'azione degli agenti chimici e biologici presenti normalmente nell'ambiente (aria, acqua, ecc.), nonché sotto l'azione degli usuali prodotti per la pulizia delle superfici.
- e) Tutti gli elementi che compongono l'impianto non devono presentare porosità o cavità superficiali che non siano facilmente pulibili ed ispezionabili, e devono evitare il ristagno di acqua e l'accumulo di sporco.
- f) L'insieme degli elementi che compongono un manufatto deve avere caratteristiche atte a dissuadere, impedire e resistere agli atti di vandalismo, come pure consentire che vi si possa facilmente porre rimedio. Tutti i manufatti devono possedere l'attitudine a non sporcarsi facilmente sotto l'azione di sostanze imbrattanti di uso corrente e permettere una facile operazione di pulizia senza deterioramenti permanenti; devono inoltre possedere l'attitudine a consentire, in modo agevole, il ripristino dell'integrità, della funzionalità e dell'efficienza costituenti l'impianto pubblicitario stesso sia mediante interventi di manutenzione ordinaria che straordinaria al fine di garantire la conservazione delle condizioni del manufatto al momento della sua installazione.

1.3. *Struttura*

- a) Tutte le strutture di sostegno e di fondazione devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento; devono essere di materiale indeformabile, saldamente realizzate ed ancorate al terreno sia nel loro complesso sia nei singoli elementi.
- b) Qualora le suddette strutture costituiscano manufatti la cui realizzazione e posa in opera sia regolamentata da specifiche norme (opere in ferro, in c.a. etc.), l'osservanza di dette norme e l'adempimento degli obblighi da queste previsti deve essere documentato prima del ritiro dell'autorizzazione.
- c) La struttura e gli elementi che la costituiscono devono rispondere alle caratteristiche di resistenza al fuoco nel rispetto delle prescrizioni tecniche vigenti in materia.

1.4. *Illuminazione*

- a) Gli impianti elettrici utilizzati devono essere concepiti e realizzati in modo tale da garantire il massimo grado di sicurezza per il rischio elettrico e per quello delle scariche accidentali, nonché rispondere alle norme CEI in materia ed essere conformi alle disposizioni espresse della L. n. 46/1990, del DPR n. 447/1991 e successive modifiche ed integrazioni, per la realizzazione degli impianti e l'impiego dei materiali secondo regola d'arte. Le apparecchiature elettriche componenti l'impianto d'illuminazione devono essere il più possibile occultate alla vista.
- b) Gli impianti pubblicitari dovranno rispettare le seguenti norme finalizzate a ridurre fenomeni di inquinamento luminoso, ovvero ogni forma di irradiazione di luce artificiale al di fuori delle aree a cui essa è funzionalmente dedicata in particolare se rivolta verso il cielo, ed in generale fenomeni di disturbo ottico.
- c) Gli impianti pubblicitari illuminati, in particolare le insegne luminose prive di illuminazione propria, dovranno essere dotati di sorgenti luminose che proiettano la luce dall'alto verso il basso.
- d) Per le insegne dotate di illuminazione propria, il flusso totale emesso in ogni direzione non deve superare i 4500 lumen.
- e) Non è permesso proiettare immagini verso la volta celeste.
- f) Non è consentito l'uso di globi luminosi, fasci luminosi roteanti o fissi rivolti verso la volta celeste.
- g) Nel caso di illuminazione di ponteggi recanti pubblicità devono essere privilegiati sistemi di illuminazione ad emissione controllata e comunque sempre dall'alto verso il basso.
- h) Non sono consentiti impianti pubblicitari, comprese le insegne, a luminosità intermittente o con alternanza di luci e colori.
- i) Gli impianti pubblicitari luminosi o illuminati non dovranno causare effetti di abbagliamento.
- j) I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari luminosi, per luce propria o per luce indiretta, posti entro e fuori dai centri abitati, lungo o in prossimità delle strade dove è consentita l'installazione, non possono avere luce né intermittente, né d'intensità luminosa superiore a 150 candele per metro quadrato o che, comunque, provochi abbagliamento.

1.5. *Posizionamento*

- a) Gli impianti pubblicitari devono essere collocati in modo ordinato e devono rispettare le caratteristiche architettoniche dell'edificio e/o del contesto in cui si pongono, armonizzandosi nella forma, nelle dimensioni, nei colori, nelle scritte, nei materiali e nella luminosità.

- b) Gli impianti pubblicitari devono inoltre essere localizzati in modo che siano tutelati il paesaggio e specificamente le scene stradali, le viste panoramiche, i profili urbani più qualificanti dell'immagine della città, evitando eccessi di vistosità e invadenza degli apparati pubblicitari stessi.
- c) In tutto il territorio comunale l'installazione degli impianti pubblicitari è consentita esclusivamente nel rispetto delle norme del presente PGIP.
- d) Il posizionamento dei mezzi pubblicitari in genere deve avvenire in modo tale da non pregiudicare la sicurezza della circolazione veicolare, deve essere garantita rispetto al senso di marcia la perfetta visibilità di semafori, segnaletica stradale in particolar modo di pericolo, incroci e attraversamenti pedonali.
- e) Il posizionamento non deve in alcun caso costituire ostacolo al libero passaggio e deve essere conforme alle norme sull'abbattimento delle barriere architettoniche negli spazi pubblici - D.P.R. n°503 del 24/07/1996.
- f) È in ogni caso vietata l'installazione dei mezzi pubblicitari nei punti stabiliti dall'art. 51 comma 3 lettere del D.P.R. 495/92 ossia: in corrispondenza delle intersezioni, lungo le curve nell'area della corda interna tracciata tra i due punti di tangenza, in corrispondenza di cunette o dossi, sui cavalcavia e loro rampe, sui parapetti stradali, sui ponti e sottoponti non ferroviari, sui cavalcavia stradali e loro banchine, sulle banchine di sicurezza e sugli altri dispositivi laterali di protezione e di segnalamento o comunque in modo tale da pregiudicare la sicurezza della circolazione veicolare e pedonale.
- g) È inoltre vietata all'interno delle opere idrauliche (argini, scoline, fossi di guardia, fossi ai piedi delle scarpate, altro) e nelle scarpate stradali con pendenza superiore al 45%; in fregio ai corsi d'acqua è vietata l'installazione di insegne e cartelloni pubblicitari.

1.6. Distanze

- a) Sulla base dei contenuti dell'art. 23 comma 6 del Nuovo CDS D.L. 285/1992, all'interno dei centri abitati i comuni hanno la facoltà di concedere deroghe alle norme relative alle distanze minime per il posizionamento dei cartelli degli impianti pubblicitari di servizio e degli altri mezzi pubblicitari, così come definite nel Regolamento di Attuazione art. 51 D.P.R. 495/1992, sempre nel rispetto delle esigenze di sicurezza della circolazione stradale. Le distanze si applicano nel senso delle singole direttrici di marcia.
- b) Le distanze minime che si applicano all'interno del centro abitato per gli impianti pubblicitari dovranno rispettare quelle riportate nelle Schede specifiche (Allegato).
- c) Il posizionamento degli impianti di pubbliche affissioni viene definito dagli art. 9 e 14, anche in deroga alle distanze minime previste dalle *Schede specifiche*. Inoltre la prescrizione di "distanza da altri impianti" prevista da dette Schede, non si applica nei confronti degli impianti per pubblica affissione.

1.7. Allineamenti

- a) L'art. 51 comma 2 del D.P.R. 495/1992, consente deroghe alle distanze minime previste di installazione di cartelli, insegne di esercizio o di altri mezzi pubblicitari, qualora già esistano a distanze inferiori, costruzioni fisse, muri e filari di alberi di altezza non inferiore ai 3 m., in questo caso è ammesso il posizionamento in allineamento con gli stessi sempre garantendo la visibilità dei segnali stradali entro lo spazio di avvistamento.
- b) Gli impianti di sostegno alla pubblica illuminazione o altre linee aeree, non sono da considerarsi al fine delle presenti norme costruzioni fisse e pertanto riferimenti di allineamento.

ART. 32 - DOMANDA DI AUTORIZZAZIONE

1. Chiunque intenda installare, ripristinare o modificare impianti ed altri mezzi pubblicitari di qualsiasi tipo, deve richiedere ed ottenere apposita autorizzazione da parte del Comune.
2. Gli interessati devono inoltrare specifica domanda tramite canale telematico SUAP del Comune o ad altro sportello indicato per ciascun procedimento, in conformità all'art. 5 del Regolamento canone unico.
3. Alla sopraccitata domanda dovrà essere allegata ricevuta di versamento comprovante il pagamento dei relativi diritti di segreteria.
4. In caso di richiesta di installazione di pubblicità nell'ambito ed in prossimità dei beni culturali o di luoghi sottoposti a vincoli paesaggistico-ambientali occorre la specifica autorizzazione da richiedere ai sensi del D.Lgs. 42/2004 (artt. 49 e 153).
5. Ogni domanda dovrà riguardare la pubblicità di una sola attività, fatta eccezione per gli impianti di preinsegne (segnaletiche) o altri impianti multipli, ma potrà comprendere più impianti se collocati nelle immediate vicinanze tra loro. In tali casi, tuttavia, si rilascerà l'autorizzazione per ogni singolo impianto.
L'autorizzazione all'installazione di impianti può essere richiesta:
 - a) dal soggetto che dispone a qualsiasi titolo dell'impianto oggetto della domanda;
 - b) dalla ditta fornitrice dell'impianto per conto dell'utilizzatore;
 - c) procuratore speciale (deve essere allegato l'incarico);
6. L'autorizzazione è rilasciata facendo salvi eventuali diritti di terzi, ed è subordinata all'ottenimento di tutti i nulla osta o eventuali autorizzazioni di competenza di altre autorità o enti (ANAS, Autostrade, Provincia, Soprintendenza, ecc...).
7. Non sono soggette ad autorizzazione ai sensi del presente Regolamento:
 - a) le targhe poste all'ingresso della sede dell'attività purché per dimensione (superficie non superiore ad un sesto di metro quadro), caratteristiche (una sola per attività) e contenuto (indicazione dei soli: marchio/logo, ragione sociale, tipo di attività svolta, orari di apertura e recapiti telefonici/elettronici) non si configurino come insegna pubblicitaria;
 - b) le indicazioni grafiche applicate alle vetrine al fine di renderle riconoscibili per la sicurezza delle persone, o motivi ornamentali salvo quelle che costituiscono comunque una forma di pubblicità;
 - c) i mezzi pubblicitari, ad eccezione delle insegne di esercizio, esposti nelle vetrine e sulle porte di ingresso dei locali medesimi purché siano attinenti all'attività in essi esercitata e non superino, per ciascuna vetrina o ingresso, la superficie di mezzo metro quadro;
 - d) la pubblicità comunque effettuata all'interno, sulle facciate esterne o negli appositi spazi dei locali di pubblico spettacolo qualora si riferisca alle rappresentazioni in programmazione;
 - e) la pubblicità, escluse le insegne di esercizio, relative ai giornali ed alle pubblicazioni periodiche, se esposta sulle sole facciate esterne delle edicole e nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei negozi dove si effettua la vendita dei giornali e delle pubblicazioni suddette;
 - f) i cartelli indicanti i prezzi dei prodotti in vendita e tutte le informazioni al pubblico imposte dalle normative vigenti purché non contengano alcun messaggio pubblicitario;
 - g) la pubblicità dei monopoli dello Stato "VALORI BOLLATI, SALI E TABACCHI ecc.";;
 - h) gli avvisi pubblici riguardanti la locazione o la compravendita degli immobili sui quali sono affissi, di superficie non superiore a mezzo metro quadro;
 - i) i mezzi pubblicitari temporanei elencati all'art. 43, del presente Regolamento.

ART. 33 - ISTRUTTORIA E RILASCIO DELL'AUTORIZZAZIONE

1. L'ufficio responsabile dell'istruttoria, ricevuta la domanda, provvede ad un esame preliminare di tutti gli elementi sui quali la stessa si fonda e ad un controllo della documentazione allegata.
2. Ove la domanda risulti incompleta negli elementi di riferimento di installazione richiesta, o della esposizione pubblicitaria, o in quelli relativi al richiedente, ovvero carente nella documentazione di cui all'articolo 4, il responsabile formula all'interessato, entro 15 giorni dal ricevimento della domanda, una richiesta di integrazione.
3. L'integrazione o la regolarizzazione della domanda deve essere effettuata dal richiedente, a pena di archiviazione della stessa, entro 15 giorni dalla richiesta. Detto termine deve essere sempre comunicato al richiedente.
4. La richiesta di integrazione o di regolarizzazione della domanda sospende il termine per la conclusione del procedimento fino al momento in cui l'integrazione richiesta è presentata all'ufficio.
5. L'Ufficio responsabile dell'istruttoria verifica la completezza e la regolarità della domanda, comunica l'avvio del procedimento ove necessario e provvede ad inoltrare la domanda stessa agli uffici competenti dell'amministrazione ove, per la tipologia di esposizione pubblicitaria, si renda necessaria l'acquisizione di specifici pareri.

ART. 34 - CONCLUSIONE DEL PROCEDIMENTO

1. L'Ufficio responsabile dell'istruttoria, terminata l'istruttoria comprendente tutti i pareri eventualmente richiesti, conclude il procedimento amministrativo rimettendo gli atti, con una proposta di provvedimento conclusivo, all'ufficio competente per l'emissione del relativo provvedimento di concessione o di autorizzazione, ovvero di diniego dello stesso.

ART. 35 - RILASCIO DELLA CONCESSIONE O AUTORIZZAZIONE

1. Il rilascio della concessione o autorizzazione è subordinato all'assolvimento dei seguenti obblighi:
 - a) pagamento, se dovuto per l'atto, dell'imposta di bollo ed ogni altra imposta;
 - b) pagamento dei diritti relativi all'atto, ovvero delle altre spese relative a ciascun tipo di procedimento ove previsto dalle norme vigenti;
 - c) rimborso delle spese di sopralluogo, ove stabilito dall'amministrazione;
 - d) versamento del deposito cauzionale ove richiesto, e nella misura stabilita dall'ufficio;
 - e) pagamento della prima rata o della rata unica del canone;
2. Il deposito cauzionale è imposto nel caso in cui l'esposizione possa arrecare dei danni alle strutture pubbliche. L'entità della cauzione è stabilita dall'Ufficio Tecnico, tenuto conto della particolarità dell'esposizione interessante il corpo stradale, le aree e le strutture pubbliche. La cauzione, non fruttifera di interessi, resta vincolata al corretto espletamento di tutti gli adempimenti imposti dal provvedimento amministrativo, compreso quello di assolvimento del canone. È restituita entro il termine di 30 giorni dalla data di verifica da parte dello stesso ufficio della conclusione dell'esposizione, dell'inesistenza di danni, del perfetto adempimento di tutti gli altri obblighi imposti dal provvedimento di

concessione. La verifica stessa deve avvenire entro trenta giorni dalla domanda del concessionario che abbia concluso l'esposizione.

3. La cauzione può essere sostituita da una fideiussione bancaria ovvero da un'altra garanzia, prevista dalla legge.

ART. 36 - CONTENUTO ED EFFICACIA DEL PROVVEDIMENTO

1. Il provvedimento di concessione o autorizzazione alla installazione o esposizione pubblicitaria deve contenere, oltre alla specifica indicazione del destinatario o dei destinatari in quanto proprietari o beneficiari del mezzo pubblicitario:
 - a) all'ubicazione del mezzo;
 - b) la misura ed indicazione dell'area su cui si possa effettuare l'installazione;
 - c) la tipologia di ogni singolo mezzo pubblicitario o esposizione autorizzati, la superficie ed il contenuto del messaggio pubblicitario;
 - d) la durata dell'esposizione e l'uso specifico cui la stessa è destinata;
 - e) gli obblighi del titolare della concessione o autorizzazione;
2. La concessione o autorizzazione acquista efficacia al momento della consegna al destinatario o suo delegato da parte dell'ufficio responsabile del procedimento o del gestore del canone, previo pagamento della prima rata ovvero della rata unica del canone.

ART. 37 - PRINCIPALI OBBLIGHI DEL CONCESSIONARIO

1. È fatto obbligo al concessionario di rispettare tutte le disposizioni contenute nel provvedimento di concessione o autorizzazione.
2. Il concessionario non può mutare l'uso per il quale la concessione o autorizzazione è stata richiesta, né modificarne in alcun modo le caratteristiche.
3. È fatto, altresì, obbligo al concessionario, di rimettere perfettamente in pristino a proprie spese l'assetto dell'area concessa nel caso in cui dall'installazione siano derivati danni al suolo o a strutture preesistenti sull'area, nonché di rimuovere eventuali materiali depositati o di risulta.
4. Il concessionario è, inoltre, tenuto ad utilizzare l'area o lo spazio pubblico concesso in modo da non limitare o disturbare l'esercizio di diritti altrui o arrecare danni a terzi.
5. Il concessionario o il soggetto titolare dell'autorizzazione è obbligato a custodire gli atti e i documenti comprovanti la legittimità e ad esibirli a richiesta del personale incaricato dall'amministrazione. In caso di smarrimento, distruzione o sottrazione dei predetti atti e documenti, il concessionario deve darne immediata comunicazione all'amministrazione che provvederà a rilasciare un duplicato a spese dell'interessato.
6. Il concessionario o il titolare dell'autorizzazione è tenuto a mantenere in ottimo stato l'installazione autorizzata, a conservarne l'uso ed il perfetto decoro per tutta la durata della concessione od autorizzazione. Il mancato rispetto di tale condizione è causa di decadenza della concessione o autorizzazione.

7. Su ogni cartello o mezzo pubblicitario autorizzato dovrà essere saldamente fissata, a cura e spese del titolare dell'autorizzazione, una targhetta metallica avente le caratteristiche previste dall'art. 55 del D.P.R. 16/12/1992, n. 495.

ART. 38 - REVOCA E MODIFICA. RINUNCIA

1. L'amministrazione può revocare o modificare in qualsiasi momento, senza alcun obbligo di indennizzo, il provvedimento di concessione o autorizzazione, qualora sopravvengano motivi di pubblico interesse che rendano non più possibile o diversamente realizzabile l'installazione, ed in ogni altro caso in cui si renda necessario in virtù di nuove disposizioni di legge o sulla base di una nuova interpretazione delle norme vigenti.
2. Se l'esposizione pubblicitaria è in corso all'atto della revoca o modifica, è dovuto il rimborso del canone eventualmente già versato relativamente al periodo di tempo non goduto, secondo la disciplina del presente regolamento.
3. Il concessionario o il soggetto autorizzato possono rinunciare all'installazione o esposizione pubblicitaria con una comunicazione diretta all'amministrazione. Per le esposizioni temporanee già iniziate, può essere richiesto il rimborso del canone corrisposto limitatamente al periodo di mancata esposizione; per le esposizioni annuali già iniziate il canone resta dovuto per l'intera annualità in cui si verifica la rinuncia o l'interruzione. La sola interruzione di fatto dell'esposizione non comporta in nessun caso rinuncia alla concessione o autorizzazione, né la non debenza del canone.
4. Se l'esposizione pubblicitaria non è ancora iniziata, la rinuncia espressa ovvero la revoca, comporta la restituzione del canone eventualmente versato e del deposito cauzionale.
5. Non sono rimborsabili gli oneri corrisposti dal concessionario per il rilascio del provvedimento amministrativo.

ART. 39 - DECADENZA AUTOMATICA PER MANCATO PAGAMENTO DEL CANONE

1. Il mancato pagamento del canone alle scadenze stabilite determina decadenza dalla concessione o autorizzazione.
2. Il soggetto gestore del canone comunica al soggetto tenuto al pagamento gli importi, avvisandolo che in difetto di pagamento sarà automaticamente decaduto dalla concessione o autorizzazione.
3. In caso di mancata regolarizzazione, l'esposizione pubblicitaria deve cessare; ove ciò non avvenga si considerano abusive.
4. La decadenza non dà diritto alla restituzione del canone già pagato.

ART. 40 - ALTRE CAUSE DI DECADENZA

1. La decadenza dalla concessione o autorizzazione è dichiarata dal Comune nei seguenti casi:
 - a) violazione da parte del concessionario, del soggetto autorizzato o di altri soggetti in loro vece, delle prescrizioni contenute nel provvedimento amministrativo;
 - b) violazione di norme di legge o regolamentari in materia;
 - c) vengano meno le condizioni che ne costituivano presupposto al rilascio;

- d) il provvedimento non venga ritirato e versato contestualmente al ritiro il relativo canone entro 20 giorni dalla data del rilascio;
- e) In tutti i casi di decadenza il titolare della concessione decaduta è obbligato alla rimozione o copertura delle esposizioni pubblicitarie e alla rimessa in pristino dei luoghi. In caso di inottemperanza, l'Ente provvederà d'ufficio con l'addebito delle spese al soggetto inadempiente.

ART. 41 - ESPOSIZIONI ABUSIVE

1. La diffusione di messaggi pubblicitari privi della autorizzazione comunale o nel caso in cui non sia stata presentata la dichiarazione ove prevista dal presente regolamento, è considerata abusiva. Sono considerate altresì abusive le diffusioni dei messaggi pubblicitari che:
 - a) risultano difformi dalle disposizioni dell'atto autorizzativo, concessorio o dalla dichiarazione presentata ove prevista dal presente regolamento;
 - b) risultano eccedenti rispetto alla superficie concessa o autorizzata o dichiarata;
 - c) si protraggono oltre il limite derivante dalla scadenza senza rinnovo o proroga della concessione o autorizzazione ovvero dalla revoca o dalla decadenza.
2. La diffusione di messaggi pubblicitari abusivi, risultanti da verbale redatto da pubblico ufficiale competente o dagli organi della Polizia Locale ovvero dai soggetti di cui alla Legge 296/2006 art. 1 comma 179, determinano, per il contravventore, l'obbligo di corrispondere al Comune:
 - a) un'indennità per la durata accertata della diffusione di messaggi pubblicitari, nella misura di cui al successivo comma 3 del presente articolo;
 - b) la sanzione amministrativa pecuniaria di importo non inferiore all'indennità, né superiore al doppio, secondo modalità di cui al comma 4 del presente articolo;
 - c) le sanzioni stabilite dall'articolo 20, commi 4 e 5, e art. 23 del vigente CDS di cui al D.Lgs. 30 aprile 1992 n° 285.
3. L'indennità di cui al comma 2 lettera a) del presente articolo, è dovuta da colui che diffonde il messaggio pubblicitario abusivo nella misura pari al canone dovuto, se la diffusione del messaggio pubblicitario fosse stata autorizzata o dichiarata, aumentato del 50%. Nel caso di diffusioni di messaggi pubblicitari abusivi a carattere temporaneo, la sua durata si presume non inferiore a trenta giorni antecedenti la data del verbale di rilevazione. Ai fini della presente disposizione si considera temporanea anche la diffusione di messaggi pubblicitari effettuata senza l'impiego di impianti o manufatti di carattere stabile.
4. In caso di diffusione di messaggi pubblicitari abusivi realizzata ovvero utilizzata da più soggetti, ciascuno di essi soggiace alle sanzioni di cui al precedente comma 2 lettere b) e c) del presente articolo.
5. Tutti i diffusori di messaggi pubblicitari abusivi - fermo restando l'esercizio del diritto di regresso - sono obbligati in solido verso il Comune:
 - a) al pagamento dell'indennità;
 - b) alla rimozione degli impianti, dei manufatti, delle installazioni e simili a propria cura e spese;
 - c) all'eventuale ripristino della sede stradale o degli altri beni occupati. Tale procedura si applica qualora la violazione non rientri tra quelle disciplinate dal CDS.
6. Per la diffusione di messaggi pubblicitari abusivi, il verbale di accertamento di cui al comma 2

costituisce titolo per la richiesta di versamento delle somme di cui alle lettere a) e b) del comma 2. Fuori dei casi di contestazione immediata il gestore del canone provvede a notificare ai sensi della Legge 689/1981 la contestazione della violazione. Ai sensi dell'art. 1, comma 792, della Legge 160/2019 il gestore del canone procede alla notifica dell'atto di richiesta del pagamento delle somme dovute, ivi comprese le somme previste nell'ordinanza – ingiunzione di cui all'art. 18 della Legge 689/1981. Nel caso di mancato adempimento si procede con la riscossione coattiva delle somme con le modalità previste dalla normativa vigente.

ART. 42 - SUBENTRO

1. Il provvedimento di concessione o autorizzazione all'esposizione pubblicitaria ha carattere individuale e, pertanto, non ne è ammessa la cessione o il trasferimento.
2. Nell'ipotesi in cui il titolare della concessione o autorizzazione trasferisca a terzi l'attività o il bene in relazione ai quali è stata concessa l'esposizione pubblicitaria, il subentrante è obbligato ad attivare, non oltre 15 giorni dal trasferimento, il procedimento per il rilascio della nuova concessione o autorizzazione, proponendo all'amministrazione una domanda con l'indicazione degli elementi di cui all'articolo 4.
3. Nella stessa domanda devono essere indicati gli estremi della precedente concessione o autorizzazione rilasciata per l'attività o l'oggetto trasferito.
4. Il subentro non determina interruzione ai fini dell'assolvimento del canone stabilito per la stessa.
5. Il subentrante è solidalmente tenuto al pagamento del canone non ancora versato dal cedente. L'ufficio può negare il subentro nella concessione o autorizzazione qualora gli obblighi relativi al canone per la stessa non siano stati interamente assolti.

Sezione II – Pubblicità Temporanea

ART. 43 - DEFINIZIONE DI PUBBLICITÀ TEMPORANEA

1. È definita "Pubblicità Temporanea" la pubblicità effettuata con i mezzi pubblicitari, come definiti dall'art. 47 commi 5 e 6 regolamento del CDS, di seguito esemplificativamente indicati:
 - a) striscione;
 - b) locandina;
 - c) stendardo
 - d) gonfalone;
 - e) segni orizzontali reclamistici;
 - f) qualsiasi altra forma con qualunque altro supporto utilizzato.
2. L'installazione dei mezzi pubblicitari di cui alle precedenti lettere a), b) c) e d), è disciplinata ai sensi dell'art. 51, comma 10, del regolamento del CDS, ad eccezione della distanza dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari che potrà essere inferiore a m. 8.00.
3. L'apposizione di segni orizzontali reclamistici, di cui alla precedente lettera d), disciplinata ai sensi dell'art. 51, comma 9, del regolamento del CDS

ART. 44 - AUTORIZZAZIONE PER LA PUBBLICITÀ TEMPORANEE

1. La domanda dovrà essere presentata, almeno 15 (quindici) giorni lavorativi prima del posizionamento, tramite canale telematico SUAP o eventuale piattaforma gestionale specifica. Altre forme di trasmissione (PEC o cartacea) non sono ammesse.
2. L'ufficio preposto provvederà all'istruttoria ed al rilascio dell'autorizzazione nel rispetto delle vigenti disposizioni di legge.
3. Fatti salvi i diritti di terzi, per il rilascio dell'autorizzazione l'interessato dovrà versare quanto previsto dalle vigenti disposizioni in materia di canone per l'esposizione pubblicitaria ed il corrispettivo per diritti di segreteria.
4. Al titolare dell'autorizzazione rilasciata ai sensi del presente articolo è fatto obbligo di provvedere alla rimozione del materiale e dei segnali entro le 24 ore lavorative successive alla scadenza del periodo autorizzato, ai sensi del comma 2 dell'art. 54 del regolamento CDS, dopo tale termine la pubblicità sarà a tutti gli effetti considerata abusiva e quindi soggetta a sanzione.
5. I mezzi pubblicitari temporanei collocati senza la preventiva autorizzazione di competenza del Comune, o senza le autorizzazioni e i nulla osta degli enti sovracomunali competenti, oltre ad essere soggetti alle sanzioni amministrative previste, potranno essere immediatamente rimossi e/o oscurati dal personale incaricato, in danno del trasgressore e/o obbligato solidale. I mezzi pubblicitari, così rimossi, restano a disposizione del proprietario per 10 giorni a partire dall'avvenuta notifica per essere ritirati. Oltre tale termine i mezzi saranno smaltiti in discarica a spese del trasgressore e/o obbligato.

6. In deroga a quanto previsto dai commi precedenti, sono consentite le apposizioni di bandiere, striscioni, gagliardetti e simili in occasione di particolari ricorrenze civili, religiose ed in occasioni di eventi patrocinati e/o di rilevanza comunale, sagre e simili eventi.

ART. 45 - LIMITI E DIVIETI RELATIVI ALLA PUBBLICITÀ TEMPORANEA

1. Sono stabiliti i seguenti limiti e divieti:
 - a) la pubblicità effettuata mediante striscioni è consentita quando non arreca danno al decoro o pregiudichi la sicurezza stradale;
 - b) gli striscioni potranno essere fissati solo ad appositi ancoraggi a ciò predisposti: è vietato in ogni caso l'ancoraggio degli striscioni a supporti come pali della luce, semafori, impianti di arredo urbano e stradale, altri impianti di pubblicità, monumenti ecc. mentre è ammessa sulle recinzioni, fatta salva la sicurezza della circolazione stradale.
2. L'autorizzazione per la pubblicità temporanea da effettuarsi nei casi previsti potrà essere rinnovata, per una sola volta, con la semplice esibizione all'ufficio Commercio della ricevuta del versamento del canone per l'esposizione pubblicitaria dovuto per il successivo periodo.

CAPO III- PUBBLICHE AFFISSIONI

ART. 46 - GESTIONE DEL SERVIZIO

1. Il comune di Merate mantiene il servizio delle pubbliche affissioni anche successivamente alla data del 30 novembre 2021. Il servizio delle pubbliche affissioni ha lo scopo di garantire la disponibilità generale alla comunicazione di messaggi aventi finalità istituzionali, sociali, politico-ideologiche e anche con rilevanza economica, avendo cura di salvaguardare la parità di condizioni e tariffe accessibili, l'ordine ed il decoro urbano.

ART. 47 - TIPOLOGIA DEGLI IMPIANTI DI PUBBLICA AFFISSIONE

2. Per impianti di pubbliche affissioni si intendono tutti gli impianti di proprietà del Comune, collocati esclusivamente su aree pubbliche o immobili privati sui quali il Comune esercita il diritto di affissione.
3. Gli impianti destinati a supportare le pubbliche affissioni devono essere prevalentemente di tipo permanente.
4. Sono previsti i seguenti impianti:
 - Bacheca
 - Stendardo
 - Tabella
 - Poster

ART. 48 - SUPERFICIE DEGLI IMPIANTI PER LE AFFISSIONI

1. La misura standard di un impianto di pubblica affissione è pari a cm 70 x 100, e relativi multipli.
2. La superficie degli impianti da adibire alle pubbliche affissioni viene stabilita in mq. 50 (cinquanta) per ogni mille abitanti o frazione (art. 31 Regolamento CU).
3. La Giunta comunale, con apposite deliberazioni, determinerà modifiche a detta superficie e/o alla localizzazione di ciascun impianto.
4. L'elenco degli impianti adibiti a pubbliche affissioni è contenuto nello specifico allegato alla Relazione che accompagna il PGIP.

Commentato [FB-AS4]: Rivedere?

ART. 49 - RIPARTIZIONE DELLA SUPERFICIE E DEGLI IMPIANTI

1. La superficie degli impianti pubblici di cui al precedente articolo, da destinare alle affissioni, viene ripartita come segue:

a) alle affissioni di natura istituzionale	15%
b) alle affissioni di natura sociale e comunque prive di rilevanza economica	15%
c) alle affissioni di natura commerciale	47%
d) alle affissioni dirette	13%

- e) alle affissioni per i manifesti riguardanti in via esclusiva lo Stato e gli enti pubblici territoriali, per i manifesti di comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non abbia scopo di lucro; 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; per i manifesti relativi a festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti e di beneficenza; per gli annunci mortuari 10%

ART. 50 - IDENTIFICAZIONE

1. Tutti gli impianti adibiti alle affissioni devono essere contrassegnati con un numero d'ordine progressivo e logo, contenuto nella misura di cm. 30x15, della ditta proprietaria o utilizzatrice.
2. Gli impianti comunali devono essere parimenti numerati e riportare lo stemma del Comune con l'indicazione del servizio.
3. Tutti gli impianti di affissione non di proprietà di privati hanno un numero d'ordine attribuito dal Comune.

ART. 51 - MODALITÀ PER IL SERVIZIO AFFISSIONI

1. La durata delle affissioni sugli impianti di tipologia poster metri 6 x 3 è di 14 giorni.
2. Il servizio di pubbliche affissioni è effettuato sulla base della richiesta con le modalità indicate dal gestore del canone.
3. Le affissioni sono effettuate secondo l'ordine di precedenza risultante dal pagamento del canone che è annotato in apposito registro in ordine cronologico. I manifesti devono essere consegnati non oltre il terzo giorno lavorativo precedente a quello previsto per l'affissione e vengono affissi dopo l'apposizione del timbro datario a cura del gestore del canone. Qualora tale termine tassativo non venga rispettato, non potrà essere garantita la decorrenza dell'affissione dalla data prenotata e ciò non comporta alcun rimborso/risarcimento per i giorni di mancata affissione. La mancata consegna del materiale verrà equiparata alla rinuncia all'affissione con l'obbligo di corrispondere in ogni caso la metà canone dovuto.
4. La durata dell'affissione decorre dal giorno in cui è stata completata; nello stesso giorno, su richiesta del committente, il gestore del canone mette a sua disposizione l'elenco delle posizioni utilizzate con l'indicazione dei quantitativi affissi.
5. Il ritardo nell'effettuazione delle affissioni causato dalle avverse condizioni atmosferiche si considera causa di forza maggiore. In ogni caso, qualora il ritardo sia superiore a dieci giorni dalla data richiesta, il gestore del canone ne dà tempestiva comunicazione per iscritto al committente.
6. La mancanza di spazi disponibili è comunicata al committente per iscritto entro dieci giorni dalla richiesta di affissione.
7. Nei casi di cui ai commi 5 e 6 il committente può annullare la commissione senza alcun onere a suo carico chiedendo il rimborso delle somme versate.
8. Il committente può richiedere una sola volta che la data di decorrenza dell'affissione già prenotata venga posticipata o anticipata. Tale richiesta potrà essere valutata solo se pervenuta al gestore del canone entro 10 giorni lavorativi antecedenti il periodo di affissione prenotato e secondo la disponibilità degli spazi.

9. Il gestore del canone ha l'obbligo di sostituire gratuitamente i manifesti strappati o comunque deteriorati e qualora non disponga di altri esemplari dei manifesti da sostituire ne dà tempestivamente comunicazione al richiedente mantenendo a sua disposizione i relativi spazi.
10. Per l'esecuzione del servizio di affissione richiesto per il giorno in cui è stato consegnato il materiale da affiggere o entro i due giorni successivi, ovvero per le ore notturne dalle 20 alle 7, o nei giorni festivi, è dovuta la maggiorazione del 10 per cento del canone, con un minimo di Euro 30 per ciascuna commissione.
11. Il gestore del canone mette a disposizione per la consultazione al pubblico, le tariffe, l'elenco degli spazi destinati alle affissioni con l'indicazione delle categorie alle quali detti spazi appartengono.

ART. 52 - AFFISSIONE MANIFESTI ISTITUZIONALI, SOCIALI O PRIVI DI RILEVANZA COMMERCIALE

1. Rientrano nella fattispecie le affissioni di natura istituzionale effettuate dal Servizio Affissioni per adempiere ad obblighi di legge, per comunicazioni ritenute di pubblico interesse, su richiesta di soggetti pubblici, ovvero su istanza di soggetti privati.
2. Rientrano inoltre anche le affissioni di natura culturale, sportiva, sociale o comunque prive di natura commerciale, effettuate dal Servizio Affissioni per comunicazioni ritenute dall'Amministrazione comunale di pubblico interesse, su richiesta di altri soggetti pubblici, ovvero su istanza di soggetti privati.

ART. 53 - AFFISSIONE MANIFESTI COMMERCIALI

1. Rientrano nella fattispecie le affissioni di natura commerciale o comunque aventi rilevanza economica, effettuate dal servizio affissioni su istanza di soggetti privati.
2. I messaggi contenuti sui manifesti, per forma e colori, ed in particolare nell'uso del colore rosso, non dovranno generare confusione con la segnaletica stradale né arrecare disturbo visivo agli utenti della strada o distrarne l'attenzione con conseguente pericolo per la sicurezza della circolazione.

ART. 54 - AFFISSIONE MANIFESTI COMMERCIALI GESTITE DA PRIVATI (AFFISSIONI DIRETTE)

1. Per affissioni dirette si intendono le affissioni di manifesti cartacei effettuate direttamente da soggetti privati, diversi dal comune e dai suoi concessionari, anche per conto altrui.
2. Gli impianti destinati a supportare le affissioni dirette devono essere prevalentemente di tipo permanente.
3. Il collocamento di tali impianti deve rispettare i parametri riportati nelle schede e definiti per ciascuna tipologia e per ciascuna zona territoriale.

ART. 55 - AFFISSIONE MANIFESTI FUNEBRI

1. L'affissione dei manifesti funebri può avvenire esclusivamente sugli impianti comunali all'uopo destinati da prevedere prevalentemente in prossimità di chiese e altri luoghi di aggregazione.
2. Su tali impianti sono affissi annunci, ringraziamenti ed anniversari relativi ad eventi luttuosi, effettuati su istanza di privati effettuate dal Servizio Affissioni o dal Concessionario del servizio.

ART. 56- PRESCRIZIONI PER L'INSERIMENTO DI NUOVI IMPIANTI DI PUBBLICA AFFISSIONE

1. La giunta comunale attraverso specifica delibera definirà le nuove posizioni sentito il parere preventivo del comando di Polizia Municipale e del responsabile del settore urbanistica.
2. Saranno ammesse sostituzioni o spostamenti in nuove posizioni qualora giustificate da motivi di sicurezza stradale, decoro, contrasto con progetti di recupero edilizio/urbano.
3. Al fine di garantire omogeneità con gli impianti esistenti, tipologia, caratteristiche strutturali, posizione, dimensioni, altezza da terra (margine inferiore), distanze dalla carreggiata, allineamenti, dovranno rispettare le caratteristiche dell'impianto sostituito o a quelli ad esso contigui.

CAPO IV - DISPOSIZIONI FINALI

ART. 57 - OBBLIGHI – VIGILANZA – SANZIONI

1. Il titolare dell'autorizzazione, oltre agli obblighi previsti dall'art. 54 del regolamento del CDS, è tenuto a richiedere l'eventuale rinnovo dell'autorizzazione od a comunicare l'eventuale rinuncia alla stessa prima del 90° giorno antecedente la scadenza.
2. Della vigilanza sulla materia disciplinata dal presente Regolamento è incaricato personale della Polizia Locale e quello degli uffici tecnici comunali (Edilizia Privata, LL.PP. Viabilità), fatte salve le competenze degli organi di Polizia Giudiziaria di cui all'art. 13 della Legge 689/81 e quelli degli altri Enti interessati.
3. Fatte salve quelle penali, le violazioni alle norme del presente Regolamento, sono punite con le sanzioni amministrative, pecuniarie ed accessorie, previste dall'art. 23 del CDS.

ART. 58 - NORME FINALI

1. Le norme del presente PGIP si applicano a tutti gli impianti pubblicitari di nuova installazione; quelli attualmente esistenti ed in contrasto con tali norme dovranno essere adeguati allo scadere della autorizzazione (tre anni) o in concomitanza con interventi di sostituzione o modifica nonché di manutenzione straordinaria.
2. In caso di impossibilità all'adeguamento gli impianti pubblicitari esistenti che risultano in contrasto con il presente piano dovranno essere rimossi alla scadenza dell'autorizzazione (tre anni).
3. L'intervento di oscuramento immediato, ove previsto, dovrà avvenire mediante apposito sacco con riportato in posizione visibile il logo del comune di Merate.
4. Ove si riscontri, in applicazione del presente piano, il mancato rispetto della distanza prevista di 25 mt tra insegne d'esercizio perpendicolari al senso di marcia ed altri cartelli e mezzi pubblicitari (sia perpendicolari che paralleli), avrà priorità di rinnovo l'insegna d'esercizio rispetto ad altri cartelli e mezzi pubblicitari.
5. Eventuali modifiche e o deroghe apportate al CDS e relativo Regolamento di Esecuzione e di Attuazione, alle normative vigenti in materia di pubblicità, nonché trasformazioni degli strumenti urbanistici comunali, comportano la verifica di compatibilità rispetto al presente PGIP e l'eventuale revisione dello stesso, limitatamente alle porzioni di territorio interessate dal punto di vista pubblicitario.

ART. 59 – NORME TRANSITORIE ED ENTRATA IN VIGORE

1. Il PGIP, successivamente ad un periodo sperimentale di tre anni, può essere sottoposto a revisione per effetto di una maggiore sensibilità ed attenzione nella definizione e tutela del paesaggio urbano, di variazioni demografiche rilevanti, di espansione del centro abitato e relativa variazione del perimetro del centro abitato, di modifiche sostanziali della viabilità e di ogni altra causa rilevante che, a giudizio dell'Amministrazione comunale, possa determinare una variazione nella dislocazione degli impianti o la necessità di un adeguamento dello stesso PGIP.

2. Gli impianti esistenti si dovranno adeguare alle caratteristiche determinate nel piano entro tre anni dalla sua approvazione a cura e spese del titolare dell'autorizzazione, ovvero entro il medesimo termine rimossi. Qualora l'autorizzazione scada prima del termine di adeguamento sopra assegnato, il rinnovo è in ogni caso subordinato all'adeguamento dell'impianto alle nuove disposizioni; tale adeguamento dovrà necessariamente intervenire entro il termine di decorrenza iniziale del rinnovo stesso. Decorso i termini di cui al presente comma l'Amministrazione Comunale procederà alla rimozione degli impianti non conformi alle prescrizioni di cui sopra, a spese del proprietario dell'impianto o del titolare del messaggio pubblicitario, con contestuale ripristino dei luoghi.
3. Il presente piano, adottato con provvedimento del Consiglio Comunale, entra in vigore dalla data di esecutività del relativo provvedimento.
4. Da tale data sono abrogate, tutte le disposizioni contenute in altri regolamenti comunali che disciplinano la materia di cui al presente PGIP e che contrastino con esso. Per quanto non previsto nel presente PGIP si rinvia alle norme vigenti in materia.

ART. 60 - QUADRO NORMATIVO DI RIFERIMENTO

1. Costituiscono norme di rinvio del presente PGIP:
 - **NAZIONALI**
 - *Codice della Strada*, D.Lgs 30 aprile 1992 n.285 s.s.m.i;
 - *Regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo Codice della Strada*, DPR 16 dicembre 1992 n.495 e s.s.m.i;
 - *Codice dei Beni Culturali e del Paesaggio*, D.Lgs. 22 gennaio 2004, n. 42 modificato con D.Lgs n. 63 del 26 marzo 2008 e s.m.i.;
 - D.M. n. 37 del 22.01.2008;
 - **REGIONALI**
 - *Norme per la prevenzione e il trattamento del gioco d'azzardo patologico*, Legge n. 8 del 2013 così come modificata dalla legge n. 11 del 2015 e dall'art. 13 della legge n. 34 del 2016,
 - *Misure di efficientamento dei sistemi di illuminazione esterna con finalità di risparmio energetico e di riduzione dell'inquinamento luminoso*, Legge regionale 5 ottobre 2015, n. 31
 - *Norme Tecniche di Attuazione (NTA) del Parco di Montevicchia e Valle del Curone*
 - *Norme Tecniche di Attuazione (NTA) del Parco Adda*
 - **COMUNALI**
 - *Norme tecniche del Piano di Governo del Territorio*
 - *Regolamento Edilizio Comunale REC – RUEC)*
 - *Regolamento comunale per l'applicazione del canone patrimoniale di concessione, autorizzazione o esposizione pubblicitaria (ai sensi della LEGGE 27 dicembre 2019, n. 160., artt. 816-836),*
 - *Regolamento di Polizia Urbana*

ALLEGATO - 1

SCHEDE SPECIFICHE

Di seguito vengono riportati i criteri di localizzazione dei singoli mezzi pubblicitari disciplinati dal presente PGIP, rappresentati in schede specifiche che ne definiscono l'ammissibilità e le caratteristiche puntuali di collocamento suddivise per tipologia. La lettura dei segni e delle sigle ivi utilizzate fa riferimento alla seguente legenda:

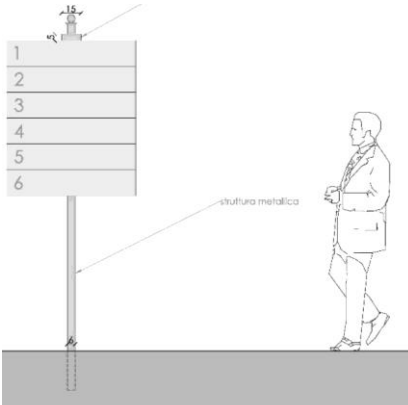
A	Tipo di impianto ammesso
na	Tipo di impianto non ammesso
	Impianto da installarsi in modo parallelo al senso di marcia dei veicoli
	Impianto da installarsi in modo ortogonale al senso di marcia dei veicoli

Le misure sono riportate in metri e costituiscono il valore minimo ammissibile.

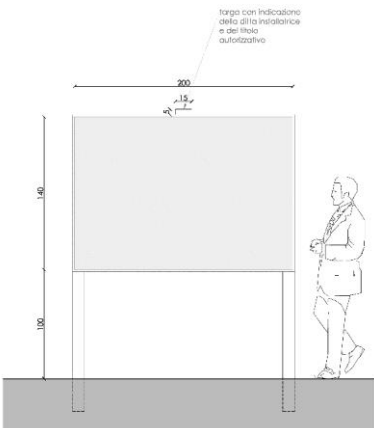
Gli impianti posati diagonalmente rispetto all'asse stradale devono rispettare le prescrizioni relative agli impianti posti ortogonalmente previste nell'Abaco delle distanze.

Distanza dal limite della carreggiata La distanza dal limite della carreggiata è valutata dalla proiezione a terra del punto più esterno dell'impianto fino al centro della linea di margine; laddove non dovesse esserci linea di margine, fino allo spigolo del marciapiede o, in assenza di marciapiede, fino all'inizio fascia bitumata.

PUBBLICITÀ ESTERNA PERMANENTE

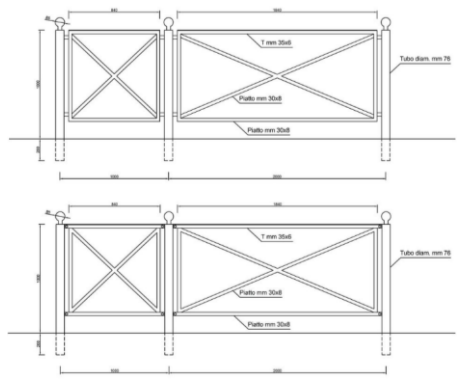
Tipo Impianto		Tipologia d'uso		Durata									
PREINSEGNA art. 47 Comma 2 Reg CDS		Commerciale		Permanente (art. 2 del Reg. CU)									
Descrizione													
			Si definisce «preinsegna» la scritta in caratteri alfanumerici, completata da freccia di orientamento, ed eventualmente da simboli e da 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 2 km. Non può essere luminosa, né per luce propria, né per luce indiretta. È ammesso un abbinamento massimo, di sei elementi per ogni senso di marcia a condizione che le stesse abbiano le medesime dimensioni.										
Posizione rispetto al suolo		Distanza dalla carreggiata		Distanze da altri impianti									
H. min (margine inf.)	H. max (margine sup.)												
1.20	2.40	1.5		25(ad esclusione delle zone esterne al CA)									
		Zona A CENTRO STORICO		Zona B CA RESIDENZIALE		Zona C CA IND - PROD		Zona D AREE ESTERNE CA					
Formato ammesso													
125X25													
Illuminazione													
Prescrizioni													
L'installazione è ammessa, nell'ambito di un progetto unitario di segnalamento commerciale, anche in deroga alle distanze indicate nell'abaco generale. Ogni singola posizione prevista nel progetto dovrà essere comunque valutata dal comando di Polizia Municipale. Dovranno avere le dimensioni di cm 125 x cm 25 ed è ammesso l'abbinamento sulla stessa struttura di sostegno di un massimo di 6 preinsegne per ogni senso di marcia. Eventuali dimensioni difformi dovranno essere adeguate al primo rinnovo utile. Per ogni azienda è consentito un numero massimo di 5 elementi da ubicare entro un raggio di 2 Km. La collocazione delle preinsegne su apposito supporto deve essere ordinata in base alle direzioni, a cominciare dall'alto con le seguenti modalità: diritto, sinistra, destra. Al fine di una razionale e contenuta presenza di detti impianti, il proprietario dell'impianto autorizzato è tenuto a consentire l'installazione di altre preinsegne da parte di altri soggetti, negli spazi eventualmente rimasti liberi. L'autorizzazione rilasciata per preinsegna da installarsi su impianti esistenti avrà la stessa scadenza dell'impianto stesso. La collocazione delle preinsegne non dovrà comunque ostacolare la percezione della segnaletica esistente o costituire intralcio o pericolo per l'incolumità pubblica e la sicurezza della circolazione.													

Commentato [FB-ASS]: 1.per le "preinsegne" prevedere modello standard in tutte le zone; adeguamento allo stesso al primo rinnovo;

Tipo Impianto		Tipologia d'uso	Durata				
CARTELLI art. 47 Comma 4 Reg CDS		Commerciale	Permanente (art. 2 del Reg. CU)				
Descrizione							
		Elemento bidimensionale supportato da idonea struttura di sostegno, con una sola o entrambe le facce finalizzate alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, effettuati direttamente sulla superficie espositiva.					
Posizione rispetto al suolo		Distanza dalla carreggiata	Distanza min. da altri impianti				
H. min (margine inf.)	H. max (margine sup.)						
1.00	variabile	1	25(ad esclusione delle zone esterne al CA)				
		Zona A CENTRO STORICO	Zona B CA RESIDENZIALE	Zona C CA IND - PROD	Zona D AREE ESTERNE CA		
Formato ammesso							
< 1mq		n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
1 - 3 mq		n.a.	n.a.	A	A	n.a.	n.a.
3 - 6 mq		n.a.	n.a.	A	A	n.a.	n.a.
6 - 12 mq		n.a.	n.a.	A	A	n.a.	n.a.
12-18 mq		n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
> 18 mq		n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Illuminazione	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Prescrizioni							
Il bordo inferiore dovrà essere, in ogni punto, ad una quota non inferiore a 1.00m rispetto a quella della banchina stradale, misurata nella sezione stradale corrispondente. Dovranno comunque distare 2 m dal limite esterno della carreggiata. Se collocati in aderenza ai fabbricati la distanza dalla carreggiata può essere ridotta a 1 m. Non può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.							

Commentato [FB-AS6]: 2. per i "cartelli" prevedere modello standard con caratteristiche dimensionali, colore, forma univoche per tutte le zone.
Distanza limite carreggiata minimo 1 mt dal profilo esterno del cartello ed ammettere a margine marciapiede;

Tipo Impianto		Tipologia d'uso	Durata																																																
MESSAGGIO VARIABILE LED WALL art. 47 Comma 8 Reg CDS		Commerciale	Permanente (art. 2 del Reg. CU)																																																
Descrizione																																																			
		Qualunque manufatto finalizzato alla pubblicità e/o alla propaganda sia di prodotti che di attività, caratterizzato dalla variabilità dei messaggi e/o delle immagini trasmesse. Può essere monofacciale o bifacciale.																																																	
Posizione rispetto al suolo		Distanza dalla carreggiata	Distanza min. da altri impianti																																																
H. min (margine inf.)	H. max (margine sup.)																																																		
100	variabile	1.5	25* (ad esclusione delle zone esterne al CA)																																																
		<table><tr><th colspan="2">Zona A</th><th colspan="2">Zona B</th><th colspan="2">Zona C</th><th colspan="2">Zona D</th><td colspan="4"></td></tr><tr><td colspan="2">CENTRO STORICO</td><td colspan="2">CA RESIDENZIALE</td><td colspan="2">CA IND - PROD</td><td colspan="2">AREE ESTERNE CA</td><td colspan="4"></td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>n.a.</td><td>n.a.</td><td>n.a.</td><td>n.a.</td><td>n.a.</td><td>n.a.</td><td>n.a.</td><td>n.a.</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	Zona A		Zona B		Zona C		Zona D						CENTRO STORICO		CA RESIDENZIALE		CA IND - PROD		AREE ESTERNE CA																		n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.					
Zona A		Zona B		Zona C		Zona D																																													
CENTRO STORICO		CA RESIDENZIALE		CA IND - PROD		AREE ESTERNE CA																																													
																																																			
n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.																																												
Illuminazione		n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.																																										
Prescrizioni																																																			
(*) 50 ml in caso di impianti luminosi o illuminati.																																																			
Nelle zone in cui è ammesso deve essere:																																																			
- Autorizzato con parere espresso, se ricadente su <u>suolo pubblico</u>; - Autorizzato con parere espresso, previe opportune valutazioni dell'amministrazione, se ricadente su <u>suolo privato</u>;																																																			
Oltre ad individuare le posizioni, indichino le caratteristiche degli elementi quali tipo di sostegno, forma e colore del bordo ecc.																																																			
al fine di avere l'omogeneità estetica degli impianti.																																																			
La loro collocazione non deve mai occludere visuali, in particolare non devono ostruire le vedute panoramiche.																																																			
Questi impianti nell'espletamento della loro funzione devono garantire la proiezione di comunicazioni istituzionali relative alla promozione del territorio.																																																			

Tipo Impianto		Tipologia d'uso	Durata				
PUBBLICITA' DI SERVIZIO art. 47 Comma 4 Reg CDS		Commerciale	Permanente (art. 2 del Reg. CU)				
Descrizione							
		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 essere anche luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.					
Posizione rispetto al suolo		Distanza dalla carreggiata	Distanza min. da altri impianti				
H. min (margine inf.)	H. max (margine sup.)						
variabile	variabile	-	-				
		Zona A CENTRO STORICO	Zona B CA RESIDENZIALE	Zona C CA IND - PROD	Zona D AREE ESTERNE CA		
Ammissibilità							
		A	A	A	A	n.a.	n.a.
Illuminazione		n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Prescrizioni							
I mezzi pubblicitari abbinati a servizi per gli utenti della strada, dovranno essere posizionati con particolare rispetto delle esigenze della sicurezza stradale ossia: garantire la piena visibilità di incroci, impianti semaforici, segnali stradali sia di pericolo che di prescrizione, degli attraversamenti pedonali e dei passaggi carrai, nonché evitare di occultare altri impianti pubblicitari posti nelle adiacenze. Tali impianti devono essere subordinati ad una linea progettuale appositamente studiata ed approvata dall’amministrazione nell’ambito di un progetto unitario di cui all’art. 19 delle presenti norme oppure previo stipula di apposita convenzione, acquisito il parere del Comando di Polizia Locale. Per queste tipologie d’impianto è consentito di andare in deroga alle distanze definite nell’abaco generale. Qualora vengano meno le ragioni di pubblica utilità, e comunque alla scadenza della convenzione, tali impianti dovranno essere sollecitamente rimossi.							

Commentato [FB-AS7]: 3.non consentire l'installazione delle tipologie "totem, messaggio variabile, PUBBLICITÀ DI SERVIZIO" in nessuna zona;

PUBBLICITÀ ESTERNA TEMPORANEA

Tipo Impianto		Tipologia d'uso		Durata									
STRISCIONE art. 47 Comma 5 Reg CDS		Commerciale		Temporaneo (art. 2 Reg. CU)									
Descrizione													
		Elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidezza, mancante di una superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa.											
Posizione rispetto al suolo		Distanza dalla carreggiata		Distanza min. da altri impianti									
H. min (margine inf.)	H. max (margine sup.)												
1.5*/5.1**	variabile	-		25 (ad esclusione delle zone esterne al CA)									
		Zona A CENTRO STORICO		Zona B CA RESIDENZIALE		Zona C CA IND. - PROD		Zona D AREE ESTERNE CA					
Formato ammesso													
≤ 1mq		n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.				
1 - 3 mq		n.a.	A	n.a.	A	n.a.	A	n.a.	n.a.				
3 - 6 mq		n.a.	A	n.a.	A	n.a.	A	n.a.	n.a.				
≥ 6 mq		n.a.	A	n.a.	A	n.a.	A	n.a.	n.a.				
Illuminazione				n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.				
Prescrizioni													
*H min se paralleli all'asse stradale **H min se sovrastanti le strade Gli striscioni sovrastanti le strade, possono essere installati solamente nelle posizioni munite di apposite strutture, individuate attraverso specifica delibera di giunta comunale. Dovranno avere il loro bordo inferiore ad una quota non minore a 5,1 m rispetto al piano stradale. È fatto divieto di utilizzare per l'appoggio, alberi, strutture provvisorie, pali della pubblica illuminazione, ovvero altri elementi senza la preventiva autorizzazione degli Enti proprietari. I supporti, se collocati al suolo, devono distare almeno m 3 dal limite della carreggiata delle strade. Per tale motivo il richiedente dovrà accertarsi della proprietà del terreno ed eventualmente ottenere specifica autorizzazione all'installazione da parte del proprietario. Qualora posizionati paralleli all'asse stradale, devono rispettare la distanza di 3 ml dal ciglio stradale.													

Tipo Impianto				Tipologia d'uso				Durata					
LOCANDINA E STENDARDO art. 47 Comma 5 Reg CDS				Commerciale				Temporaneo (art. 2 Reg. CU)					
Descrizione													
				Elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidezza, mancante di una superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, effettuati direttamente su pannello. Può essere luminoso per luce indiretta. La locandina, se posizionata sul terreno, può essere realizzata anche in materiale rigido.									
Posizione rispetto al suolo				Distanza dalla carreggiata				Distanza min. da altri impianti					
H. min (margine inf.)		H. max (margine sup.)											
2.50		variabile		1.5				25 (ad esclusione delle zone esterne al CA)					
				Zona A CENTRO STORICO		Zona B CA RESIDENZIALE		Zona C CA IND - PROD		Zona D AREE ESTERNE CA			
Formato ammesso													
≤ 1mq				A		A		A		A			
1 - 3 mq				n.a.		n.a.		A		A			
3 - 6 mq				n.a.		n.a.		n.a.		n.a.			
Illuminazione				n.a.		n.a.		n.a.		n.a.			
Prescrizioni													
Locandine e stendardi, dovranno essere posizionati parallelamente all'asse stradale con rispettata la distanza di 1,5 ml dal ciglio stradale. È vietato il posizionamento delle locandine sugli impianti semaforici, segnali stradali, pali della pubblica illuminazione, piante o altre. È fatta eccezione per la pubblicità di manifestazioni circensi, sagre e feste, in tali casi si potranno posizionare le locandine rispettando le prescrizioni di seguito riportate: - non arrecare intralcio al transito pedonale; - divieto di collocazione sulle isole rialzate del traffico, rotonde e intersezioni; - posizionamento solo sui pali della pubblica illuminazione mediante fissaggio mediante fascette di plastica senza apportare alcuna manomissione o danno; - la rimozione dovrà avvenire entro le 24 ore successive alla conclusione della manifestazione.													

Tipo Impianto				Tipologia d'uso				Durata					
GONFALONE art. 47 Comma 5 Reg CDS				Commerciale				Temporaneo (art. 2 Reg. CU)					
Descrizione													
						Elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidezza, mancante di una superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa.							
Posizione rispetto al suolo				Distanza dalla carreggiata				Distanza min. da altri impianti					
H. min (margine inf.)		H. max (margine sup.)											
2.30		variabile		1,5				25 (ad esclusione delle zone esterne al CA)					
				Zona A CENTRO STORICO		Zona B CA RESIDENZIALE		Zona C CA IND - PROD		Zona D AREE ESTERNE CA			
Formato ammesso													
≤ 1mq				A		A		A		A		n.a.	
1 - 3 mq				n.a.		n.a.		A		A		n.a.	
3 - 6 mq				n.a.		n.a.		n.a.		n.a.		n.a.	
Illuminazione		n.a.		n.a.		n.a.		n.a.		n.a.		n.a.	
Prescrizioni													
L'esposizione è consentita in occasione di iniziative commerciali manifestazioni e spettacoli limitatamente al periodo di svolgimento dell'iniziativa per 10 giorni prima dell'inizio della manifestazione sino a 24 ore dopo il termine. L'installazione è consentita esclusivamente su montanti installati specificatamente per tale scopo o per supportare striscioni.													