

COMUNE DI FIUMEFREDDO BRUZIO

**Provincia di Cosenza**

Telefono 0982-77003 - 0982-77176 – Fax 0982-77146

---

REGOLAMENTO PUBBLICITÀ  
E  
PIANO DEGLI  
IMPIANTI PUBBLICITARI

# Comune di Fiumefreddo Bruzio

(Provincia di Cosenza)

## INDICE

### **CAPO I - NORME GENERALI**

- Art. 1 – Oggetto del Regolamento
- Art. 2 – Ambito di applicazione
- Art. 3 – Classificazione del Comune
- Art. 4 – Gestione del servizio
- Art. 5 – Funzionario responsabile

### **CAPO II - IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITÀ**

- Art. 6 – Presupposto dell'imposta
- Art. 7 – Soggetto passivo
- Art. 8 – Modalità di applicazione dell'imposta
- Art. 9 – Pagamento dell'imposta
- Art. 10 – Rimborsi
- Art. 11 – Pubblicità eseguita su fabbricati ed aree di proprietà comunale
- Art. 12 – Obbligo della dichiarazione
- Art. 13 – Casi di omessa dichiarazione
- Art. 14 – Tariffe
- Art. 15 – Pubblicità ordinaria
- Art. 16 – Pubblicità effettuata con veicoli
- Art. 17 – Pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni
- Art. 18 – Pubblicità varia
- Art. 19 – Riduzioni
- Art. 20 – Esenzioni
- Art. 21 – Limitazioni e divieti in materia di pubblicità
- Art. 22 – Limitazioni sulla pubblicità fonica
- Art. 23 – Limiti alla pubblicità mediante distribuzioni e mediante esposizione di striscioni posti trasversalmente alle vie e piazze pubbliche
- Art. 24 – Anticipata rimozione
- Art. 25 – Materiale pubblicitario abusivo

### **CAPO III - DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI ED EFFETTUAZIONE DEL SERVIZIO**

- Art. 26 – Istituzione del servizio
- Art. 27 – Servizio delle pubbliche affissioni
- Art. 28 – Soggetto passivo
- Art. 29 – Misura del diritto
- Art. 30 – Pagamento del diritto
- Art. 31 – Riduzioni
- Art. 32 – Esenzioni
- Art. 33 – Modalità per le pubbliche affissioni
- Art. 34 – Consegna del materiale da affiggere
- Art. 35 – Annullamento della commissione

### **CAPO IV - DISCIPLINA DEI MEZZI PUBBLICITARI E DEGLI IMPIANTI PER LE AFFISSIONI**

- Art. 36 – Disposizioni generali
- Art. 37 – Autorizzazione ad esporre mezzi pubblicitari

### **CAPO V - GESTIONE CONTABILE, CONTENZIOSO, SANZIONI**

- Art. 38 – Gestione contabile delle somme riscosse
- Art. 39 – Rettifica ed accertamento d'ufficio
- Art. 40 – Contenzioso

- Art. 41 – Sanzioni e interessi
- Art. 42 – Sanzioni amministrative

### **CAPO VI - NORME FINALI**

- Art. 43 - Entrata in vigore - Norme di rinvio - Abrogazioni

## CAPO I - NORME GENERALI

### Art. 1 – Oggetto del Regolamento

1. Il presente regolamento disciplina l'applicazione dell'Imposta Comunale sulla Pubblicità, nonché l'effettuazione del servizio delle Pubbliche Affissioni con riscossione dei relativi diritti, di cui al Capo I, art. 3, del Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 507 e successive modificazioni e integrazioni (d'ora in poi D.Lgvo . 507/93 s.m.i.).

### Art. 2 – Ambito di applicazione

1. La pubblicità esterna e le pubbliche affissioni sono soggette, secondo le disposizioni degli articoli seguenti, rispettivamente ad un' imposta ovvero ad un diritto a favore del Comune.

### Art. 3 – Classificazione del Comune

1. Ai fini della classificazione stabilita dall'art. 2 del D.Lgvo 507/93 s.m.i., in base alla popolazione residente, il Comune appartiene alla Classe V°.

### Art. 4 – Gestione del servizio

1. La scelta della forma per la gestione del servizio è di competenza del Consiglio; in relazione alla dimensione organizzativa ed alla rilevanza economica - imprenditoriale del comune, valutata la convenienza sotto il profilo economico e funzionale, con il presente atto stabilisce di affidare il servizio ad azienda speciale comunale o consortile di cui agli artt. 114 e 31 del D.Lgvo 18.08.2000 n. 267, ovvero in concessione a soggetti terzi iscritti nell'albo previsto dall'art. 53 del D.Lgvo . 15 dicembre 1997, n. 446. Il concessionario subentra al Comune in tutti i diritti ed obblighi derivanti dal presente regolamento, per quanto attiene il servizio di controllo, accertamento, riscossione del canone e la gestione del servizio delle pubbliche affissioni di cui al successivo Titolo II .
2. La gestione del servizio, qualunque sia la forma prescelta, dovrà essere esercitata in conformità a quanto stabilito dal presente regolamento.

### Art. 5 – Funzionario responsabile

1. Il funzionario è individuato nell'ambito del settore dei servizi tributari del Comune, su proposta del responsabile di settore
2. Al predetto Funzionario sono attribuiti le funzioni ed i poteri per l'esercizio di ogni attività organizzativa e gestionale del canone sulla pubblicità e dei diritto sulle pubbliche affissioni; . sottoscrive anche le richieste, gli avvisi, i provvedimenti relativi e dispone i rimborsi.
3. Al completamento degli atti necessari per l'esternalizzazione del servizio le disposizioni di cui al precedente paragrafo saranno di competenza del Concessionario.

## CAPO II - IMPOSTA COMUNALE SULLA PUBBLICITA'

### Art. 6 – Presupposto dell'imposta

1. La diffusione di messaggi pubblicitari effettuata attraverso forme di comunicazione visiva o acustiche, diverse da quelle assoggettate al diritto sulle pubbliche affissioni, in luoghi pubblici o aperti al pubblico o che sia da tali luoghi percepibile è soggetta all'imposta sulla pubblicità prevista dal D.Lgvo 507/93 s.m.i. e disciplinata dal presente regolamento:
2. Ai fini dell'imposizione si considerano rilevanti i messaggi diffusi nell'esercizio di un'attività economica allo scopo di promuovere la domanda di beni o servizi, ovvero finalizzati a migliorare l'immagine del soggetto pubblicizzato.
3. Per i luoghi pubblici si intendono le vie, le piazze, i giardini pubblici e le aree comunque aperte al pubblico passaggio o a cui chiunque può accedere in ogni momento senza limitazioni o condizioni.
4. Per luoghi aperti al pubblico si intendono i locali e le aree che siano destinati a pubblici spettacoli, a pubblici esercizi, ad attività commerciali o ai quali, comunque, chiunque può accedere in ogni momento senza limitazioni o condizioni.

### **Art. 7 – Soggetto passivo**

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

### **Art. 8 – Modalità di applicazione dell'imposta**

1. L'imposta sulla pubblicità si determina in base alla superficie della minima figura piana geometrica in cui è circoscritto il mezzo pubblicitario indipendentemente dal numero dei messaggi in esso contenuti.
2. Le superfici inferiori ad un metro quadrato si arrotondano per eccesso al metro quadrato e le frazioni di esso, oltre il primo, a mezzo metro quadrato; non si fa luogo ad applicazione di imposta per superfici inferiori a trecento centimetri quadrati.
3. Per i mezzi pubblicitari polifacciali l'imposta è calcolata in base alla superficie complessiva adibita alla pubblicità.
4. Per i mezzi pubblicitari aventi dimensioni volumetriche l'imposta è calcolata in base alla superficie complessiva risultante dallo sviluppo del minimo solido geometrico in cui può essere circoscritto il mezzo stesso.
5. I festoni di bandierine e simili nonché i mezzi di identico contenuto, ovvero riferibili al medesimo soggetto passivo, collocati in connessione tra loro si considerano, agli effetti del calcolo della superficie imponibile, come un unico mezzo pubblicitario.
6. Le maggiorazioni di imposta a qualunque titolo previste sono cumulabili e devono essere applicate alla tariffa base; le riduzioni non sono cumulabili.
7. Qualora la pubblicità, di cui agli articoli 12 e 13 del D.Lgvo 507/93 s.m.i., venga effettuata in forma luminosa o illuminata la relativa tariffa di imposta è maggiorata del 100 per cento.

### **Art. 9 – Pagamento dell'imposta**

1. L'imposta è dovuta per le fattispecie previste dagli articoli 12, commi 1 e 3, 13 e 14, commi 1 e 3 del D.Lgvo 507/93 s.m.i., per anno solare di riferimento cui corrisponde una autonoma obbligazione tributaria; per le altre fattispecie il periodo di imposta è quello specificato nelle relative disposizioni.
2. Il pagamento dell'imposta deve essere effettuato mediante versamento a mezzo di conto corrente postale intestato al Comune, ovvero in caso di affidamento in concessione, al Concessionario. L'attestazione dell'avvenuto pagamento deve essere allegata alla prescritta dichiarazione.
3. Il modello di versamento in c.c.p. deve essere quello approvato con apposito Decreto Interministeriale dal Ministero delle Finanze di concerto con quello delle Poste e Telecomunicazioni.
4. Per la pubblicità relativa a periodi inferiori all'anno solare l'imposta deve essere corrisposta in un'unica soluzione; per la pubblicità annuale l'imposta può essere corrisposta in rate trimestrali anticipate qualora sia di importo superiore ad € 1.549,37
5. La riscossione coattiva dell'imposta si effettua :
  - a) secondo le disposizioni del D.P.R. 28/01/1988 n. 43 e successive modificazioni: il relativo ruolo deve essere formato e reso esecutivo entro il 31 dicembre del secondo anno successivo a quello in cui l'avviso di accertamento o di rettifica è stato notificato ovvero, in caso di sospensione della riscossione, entro il 31 dicembre dell'anno successivo a quello di scadenza del periodo di sospensione.  
Si applica l'art. 2752, comma 4, del Codice Civile;
  - b) con decreto ingiuntivo di cui al R.D. 14/04/1910 n. 639, a cura del Funzionario responsabile o del Concessionario.

### **Art. 10 – Rimborsi**

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

### **Art. 11 – Pubblicità eseguita su fabbricati ed aree di proprietà comunale**

1. Qualora la pubblicità sia effettuata su impianti installati su beni appartenenti o dati in godimento al Comune, l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità non esclude quella della tassa per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche, nonché il pagamento di canoni di locazione o di concessione commisurati, questi ultimi, all'effettiva occupazione del suolo pubblico del mezzo pubblicitario.
2. L'autorizzazione per la pubblicità, di cui al comma 1, sarà rilasciata dal Responsabile dell'Ufficio Tributi previo parere favorevole dell'Ufficio Tecnico e della Polizia Municipale in relazione alle rispettive competenze.

#### **Art. 12 – Obbligo della dichiarazione**

1. Prima di iniziare la pubblicità l'interessato è tenuto a presentare, al Comune o al Concessionario, apposita dichiarazione, anche cumulativa, su modello messo a disposizione dal Comune o dal Concessionario stesso.
2. La dichiarazione deve essere presentata nei termini previsti al precedente punto 1, anche nei casi di variazione della pubblicità, che comportino la modificazione della superficie esposta o del tipo di pubblicità effettuata (ad es. da ordinaria a luminosa), con conseguente nuova imposizione; è fatto obbligo al Comune, o al Concessionario, di procedere al conguaglio fra l'importo dovuto in seguito alla nuova dichiarazione e quello pagato per lo stesso periodo.
3. La dichiarazione della pubblicità annuale ha effetto anche per gli anni successivi, purché non si verifichino modificazioni degli elementi dichiarati cui consegua un diverso ammontare dell'imposta dovuta; tale pubblicità si intende prorogata con il pagamento della relativa imposta effettuato entro 30 giorni dal termine ultimo previsto per l'approvazione del bilancio comunale dell'anno di riferimento, sempre che non venga presentata denuncia di cessazione entro il medesimo termine.
4. L'assolvimento del tributo non esonera il contribuente dall'obbligo di munirsi delle necessarie autorizzazioni o concessioni previste da leggi e regolamenti.

#### **Art. 13 – Casi di omessa dichiarazione**

1. In caso di omessa presentazione della dichiarazione per le forme pubblicitarie :
  - effettuate mediante insegne, cartelli, targhe, stendardi, ecc.;
  - effettuate con veicoli;
  - effettuate per conto altrui con insegne, pannelli o altre analoghe strutture caratterizzate dall'impiego di diodi luminosi, lampadine e simili mediante controllo elettronico, elettromeccanico o comunque programmato in modo da garantire la variabilità del messaggio o la sua visione in forma intermittente, lampeggiante o simile. La pubblicità si presume effettuata, in ogni caso, con decorrenza dal primo gennaio dell'anno in cui è stata accertata.
2. In caso di omessa presentazione della dichiarazione per le forme pubblicitarie:
  - realizzate in luoghi pubblici o aperti al pubblico attraverso diapositive, proiezioni luminose o cinematografiche effettuate su schermi o pareti riflettenti;
  - effettuate con striscioni o altri mezzi simili, che attraversano strade o piazze;
  - effettuate da aeromobili mediante scritte, striscioni, disegni fumogeni, lancio di oggetti o manifestini;
  - effettuate con palloni frenati e simili;
  - effettuate mediante distribuzione, anche con veicoli, di manifestini o di altro materiale pubblicitario, oppure mediante persone circolanti con cartelli o altri mezzi pubblicitari;
  - effettuate a mezzo di apparecchi amplificatori e simili.la pubblicità si presume effettuata dal primo giorno del mese in cui è stato effettuato l'accertamento.

#### **Art. 14 – Tariffe**

1. Per ogni forma di pubblicità è dovuta al Comune, o al Concessionario che gli subentra, un'imposta nella misura risultante dalle tariffe deliberate a norma dell'art. 3, comma 5 del D.Lgvo 507/93 s.m.i.
2. Le tariffe dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni sono deliberate entro il termine di approvazione del bilancio e decorrono dal 1° gennaio del medesimo anno; qualora non modificate, si intendono prorogate di anno in anno.

#### **Art. 15 – Pubblicità ordinaria**

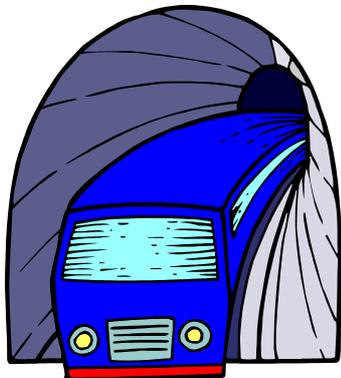
1. Per la pubblicità effettuata mediante insegne, cartelli, locandine, targhe, stendardi o qualsiasi altro mezzo non previsto dai successivi articoli, la tariffa dell'imposta è dovuta per ogni metro quadrato di superficie e per anno solare.
2. Per le fattispecie pubblicitarie di cui al comma 1 che abbiano durata non superiore a tre mesi si applica per ogni mese o frazione una tariffa pari a un decimo di quella ivi prevista.



3. Per la pubblicità effettuata mediante affissione dirette, anche per conto altrui, di manifesti e simili su apposite strutture adibite alla esposizione di tali mezzi si applica l'imposta in base alla superficie complessiva degli impianti nella misura e con le modalità previste dai comma 1 e 2.

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

#### **Art. 16 – Pubblicità effettuata con veicoli**



1. Per la pubblicità visiva effettuata per conto proprio o altrui all'interno e all'esterno di veicoli in genere, di vetture autofiltranviarie, e simili, di uso pubblico o privato, è dovuta l'imposta sulla pubblicità in base alla superficie complessiva dei mezzi pubblicitari installati su ciascun veicolo nella misura e con le modalità previste dall'art. 12, comma 1, del D.Lgvo . 507/93 s.m.i.; per la pubblicità effettuata all'esterno dei veicoli suddetti sono dovute le maggiorazioni di cui all'art. 12, comma 4, del D.Lgvo 507/93 s.m.i.

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

o la sede.

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

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

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

L'imposta non è dovuta altresì per l'indicazione, sui veicoli utilizzati per il trasporto, della ditta e dell'indirizzo dell'impresa che effettua l'attività di trasporto, anche per conto terzi, limitatamente alla sola superficie utile occupata da tali indicazioni.

5. La Polizia Municipale ha la facoltà di verificare che gli automezzi pubblicizzati circolanti nell'ambito del territorio comunale, siano in regola con il pagamento dell'imposta sulla pubblicità; la procedura di verifica si attua nel corso dei normali controlli stradali o anche per specifico caso, mediante richiesta – ai sensi dell'art. 13 comma 5 D.Lgvo 507/93 s.m.i. – della bolletta di pagamento o tagliando di c/c postale attestante l'avvenuto versamento nell'anno di riferimento; su tale bolletta o tagliando dovrà risultare l'esatto numero di targa del veicolo pubblicizzato nonché data e l'importo del versamento.

6. In caso di mancata esibizione del documento liberatorio l'ufficio di Polizia Municipale provvederà a redigere apposito verbale di constatazione che verrà inviato in copia all'Ufficio Tributi ai fini della relativa iscrizione a ruolo; all'uopo sul predetto verbale dovranno risultare i seguenti dati:

- luogo, data e ora del rilevamento;
- numero di targa del veicolo e portata risultante dal libretto di circolazione;
- dicitura e quantità delle scritte o emblemi apposti sul veicolo;
- dati anagrafici e residenza del proprietario dell'automezzo, come da libretto;
- dati anagrafici e residenza del conducente se persona diversa dal proprietario;

Nel caso di veicolo disponga di rimorchio, anch'esso pubblicizzato, dovranno essere riportati anche i dati del rimorchio.

7. la procedura di cui al comma 6 si deve porre in atto anche nel caso di effettuazione di pubblicità sonora.

8. Ai fini della identificazione dei proprietari di veicoli, per i quali non si sia potuto effettuare al momento il controllo, la Polizia Municipale si avvale – direttamente o su richiesta dell'ufficio affissioni o pubblicità – dell'apposito servizio visure della Direzione Trasporti Terrestri.

#### **Art. 17 – Pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni**

1. Per la pubblicità effettuata per conto altrui con insegne, pannelli o altre analoghe strutture caratterizzate dall'impiego di diodi luminosi, lampadine e simili mediante controllo elettronico, elettromeccanico o comunque programmato in modo da garantire la variabilità del messaggio o la sua visione in forma

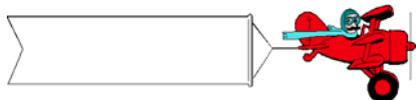
intermittente, lampeggiante o simile, si applica l'imposta indipendentemente dal numero di messaggi, per metro quadro di superficie e per anno solare.



2. Per la pubblicità di cui al comma 1 di durata non superiore a tre mesi si applica, per ogni mese o frazione, una tariffa pari a un decimo di quella ivi prevista.
3. Per la pubblicità prevista dai commi 1 e 2 effettuata per conto proprio dall'impresa si applica l'imposta in misura pari alla metà delle rispettive tariffe.
4. Per la pubblicità realizzata in luoghi pubblici o aperti al pubblico attraverso diapositive, proiezioni luminose o cinematografiche effettuate su schermi o pareti riflettenti, si applica l'imposta per ogni giorno, indipendentemente dal numero dei messaggi e dalla superficie adibita alla proiezioni.
5. Qualora la pubblicità di cui al comma 4 abbia durata superiore a trenta giorni, dopo tale periodo si applica una tariffa giornaliera pari alla metà di quella ivi

prevista.

### Art. 18 – Pubblicità varia



1. Per la pubblicità effettuata con striscioni o altri mezzi simili - ammessa unicamente durante il periodo di svolgimento di manifestazioni e/o spettacoli ed in riferimento alle stesse - che attraversano strade o piazze la tariffa dell'imposta, per ciascun metro quadrato e per ogni periodo di esposizione di quindici giorni o frazione, è pari a quella prevista dall'art. 12, comma 1, D.Lgvo 507/93 s.m.i.
2. Per la pubblicità effettuata da aeromobili mediante scritte, striscioni, disegni fumogeni, lancio di oggetti o manifestini, per ogni giorno o frazione indipendentemente dai soggetti pubblicizzati, è dovuta l'imposta nella misura prevista dall'art. 15 comma 2 del D.Lgvo 507/93 s.m.i.
3. Per la pubblicità eseguita con palloni frenanti e simili, si applica l'imposta in base alla tariffa pari alla metà di quella prevista dal sopraccitato comma 2.
4. Per la pubblicità effettuata mediante distribuzione, anche con veicoli, di manifestini o di altro materiale pubblicitario, oppure mediante persone circolanti con cartelli o con altri mezzi pubblicitari, è dovuta l'imposta per ciascuna persona impiegata nella distribuzione od effettuazione e per ogni giorno o frazione, indipendentemente dalla misura dei mezzi pubblicitari o dalla quantità di materiale distribuito.
5. Per la pubblicità effettuata a mezzo di apparecchi amplificatori e simili, la tariffa dell'imposta è dovuta per ciascun punto di pubblicità e per ciascun giorno e frazione.
6. Per la pubblicità effettuata mediante l'esposizione di locandine, calendari, volantini e distributori di depliant all'interno di pubblici esercizi, negozi, studi professionali, banche e comunque ogni altro luogo che possa definirsi "aperto al pubblico", il titolare del locale dovrà accertarsi, prima di autorizzare l'esposizione, che sul materiale sia apposto il timbro (con la data di scadenza) del Servizio Pubbliche Affissioni e Pubblicità comprovante l'avvenuto assolvimento del tributo.  
Quanto sopra tenendo in conto che se trattasi di materiale pubblicitario riferito all'attività esercitata nei locali stessi vige l'esenzione prevista dall'art. 17/a del D.Lgvo 507/93 s.m.i.
7. In caso di accertamento di mezzi pubblicitari senza il prescritto timbro il titolare o responsabile del locale all'interno del quale risultano esposti i mezzi è solidalmente tenuto al pagamento del tributo e delle relative sanzioni ai sensi dell'art. 5 del D.Lgvo 507/93 s.m.i.

### Art. 19 – Riduzioni

1. La tariffa dell'imposta è ridotta alla metà:
  - a) per la pubblicità effettuata da comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non abbia scopo di lucro;
  - b) per la pubblicità relativa a manifestazioni politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate, con il patrocinio o la partecipazione degli enti pubblici territoriali;
  - c) per la pubblicità relativa a festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti e di beneficenza.

### Art. 20 – Esenzioni

1. Sono esenti dall'imposta:

- a) la pubblicità realizzata all'interno dei locali adibiti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi quando si riferisca all'attività negli stessi esercitata, nonché i mezzi pubblicitari, ad eccezione delle insegne, esposti nelle vetrine e sulle porte di ingresso dei locali medesimi purché siano attinenti all'attività in esse esercitata e non superino, nel loro insieme, la superficie complessiva di mezzo metro quadrato per ciascuna vetrina o ingresso;
  - b) gli avvisi al pubblico esposti nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei locali, o in mancanza delle immediate adiacenze del punto di vendita, relativi all'attività svolta, nonché quelli riguardanti la localizzazione e l'utilizzazione dei servizi di pubblica utilità, che non superino la superficie di mezzo metro quadrato e quelli riguardanti la locazione o la compravendita degli immobili sui quali sono affissi, di superficie non superiore ad un quarto di metro quadrato;
  - c) la pubblicità comunque effettuata all'interno, sulle facciate esterne o sulle recinzioni dei locali di pubblico spettacolo qualora si riferisca alle rappresentazioni in programmazione;
  - d) la pubblicità, escluse le insegne, relativa ai giornali ed alle pubblicazioni periodiche, se esposta sulle sole facciate esterne delle edicole e nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei negozi ove si effettua la vendita;
  - e) la pubblicità esposta all'interno delle stazioni dei servizi di trasporto pubblico di ogni genere inerente l'attività esercitata dall'impresa di trasporto, nonché le tabelle esposte all'esterno delle stazioni stesse o luogo l'itinerario di viaggio, per la parte in cui contengano informazioni relative alle modalità di effettuazione del servizio;
  - f) la pubblicità esposta all'interno delle vetture ferroviarie;
  - g) la pubblicità comunque effettuata in via esclusiva dallo Stato e dagli Enti pubblici territoriali;
  - h) le insegne, le targhe e simili apposte per l'individuazione delle sedi di comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non persegua scopo di lucro;
  - i) le insegne, le targhe e simili la cui esposizione sia obbligatoria per disposizione di legge o di regolamento sempre che le dimensioni del mezzo usato, qualora non espressamente stabilite, non superino il mezzo metro quadrato di superficie.
- Con riferimento alla risoluzione del Ministero delle Finanze n. 3/2005/90 del 26/3/1991 i cartelli di cantiere relativi ad opere private non dovranno superare il limite di mezzo metro quadrato; quelli relativi ad opere pubbliche non dovranno superare i due metri quadrati; è ammessa deroga a tale disposizione quando le dimensioni del cartello di cantiere siano obbligatorie, ed espressamente indicate, in base a specifica legge o regolamento;
- l) le insegne di esercizio di attività commerciali e di produzione di beni o servizi che contraddistinguono la sede ove si svolge l'attività cui si riferiscono, di superficie complessiva fino a 5 metri quadrati;
  - m) l'indicazione, sui i veicoli utilizzati per il trasporto, della ditta e dell'indirizzo dall'impresa che effettua attività di trasporto, anche per conto terzi, limitatamente alla sola superficie utile occupata da tali indicazioni.

#### **Art. 21 – Limitazioni e divieti in materia di pubblicità**

1. Sugli edifici di carattere storico ed, in genere, su tutti quelli che sono sottoposti a vincolo artistico, è vietata ogni forma di pubblicità.
2. Per la pubblicità sulle strade o in vista di esse trovano applicazione:
  - a) l'art. 23 del Codice della Strada emanato con D.Lgvo 30.4.1992, n. 285 e s.m.i.;
  - b) gli articoli dal 47 al 56 del Regolamento di esecuzione del Codice della Strada emanato con D.P.R. 16.12.1992, n. 495 e s.m.i.
3. Per la pubblicità sui veicoli trovano applicazione:
  - a) l'art. 23, comma 2, del Codice della Strada emanato con D.Lgvo 30.4.1992, n. 285 e s.m.i.;
  - b) l'art. 57 del Regolamento di esecuzione del Codice della Strada emanato con D.P.R. 16.12.1992, n. 495 e s.m.i.

#### **Art. 22 – Limitazioni sulla pubblicità fonica**

1. Per la pubblicità fonica trovano applicazione:
  - a) l'art. 23, comma 8, del Codice della Strada emanato con D.Lgvo 30.4.1992, n. 285 e s.m.i.;
  - b) l'art. 59, comma 3, del Regolamento di esecuzione del Codice della Strada emanato con D.P.R. 16.12.1992, n. 495 e s.m.i.
2. La pubblicità eseguita con qualsiasi mezzo acustico, fisso o mobile, in modo da essere percepibile dalle vie o altro luogo pubblico o aperto al pubblico, è consentita dalle ore 9.00 alle ore 13.00 e dalle ore 16.30 alle ore 19.30.
3. È parimenti vietata la pubblicità con mezzi acustici in prossimità di case di cura o di riposo e, durante le ore di lezione o di cerimonie, in prossimità di scuole o di edifici di culto.

4. In ogni caso l'intensità della voce e dei suoni emessi, dal mezzo diffusivo, non dovranno superare i limiti previsti dal D.P.C.M. 01/03/1991.

5. E' fatto obbligo a chi effettua la pubblicità fonica di versare previamente la relativa imposta sulla pubblicità nonché conservare – sul veicolo o presso la sede fissa – la relativa bolletta (o ricevuta di c/c postale) per tutto il periodo di effettuazione della pubblicità, al fine dei controlli degli agenti incaricati.

#### **Art. 23 – Limiti alla pubblicità mediante distribuzioni e mediante esposizione di striscioni posti trasversalmente alle vie e piazze pubbliche**

1. La pubblicità effettuata mediante striscioni posti trasversalmente alle vie o piazze pubbliche, qualora consentita, deve conformarsi a regole di decoro e di sicurezza stradale.

#### **Art. 24 – Anticipata riscossione**

1. Nel caso di rimozione del mezzo pubblicitario, ordinata dall'Amministrazione comunale prima della scadenza del termine stabilito nell'atto di autorizzazione, il titolare di esso avrà diritto unicamente al rimborso della quota d'imposta corrispondente al periodo di mancato godimento, escluso ogni altro rimborso, compenso o indennità.
2. Spetta all'interessato provvedere a rimuovere la pubblicità entro la data che sarà precisata nell'ordine di rimozione.
3. La rimozione dovrà riguardare anche gli eventuali sostegni o supporti e comprendere il ripristino alla forma preesistente della sede del manufatto.
4. Ove l'interessato non ottemperi all'ordine di rimozione della pubblicità nei termini stabiliti, l'impianto pubblicitario verrà considerato abusivo ad ogni effetto e saranno adottati i provvedimenti di cui all'art. 42 del presente regolamento.

#### **Art. 25 – Materiale pubblicitario abusivo**

1. Sono considerate abusive le varie forme di pubblicità esposte senza la prescritta autorizzazione preventiva, ovvero risultanti non conformi alle condizioni stabilite dall'autorizzazione sia per forma, contenuto, dimensioni, sistemazione ed ubicazione, nonché la affissione eseguita fuori dai luoghi a ciò destinati ed approvati dal Comune.
2. E' considerata similmente abusiva ogni variazione non autorizzata, apportata alla pubblicità in opera.
3. Sono altresì considerate abusive le pubblicità e le affissioni per le quali siano state omesse le prescritte dichiarazioni ed i dovuti pagamenti.

### **CAPO III - DIRITTO SULLE PUBBLICHE AFFISSIONI ED EFFETTUAZIONE DEL SERVIZIO**

#### **Art. 26 – Istituzione del servizio**

1. E' istituito, su tutto il territorio comunale verso corrispettivo del relativo diritto, il servizio delle Pubbliche Affissioni, così come disposto dall'art. 18, comma 2 del D.Lgvo 507/93 s.m.i.

#### **Art. 27 – Servizio delle pubbliche affissioni**

1. Il servizio delle pubbliche affissioni è inteso a garantire specificamente l'affissione a cura del Comune, o del Concessionario, in appositi impianti a ciò destinati, di manifesti di qualunque materiale costituiti, contenenti comunicazioni aventi finalità istituzionali, sociali o comunque prive di rilevanza economica, ovvero, ove previsto e nella misura stabilita nelle disposizioni regolamentari di cui all'art. 3, del D.Lgvo 507/93 s.m.i., di messaggi diffusi nell'esercizio di attività economiche.

#### **Art. 28– Soggetto passivo**

1. E' soggetto passivo del diritto sulle pubbliche affissioni colui che richiede il servizio e, in solido, colui nell'interesse del quale il servizio stesso è richiesto.

### **Art. 29 – Misura del diritto**

1. La misura del diritto sulle pubbliche affissioni è riferita a ciascun foglio di dimensioni fino a cm. 70 x 100 secondo la tariffa approvata ai sensi dell'art. 3, comma 5, del D.Lgvo 507/93 s.m.i.
2. Per ogni commissione inferiore a cinquanta fogli il diritto, di cui al comma 1, è maggiorato del 50 per cento.
3. Per i manifesti costituiti da otto fino a dodici fogli il diritto è maggiorato del 50 per cento; per quelli costituiti da più di dodici fogli è maggiorato del 100 per cento.

### **Art. 30 – Pagamento del diritto**

1. Il pagamento del diritto sulle pubbliche affissioni deve essere effettuato contestualmente alla richiesta del servizio a mezzo c.c.p. intestato al Comune, o al Concessionario, così come previsto dall'art. 9 del presente regolamento per l'imposta sulla pubblicità.
2. E' consentito il pagamento diretto del diritto relativo ad affissioni non aventi carattere commerciale a larga diffusione.
3. Le disposizioni previste per l'imposta sulla pubblicità si applicano, per quanto compatibili, anche al diritto sulle pubbliche affissioni.

### **Art. 31 – Riduzioni**

1. La tariffa per il servizio delle pubbliche affissioni è ridotta alla metà:
  - a) per i manifesti riguardanti in via esclusiva lo Stato e gli Enti pubblici territoriali e che non rientrano nei casi per i quali è prevista l'esenzione ai sensi del successivo art.31;
  - b) per i manifesti di comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non abbia scopo di lucro;
  - c) per i manifesti relativi ad attività politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, filantropiche e religiose, da chiunque realizzate, con il patrocinio o la partecipazione degli enti pubblici territoriali;
  - d) per i manifesti relativi a festeggiamenti patriottici, religiosi, a spettacoli viaggianti e di beneficenza;
  - e) per gli annunci mortuari.

Per l'applicazione delle agevolazioni di cui ai punti b) e c) è necessario che il soggetto interessato produca copia fotostatica dello statuto e dichiari rispettivamente la mancanza del fine di lucro e la concessione del patrocinio della manifestazione pubblicizzata.

Limitatamente agli annunci mortuari è consentita l'affissione diretta a cure e spese delle agenzie funebri - esclusivamente negli spazi a ciò destinati; per affissioni eseguite in giorni festivi sarà cura degli interessati comprovare l'avvenuto pagamento esibendo la ricevuta all'Ufficio di Polizia Municipale nei due giorni successivi. L'omessa presentazione della ricevuta o il mancato versamento nei termini indicati, saranno equiparate a violazioni perseguibili ai sensi del vigente regolamento.

### **Art. 32 – Esenzioni**

1. Sono esenti dal diritto sulle pubbliche affissioni:
  - a) i manifesti riguardanti le attività istituzionali del Comune da esso svolte in via esclusiva, esposti nell'ambito del proprio territorio;
  - b) i manifesti delle autorità militari relativi alle iscrizioni nelle liste di leva, alla chiamata e ai richiami alle armi;
  - c) i manifesti dello Stato, delle Regioni e delle Province in materia di tributi;
  - d) i manifesti delle autorità di polizia in materia di pubblica sicurezza;
  - e) i manifesti relativi ad adempimenti di legge in materia di referendum, elezioni politiche, per il parlamento europeo, regionali, amministrative;
  - f) ogni altro manifesto la cui affissione sia obbligatoria per legge;
  - g) i manifesti concernenti corsi scolastici e professionali gratuiti regolarmente autorizzati; per l'applicazione dell'agevolazione deve essere dichiarato preventivamente e contestualmente il possesso di tali requisiti.

### **Art. 33 – Modalità per le pubbliche affissioni**

1. Le pubbliche affissioni devono essere effettuate secondo l'ordine di precedenza risultante dal ricevimento delle commissioni le quali debbono essere numerate progressivamente con funzione di registro cronologico.
2. Le richieste devono comunque risultare da apposita commissione nella quale devono risultare le generalità del richiedente o della persona o dell'ente nell'interesse del quale il servizio viene richiesto, completo di indirizzo e codice fiscale, la durata di esposizione con l'indicazione della data di inizio, l'oggetto del manifesto, i quantitativi espressi in formato e il numero dei manifesti.

3. La durata dell'affissione decorre dal giorno in cui è stata eseguita al completo; nello stesso giorno, su richiesta ed a spesa del committente, il Comune, o il Concessionario, deve mettere a sua disposizione l'elenco delle posizioni utilizzate con l'indicazione dei quantitativi affissi.
4. 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 Comune, o il Concessionario, deve darne tempestiva comunicazione per iscritto al committente.
5. La mancanza di spazi disponibili deve essere comunicata al committente per iscritto entro dieci giorni dalla richiesta di affissione.
6. Nei casi di cui ai commi 3 e 4 il committente può annullare la commissione senza alcun onere a suo carico ed il Comune, o il Concessionario, è tenuto al rimborso delle somme versate entro novanta giorni.
7. Il committente ha facoltà di annullare la richiesta di affissione prima che venga eseguita, con l'obbligo di corrispondere in ogni caso la metà del diritto dovuto.
8. Il Comune, o il Concessionario, ha l'obbligo di sostituire gratuitamente i manifesti strappati o comunque deteriorati e, qualora non disponga di altri esemplari dei manifesti da sostituire, deve farne tempestiva comunicazione al richiedente mantenendo, nel frattempo, a sua disposizione i relativi spazi.
9. Per le affissioni richieste per il giorno in cui è stato consegnato il materiale da affiggere od entro i due giorni successivi se trattasi di affissioni di contenuto commerciale, ovvero per le ore notturne dalle ore 20,00 alle 7,00 o nei giorni festivi, è dovuta la maggiorazione del 10 per cento del diritto, con un minimo di Euro 25,822 per ciascuna commissione; tale maggiorazione può, con apposita previsione del capitolato di oneri, essere attribuita in tutto o in parte al concessionario del servizio.
10. Il Comune, o il Concessionario, ha l'obbligo di esporre - all'interno dell'Ufficio per la pubblica consultazione - le tariffe del servizio e l'elenco degli spazi destinati alle pubbliche affissioni, con l'indicazione delle categorie alle quali detti spazi appartengono ed il registro cronologico delle commissioni.
11. Nessuna affissione può avere luogo prima del pagamento dei diritti dovuti; al fine della salvaguardia delle entrate tributarie comunali, in ipotesi di affissioni abusive sarà automaticamente applicata la maggiorazione di cui all'art. 22 comma 9 del D.Lgvo 507/93 s.m.i., in base allo specifico principio di garantire comunque al Comune il maggior presunto introito che si sarebbe potuto realizzare qualora l'affissione fosse stata regolarmente commissionata.
12. Il materiale abusivamente affisso fuori dagli spazi stabiliti potrà essere defisso e quello negli spazi stabiliti coperto, salvo la responsabilità, sempre solidale, a norma del presente regolamento, di colui o coloro che hanno materialmente seguito l'affissione e della ditta in favore della quale l'affissione è stata fatta.

#### **Art. 34 – Consegna del materiale da affiggere**

1. Il materiale da affiggere dovrà essere consegnato dagli interessati dopo aver provveduto, nelle forme di legge, al pagamento del diritto, salvo i casi di esenzione del medesimo.
2. Il richiedente e colui nell'interesse del quale l'affissione viene richiesta, sono comunque direttamente responsabili delle eventuali infrazioni di legge sia penali che civili e fiscali vigenti in materia.
3. Un esemplare del manifesto o locandina potrà essere trattenuto dall'ufficio per la conservazione negli archivi; detta copia non potrà essere restituita neppure in caso di revoca della richiesta di affissione.

#### **Art. 35 – Annullamento della commissione**

1. In caso di annullamento dell'affissione affinché si possa provvedere al rimborso totale o parziale del diritto versato è necessario il rispetto dei seguenti termini:
  - a) nei casi previsti dai commi 3 e 4 del precedente articolo 32 la richiesta di annullamento dovrà pervenire al Comune o al concessionario entro sette giorni dalla ricezione della comunicazione di mancanza di spazi o di altra causa ostativa dell'effettuazione.
  - b) L'annullamento della richiesta di affissione prevista dal comma 6 del precedente articolo 32 dovrà pervenire all'ufficio comunale o al concessionario almeno il giorno precedente quello di inizio dell'affissione.
2. Il materiale relativo alle commissioni annullate sarà tenuto a disposizione del committente per quindici giorni da quello in cui è stato effettuato il rimborso delle somme che gli competono.

## **CAPO IV- DISCIPLINA DEI MEZZI PUBBLICITARI E DEGLI IMPIANTI PER LE AFFISSIONI**

### **Art. 36 – Disposizioni generali**

1. Il presente regolamento prevede un'armonizzazione dell'iter autorizzativo in concerto con le disposizioni del codice della strada approvato con D.Lgvo 30.4.1992, n. 285, modificato con D.Lgvo 10.9.1993, n. 360, nonché del relativo regolamento di esecuzione ed attuazione di cui al D.P.R. 16.12.1992, n. 495.
2. Il Comune, per la formazione del Piano Generale degli Impianti Pubblicitari e le relative autorizzazioni, in relazione a quanto previsto dall'art. 23, commi 4 e 6, del Codice della Strada si avvale della facoltà di concedere deroghe in ordine alle distanze minime per il posizionamento dei mezzi pubblicitari e degli impianti per le affissioni. Il tutto nel rispetto delle esigenze di sicurezza della circolazione stradale sia nei centri abitati che nei tratti di strada individuati dall'art. 26, comma 3, del citato Codice della Strada.
3. L'iter autorizzativo terrà conto della posizione ove è prevista la collocazione del manufatto pubblicitario.

### **Art. 37 – Tipologia degli impianti**

1. Il Comune, o il Concessionario, dovranno fare riferimento alle fattispecie previste nel Piano generale degli impianti

## **CAPO V - GESTIONE CONTABILE, CONTENZIOSO, SANZIONI.**

### **Art. 38 – Gestione contabile delle somme riscosse**

1. Per la gestione contabile delle somme riscosse dovranno essere osservate puntualmente le disposizioni emanate in relazione al disposto dell'art. 35, comma 4, del D.Lgvo 507/97 s.m.i.

### **Art. 39 – Rettifica ed accertamento d'ufficio**

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

### **Art. 40 – Contenzioso**

1. Contro gli atti di accertamento è ammesso ricorso alla Commissione Tributaria Provinciale competente per territorio, così come stabilito dal Decreto Legislativo 15 novembre 1993, n. 546 e s.m.i.

### **Art. 41 – Sanzioni e interessi**

1. Per l'omessa presentazione della dichiarazione di cui all'articolo 8 si applica la sanzione amministrativa dal cento al duecento per cento dell'imposta o del diritto dovuti, con un minimo di € 51,64.
2. Per la dichiarazione infedele si applica la sanzione amministrativa dal cinquanta al cento per cento della maggiore imposta o diritto dovuti. Se l'errore o l'omissione attengono ad elementi non incidenti sulla determinazione di questi, si applica la sanzione da € 51,64 ad € 258,22.
3. Le sanzioni indicate nei commi 1 e 2 sono ridotte ad un quarto se, entro il termine per ricorrere alle commissioni tributarie, interviene adesione del contribuente con il pagamento dell'imposta o del diritto, se dovuti, e della sanzione.
4. Sulle somme dovute per l'imposta sulla pubblicità e per il diritto sulle pubbliche affissioni si applicano interessi di mora nella misura del sette per cento per ogni semestre compiuto, con decorrenza dal giorno in cui detti importi sono divenuti esigibili; interessi nella stessa misura spettano al contribuente per le somme ad esso dovute a decorrere dalla data del pagamento.

#### **Art. 42 – Sanzioni amministrative**

1. Il Comune, o il Concessionario, è tenuto a vigilare sulla corretta osservanza delle disposizioni legislative e regolamentari riguardanti l'effettuazione della pubblicità.

Alle violazioni di dette disposizioni conseguono sanzioni amministrative per la cui applicazione si osservano le norme contenute nelle Sezioni I e II del Capo I della Legge 24/11/1981, n. 689, salvo quanto previsto nei successivi commi.

2. Per le violazioni delle norme regolamentari, nonché di quelle contenute nei provvedimenti relativi all'installazione degli impianti il Comune, o il Concessionario, applica la sanzione da € 25,00 ad € 500,00 più spese di notifica, con notificazioni agli interessati, entro centocinquanta giorni dall'accertamento, degli estremi delle violazioni riportati in apposito verbale. Il Comune dispone altresì la rimozione degli impianti pubblicitari abusivi facendone menzione nel suddetto verbale; in caso di inottemperanza all'ordine di rimozione entro il termine stabilito, il Comune provvede d'ufficio, addebitando ai responsabili le spese sostenute.

3. Il Comune, o il Concessionario, può effettuare, indipendentemente dalla procedura di rimozione degli impianti e alla applicazione delle sanzioni di cui al comma 2, l'immediata copertura della pubblicità abusiva, oppure la rimozione dei manifesti abusivamente affissi fuori degli spazi specificamente previsti dal presente regolamento e dal piano generale degli impianti, diffidando chi ha commesso l'abuso.

La copertura o la rimozione hanno lo scopo di privare il mezzo di efficacia pubblicitaria.

Seguirà successivamente la notifica di apposito avviso secondo le modalità previste dall'art. 39.

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

5. I proventi delle sanzioni amministrative spettano al Comune, o al Concessionario, e sono destinati al potenziamento ed al miglioramento del servizio e dell'impiantistica comunale.

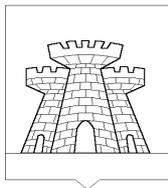
### **CAPO VI - NORME FINALI**

#### **Art. 43 - Entrata in vigore - Norme di rinvio - Abrogazioni**

1. Il presente regolamento sostituisce ogni precedente norma regolamentare e tariffaria afferente all'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni ed entra in vigore dal 1 gennaio 2006.

2. Per quanto non espressamente previsto nel presente regolamento si rinvia alle norme contenute nel D.Lgvo . 507/93 s.m.i. nonché a tutte le norme di legge vigenti in materia ed ai chiarimenti forniti con circolari ed istruzioni emanate dai competenti organi ministeriali.

3. Le norme del presente regolamento si intendono modificate per effetto di sopravvenute norme vincolanti statali e regionali.



**COMUNE DI FIUMEFREDDO BRUZIO**

**Provincia di Cosenza**

Telefono 0982-77003 - 0982-77176 – Fax 0982-77146

---

***PIANO  
DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI***

# CAPO I

## DISPOSIZIONI GENERALI

### Art. 1

#### Ambito e scopo del Regolamento

1. Il presente Regolamento, sulla base delle disposizioni a carattere generale contenute nel D.Lgs 30.04.1992, n° 285 (“Nuovo codice della strada”) e successive modificazioni ed integrazioni, nel relativo Regolamento di esecuzione, nel D.Lgs n° 507 del 15.11.1993 e successive modificazioni, e dall'approvando Regolamento comunale per le affissioni e pubblicità, disciplina, con riferimento all'intero territorio comunale, la materia concernente i mezzi pubblicitari ed i relativi impianti, da collocare o collocati lungo le strade o in vista di esse e, comunque, su aree pubbliche o di uso pubblico; determina la tipologia, il numero, le distanze, le caratteristiche dei mezzi pubblicitari ed affissionali, nonché il numero degli impianti destinati alla Pubblicità a mezzo di Affissione Diretta. Le forme di pubblicità previste dal Piano Generale Impianti non potranno essere in contrasto con le esigenze di viabilità, urbana ed extraurbana, di sicurezza, dello sviluppo delle zone di espansione residenziale, commerciale ed industriale.
1. Esso, oltre a disciplinare la comunicazione pubblicitaria come indicato al comma 1, si prefigge anche lo scopo, sempre con riferimento all'attività impiantistica pubblicitaria, di tutelare i valori storico-architettonici dell'ambiente urbano e quelli paesaggistici del territorio comunale. Pertanto i mezzi pubblicitari dovranno adeguarsi, nelle proprie linee e strutture, alle tipologie architettoniche degli edifici e della zona nel rispetto delle norme di cui all'art. 23 comma 3° del D.Lgvo n.285 del 30.04.1992 (Nuovo codice della strada) che vieta la collocazione di cartelli o altri mezzi pubblicitari lungo le strade, nell'ambito e in prossimità di luoghi sottoposti a vincoli di tutela di bellezze naturali e paesaggistiche o di edifici o di luoghi di interesse storico o artistico.

### Art. 2

#### Nozione di centro abitato

1. La nozione di centro abitato, ai fini del presente Regolamento, é quella fornita dal D.Lgs 285/92, art. 3.

## CAPO II

### DISCIPLINA GENERALE DEGLI IMPIANTI E MEZZI PUBBLICITARI

#### Art. 3

1. Ai fini del presente Regolamento per “insegna di esercizio”, “preinsegna”, “cartello”, “sorgente luminosa”, “striscione”, “locandina” e “stendardo”, “segno orizzontale reclamistico”, “impianto pubblicitario di servizio” e “impianto di pubblicità o propaganda”, si intendono i mezzi pubblicitari così come definiti negli articoli seguenti e con le integrazioni ivi indicate.
2. Con il termine generico “altri mezzi pubblicitari” usato negli articoli successivi, si intendono i mezzi elencati al comma 1, ad eccezione di “sorgente luminosa”, “cartello”, “manifesto”.

#### Art. 4 Insegne

1. E' da considerarsi “insegna di esercizio” la scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da simboli o da marchi, realizzata e supportata con materiali di qualsiasi natura, installata nella sede dell'attività a cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie alla stessa. Può essere luminosa sia per luce propria che per luce indiretta.
2. Per pertinenze accessorie, di cui al precedente comma si intendono gli spazi e le aree limitrofi alla sede dell'attività, posti a servizio, anche non esclusivo, di essa.
3. In caso di utilizzo delle pertinenze per l'esercizio di più attività, é necessario servirsi di un mezzo pubblicitario unitario.
4. Le insegne di esercizio e pubblicitarie si distinguono, secondo la loro collocazione, in:
  - a) insegna a bandiera orizzontale (in oggetto da una costruzione);
  - b) insegna a bandiera verticale (in oggetto da una costruzione);
  - c) insegna frontale generica;
  - d) insegna frontale sulle facciate di edifici destinati ad attività industriali, commerciali o a funzioni direzionali;
  - e) insegna su palina o palo (insegna collocata su supporto proprio).
5. Le dimensioni massime delle insegne di esercizio e pubblicitarie, collocate in centro abitato, sono le seguenti:
  - a. per quelle individuate ai precedenti punti a), b), c), e), mq. 5, se collocate parallelamente all'asse della carreggiata; mq. 1, se non collocate parallelamente all'asse della carreggiata;
  - b. per quelle individuate al precedente punto d), mq. 10.  
Nel caso di insegne aventi forme non regolari (es. lettere singole scatolate, insegne filiformi al neon ecc..) la superficie viene calcolata considerando l'ingombro massimo visivo dell'insegna stessa.Si prescrive, inoltre, l'esposizione massima di n. 2 insegne di esercizio per ciascuna attività commerciale, ad esclusione delle insegne e delle iscrizioni esposte sulle vetrine o porte d'ingresso, la cui superficie totale non può essere superiore a mq. 4 e inferiore comunque al 10% della superficie della facciata dell'immobile su cui insiste. Nel caso in cui i mezzi pubblicitari si trovassero in sequenza sulla medesima facciata e appartenenti o meno a soggetti diversi, devono avere la medesima tipologia e lo stesso allineamento, salvo impedimenti reali da dimostrarsi.
6. La collocazione di insegne all'interno dei centri abitati e nelle zone di interesse storico, artistico, culturale ed ambientale e la dimensione delle stesse sono disciplinate nel capo V del presente Regolamento.
7. Sono equiparate alle insegne, le iscrizioni che identificano l'attività o l'esercizio cui si riferiscono, realizzate con tecniche pittoriche direttamente su muro.

#### Art. 5

## Pre-insegna



1. 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.

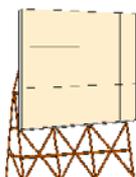
2. Le preinsegne hanno forma rettangolare e dimensioni di .m. 1,25 x 0,25

3. Le preinsegne dovranno essere collocate sugli impianti autorizzati fino alla concorrenza dei posti disponibili .

L'installazione di insegne di esercizio senza aver provveduto a chiedere ed ottenere la relativa autorizzazione è soggetta alle sanzioni pecuniarie ed accessorie previste dal regolamento comunale di pubblicità. In caso di accertata necessità L'Ente provvederà ad autorizzare ed installare nuovi impianti o potenziare quelli sopra indicati.

L'Ente si riserva la facoltà di riordinare la materia, nel rispetto delle norme vigenti, con l'intento di uniformare la tipologia degli impianti prevedendo l'eliminazione degli impianti eventualmente in contrasto, per caratteristiche estetico strutturali e/o di collocazione.

## Art. 6 Cartello



1. Si definisce “cartello” il 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.

2. Il cartello può essere collocato su struttura propria (cartello isolato), ovvero sull'esistente (cartello a parete).

## Art. 7 Manifesto



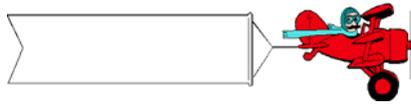
1. Si considera “manifesto” l'elemento bidimensionale, realizzato in materiale di qualsiasi natura, ma prevalentemente cartaceo, privo di rigidità, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, posto in opera su strutture murarie o su altri supporti, comunque diversi dai cartelli o dagli altri mezzi pubblicitari. Non può essere luminoso né per luce propria né per luce indiretta.

2. La collocazione di manifesti al di fuori degli spazi preordinati è vietata in ogni luogo del territorio comunale.

## Art. 8 Striscione, locandina e stendardo



**stendardo**



**striscione**

1. Si considera “striscione”, “locandina” e “stendardo” l’elemento bidimensionale, realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, mancante di una superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa, finalizzato alla promozione pubblicitaria di manifestazioni o spettacoli. Non può essere nè per luce propria nè per luce indiretta.
2. Oltre al titolo, al luogo ed al periodo di svolgimento dello spettacolo o della manifestazione, è consentito apporre su tale mezzo il marchio o la denominazione di enti, associazioni, ditte o sponsor in generale.

### **Art. 9**

#### **Segno orizzontale reclamistico**



1. E’ da considerare “segno orizzontale reclamistico” la riproduzione sulla superficie stradale, con pellicole adesive, di scritte in caratteri alfanumerici, di simboli e di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici.

### **Art. 10**

#### **Impianti di pubblicità o propaganda**



1. E’ qualificato “impianto di pubblicità o propaganda” qualunque manufatto finalizzato alla pubblicità o alla propaganda sia di prodotti che di attività e non individuabile, secondo le definizioni precedenti, come insegna, come cartello, come manifesto, o come segno orizzontale reclamistico.

2. Sono “impianti di pubblicità o propaganda”, a titolo esemplificativo:
  - a) la “targa di esercizio”, ossia la scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da un simbolo o marchio, con caratteristiche, dimensioni, supporti e materiali così come disciplinati nell’art. 26, installata nella sede di esercizio dell’attività o nelle pertinenze accessorie di cui all’art. 3, comma 2, nel caso in cui l’attività stessa sia priva di vetrine. Deve essere priva di luminosità propria;
  - b) la “targa pubblicitaria”, cioè la targa di esercizio di cui alla precedente lettera a) e dalla quale si discosta per la collocazione, consentita in luogo diverso da quello in cui ha sede l’esercizio dell’attività o dalle relative pertinenze accessorie, così come disciplinate dal successivo art. 26;
  - c) la “bacheca”, ossia la vetrinetta, con frontale apribile o a giorno, installata a muro e collocata a terra su supporto proprio, destinata alla esposizione di quotidiani, periodici o altri mezzi di stampa o dalla diffusione di informazioni o propaganda dell’attività di enti pubblici, partiti politici e associazioni varie, nonché all’esposizione di messaggi attinenti all’attività commerciale esercitata (menù, tariffe e prezzi di pubblici esercizi e alberghi);
  - d) la “tenda”, ossia il manufatto mobile o semimobile, in tessuto o in materiali assimilabili, posto esternamente a protezione di vetrine o ingressi;
  - e) gli “impianti fissi per le affissioni”, cioè destinati alla affissione di manifesti, avvisi, fotografie di qualunque materiale costituiti, e che saranno disciplinati, quanto alla loro collocazione, dal presente Piano Generale degli Impianti, secondo la seguente tipologia:
    - o tipo “poster”: dimensioni mt. 6 x mt. 3 -

- tipo “standardo”: impianto mono o bifacciale, collocato a terra su supporto montato sia orizzontalmente che verticalmente di dimensioni uguali o multiple di cm. 70 x 100;
  - tipo “tabella”: cornice o quadro monofacciale in lamiera, fissato al muro, di dimensioni uguali o multiple di cm. 70 x 100;
  - tipo “trespolo”: impianto trifacciale, collocato a terra su supporto proprio (dimensioni per ogni faccia: cm. 140 x 200);
- f) l’ “impianto di pubblicità o propaganda a messaggio variabile”, cioè qualunque manufatto, finalizzato alla pubblicità e/o alla propaganda sia di prodotti che di attività, caratterizzato dalla variabilità del messaggio e/o delle immagini trasmesse, con caratteristiche diverse e di dimensioni variabili, eventualmente eccedenti quelle prescritte per i cartelli pubblicitari, di cui al successivo art. 17 se installati all’interno delle vetrine dell’esercizio commerciale. Può essere luminoso per luce diretta o per luce indiretta e deve avere dimensione massima di mq. 1;
- g) l’ “impianto di insegne o targhe coordinate”, ossia quel manufatto destinato alla collocazione di una pluralità di insegne o targhe di esercizio monofacciali o bifacciali, della superficie massima di 1,2 mq.;
- h) la “vetrofania”, cioè la riproduzione, su superfici vetrate, con pellicole adesive, di scritte in caratteri alfanumerici, di simboli o di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari e/o propagandistici.

### **Art. 11** **Sorgenti luminose**

1. E’ da qualificare “sorgente luminosa” qualsiasi corpo illuminante o insieme di corpi illuminanti che, diffondendo luce in modo puntiforme o lineare o planare, illumina aree, fabbricati, monumenti, manufatti di qualsiasi natura, ed emergenze naturali.
2. La collocazione di sorgenti luminose è soggetta alle seguenti condizioni:
  - a) dichiarazione del richiedente di disponibilità a modificare l’impianto concesso nel modo stabilito dall’Amministrazione comunale nel caso in cui, a seguito di installazione di altri tipi di apparecchi illuminanti, la medesima ritenesse opportuna una uniformità degli stessi;
  - b) collocazione degli impianti, qualora installati nei pressi di ingressi o di vetrine, in modo tale che il loro punto più basso si venga a trovare ad una altezza di almeno 4 metri dal piano del marciapiede e, dove questo manchi, ad almeno 4 metri dal piano stradale; tali altezze potranno essere ridotte previa dimostrazione di eventuali impedimenti tecnici, ovvero quando ciò si renda necessario per motivi di pubblico interesse, senza pregiudizio per l’incolumità pubblica e privata.
  - c) le luci alogene e simili sono ammesse purchè protette da un cristallo temperato atto a contenere la proiezione di eventuali frammenti in caso di esplosione della lampada;
  - d) la collocazione degli impianti, se in aggetto a fabbricati, non potrà sporgere oltre 50 cm. dal filo dell’immobile; in presenza di marciapiede la sporgenza dovrà in ogni caso essere inferiore di almeno 50 cm. dalla larghezza dello stesso;
  - e) la soluzione proposta dovrà armonizzarsi con le linee architettoniche dell’edificio e con l’ambiente circostante, ivi compresi gli edifici adiacenti.

### **Art. 12** **Pubblicità sui veicoli**

1. La pubblicità sui veicoli é consentita alle condizioni e nei limiti di cui all’art. 24 del D. Lgs. 30.04.1992 n. 285 e relativo Regolamento di Esecuzione ed Attuazione.

### **Art. 13** **Pubblicità fonica**

1. La pubblicità fonica é consentita alle condizioni e nei limiti indicati dall'art. 28 del presente Regolamento.

### **CAPO III**

#### **DISCIPLINA DELLA PUBBLICITA'**

##### **Art. 14**

##### **Disciplina generale**

1. Nell'installazione degli impianti e degli altri mezzi pubblicitari e nell'effettuazione delle altre forme di pubblicità e propaganda devono essere osservate le norme stabilite dalla legge, dal presente regolamento e dalle prescrizioni previste nelle autorizzazioni concesse dalle autorità competenti.
2. Il posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari deve avvenire fuori e dentro i centri abitati nel rispetto delle prescrizioni dell'art. 23 del D. Lgs. 30.04.1992 n. 285 ("Nuovo Codice della Strada") e dell'art. 51 del relativo "Regolamento di Esecuzione e Attuazione" D.P.R. 16.12.1992 n. 495 e successive modifiche
3. Sono fatte salve le prescrizioni e disposizioni per particolari luoghi e tipologie di pubblicità normate al capo V del presente Regolamento.
4. Nel centro abitato le distanze previste dall'art. 51 del D.P.R. 16.12.1992 n. 495 e successive modifiche, sono ridotte sulle strade di tipo E) ed F), di cui all'art. 2 del D. Lgs. 30.04.1992 n. 285, come di seguito indicato:
  - mt. 20 dagli altri cartelli, mezzi pubblicitari, segnali stradali e intersezioni;
  - mt. 30 dal punto di tangenza delle curve orizzontali e dagli imbocchi delle gallerie;
  - mt. 30 dal vertice dei raccordi verticali concavi o convessi.
5. Gli impianti ed i mezzi pubblicitari non autorizzati preventivamente od installati violando le disposizioni di cui al primo comma devono essere rimossi in conformità a quanto previsto dall'art.46.
6. Le altre forme pubblicitarie non autorizzate preventivamente od effettuate in violazione delle norme di cui al primo comma devono cessare immediatamente dopo la diffida, verbale o scritta, degli agenti comunali.
7. Per le suddette violazioni si applicano le sanzioni previste dall'art. 45 del presente regolamento.

##### **Art. 15**

##### **Divieti di installazione ed effettuazione di pubblicità**

1. Lungo le strade, in vista di esse e sui veicoli si applicano i divieti previsti dall'art. 23 del codice della strada emanato con il D. Lgs. 30 aprile 1992, nr. 285, modificato dall'art. 13 del D.Lgs. 10 settembre 1993, nr. 360, secondo le norme di attuazione stabilite dal paragrafo 3, capo I, titolo II, del regolamento emanato con il D. Lgs. 16 dicembre 1992, nr. 495.
2. La collocazione di insegne pubblicitarie e di esercizio é sempre vietata sui tetti, sulle pensiline, sui parapetti di balconi, ad eccezione delle croci rosse e verdi indicanti un pronto soccorso, un ambulatorio o una farmacia. .
3. E' inoltre vietata la collocazione di insegne sul piazzale o nelle pertinenze adiacenti gli esercizi commerciali direttamente prospicienti la strada o comunque siti ad una distanza inferiore a ml. 20 dalla stessa.

4. E' vietata su tutto il territorio comunale, ogni forma di pubblicità fonica. E' del pari vietata la distribuzione, con qualsiasi mezzo, su strade e piazze comunali o su altri spazi pubblici, di manifestini o di altro materiale pubblicitario.
5. E' vietata l'installazione di qualsiasi mezzo pubblicitario mobile posato al suolo.
6. Le vendite quali descritte dall'art. 15 del D. Lgvo 31.03.1998, n.114 e disciplinate dalla L.R. n.18/99 potranno essere propagandate esclusivamente con manifesti, avvisi, locandine e similari.
7. La propaganda di cui al precedente comma è ammessa esclusivamente sugli spazi riservati alle pubbliche affissioni, su quelli eventualmente destinati alle affissioni effettuate direttamente dai privati, all'interno degli esercizi commerciali e nelle vetrine degli stessi.
8. Ove la propaganda si effettui nelle vetrine degli esercizi commerciali, la superficie coperta da manifesti, avvisi e similari non potrà in alcun caso eccedere il 30% ( trenta per cento ) della superficie complessivamente percepibile da luoghi pubblici.
9. È fatto divieto di collocare impianti e mezzi pubblicitari su fregi, cornici, balaustre, inferriate decorate di particolare pregio, elementi architettonici in genere caratterizzanti le facciate di edifici ancorché non vincolati ai sensi del Titolo I del D. Lgvo n. 490/99.
10. È vietato utilizzare alberi, impianti di segnaletica stradale e impianti di illuminazione come supporti pubblicitari.
11. I cartelli "Vendesi/Affittasi" riguardanti la locazione o la compravendita di tutto o parte di un immobile possono essere esposti solo in corrispondenza dell'edificio interessato, purché nell'ambito della proprietà comprese le recinzioni. Tali cartelli non potranno avere una superficie per facciata superiore a mq. 6. In considerazione dei diritti di proprietà, l'autorizzazione di cui al Titolo V non è necessaria per i cartelli di dimensioni inferiori o uguali a centimetri quadrati 125.
12. Non è consentita l'apposizione di manifesti al di fuori di supporti appositamente predisposti.
13. Gli impianti e mezzi pubblicitari devono essere posizionati in modo tale da consentire sempre la perfetta visibilità rispetto al senso di marcia di semafori, incroci, segnali stradali di pericolo ed attraversamenti pedonali.
14. Agli impianti , ai mezzi pubblicitari ed alle altre forme vietate dal presente articolo si applicano, a carico del soggetti responsabili, i provvedimenti e le sanzioni di cui ai successivi art. 45 e 46.

#### **Art. 16**

##### **Condizioni e limitazioni per la pubblicità lungo le strade**

1. L'installazione di mezzi pubblicitari consentita lungo le strade od in vista di esse fuori dei centri abitati dall'art. 23 del D.Lgs. 30 aprile 1992, n. 285, modificato dall'art. 13 del D.Lgs. 10 settembre 1993, n. 360, è soggetta alle condizioni, limitazioni e prescrizioni previste da detta norma e dalle modalità di attuazione della stessa stabilite dal par. 3, capo I, titolo II del regolamento emanato con il D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495.
2. All'interno del centro abitato quale definito ai sensi delle vigenti disposizioni:
  - a) si osservano le disposizioni di cui al 2 comma dell'art. 35 per la superficie degli stessi eventualmente classificata "centro storico";
  - b) la dimensione dei cartelli non deve superare la superficie di mq. 3 (tre) ; per le insegne poste parallelamente al senso di marcia dei veicoli la superficie non deve superare mq. 6 (sei);

- c) le caratteristiche tecniche dei mezzi pubblicitari luminosi devono essere conformi a quelle stabilite dall'art. 50 del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495.

#### **Art. 17**

##### **Dimensioni dei cartelli e dei mezzi pubblicitari**

1. Fuori dal centro abitato i cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari non devono superare la superficie di 6 mq., (D.P.R. 16.12.1992 n. 495, art. 48, comma 1).
2. Per quanto riguarda i cartelli ed i mezzi pubblicitari nel centro abitato si rimanda alle norme del presente Piano che disciplinano le singole tipologie di impianto.

#### **Art. 18**

##### **Criteri di individuazione degli spazi di collocazione**

1. I criteri di individuazione degli spazi di collocazione dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari sono indicati nelle norme che disciplinano le singole fattispecie.
2. Salvo quanto previsto dal Regolamento di applicazione del canone comunale sulla pubblicità e dei diritti sulle pubbliche affissioni, per la collocazione dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari la percentuale massima della superficie utilizzabile rispetto a quella del prospetto del fabbricato o del fronte stradale è del 10%.

#### **Art. 19**

##### **Piani e studi coordinati di arredo urbano**

1. I mezzi di pubblicità e gli impianti di pubblicità e propaganda disciplinati dal presente Regolamento, qualora siano ricompresi in zone o edifici oggetto di piani attuativi o di studi coordinati di arredo urbano, approvati con specifici atti deliberativi dell'Amministrazione Comunale, devono adeguarsi alle prescrizioni in essi contenute.
2. L'approvazione di tali piani è subordinata alla verifica del rispetto dei principi e criteri inderogabili previsti dal Codice della Strada e relativo Regolamento di esecuzione ed attuazione.

#### **Art. 20**

##### **Pubblicità direzionale**

1. E' vietata qualsiasi forma di pubblicità "direzionale", intendendosi con questa definizione l'uso di una serie di cartelli ed altri impianti pubblicitari, corredata da simboli indicativi di direzione, localizzati in punti tali da creare un itinerario stradale di avvio alla sede dell'attività.
2. In deroga a quanto previsto dal precedente comma, è ammessa l'installazione di presinsegne di dimensioni di mt. 0,25 x mt. 1,25 nei limiti ed alle condizioni previste dall'art. 5 del presente Piano.

#### **Art. 21**

##### **Collocazione di mezzi pubblicitari con carattere di provvisorietà**

1. Possono essere autorizzati i mezzi pubblicitari con carattere di provvisorietà, indicati nell'art. 51, commi 9 e 10 del D.P.R. 16.12.1992, n. 495, con le limitazioni e le prescrizioni ivi indicate.

#### **Art. 22**

##### **Collocazione e caratteristiche di cartelli ed altri mezzi pubblicitari**

1. La collocazione dei cartelli ed altri mezzi pubblicitari deve rispettare i criteri di un corretto ed equilibrato inserimento, sia ambientale che architettonico.

2. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari devono essere realizzati con materiali resistenti agli agenti atmosferici e comunque singolarmente indicati in sede di esame della richiesta da parte dell'Ufficio Tecnico. Le strutture di sostegno e di fondazione devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento ed anche ad eventuali cedimenti del suolo, saldamente realizzate ed ancorate ad una profondità congrua e con tecniche specifiche di fondazione, sia globalmente che nei singoli elementi.
3. La tipologia delle insegne dovrà comunque rapportarsi agli immobili sui quali saranno installate, qualora questi fossero classificati di particolare interesse storico o architettonico locale.
4. I cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari devono avere sagoma regolare, che in ogni caso non deve generare confusione con la segnaletica stradale.
5. Particolare cautela deve essere adottata nell'uso dei colori, specialmente del rosso e del loro abbinamento, al fine di non generare confusione con la segnaletica stradale, specialmente in corrispondenza ed in prossimità degli incroci. Occorre altresì evitare che il colore rosso utilizzato nei cartelli, nelle insegne di esercizio e negli altri mezzi pubblicitari costituisca sfondo di segnali stradali di pericolo, di precedenza e d'obbligo, limitandone la percettibilità.
6. Il bordo inferiore dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari, ad eccezione degli impianti fissi per le affissioni, posti in opera fuori dai centri abitati deve essere, in ogni suo punto, ad una quota superiore di ml. 1,5 rispetto a quella della banchina stradale misurata nella sezione stradale corrispondente.
7. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari non luminosi devono avere le caratteristiche ed essere installati con le modalità e cautele prescritte dall'art. 49 del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495 e con l'osservanza di quanto stabilito dal presente regolamento.
8. Le sorgenti luminose, i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari posti fuori dei centri abitati, lungo o in prossimità delle strade dove ne è consentita l'installazione, devono essere conformi a quanto prescrive l'art. 50 del D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495.
9. L'installazione di pannelli e di altri mezzi pubblicitari luminosi aventi le caratteristiche di cui al presente regolamento, all'interno dei centri abitati è soggetta ad autorizzazione del Comune che viene concessa tenuto conto dei divieti, limitazioni e cautele stabilite dal presente regolamento.
10. Su ogni impianto pubblicitario, ad eccezione delle insegne di esercizio, tende, targhe professionali o di esercizio, deve essere apposta, a cura e spese del titolare dell'autorizzazione, una targhetta metallica di modeste dimensioni ed in posizione facilmente leggibile, sulla quale vanno incisi i seguenti dati di riconoscimento:
  - a. l'intestazione "*Comune di Fiumefreddo Bruzio*";
  - b. il nome del soggetto titolare dell'autorizzazione;
  - c. il numero e la data dell'atto;
  - d. nome della via e numero civico e per gli impianti stradali, ove individuabile, la progressiva chilometrica;
  - e. chilometrica;
  - f. la data di scadenza.
11. Per gli impianti pubblicitari per i quali risulta difficoltosa l'applicazione di targhette, è ammesso che i suddetti dati siano riportati con scritte a carattere indelebile.
12. La targhetta deve essere sostituita ad ogni rinnovo ed ogni volta che interviene la variazione di anche uno solo dei dati in essa contenuti.

### **Art. 23**

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

1. Le sorgenti luminose, i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari comunque luminosi, oltre al rispetto dei requisiti indicati dal precedente articolo, non possono avere luce intermittente, di colore rosso, di intensità luminosa superiore a 150 candele per metro quadrato, o che comunque provochi abbagliamento (D.P.R. 16.12.1992 n. 495, art. 50 comma 1).

2. Le sorgenti luminose, i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari luminosi devono avere una sagoma regolare che, in ogni caso, non deve generare confusione con la segnaletica stradale.
3. La croce rossa luminosa é consentita esclusivamente per indicare farmacie, ambulatori e posti di pronto soccorso (D.P.R. 16.12.1992, n. 495, art. 50, comma 3).
4. La croce verde luminosa é consentita esclusivamente per indicare le farmacie.

#### **Art. 24**

##### **Caratteristiche particolari delle insegne**

1. Le insegne a bandiera, sia orizzontali che verticali, aggettanti su percorsi esclusivamente pedonali e su sedi stradali o passaggi accessibili da automezzi, devono essere installate, nel rispetto delle distanze minime, in modo tale che la distanza da terra al bordo inferiore sia rispettivamente uguale o superiore a ml. 2,80 e 4,50.
2. La distanza del bordo verticale rispetto al filo del muro dell'edificio non può superare i due terzi dell'ampiezza del marciapiede ed in valore assoluto ml. 0,80.
3. Le insegne a bandiera, sia orizzontali che verticali, non potranno avere superfici superiori a 1 mq. ed il supporto dovrà essere preferibilmente in ferro battuto, salva diversa prescrizione della commissione di cui al successivo art. 42.
4. Le insegne frontali devono essere installate nel vano compreso tra gli stipiti e l'architrave, o immediatamente sopra lo stesso, ed avere una sporgenza massima, rispetto al filo esterno del muro, di cm. 10.
5. In edifici destinati a funzioni di carattere industriale, commerciale e direzionale, possono essere installate insegne o marchi di fabbrica, oltre che sulle facciate, in deroga a quanto previsto dal precedente comma , anche su pensilina, intese come parti integranti del disegno architettonico dell'edificio.
6. Le insegne montate su supporto proprio o su palina, se collocate su area privata, devono rispettare un'altezza da terra, misurata dalla quota del terreno al bordo superiore, non maggiore a ml. 3,00; se aggettanti su suolo pubblico, devono rispettare le condizioni indicate ai commi 1 e 2 del presente articolo.

#### **Art. 25**

##### **Caratteristiche delle tende e bacheche**

1. Potrà essere autorizzata l'apposizione di tende all'esterno degli esercizi, purché aggettino su spazi destinati a marciapiede e non sporgano oltre mt. 2,00 dalla linea di base degli edifici.  
In caso di pubblici esercizi ed in presenza di particolari situazioni di fatto potranno essere consentite, deroghe circa la misura dell'anzidetto aggetto.
2. Il bordo inferiore delle tende, delle eventuali appendici, guarnizioni di frangia ed il relativo meccanismo, non potranno essere posti ad altezze inferiori a mt. 2,20 dal piano del marciapiede e dovrà risultare arretrato di almeno cm. 50 dal ciglio del marciapiedi, verso l'interno.
3. Non potrà essere consentita l'apposizione di vetrinette, bacheche ecc. per la esposizione della merce all'esterno degli esercizi stessi, allorché ciò determini, a giudizio della Commissione, una alterazione delle linee architettoniche dell'edificio o una turbativa del carattere dell'ambiente.
4. L'aggetto massimo non dovrà superare di cm. 10 la linea basamentale dell'edificio e sarà ammesso in presenza di marciapiede, solo se questo avrà larghezza di mt. 1,20 (libera). Potranno essere autorizzati maggiori aggetti fino ad un massimo di cm. 20 quando il marciapiedi sia largo oltre m. 02,00 od in presenza di spazi pedonali di maggiore ampiezza.
5. La stessa disciplina si applica per le opere anzidette in corrispondenza degli spazi privati aperti al pubblico transito.

6. In deroga a quanto disposto dal precedente comma 3 , le bacheche potranno essere collocate su oggetti riconosciuti tradizionali o d'epoca (carri, etc.) purchè ben fissi al suolo, nel rispetto delle norme del C.d.S. e del presente regolamento.

#### **Art. 26**

#### **Caratteristiche e installazioni di targhe di esercizio**

1. Le targhe indicanti professioni ed attività in genere devono essere collocate preferibilmente negli stipiti della porta o, in alternativa, anche in riferimento alle condizioni specifiche, lateralmente alla porta stessa o sui battenti ed avere una dimensione massima di cm. 50 x 25.

#### **Art. 27**

#### **Caratteristiche tecniche e materiali degli impianti fissi per le affissioni**

1. Gli impianti fissi “tipo tabella”, collocati a muro sulle facciate degli edifici o su altri manufatti, individuati e delimitati da una cornice, ove consentiti da precise disposizioni comunali, dovranno avere le caratteristiche di cui al precedente art. 10 comma 2 lett. e).
2. Gli impianti fissi “tipo standard” dovranno essere conformi alle caratteristiche sotto indicate. L'impianto, compresa la struttura di sostegno, dovranno essere realizzati in legno sulla base di idonee e specifiche indicazioni con caratteristiche tecniche e strutturali di competenza dell'Ufficio Tecnico del Comune.. L'impianto dovrà, inoltre, essere dotato di una targhetta mono e bifacciale, indicante il concessionario, o il proprietario del mezzo pubblicitario, il numero identificativo dell'impianto stesso utile in caso di informatizzazione del sistema. La collocazione dell'impianto dovrà avvenire in modo tale che la cornice inferiore sia ad una distanza minima da terra di cm. 60 e non superiore a cm. 100 (salvo eccezioni da concordarsi).
3. Per gli impianti “tipo poster” mt. 6,00 x mt. 3,00 da attribuire a soggetti privati per l'affissione diretta di manifesti e simili potranno essere dettate specifiche caratteristiche.
4. Gli impianti di affissione tipo “trespolo” dovranno essere polifacciali (tre facce) e la struttura portante di sostegno e lo stesso impianto dovranno essere realizzati in legno con le stesse caratteristiche tecniche di cui al precedente comma 2. L'impianto dovrà essere dotato inoltre di una targhetta mono o bifacciale indicante il concessionario o il proprietario del mezzo pubblicitario, il numero identificato dell'impianto stesso utile in caso di informatizzazione del sistema. La collocazione dell'impianto dovrà avvenire in modo tale che la cornice inferiore sia ad una distanza minima da terra di cm. 60 e non superiore a cm. 100 (salvo eccezioni da concordarsi).

### **CAPO IV**

#### **DISCIPLINA DI PARTICOLARI MEZZI ED IMPIANTI PUBBLICITARI**

#### **Art. 28**

#### **Disciplina particolare dei mezzi pubblicitari**

1. Le norme del presente capo disciplinano alcune caratteristiche peculiari di mezzi pubblicitari, rimanendo invariate le norme comuni del capo III.

#### **Art. 29**

##### **Caratteristiche particolari degli striscioni, locandine, standardi e bandiere**

1. L'esposizione di striscioni, locandine e standardi é ammessa unicamente durante il periodo di svolgimento della manifestazione o dello spettacolo cui si riferisce, oltre che durante la settimana precedente e alle 24 ore successive allo stesso. Il contenuto del messaggio pubblicitario deve essere strettamente riferito alla manifestazione e può essere accompagnato dalle sole indicazioni relative a marchi, enti, associazioni, ditte o sponsor in generale. Per gli striscioni e gli standardi, le distanze dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari sono così ridotte:
  - fuori centro abitato: m. 50;
  - centro abitato: m. 12,50;
2. In caso di manifestazioni o promozioni riconosciute di grande rilevanza turistica o sociale, la Giunta Comunale potrà, con proprio provvedimento, disporre il prolungamento del periodo, di cui al precedente comma, fino ad un massimo di mesi 3.  
La presente norma si applica anche nei confronti della eventuale pubblicità collegata alla manifestazione medesima.
3. Il bordo inferiore degli striscioni, se posizionati al di sopra della carreggiata, sia sulle strade urbane che sulle strade extraurbane, deve essere in ogni suo punto, ad una quota non inferiore a 5,0 m. rispetto al piano della carreggiata.
4. La collocazione di bandiere può avvenire solo su suolo privato, nel rispetto delle prescrizioni di cui all'art. 24, 6° comma, in riferimento alle distanze da rispettare.

#### **Art. 30**

##### **Caratteristiche particolari dei segni orizzontali reclamistici**

1. I segni orizzontali reclamistici sono ammessi unicamente:
  - a) all'interno di aree ad uso pubblico di pertinenza di complessi industriali o commerciali;
  - b) lungo il percorso di manifestazioni sportive o su aree delimitate, destinate allo svolgimento di manifestazioni di vario genere, limitatamente al periodo di svolgimento delle stesse ed alle 24 ore precedenti e successive, fatte salve le distanze previste per le collocazioni di mezzi pubblicitari fuori ed entro i centri abitati unicamente rispetto ai segnali stradali orizzontali (D.P.R. 16.12.1992 n° 495, art. 51, comma 9 "Regolamento di esecuzione e attuazione").
2. Essi devono essere realizzati con materiali rimovibili, ma ben ancorati, nel momento dell'utilizzo, alla superficie stradale e garantire una buona aderenza dei veicoli sugli stessi.

#### **Art. 31**

##### **Cartelli ed altri mezzi abbinati alla prestazione di servizi per gli utenti**

1. Lungo le strade e in prossimità di esse, é ammessa l'installazione di cartelli o altri mezzi pubblicitari, abbinati alla prestazione di servizi per gli utenti della strada, quali orologi, contenitori per i rifiuti, panchine, pensiline, indicazioni toponomastiche ed altre, purché siano rispettate le distanze minime previste per la collocazione di impianti pubblicitari fuori ed entro i centri abitati, ad eccezione dei casi in cui la superficie di esposizione sia inferiore a mq. 1 (D.P.R. 16.12.1992 n° 495, art. 51, comma 8 "Regolamento di esecuzione e attuazione").

### **Art. 32**

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

1. Lungo le strade di tipo E ed F, come definite dall'art. 2 del D. Lgs. 30.04.1992, nr. 295, la superficie complessiva dei cartelli, insegne di esercizio ed altri non deve superare il 10% delle aree occupate dalle stazioni e dalle aree medesime, semprechè gli stessi non siano collocati lungo il fronte stradale, lungo le corsie di accelerazione e decelerazione o in corrispondenza degli accessi.
2. Nelle aree di parcheggio é ammessa, inoltre, in eccedenza alle superfici pubblicitarie di cui sopra, la collocazione di altri mezzi pubblicitari abbinati entro il limite di mq. 2 per ogni servizio prestato (D.P.R. 16.12.1992 n° 495, art. 52, comma 3).
3. Dal computo della superficie dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari, sono esclusi quelli attinenti ai servizi prestati presso la stazione o l'area di parcheggio.
4. Fuori dei centri abitati può essere autorizzata, la collocazione per ogni senso di marcia di un solo cartello pubblicitario delle stazioni di servizio della superficie massima di mq. 3 e deve rispettare la distanza minima di ml. 200 da tutti gli altri cartelli (D.P.R. 16.12.1992 n° 495, art. 51, comma 7), oltre alla distanza dal limite della proprietà pubblica calcolata in ml. 1.

## **CAPO V**

### **COLLOCAZIONE DI FORME PUBBLICITARIE ALL'INTERNO DI ZONE DI INTERESSE STORICO, ARTISTICO, CULTURALE ED AMBIENTALE**

### **Art. 33**

#### **Norme Generali**

1. Le norme del presente Titolo disciplinano la collocazione di particolari forme pubblicitarie all'interno del perimetro del Centro Storico.
2. Nell'ambito e in prossimità dei beni ambientali così come indicati all'art. 138 del D.lgs 490/99, è vietato collocare cartelli ed altri mezzi pubblicitari se non previa autorizzazione in subdelega rilasciata dal Comune.  
Lungo le strade site nell'ambito ed in prossimità dei beni di cui sopra, è vietato collocare cartelli ed altri mezzi pubblicitari, salvo autorizzazione, rilasciata in sub-delega dal Comune, sulla compatibilità della collocazione o della tipologia dell'insegna con l'aspetto, il decoro pubblico ed il pubblico godimento degli edifici e dei luoghi soggetti a tutela.

### **Art. 34**

#### **Collocazione di insegne**

1. Le insegne frontali devono essere preferibilmente contenute nello spazio compreso tra gli stipiti e l'architrave dell'apertura dell'esercizio, al filo interno della muratura o nel vetro. La luminosità deve essere limitata a caratteri o simboli della denominazione di esercizio. Per le insegne a luce indiretta, gli apparecchi di illuminazione devono essere di tipo puntiforme. E' comunque vietata l'installazione di sistemi di illuminazione ad intermittenza. In caso di apertura ad arco ed in presenza di roste metalliche, l'insegna non potrà comunque occupare lo spazio delle stesse.

2. La collocazione al di sopra del vano di esercizio è possibile solo nel caso di ripristino di insegne storiche preesistenti, chiaramente documentate e riferite allo specifico vano oggetto di intervento.
3. Le insegne a bandiera orizzontale o verticale, relative a rivendite di tabacchi, posti telefonici pubblici e posti di pronto soccorso, devono limitarsi ad indicare il simbolo prescritto dalla normativa vigente, in un solo esemplare.

#### **Art. 35**

##### **Collocazione di targhe professionali o di esercizio**

1. La collocazione di targhe indicanti professioni ed attività in genere è consentita solo ad esercizi e studi professionali. Le targhe dovranno essere collocate lateralmente alle porte o sullo stipite e qualora fossero multiple dovranno essere dello stesso materiale e colore, possibilmente contenute in un unico portatarghe.

#### **Art. 36**

##### **Caratteristiche, dimensioni e materiali degli impianti fissi per le affissioni**

1. L'affissione di manifesti, avvisi e fotografie, il cui formato si sviluppa sui multipli di cm. 70 x 100, è effettuata negli impianti fissi per le affissioni, di cui all'art. 10, comma 2, lettera e), la cui collocazione è disciplinata dal presente piano generale degli impianti, da realizzarsi secondo le seguenti tipologie previste dall'art. 27.

## **CAPO VI**

### **PROCEDURE PER IL RILASCIO DELL'AUTORIZZAZIONE**

#### **Art. 37**

##### **Competenza alla presentazione della domanda ed al rilascio dell'autorizzazione**

1. Chiunque intenda installare impianti di pubblicità e propaganda ed altri mezzi pubblicitari sulle strade o in vista di esse deve presentare domanda ed ottenere regolare autorizzazione amministrativa ai sensi del presente Regolamento.
2. Fuori del centro abitato, la domanda deve essere presentata all'Amministrazione Provinciale solo per i tratti di strada non dismessi; negli altri casi deve essere presentata al Comune.
3. All'interno del centro abitato, di cui all'art. 2, la competenza a ricevere la domanda ed a rilasciare l'autorizzazione, è sempre del Comune;
4. Per i tratti di strade statali, regionali o provinciali, correnti all'interno di centri abitati, il rilascio dell'autorizzazione è di competenza del Comune, previo nulla osta dell'ente proprietario della strada.

#### **Art. 38**

##### **Presentazione della domanda al Comune**

1. La domanda, da compilarsi su appositi moduli, deve essere presentata, in carta legale o resa legale nella misura stabilita dalle leggi fiscali, all'ufficio Tributi, completa di generalità, residenza e codice fiscale del richiedente e corredata dai seguenti documenti:

- a) Dichiarazione resa ai sensi del D.P.R. 28/12/2000 n.445 resa da un Tecnico Abilitato che asseveri la conformità del manufatto che si intende collocare alle norme vigenti, in particolare all'art. 53 del D.P.R. n. 495/92 - D.Lgvo n.285/92 - D.Lgvo n.507/93 - D.Lgvo n.490/99 e D.P.R. n.380/2001.
  - b) bozzetto colorato del messaggio pubblicitario da esporre. Se la domanda riguarda cartelli o altri mezzi pubblicitari a messaggio variabile, devono essere allegati i bozzetti di tutti i messaggi previsti;
  - c) eventuale fotocomposizione per la valutazione dell'impatto ambientale e comunque documentazione fotografica che illustri il punto di collocazione sull'edificio o ambiente circostante;
  - d) copia dell'atto di proprietà dell'area o dell'immobile oggetto dell'installazione dell'insegna, e atto di consenso dell'eventuale terzo proprietario;
  - e) relazione tecnica descrittiva delle opere e dei materiali
  - f) in caso di impianti che utilizzino circuiti elettrici il progetto va completato con dichiarazione di conformità alla normativa vigente.
2. Ogni domanda deve riferirsi ad una sola attività industriale, commerciale, artigianale, artistica o professionale e potrà comprendere più impianti individuati esattamente sugli elaborati allegati alla richiesta, fermi restando i limiti previsti dall'art. 4 del presente piano.
  3. Le domande incomplete non potranno essere esaminate se non opportunamente integrate dei dati e documenti mancanti.  
La richiesta di documentazione integrativa da parte dell'Ufficio Tributi sospende i termini di cui al successivo art. 42.  
Le domande non opportunamente integrate entro 30 giorni dalla data della richiesta dell'Ufficio competente, saranno archiviate .
  4. La domanda per la installazione di mezzi pubblicitari a carattere sanitario deve essere presentata all'ufficio competente, previo parere favorevole del rispettivo Ordine Professionale e comunque nel rispetto della legge 05.02.1992 n° 175 "Norme in materia di pubblicità sanitaria e di repressione dell'esercizio abusivo della professione".

### **Art. 39 Casi particolari**

1. Per l'installazione di cartelli pubblicitari, striscioni, locandine, stendardi, bandiere, segni orizzontali reclamistici con carattere di temporaneità, la documentazione può essere limitata alla presentazione degli elaborati di cui ai punti b), c), d), del precedente articolo, salvo diverse indicazioni da parte del competente ufficio.
2. Per l'apposizione di vetrofanie della superficie inferiore ad 2 mq., deve essere fatta pervenire comunicazione scritta nella quale sono indicati i messaggi pubblicitari, gli elementi essenziali dell'attività cui si riferiscono e la superficie occupata;
3. Qualora le vetrofanie si riferiscano a pubblicità di esercizio e superino le dimensioni di mq. 2 viene rilasciata copia della comunicazione con presa d'atto da parte dei competenti uffici.
4. Non necessitano del preventivo parere dell'Ufficio Tecnico le seguenti fattispecie pubblicitarie:
  - a) iscrizioni pubblicitarie da eseguirsi sulla carrozzeria dei veicoli, esclusi i cristalli, in conformità al disposto dell'art. 23 del D.Lgs. 30.04.1992, nr. 285 e dell'art. 57 del D.P.R. 16.12.1992, nr. 495;
  - b) iscrizioni su tende solari;
  - c) scritte sui cristalli della sovrapporta dell'esercizio commerciale, realizzate a lettere a vernice o sabbiate, con esclusione delle lettere adesive;
  - d) scritte effettuate sulle maniglie degli esercizi commerciali, sullo zerbino, sul pavimento o sul basamento delle vetrine;
  - e) targhe professionali collocate a fianco del portone o del cancello d'ingresso, quando questi non abbiano rilevanza architettonica o che, in rapporto al numero delle presenze, non risulti necessario procedere ad un riordino, come previsto rispettivamente dai precedenti artt. 26 e 37;
  - f) scritte dipinte, sabbiate o in vetrofania sui vetri delle vetrine che non comportino alterazione degli infissi ed il cui messaggio sia contenuto, in ogni singolo vetro, in una superficie massima di mq. 0,5.

**Art. 40**  
**Rilascio dell'autorizzazione**

1. L'autorizzazione é rilasciata all'interessato dall' Ufficio Tributi, entro 60 giorni dalla data di presentazione della relativa richiesta.  
In nessun caso lo scadere del termine determina assenso all'effettuazione della pubblicit . Il rilascio dell'autorizzazione é subordinato all'acquisizione di parere favorevole da parte dell'Ufficio Tecnico e del Comando Polizia Municipale.  
In caso di diniego, questo deve essere motivato.
2. Il termine rimane sospeso nel caso in cui l'ufficio Tributi inviti i richiedenti, a mezzo di comunicazione scritta, a produrre ulteriore documentazione o ad integrare quella depositata, che dovr  essere prodotta entro i 30 giorni successivi. In caso di mancato ricevimento di quanto richiesto, la domanda presentata si intende respinta.
3. Lo stesso termine rimane sospeso quando sia necessario acquisire il parere di altri Enti o Uffici non comunali.
4. L'autorizzazione costituisce soltanto una presunzione di conformit  alle leggi ed ai regolamenti vigenti e non esonera il titolare dall'obbligo di rispettare dette leggi e regolamenti ed ogni eventuale diritto di terzi, n  lo esime dall'acquisizione delle autorizzazioni di competenza di altre Autorit  o Enti.

**Art. 41**  
**Interventi di sostituzione e modifica**

1. Qualora il soggetto titolare dell'autorizzazione, decorsi almeno tre mesi dal rilascio, fermi restando la durata e i presupposti normativi della stessa, intenda variare il messaggio pubblicitario riportato su un cartello o su un altro mezzo pubblicitario, deve farne domanda, allegando il bozzetto del nuovo messaggio.  
L'autorizzazione deve essere rilasciata entro i successivi 15 giorni, decorsi i quali si intende assentita.
2. L'eventuale sostituzione del mezzo pubblicitario comporta il rilascio di nuova autorizzazione cos  come prevista dall' art. 40 e seguenti del presente piano.

**Art. 42**  
**Termine di validit  dell'autorizzazione**

1. L'autorizzazione all'installazione di cartelli o di altri mezzi pubblicitari ha validit  per un periodo indeterminato

**Art. 43**  
**Obblighi del titolare dell'autorizzazione**

1. E' fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione di:
  - a) certificare il buono stato di conservazione dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari e delle loro strutture di sostegno;
  - b) effettuare tutti gli interventi necessari al loro buon mantenimento;
  - c) adempiere, nei tempi richiesti, a tutte le prescrizioni impartite dal Comune al momento del rilascio dell'autorizzazione o anche successivamente per intervenute e motivate esigenze;
  - d) procedere alla rimozione in caso di decadenza o revoca dell'autorizzazione o di insussistenza delle condizioni di sicurezza previste all'atto dell'installazione o di motivata richiesta da parte dell'ente competente al rilascio;
  - e) su ogni cartello o mezzo pubblicitario autorizzato dovr  essere saldamente fissata una targhetta, posta in posizione facilmente accessibile, sulla quale sono riportati, con caratteri incisi, i seguenti dati:
    - amministrazione rilasciante;
    - soggetto titolare;

- numero della autorizzazione;
  - progressione chilometrica del punto di installazione (solo fuori dal centro abitato);
2. L'autorizzazione non esonera il titolare dall'obbligo di attenersi strettamente, sotto la propria responsabilità, alle leggi ed ai regolamenti vigenti, nonché ad ogni eventuale diritto di terzi o a quanto prescritto dai regolamenti condominiali.
  3. E' fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione, rilasciata per la posa di segni orizzontali reclamistici, nonché di striscioni, locandine e stendardi, di provvedere alla rimozione degli stessi entro le 24 ore successive alla conclusione della manifestazione pubblicizzata, ripristinando il preesistente stato dei luoghi e il preesistente grado di aderenza delle superfici stradali.

#### **Art. 44**

#### **Decadenza dell'autorizzazione**

1. Costituiscono cause di decadenza dell'autorizzazione:
  - a) la cessazione o il trasferimento dell'attività pubblicizzata;
  - b) l'annullamento o la revoca, l'inesistenza o l'irregolarità della autorizzazione all'esercizio dell'attività;
  - c) la non rispondenza del messaggio pubblicitario autorizzato alle attività cui esso inerisce;
  - d) la mancata osservanza delle condizioni alle quali fu subordinata l'autorizzazione;
  - e) la mancata realizzazione dell'opera entro 180 giorni dal rilascio dell'autorizzazione;
  - f) il mancato ritiro dell'autorizzazione entro 60 giorni dal decorso del termine di 60 giorni previsto per il rilascio di essa.

#### **Art. 45**

#### **Sanzioni amministrative**

1. I comportamenti, commissivi od omissivi, che costituiscono violazione delle norme del presente Piano, sono puniti con la sanzione pecuniaria da **€ 25,00** ad **€ 500,00**, applicabili a norma dell'art. 62 del D. Lgvo n. 446 del 15.12.1997 e così determinate dall'art. 7-bis del D.Lgvo n.267 del 18.08.2000, introdotto dall'art. 16 della Legge n.3 del 16.01.2003 .
2. Qualora gli stessi comportamenti costituiscano altresì violazione alle norme dettate dall'art. 23 del D.Lgvo n. 285 del 30.04.1992 e del relativo regolamento, nonché delle disposizioni previste dall'art. 165 del D. Lgvo n. 490 del 29.10.1999, si applicano anche le sanzioni previste dai suddetti testi normativi.
3. Le sanzioni di cui ai precedenti commi saranno rispettivamente e disgiuntamente elevate dall'Ufficio Tributi , dal Comando di Polizia Municipale e dall'Ufficio Tecnico Comunale.
4. Si applicano altresì le sanzioni previste dal Regolamento concernente l'applicazione del canone comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni.
5. Ai fini dell'applicazione delle disposizioni richiamate nel presente articolo, si individuano 5 classi di ampiezza degli impianti pubblicitari alle quali corrispondono 5 diverse aliquote d'incidenza delle sanzioni, individuate proporzionalmente entro i limiti minimi e massimi fissati dalle citate disposizioni:

classe	Limiti	ammontare
1	fino a mq. 1,5	20 % del massimo
2	da mq. 1,5 a mq. 3,0	40 % del massimo
3	da mq. 3,0 a mq. 4,5	60 % del massimo
4	da mq. 4,5 a mq. 6,0	80 % del massimo
5	oltre mq. 6,0	100 % del massimo

#### **Art. 46**

#### **Sanzioni accessorie**

1. Si intendono abusivi i messaggi pubblicitari e gli impianti di propaganda installati senza preventiva autorizzazione o comunque esposti in difformità alla medesima.

2. In caso di collocazione di insegne di esercizio o altri mezzi pubblicitari privi di autorizzazione o in contrasto con quanto disposto dall'art.23, comma 1 del D.Lgvo 285/92, l'ente proprietario della strada diffida l'autore della violazione ed il proprietario o il possessore di suolo privato, nei modi di legge, a rimuovere il mezzo pubblicitario a loro spese entro e non oltre 15 giorni dalla data di comunicazione dell'atto.
3. Decorso il suddetto termine, l'Ente proprietario provvede ad effettuare la rimozione del mezzo pubblicitario ed alla sua custodia, ponendo i relativi oneri a carico dell'autore della violazione e, in via tra loro solidale, del proprietario o possessore del suolo.
3. Nei casi di inottemperanza al divieto di cui all'art. 35 comma 2 del presente Regolamento, i cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari saranno rimossi come indicato al precedente comma 1.
4. Nel caso in cui l'installazione dei cartelli, delle insegne di esercizio o di altri mezzi pubblicitari sia realizzata su suolo demaniale ovvero rientrante nel patrimonio degli enti proprietari delle strade o, nel caso in cui la loro ubicazione lungo le strade e le fasce di pertinenza costituisca pericolo per la circolazione, l'ente proprietario esegue senza indugio la rimozione del mezzo pubblicitario.
5. Il Comune procede altresì, alla rimozione d'ufficio, con spese a carico del trasgressore, in tutti i casi in cui il titolare dell'autorizzazione alla collocazione di segni orizzontali reclamistici, striscioni, locandine e stendardi, non provveda alla rimozione degli stessi entro i termini di cui all'art. 51, comma 10, del Regolamento di Esecuzione al c.d.s. e successive modifiche.

#### **Art. 47** **Atti vietati**

1. E' vietato rimuovere, danneggiare o comunque manomettere gli impianti installati per le affissioni.
2. I mezzi pubblicitari non potranno comunque essere installati in modo da coprire gli elementi decorativi degli edifici, quali fregi e riquadri di porte, finestre, balconi e strutture architettoniche.
3. E' inoltre vietata la collocazione di mezzi pubblicitari sulle mazzette degli esercizi commerciali e sulle saracinesche, nonché la tinteggiatura o il rivestimento di queste che, pur non avendo carattere pubblicitario, a parere della Commissione di cui all'art. 40, alterino o modifichino le caratteristiche tecniche dell'edificio.
4. E' vietata l'apposizione di calcomanie o adesivi, anche se esenti da canone, su strutture pubbliche o di uso pubblico.
5. E' altresì vietata l'esposizione di raggi laser o di altri tipi di fonti luminose emessi da proiettori rivolti anche verso l'orizzonte celeste,
6. Chiunque viola uno dei divieti di cui ai precedenti commi., è soggetto alla sanzione amministrativa di cui all'art. 47, comma 1.

#### **Art. 48** **Ripristino dei luoghi**

In ogni caso in cui venga disposta la rimozione dei mezzi pubblicitari, è fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione o al Responsabile della collocazione di ripristinare lo stato dei luoghi a proprie spese. In caso di mancato adempimento il Comune provvede a spese dell'inadempiente

## CAPO VII DISPOSIZIONI FINALI E TRANSITORIE

### Art. 49

#### Quantità dei mezzi pubblicitari e degli impianti per le affissioni

1. La superficie complessiva dei cartelli e degli **impianti** di pubblicità o propaganda esposti in via continuativa da collocare nell'intero territorio comunale, è determinata per come segue:

- **mq. 14** riservati al servizio comunale delle pubbliche affissioni di natura istituzionale, sociale e comunque privi di rilevanza economica - allegato "A";
- **mq. 40** riservati al servizio comunale per l'affissione di manifesti funebri - allegato "B";
- **mq. 40** da attribuire a soggetti privati per l'affissione diretta di manifesti e simili - allegato "C";
- **mq. 45** riservati al servizio comunale da destinare alle affissioni di natura commerciale - allegato "D";
- **mq. 56** - impianti pubblicitari tipo "Tabella" - Autorizzazioni rilasciabili nei limiti ed alle condizioni previste dal presente regolamento;
- **mq. 20** - impianti pubblicitari tipo "Stendardo" - Autorizzazioni rilasciabili nei limiti ed alle condizioni previste dal presente regolamento;
- **mq. 20** - impianti pubblicitari tipo "Trespolo" - Autorizzazioni rilasciabili nei limiti ed alle condizioni previste dal presente regolamento;
- **mq. 30** - impianti pubblicitari tipo "display luminosi" - Autorizzazioni rilasciabili nei limiti ed alle condizioni previste dal presente regolamento;

Il Comune si riserva la facoltà di autorizzare il collocamento di talune tipologie di impianti pubblicitari di servizio (orologi, contenitori per i rifiuti, panchine, pensiline, indicazioni toponomastiche ed altre - Allegato "E") qualora, nella sua discrezionalità lo ritenesse utile e necessario sotto il profilo del pubblico interesse, fermo restando il rispetto di quanto previsto dal Codice della strada e del relativo Regolamento di attuazione.

2. Le caratteristiche strutturali degli **impianti** per l'affissione di manifesti, devono essere uniformate alle tipologie che saranno approvate con provvedimento di Giunta.

3. Le quantità di cui ai precedenti commi non comprendono:

- delle insegne di esercizio;
- delle targhe professionali;
- della pubblicità esterna temporanea;
- di quella ammessa e consentita all'interno delle vetrine.

### Art. 50

#### Concessione a privati dell'installazione di **impianti pubblicitari**

1. Per la concessione a soggetti privati di **impianti pubblicitari** per affissione di manifesti, "tipo poster" da mt. 6 x mt. 3 da ubicare nelle zone risultanti dall'allegato "C" il Comune individua uno o più contraenti mediante procedure concorsuali o gare ad evidenza pubblica da svolgere sulla base della normativa vigente in materia.

2. Nel procedimento concorsuale, il Comune individua il numero e le posizioni degli **impianti** da concedere, la durata del contratto, l'eventuale canone di affitto, l'entità del deposito cauzionale ed eventuali altre clausole.

**Art. 51**  
**Norma transitoria**

1. Tutti i mezzi pubblicitari, cartelli, cassonetti luminosi, iscrizioni, insegne, etc. diversi da quelli di cui al comma 2, già collocati devono essere adeguati alle norme del presente Piano entro il 31.12.2006. Entro il medesimo termine dovranno altresì essere rimossi tutti i mezzi in contrasto con le norme del presente Piano.

**Art. 52**  
**Entrata in vigore del Regolamento**

1. Il presente Piano entra in vigore dopo l'approvazione consiliare e la pubblicazione per 15 giorni all'Albo Pretorio del Comune e sostituisce ogni altra precedente regolamentazione della materia.
2. Per quanto non espressamente disposto o richiamato in esso, si rinvia alla normativa generale.