

PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

COMUNE DI BRUINO

Norme in deroga all'art. 23 del Nuovo Codice della Strada, D. Lgs. 30 aprile 1992 n. 285, testo aggiornato con il D.Lgs. 10 settembre 1993 n. 360 in vigore dal 1 ottobre 1993 integrato con il Regolamento di attuazione e di esecuzione D.PR. 16 dicembre 1992 n. 495, aggiornato con il D.PR. 16 settembre 1996 n. 610.

NORME TECNICHE

INDICE

COMUNE DI BRUINO	1
titolo i disposizioni generali	4
Art. 1 – principi generali	4
Art. 2 – struttura del Regolamento del PGIP	4
Art. 3 – definizione e classificazione delle strade	5
Art. 4 – definizione e delimitazione del centro abitato	6
Art. 5 – suddivisione del territorio comunale in zone omogenee	7
5.1. Zone situate al di fuori del centro abitato	7
Art. 6 – definizione e classificazione dei mezzi pubblicitari	7
Le caratteristiche tecniche delle diverse tipologie qui di sopra elencate sono riportate nelle schede tecniche facenti parte <i>dell'allegato n. 2</i>	10
6.1. Durata dell'esposizione.....	10
titolo ii pubblicità esterna.....	12
Art. 7 – requisiti degli impianti per pubblicità esterna	12
1. SICUREZZA	12
2. DECORO	12
3. FUNZIONALITÀ.....	12
4. CONFORMITA' ALLA NORMATIVA	12
Art. 8 – caratteristiche tecniche degli impianti pubblicitari	12
8.1 Strutturali-costruttive	12
8.2 Estetiche.....	13
Art. 9 – disciplina delle installazioni nelle zone omogenee.....	13
9.1 Transenne esistenti	13
Art. 10 – deroghe concesse alle distanze previste dall'art. 51 D.P.R. 495/92.....	13
Art. 11 – criteri per l'installazione dei mezzi pubblicitari fuori dal centro abitato	14
Art. 12 – autorità competente al rilascio dell'autorizzazione.....	14
Art. 13 – modalità per il rilascio dell'autorizzazione	15
Art. 14 – obblighi del titolare dell'autorizzazione.....	16
Art. 15 – targhette di identificazione	17
Art. 16 – vigilanza	17
Art. 17 – rimozione dei mezzi pubblicitari abusivi.....	18
Art. 18 – norme transitorie	18
titolo iii LE PUBBLICHE AFFISSIONI	19
Art. 19 – premessa.....	19
Art. 20 – quantità e ripartizione delle superfici.....	19
Art. 21 - assegnazione degli spazi per le affissioni dirette.....	20

Art. 22 - affissioni esenti dal pagamento dei diritti sulla pubblicità	20
Art. 23 – tipologie e caratteristiche dei nuovi impianti	20
23.1 Destinazione d'uso.....	20
Art. 24 – entrata in vigore.....	21
Quadro normativo di riferimento.....	22

ALLEGATI23

TITOLO I DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1 – principi generali

Il presente Regolamento del Piano Generale degli Impianti Pubblicitari, successivamente denominato PGIP, è adottato ai sensi e per gli effetti delle vigenti disposizioni legislative e delle linee guida previste dall'Amministrazione comunale in tema di collocazione degli impianti pubblicitari lungo ed in vista delle strade, su aree pubbliche o di uso pubblico.

Il PGIP individua le tipologie degli impianti pubblicitari e disciplina la loro localizzazione sul territorio comunale, tenuto conto delle esigenze di carattere sociale ed economico, delle esigenze di tutela ambientale e paesaggistica, delle esigenze di traffico e di sicurezza della circolazione stradale, della qualità dell'ambiente e dell'immagine della città.

Le norme trovano applicazione nel campo dei mezzi della comunicazione pubblicitaria istituzionale e commerciale, così come classificata secondo il d.lgs. 15/11/93, n. 507, con esclusione della pubblicità effettuata con veicoli, aeromobili, palloni frenati, messaggi sonori o mediante distribuzione di manifesti o altro materiale pubblicitario e/o comunque in forma ambulante. Sono altresì esclusi i segni orizzontali reclamistici ⁽¹⁾ e le insegne di esercizio ⁽²⁾.

La segnaletica direzionale installata ai sensi dell'art. 134 del d.P.R. 495/92 e s.m.i., non è considerata mezzo pubblicitario ⁽³⁾ per cui il suo utilizzo non è regolamentato dalle norme del Regolamento del PGIP ma esclusivamente da quanto prescritto dal Nuovo Codice della Strada ⁽⁴⁾.

Art. 2 – struttura del Regolamento del PGIP

Il Regolamento è articolato in n. 3 parti denominate "Titoli" e nei relativi allegati.

Il "Titolo I" individua e definisce i criteri generali ai quali si farà riferimento per tutte le indicazioni riportate nei successivi Titoli.

Il "Titolo II" disciplina, all'interno dei diversi ambiti del territorio comunale così come individuati al precedente Titolo I, la collocazione dei mezzi pubblicitari in ambiente stradale ⁽⁵⁾.

Il "Titolo III" definisce invece la localizzazione sul territorio comunale degli impianti per le pubbliche affissioni ed il quantitativo, in osservanza del Regolamento comunale per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del servizio pubbliche affissioni ⁽⁶⁾.

¹ vedi art. 47 del d.P.R. n. 495/92, con le modifiche introdotte dal d.P.R. n. 610/96

² vedi art. 47 del d.P.R. n. 495/92, con le modifiche introdotte dal d.P.R. n. 610/96, comma 1

³ vedi Risoluzione Min. Fin. n. 48/E/IV/7/609 del 1 Aprile 1996

⁴ vedi art. 39 del c.d.s. e relativo Regolamento di esecuzione ed attuazione

⁵ fatto salvo le esclusioni di cui all'art. 1

⁶ ex d.lgs. 15/11/93, n. 507, art. 3 – approvato con deliberazione del C.C. n.86 del 29/09/1994

Il Regolamento del PGIP è suscettibile di variazioni e/o integrazioni, su segnalazione del funzionario tecnico e del Comandante della Polizia municipale ed a seguito di approvazione da parte della Giunta Comunale. Tali modifiche, se apportate entro il termine di approvazione del bilancio di previsione annuale, avranno decorrenza a partire dal 1 gennaio dell'anno a cui il bilancio si riferisce.

Art. 3 – definizione e classificazione delle strade

Poiché alcune norme contenute nel presente Regolamento sono applicabili o meno anche in funzione della tipologia della strada, per completezza si riportano le definizioni e la classificazione delle stesse come da art. 2 comma 2 del Nuovo Codice della Strada:

A. AUTOSTRADE

“Strada extraurbana o urbana a carreggiate indipendenti o separate da spartitraffico invalicabile, ciascuna con almeno due corsie di marcia, eventuale banchina pavimentata a sinistra e corsia di emergenza o banchina pavimentata a destra, priva di intersezioni a raso e accessi privati, dotata di recinzione e di sistemi di assistenza all'utente lungo l'intero tracciato, riservata alla circolazione di talune categorie di veicoli a motore e contraddistinta da appositi segnali di inizio e fine. Deve essere attrezzata con apposite aree di servizio ed aree di parcheggio, entrambe con accessi dotati di corsie di decelerazione e di accelerazione ⁽⁷⁾.”

B. STRADE EXTRAURBANE PRINCIPALI

“Strada a carreggiate indipendenti o separate da spartitraffico invalicabile, ciascuna con elemento due corsie di marcia e banchina pavimentata a destra, priva di intersezioni a raso, con accessi alle proprietà laterali coordinati, contraddistinta dagli appositi segnali di inizio e fine, riservata alla circolazione di talune categorie di veicoli a motore; per eventuali altre categorie di utenti devono essere previsti opportuni spazi. Deve essere attrezzata con apposite aree di servizio, che comprendano spazi per la sosta, con accessi dotati di corsie di decelerazione e di accelerazione ⁽⁸⁾.”

C. STRADE EXTRAURBANE SECONDARIE

“Strada ad unica carreggiata con almeno una corsia per senso di marcia e banchina.”

D. STRADE URBANE DI SCORRIMENTO

“Strada a carreggiate indipendenti o separate da spartitraffico, ciascuna con almeno due corsie di marcia, ed una eventuale corsia riservata ai mezzi pubblici, banchina pavimentata a destra e marciapiedi, con le eventuali intersezioni a raso semaforizzate; per la sosta sono previste apposite aree o fasce laterali estranee alla carreggiata entrambe con immissioni ed uscite concentrate ⁽⁹⁾.”

⁷ Lettera così modificata dall'art. 1 del d.lgs. 10 settembre 1993, n. 360, in vigore dal 1 settembre 1993

⁸ Lettera così modificata dall'art. 1 del d.lgs. 10 settembre 1993, n. 360, in vigore dal 1 settembre 1993

⁹ Lettera così modificata dall'art. 1 del d.lgs. 10 settembre 1993, n. 360, in vigore dal 1 settembre 1993

E. STRADE URBANE DI QUARTIERE

“Strada ad unica carreggiata con almeno due corsie, banchine pavimentate e marciapiedi; per la sosta sono previste aree attrezzate con apposita corsia di manovra, esterna alla carreggiata.”

F. STRADE LOCALI

“Strada urbana od extraurbana opportunamente sistemata, ai fini di cui al comma 1 art. 2 del Nuovo Codice della Strada, non facente parte degli altri tipi di strade.”

Ai fini del PGIP ed in base alla classificazione così come definita dal codice (D.L.vo 285/92 art. 2) la tipologia delle strade ricadenti all'interno del centro abitato è la seguente:

Classificazione PGIP	TIPO
Strade urbane di quartiere	E
Strade locali	F

L'art.2 del Nuovo Codice della Strada, comma 6, delega inoltre agli organi regionali competenti la classificazione delle strade comunali esistenti e di nuova costruzione. Secondo le modificazioni apportate dall'art. 13 del d.lgs. n. 360/1993 all'art. 23, c. 6, d.lgs. 285/93, all'interno dei centri abitati, ma limitatamente alle strade di tipo E ed F, per ragioni di interesse generale e di ordine tecnico, il Comune ha la facoltà di concedere deroghe alle norme relative alle distanze minime per il posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari ⁽¹⁰⁾, nel rispetto delle esigenze di sicurezza della circolazione stradale.

Art. 4 – definizione e delimitazione del centro abitato

Si definisce centro abitato l'insieme di edifici, delimitato lungo le vie di accesso dagli appositi segnali di inizio e fine. Per insieme di edifici si intende un raggruppamento continuo, ancorché intervallato da strade, piazze, giardini o simili, costituito da non meno di venticinque fabbricati e da aree di uso pubblico con accessi veicolari o pedonali sulla strada.⁽¹¹⁾

Il comune ha provveduto con deliberazione G.C. n.43 del 18/03/1999 alla delimitazione del centro abitato, ai sensi dell'art. 4 del d.lgs. 285/92. Ad essa è allegata idonea cartografia nella quale sono evidenziati i confini sulle strade di accesso.⁽¹²⁾

¹⁰ come previsto dall'art.51 c. 4 del d.P.R . 495/92

¹¹ vedi art. 3, c. 1, d.lgs 285/92

¹² come previsto dall'art. 4, d.lgs 285/92

Art. 5 – suddivisione del territorio comunale in zone omogenee

Dopo aver effettuato in loco un'analisi territoriale e dopo aver analizzato attentamente la tavola di azzonamento del P.R.G. , si ritiene che le aree omogenee in cui è necessario suddividere il territorio comunale al fine di applicare le norme per l'installazione dei mezzi pubblicitari, siano le seguenti.

Zona A – Zone vincolate e centri storici

Sono le aree che comprendono le zone a carattere prevalentemente storico, e/o di particolare pregio ambientale; in tale zona si opererà secondo i criteri di salvaguardia privilegiando la comunicazione di carattere sociale ed istituzionale.

Zona B – Zona industriale

Questa zona è caratterizzata dalla presenza di insediamenti produttivi così come individuato nella tavola del PRG.

Zona C – Centro abitato

Questa zona individua tutte le aree perimetrare come centri abitati ai sensi del Nuovo Codice della Strada, caratterizzate dalla presenza di insediamenti residenziali - misti .

La suddivisione delle zone qui di sopra definite sono rappresentate nella tavola di azzonamento presentata ***nell'allegato n. 1.***

5.1. Zone situate al di fuori del centro abitato

Il territorio comunale esterno alla delimitazione del centro abitato rappresenta un'area nella quale sono recepite integralmente le norme di cui all'art. 23 del d.lgs. 285/92 e relative norme di attuazione contenute nel d.P.R. 495/92 e s.m.i.

I mezzi pubblicitari da collocare nelle zone situate al di fuori del centro abitato saranno pertanto sottoposti al rispetto della normativa prevista dal Nuovo Codice della Strada ed alle prescrizioni individuate dal presente regolamento per ogni zona omogenea.

Art. 6 – definizione e classificazione dei mezzi pubblicitari

Con la definizione di mezzo pubblicitario in ambiente stradale si intende ogni forma di comunicazione rivolta al pubblico e fisicamente effettuata a mezzo di strutture o manufatti collocati lungo o in vista delle strade. I mezzi sono classificati in funzione della loro tipologia in recepimento delle indicazioni come da art. 47 del d.P.R. 495/92 e s.m.i.. La citata classificazione individua le seguenti categorie di mezzi pubblicitari:

1. preinsegna (art. 47 c. 2)

“Scritta in caratteri alfanumerici completata da freccia di orientamento ed eventualmente da simboli e marchi realizzata su manufatto bifacciale e bidimensionale, utilizzabile su entrambe le facce supportato da idonea struttura di sostegno, finalizzata alla pubblicizzazione direzionale della sede dove si esercita una determinata attività ed installata in modo da facilitare il reperimento della sede stessa e comunque nel raggio di 5 km. Non può essere luminosa, né per luce propria, né per luce indiretta.”⁽¹³⁾

Le preinsegne hanno forma rettangolare e dimensioni contenute entro i limiti inferiori di 1 m x 0,20 m e superiori di 1,50 m x 0,30 m. E' ammesso l'abbinamento sulla stessa struttura di sostegno di un numero massimo di sei preinsegne che abbiano le stesse dimensioni.

1.1 Indicatori commerciali di strada

Impianto da collocare esclusivamente in ambito di aree pedonali, utile per l'indicazione commerciale relativa alle traverse dell'asse pedonale principale. Gli indicatori commerciali di strada dovranno recare solo la ragione sociale e la specificazione dell'attività commerciale o artigianale senza ulteriori messaggi di carattere pubblicitario e merceologico. In alto dovrà essere riportato lo stemma del Comune ed il nome della strada, integrato all'occorrenza da freccia direzionale.

Le frecce d'indicazione hanno forma rettangolare e dimensioni contenute entro i limiti inferiori di 0,70 x 0,10 m e superiori di 1,00 m x 0,20 m.

2. cartello (art. 47 c. 4):

“Elemento mono o bifacciale vincolato al suolo da idonea struttura di sostegno o ad una costruzione in muratura o altro, esistente, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, sia direttamente sia mediante utilizzo di altri elementi quali manifesti cartacei o simili.”

3. Striscione, stendardo (art. 47 c. 5)

“Si definisce striscione e stendardo l'elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidezza, mancante di una superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa, finalizzato alla promozione di manifestazioni, spettacoli o eventi culturali.”

Mezzi pubblicitari individuati dal PGIP appartenenti a questa categoria:

3.1 Striscione

Elemento bidimensionale mono o bifacciale realizzato in materiale plastico (pvc) o in tela di cotone, senza aggiunte di carta o materiali non resistenti agli agenti atmosferici. Installato

¹³ Hanno forma rettangolare e dimensioni contenute entro i limiti inferiori di 1 x 0,20 m e superiori di 1,50 x 0,30 m. E' ammesso l'abbinamento su una stessa struttura di sostegno di sei preinsegne per ogni senso di marcia a condizione che le stesse abbiano le stesse dimensioni e costituiscano oggetto di un'unica autorizzazione

trasversalmente alla sede stradale a mezzo di cavi di fissaggio a parete o appositi supporti.
Privo di luce.

3.2 Stendardo

Elemento bidimensionale mono o bifacciale realizzato in materiale plastico (pvc) o in tela di cotone. Eventualmente dotato di un'apposita tasca per la collocazione di un manifesto cartaceo.

4. Impianto pubblicitario di servizio (art. 47 c. 7)

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

Mezzi pubblicitari individuati dal PGIP appartenenti a questa categoria:

4.1 Palina di fermata dei mezzi di trasporto

Struttura mono o bifacciale avente per scopo primario quello di segnalare ed informare l'utenza sulle fermate e sugli orari. Detta struttura dovrà essere unica ove il luogo sia oggetto di fermata di più linee

4.2 Orologio

Orologio montato su palo o colonna contenente anche un supporto per messaggi pubblicitari che potrà essere luminoso, illuminato o privo di luce.

4.3 Transenna parapetonale

Struttura pubblicitaria mono o bifacciale, solidamente vincolata a barriere parapetonali, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari, direttamente con l'esposizione di elementi come pannelli serigrafati o simili.

4.4 Bacheca

Impianto pubblicitario, con frontale trasparente, finalizzato a contenere al suo interno quotidiani, periodici o altri mezzi di stampa, alla diffusione di informazioni o propaganda dell'attività di enti pubblici e associazioni varie, all'esposizione di programmi per iniziative culturali, religiose, sportive, di pubblico spettacolo e simili, all'esposizione di menù, tariffe e prezzi di pubblici esercizi o alberghi nonché all'esposizione di prodotti.

4.5 Impianto di promozione turistica

Struttura pubblicitaria mono o bifacciale finalizzata alla conoscenza del territorio comunale nelle sue risorse artistiche, paesaggistiche, culturali, ecc.

5 Impianti pubblicità e propaganda (art. 47 c. 8)

“Si definisce impianto di pubblicità e propaganda qualunque manufatto finalizzato alla pubblicità o alla propaganda sia di prodotti che di attività e non individuabile secondo definizioni precedenti , né come insegna di esercizio, né come preinsegna, né come cartello, né come

striscione, locandina o stendardo, né come segno orizzontale reclamistico, né come impianto pubblicitario di servizio. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta”.

5.1 Palina temporanea

Elemento mono o bifacciale, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari in occasione di manifestazioni sportive, ricreative, socio-culturali, o per inaugurazioni, chiusure, fallimenti, vendite straordinarie, con esposizione limitata al periodo di svolgimento della manifestazione, spettacolo, o iniziativa a cui si riferisce oltreché alla settimana precedente e alle 24 ore successive.

5.2 Totem

Elemento multifacciale con idonea struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione di messaggi a carattere socio-culturale, commerciali, mediante esposizione diretta di elementi come manifesti o simili; può eventualmente essere utilizzato come impianto pubblicitario di servizio prevedendo funzioni di pubblica utilità (infopoint). Può essere luminoso, illuminato o privo di luce.

5.3 Pubblicità di cantiere

Il messaggio pubblicitario da posizionare su teli, recinzioni, ponteggi, cartelli di cantiere dovrà essere circoscritto in un riquadro che lo astrae dalla superficie dell'impianto, posizionato nella parte inferiore dello stesso e dovrà occupare una superficie non superiore al 20% della superficie totale.

5.4 Automezzi con installazione pubblicitaria

Il messaggio pubblicitario viene posizionato sui lati e/o sul retro di un autoveicolo.

Non dovranno arrecare disturbo visivo agli utenti della strada o distrarne l'attenzione con conseguente pericolo per la sicurezza alla circolazione.

Dovranno sostare esclusivamente nelle aree adibite alla sosta dei veicoli previa autorizzazione del settore Urbanistica - Edilizia Privata.

Le caratteristiche tecniche delle diverse tipologie qui di sopra elencate sono riportate nelle schede tecniche facenti parte **dell'allegato n. 2**.

6.1. Durata dell'esposizione

I mezzi pubblicitari considerati dal PGIP e come precedentemente definiti, ad eccezione degli impianti per l'affissione pubblica e gli impianti per le affissioni dirette, sono inoltre classificati in funzione della durata del periodo di esposizione in:

Mezzi Temporanei

Appartengono a questa categoria i mezzi esplicitamente finalizzati all'esposizione di pubblicità relazionata a speciali eventi di durata limitata (6 mesi massimo) quali manifestazioni, spettacoli, mostre, fiere, vendite, offerte promozionali, ecc.. L'esposizione dei messaggi su questi mezzi, che possono essere anche solidamente ancorati al suolo in maniera permanente o ad altre strutture in elevazione, è ammessa solo ed unicamente durante il periodo di svolgimento della manifestazione o

evento a cui si riferiscono, oltre che durante i sette giorni precedenti e le 24 ore successive alla stessa.

Mezzi Permanenti

E' definito permanente il mezzo che, indipendentemente dalla tipologia della struttura impiegata, abbia un'esposizione del messaggio di durata superiore ai 6 mesi per ciascuna autorizzazione richiesta.

TITOLO II PUBBLICITÀ ESTERNA

Art. 7 – requisiti degli impianti per pubblicità esterna

I requisiti minimi che dovranno avere gli impianti per la pubblicità esterna sono i seguenti:

- sicurezza
- decoro
- funzionalità
- conformità alla normativa

1. SICUREZZA

I nuovi mezzi pubblicitari dovranno essere progettati, realizzati e posati in opera in modo tale da non arrecare pericolo o disturbo alla sicurezza stradale, sia veicolare che pedonale.

2. DECORO

I nuovi mezzi pubblicitari dovranno essere progettati in modo tale che la scelta dei materiali , dei colori e dei contenuti utilizzati nel bozzetto pubblicitario, tengano conto del contesto architettonico – paesaggistico - ambientale in cui dovranno essere inseriti.

3. FUNZIONALITÀ

I nuovi mezzi pubblicitari dovranno essere progettati, realizzati e posati in opera tenendo conto che diffondendo un messaggio pubblicitario devono essere facilmente visibili,essendo sottoposti agli agenti atmosferici e ad incidenti accidentali devono essere facilmente manutenibili ed essendo esposti all'esterno devono risultare elementi di arredo urbano e non elementi di disturbo rispetto all'esistente.

4. CONFORMITA' ALLA NORMATIVA

I nuovi mezzi pubblicitari dovranno essere progettati, realizzati e posati in opera rispettando sia la normativa vigente di riferimento sia le norme previste dal presente PGIP.

Art. 8 – caratteristiche tecniche degli impianti pubblicitari

8.1 Strutturali-costruttive

Tutti gli impianti da installare in modo permanente devono rispondere ad un unico criterio progettuale che tenga conto delle seguenti caratteristiche costruttive ed estetiche.

Le strutture dovranno rispettare le specifiche tecniche contenute nell'allegato 2 (schede tecniche).

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

Qualora le suddette strutture costituiscano manufatti la cui realizzazione e posa in opera sia regolamentata da specifiche norme, l'osservanza delle stesse e l'adempimento degli obblighi da queste previste, deve essere documentato prima del ritiro dell'autorizzazione. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari devono essere realizzati con materiali non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici.

8.2 Estetiche

Tutti gli impianti devono avere sagoma rettangolare o quadrata, che in ogni caso non può essere quella di disco, triangolo o ottagono. L'uso del colore rosso è ammesso con particolare cautela.

Art. 9 – disciplina delle installazioni nelle zone omogenee

L'installazione degli impianti pubblicitari all'interno del centro abitato deve essere eseguita nel rispetto dei parametri distributivi indicati ***nell'allegato n. 3.***

In questo allegato vengono individuate le tipologie dei mezzi ed impianti pubblicitari che possono essere collocati in ciascuna zona territoriale omogenea, come precedentemente identificata, all'interno o all'esterno del centro abitato. Per quanto riguarda i messaggi pubblicitari esposti su tutto il territorio comunale dovranno essere assolutamente rispettati i principi di rispetto della dignità, del pubblico pudore, della decenza e di rispetto per la posizione delle persone che frequentano tale zona.

L'Amministrazione Comunale si riserva la facoltà di consultare l'Autorità sulla Pubblicità per tutte quelle situazioni che presentano motivazioni di oltraggio ai principi di cui sopra ed esposti sull'intero territorio comunale:

Inoltre, ove si presentassero situazioni particolari e di pericolo, l'installazione verrà valutata con criteri diversi rispetto a quelli indicati nell'allegato n. 3 per tutelare la sicurezza pubblica e analizzati di volta in volta dal Comandante della Polizia municipale di concerto con un responsabile dell'ufficio tecnico.

9.1 Transenne esistenti

Nel caso in cui si intendesse installare un pannello pubblicitario nelle posizioni attualmente occupate da transenne comunali, questo pannello dovrà essere inserito sulla struttura senza arrecare danni alla stessa. Si farà un sopralluogo congiunto con i tecnici comunali per prendere visione delle dimensioni e delle caratteristiche della struttura su cui bisognerà installare la pubblicità.

In questo caso bisognerà pagare un canone di locazione pari all'importo stabilito dal Consiglio Comunale.

Art. 10 – deroghe concesse alle distanze previste dall'art. 51 D.P.R. 495/92

Sulla base di quanto contenuto nell'art. 23 comma 6 del Nuovo Codice della Strada, i comuni hanno la facoltà di concedere deroghe, all'interno dei centri abitati e limitatamente alle strade di tipo E ed F, alle

norme relative alle distanze minime per il posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari, sempre nel rispetto delle esigenze di sicurezza della circolazione stradale. Il Regolamento di esecuzione ed attuazione del Nuovo Codice della Strada, art. 51 comma 4, stabilisce inoltre che la distanza dal limite della carreggiata, all'interno dei centri abitati, è fissata dal presente regolamento, semprechè siano rispettate le disposizioni dell'art. 23 comma 1 del Nuovo Codice della Strada. Le distanze si applicano nel senso delle singole direttrici di marcia. Nel caso in cui esistano, a distanza inferiore di quella prevista dalla carreggiata, altre costruzioni o alberi è ammesso il posizionamento in allineamento agli stessi. Le distanze in deroga applicate all'interno del centro abitato per i mezzi pubblicitari, ad esclusione dei mezzi come definiti dall'art. 47 c. 7, sono elencate ***nell'allegato n. 3.***

Art. 11 – criteri per l'installazione dei mezzi pubblicitari fuori dal centro abitato

Il territorio comunale esterno alla delimitazione del centro abitato rappresenta un'area nella quale sono recepite integralmente le norme di cui all'art. 23 del D. Lgs. 285/1992 (Nuovo Codice della Strada) e relativo Regolamento di esecuzione ed attuazione DPR 16 Dicembre 1992 n. 495, con le modifiche introdotte dal DPR 16 Settembre 1996 n. 610. I mezzi pubblicitari ricadenti all'interno del perimetro delle zone omogenee individuate dal PGIP, seppure esterni al centro abitato, saranno assoggettati a doppia normativa, ovvero al rispetto delle prescrizioni indicate dal Codice della Strada e della disciplina delle installazioni nelle zone omogenee.

Art. 12 – autorità competente al rilascio dell'autorizzazione

In base a quanto previsto dall'art. 4 capo II della L. 241/90 l'unità organizzativa responsabile dell'istruttoria e di ogni altro adempimento sarà il Settore Urbanistica - Edilizia Privata.

Il dirigente di questa unità organizzativa provvede ad assegnare a sé o ad altro dipendente addetto all'unità, la responsabilità dell'istruttoria e di ogni altro adempimento inerente il singolo procedimento nonché, eventualmente, dell'adozione del provvedimento finale⁽¹⁴⁾.

I compiti assegnati a questo ufficio sono i seguenti:

- esaminare le domande in ordine progressivo al numero di protocollo di registrazione d'ufficio;
- accertare la conformità della documentazione tecnica a quanto previsto nel presente PGIP ed eventualmente richiedere, come integrazione, la modulistica necessaria;
- proporre le eventuali modifiche al presente PGIP e ritenute necessarie per rendere più funzionale l'utilizzo di questo strumento;
- convocare direttamente il richiedente e/o la ditta installatrice nell'eventuale necessità di acquisire chiarimenti;
- richiedere, per i casi di installazioni da collocarsi su edifici di particolare interesse storico-artistico, l'eventuale campionatura del materiale impiegato e del colore prescelto;

¹⁴ Art. 5 capo II L. 241/90

- prescrivere le modifiche ritenute necessarie affinché gli impianti possano inserirsi adeguatamente ed armoniosamente negli edifici e nell'ambiente;
- esprimere parere ampiamente motivato, specialmente in caso di rigetto della domanda, in conformità a quanto disposto dal presente PGIP e dalle norme vigenti;
- istituire e mantenere il Registro delle autorizzazioni⁽¹⁵⁾;
- indire di regola una conferenza di servizi, qualora sia opportuno effettuare un esame contestuale di vari interessi pubblici coinvolti nel procedimento amministrativo o quando si debbano acquisire intese, concerti, nullaosta o assensi comunque denominati di altre amministrazioni pubbliche. In tal caso, le determinazioni concordate nella conferenza sostituiscono a tutti gli effetti i concerti, le intese, i nullaosta e gli assensi richiesti⁽¹⁶⁾.

Art. 13 – modalità per il rilascio dell'autorizzazione

Il soggetto interessato al rilascio di un'autorizzazione per l'installazione di altri mezzi pubblicitari, deve presentare la relativa domanda all'ufficio tecnico comunale allegando in duplice copia:

- una planimetria dell'area interessata dall'intervento, con indicate tutte le misure necessarie per la valutazione della sicurezza per la circolazione stradale (distanze da semafori, intersezioni, altri impianti pubblicitari, dalla carreggiata, da segnali di indicazione, di pericolo, di prescrizione, da imbocchi di galleria);
- un rilievo fotografico del contesto urbano nello stato attuale e con l'inserimento del mezzo pubblicitario. Per le posizioni su edifici, le fotografie devono essere tali da consentire una completa visione di basamento e facciata, con gli eventuali altri impianti pubblicitari esistenti
- autodichiarazione redatta ai sensi del D.P.R. 28 Dicembre 2000, n. 445, con la quale si attesti che il manufatto che si intende collocare è realizzato e sarà posto in opera, tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento, in modo da garantire la stabilità e la conformità alle norme previste a tutela della circolazione dei veicoli e delle persone, con assunzione di ogni conseguente responsabilità;
- scheda tecnica contenente il disegno tecnico dell'impianto con relative misure e una relazione sulle caratteristiche del mezzo pubblicitario precisando il tipo di struttura e i materiali utilizzati;
- se l'impianto in progetto utilizzerà circuiti elettrici, il progetto va completato con l'autodichiarazione della sua conformità a tutta la normativa vigente in materia;
- copia del bozzetto grafico del messaggio pubblicitario;
- autorizzazione del proprietario del terreno su cui si intende installare il mezzo pubblicitario (nel caso di proprietà comunale sarà da versare una tassa per l'occupazione del suolo pubblico in conformità a quanto previsto dal Regolamento in materia);

¹⁵ Art. 53 c. 9 d.p.r. 495/92

¹⁶ Art 14 capo IV L. 241/90

- effettuazione di un versamento sul c/c del Comune pari ai diritti di segreteria dovuti per lo svolgimento delle operazioni tecnico-amministrative in conformità a quanto previsto dal Prezziario annuale del Comune.⁽¹⁷⁾
- eventuale canone di locazione per i pannelli pubblicitari da posizionare su transenne parapetonali esistenti.

Salvo diversa indicazione, l'autorizzazione all'installazione di cartelli o di mezzi pubblicitari permanenti ha validità per un periodo di tre anni ed è rinnovabile presentando una richiesta scritta tramite raccomandata a/r, sei mesi prima della scadenza.

I moduli da compilare per la richiesta dell'autorizzazione e successive integrazioni o modifiche sono contenuti ***nell'allegato n. 4.***

Art. 14 – obblighi del titolare dell'autorizzazione

E' fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione di:

- rispettare in ogni caso tutte le norme di sicurezza prescritte dai Regolamenti Comunali, dal Nuovo Codice della Strada e dal presente PGIP;
- verificare periodicamente il buono stato di conservazione dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari, delle relative strutture di sostegno ed effettuare tempestivamente tutti gli interventi necessari al loro ripristino in caso di danneggiamento, usura, pulizia da fregi o graffiti;
- adempiere nei tempi richiesti a tutte le prescrizioni impartite dall'Ente competente ai sensi dell'art. 405, comma 1 del Regolamento di esecuzione ed attuazione dell'art. 228 del Nuovo Codice della Strada, al momento del rilascio dell'autorizzazione od anche successivamente per intervenute e motivate esigenze;
- procedere alla rimozione nel caso di scadenza naturale, decadenza o revoca dell'autorizzazione o insussistenza delle condizioni di sicurezza previste all'atto dell'installazione o di motivata richiesta da parte dell'Ente competente al rilascio;
- stipulare idonea polizza assicurativa per la responsabilità civile verso terzi avente durata pari al periodo autorizzato.

È fatto inoltre obbligo, al titolare dell'autorizzazione rilasciata per la posa di mezzi temporanei, di provvedere alla rimozione degli stessi entro le ventiquattro ore successive alla conclusione della manifestazione o dello spettacolo per il cui svolgimento sono stati autorizzati, ripristinando il preesistente stato dei luoghi ed il preesistente grado di aderenza delle superfici stradali qualora i mezzi non facciano parte di circuiti fissi adibiti all'esposizione di spazi temporanei.

¹⁷ vedi art. 53, c. 7, del D.P.R. 495/92

Art. 15 – targhette di identificazione

Su ogni cartello o mezzo pubblicitario autorizzato dovrà essere saldamente fissata, a cura e spese del titolare dell'autorizzazione, una targhetta preferibilmente metallica ed incisa oppure serigrafata in modo indelebile, posta in posizione facilmente accessibile e visibile, sulla quale sono riportati i seguenti dati

- amministrazione rilasciante;
- soggetto titolare;
- numero dell'autorizzazione;
- progressiva chilometrica del punto di installazione (se su strade Statali o Provinciali);
- data di scadenza dell'autorizzazione.

La targhetta di cui sopra deve essere sostituita ad ogni rinnovo dell'autorizzazione ed ogni qualvolta intervenga una variazione di uno dei dati su essa riportati.

Art. 16 – vigilanza

Gli enti proprietari delle strade sono tenuti a vigilare, per mezzo del loro personale competente, sulla corretta realizzazione e sull'esatto posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari rispetto a quanto autorizzato. Gli stessi enti sono obbligati a vigilare anche sullo stato di conservazione e sulla buona manutenzione dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari oltre che sui termini di scadenza delle autorizzazioni concesse. Qualunque inadempienza venga rilevata da parte del personale incaricato della vigilanza, dovrà essere contestata a mezzo di specifico verbale al soggetto titolare dell'autorizzazione che deve procedere entro il termine fissato. Decorso tale termine l'ente proprietario, valutate le osservazioni avanzate dal soggetto, entro quindici giorni, può provvedere d'ufficio, rivalendosi per le spese sul soggetto titolare dell'autorizzazione, oppure procedere alla rimozione dell'impianto in causa.

Limitatamente al disposto dell'art. 23, comma 3, del Nuovo Codice della Strada la vigilanza può essere svolta, nell'ambito delle rispettive competenze, anche da funzionari dei Ministeri dell'Ambiente e dei Beni Culturali, i quali trasmettono le proprie segnalazioni all'Ente proprietario della strada per i provvedimenti di competenza.

Tutti i mezzi temporanei e propagandistici che possono essere variati senza autorizzazione ai sensi dell'art. 53, comma 8 e 9, se non rispondenti al disposto dell'art. 23, comma 1, del Nuovo Codice della Strada, devono essere rimossi entro le quarantotto ore successive alla notifica del verbale di contestazione, a cura e spese del soggetto titolare dell'autorizzazione o del concessionario. In caso di inottemperanza si procede d'ufficio rivalendosi per le spese sul soggetto titolare dell'autorizzazione o del concessionario. Tutti i mezzi, esposti difformemente dalle autorizzazioni rilasciate, dovranno essere rimossi previa contestazione scritta, a cura e spese del soggetto titolare dell'autorizzazione, entro il termine fissato. In caso di inottemperanza si procede d'ufficio, rivalendosi per le spese sostenute sul soggetto titolare dell'autorizzazione.

Art. 17 – rimozione dei mezzi pubblicitari abusivi

Gli impianti installati senza aver inoltrato e/o ottenuto la prevista autorizzazione all'installazione, sono abusivi. Sono da ritenersi abusivi anche quegli impianti per i quali si è provveduto alla revoca dell'autorizzazione o non conformi alle disposizioni del presente PGIP. Ai sensi della Legge 7 Dicembre 1999, n. 472, art. 30, in caso di installazioni abusive o in contrasto con quanto contenuto nel PGIP il Comune diffida l'autore della violazione ed il proprietario o possessore del suolo privato, nei modi di legge, a rimuovere il mezzo pubblicitario a loro spese e non oltre il termine di dieci giorni dalla data di comunicazione dell'atto. Decorso il suddetto termine, il Comune 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. Nel caso in cui i mezzi pubblicitari siano installati su suolo demaniale ovvero rientrante nel patrimonio del comune o nel caso in cui la loro ubicazione lungo strade e fasce di pertinenza costituisca pericolo per la circolazione, in quanto in contrasto con le disposizioni contenute nel PGIP, il Comune esegue senza indugio la rimozione del mezzo pubblicitario.

Art. 18 – norme transitorie

I mezzi pubblicitari installati sulla base di autorizzazioni in essere e non rispondenti alle disposizioni dello stesso, dovranno essere adeguati alla nuova normativa entro sei mesi dall'entrata in vigore del presente PGIP e, nel caso in cui non rispondessero ai nuovi requisiti, dovranno essere rimossi e collocati in altro tratto stradale eventualmente disponibile solo dopo il rilascio di una nuova autorizzazione per la diversa posizione.

TITOLO III LE PUBBLICHE AFFISSIONI

Art. 19 – premessa

In relazione al Regolamento comunale per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e per l'effettuazione del servizio sulle pubbliche affissioni ⁽¹⁸⁾, come previsto da d.lgs. 15/11/1993 n. 507, si è proceduto ad un censimento degli impianti adibiti al servizio delle pubbliche affissioni, ed a un successivo adeguamento dell'impiantistica in base ai quantitativi indicati dal Regolamento e dalle necessità evidenziate per la prestazione di un soddisfacente servizio.

Art. 20 – quantità e ripartizione delle superfici

Le superfici destinate alle pubbliche affissioni sono calcolate in maniera proporzionale al numero degli abitanti ed è fissato in 12 m² ogni mille abitanti. Ai sensi del combinato disposto dagli art. 3 e 18 del d.lgs. 507/93, la superficie complessiva degli impianti destinati alle pubbliche affissioni, con riferimento alla popolazione di circa 10.027 unità, non deve essere inferiore a m² 120.. La superficie su citata è così ripartita dal Regolamento comunale:

affissioni istituzionali / sociali	30%	pari a 36 mq
affissioni commerciali	70%	pari a 84 mq
affissioni dirette	10% del totale dei mq destinati alle pubbliche affissioni	pari a 12 mq

Le posizioni attualmente esistenti sul territorio comunale degli impianti di affissione sono quelli riassunti ***nell'allegato n. 6 e nell'allegato n. 7.***

In base alle esigenze emerse dopo aver effettuato un sopralluogo con il Comandante della Polizia municipale e il responsabile del servizio affissioni si è proceduto alla stesura del progetto di adeguamento dell'impiantistica esistente.

Si è deciso di aggiungere alcuni impianti in alcune zone attualmente prive di impianti affissionali e, dove si è in presenza di manufatti obsoleti, di prevedere la sostituzione degli stessi (***vedi allegato n. 8 e allegato 9.***)

Sulla base dei criteri citati i quantitativi e la ripartizione delle superfici di affissione previste dal progetto di adeguamento, risulta essere:

Superficie totale		m ² 120,85
affissioni istituzionali / commerciali	80%	m ² 95,6
affissioni necrologi	20%	m ² 25,25
affissioni dirette	10%	m ² 12

¹⁸ approvato con deliberazione del C.C. n. 86 del 29/09/1994

Art. 21 - assegnazione degli spazi per le affissioni dirette

Ai sensi dell'art. 3 del d.lgs. 507/93, verrà attribuita a soggetti privati ed in forma concessoria, la facoltà di installare impianti per l'effettuazione di affissioni dirette. La superficie complessiva assegnabile a tale scopo è, come precedentemente evidenziato, fissata in 12 mq. Detta superficie è compresa in quella destinata al servizio pubblico ed è riferita esclusivamente agli impianti di medio (cm 140x200 o 200x140) e grande formato (cm 600x300). Tali impianti devono essere forniti e collocati a cura e spese del privato richiedente nel rispetto di tutte le norme previste nel presente PGIP. Gli spazi saranno affidati in concessione ai privati mediante la procedura concorsuale della licitazione privata previa predisposizione di apposito capitolato d'oneri che preveda la durata della concessione, l'ammontare del deposito cauzionale, l'obbligo del pagamento di un canone di concessione e della tassa di occupazione spazi e ed aree pubbliche, nonché tutte le disposizioni cautelative con esplicito richiamo alle procedure concernenti le norme ed autorizzazioni relative agli impianti pubblicitari.

Art. 22 - affissioni esenti dal pagamento dei diritti sulla pubblicità

Dal 1° gennaio 2005 tutti i comuni Italiani devono riservare (art. 1, c. 480, lett. c, legge 30 dicembre 2004, n. 311) il 10% degli spazi totali delle affissioni per i manifesti di particolari soggetti quali lo Stato e gli enti pubblici territoriali, comitati, associazioni, fondazioni ed ogni altro ente che non abbia scopo di lucro, manifesti di attività politiche, sindacali e di categoria, culturali, sportive, spettacoli viaggianti (circensi) etc. con l'esonero della tariffa sulla pubblicità e diritto sulle pubbliche affissioni. L'esenzione si applica alle affissioni negli appositi spazi, pari al 10% degli spazi totali (di ogni comune).

Art. 23 – tipologie e caratteristiche dei nuovi impianti

Gli impianti destinati a supportare le pubbliche affissioni devono essere prevalentemente di tipo permanente e devono avere una targhetta con l'indicazione: "Comune di Bruino-Pubbliche Affissioni" con il numero di individuazione dell'impianto.

Le tipologie e il collocamento di tali impianti deve rispettare i parametri riportati ***nell'allegato n. 2 e nell'allegato n. 3***

23.1 Destinazione d'uso

Impianti per affissioni istituzionali / sociali /necrologi

Rientrano in questa tipologia gli impianti preposti alla comunicazione, informazione e diffusione di messaggi o iniziative di interesse pubblico, effettuati da enti pubblici o di diritto pubblico o altri enti senza fine di lucro e gli impianti che sono utilizzati per le affissioni degli avvisi funebri e dei relativi ringraziamenti.

Impianti per affissioni commerciali

Rientrano in questa tipologia gli impianti adibiti all'esposizione periodica di messaggi pubblicitari.

Impianti per affissioni in esenzione

Rientrano in questa tipologia gli impianti destinati all'affissione riservata in esenzione (ex art. 20 bis 507/93). Queste strutture devono avere una targhetta con indicazione "Affissioni in esenzione" con il numero di individuazione dell'impianto.

Impianti per affissione diretta

Rientrano in questa tipologia gli impianti assegnati direttamente a soggetti privati, diversi dal Comune e dai suoi concessionari.

Gli impianti saranno riservati ad uno specifico utilizzo che sarà evidenziato da una targhetta con indicazione " Affissioni Dirette" con il numero di individuazione dell'impianto. Devono essere di tipo permanente.

Gli impianti inseriti nel progetto di adeguamento dell'impiantistica saranno gli unici spazi sui quali, successivamente all'adozione del PGIP in via definitiva, sarà permessa l'affissione di manifesti.

Art. 24 – entrata in vigore

Il progetto di adeguamento dell'impiantistica delle pubbliche affissioni contenuto nel presente PGIP, adottato dall'Amministrazione con l'approvazione del PGIP, entra in vigore dalla data di esecutività del relativo provvedimento di approvazione. Da tale data sono abrogate, ove incompatibili, tutte le disposizioni contenute in altri regolamenti comunali che disciplinano la materia di cui al presente PGIP. Il progetto di adeguamento dell'impiantistica delle pubbliche affissioni potrà essere sottoposto a revisione annuale per effetto di variazioni demografiche rilevanti, di espansione del centro abitato, dello sviluppo della viabilità e di ogni altra causa rilevante che possa determinare una variazione nella dislocazione degli impianti per le pubbliche affissioni.

QUADRO NORMATIVO DI RIFERIMENTO

D.Lgs. n. 285 del 30/04/1992 e succ. mod.

D.P.R. n. 495 del 16/12/1992

D.P.R. n. 610 del 16/09/1996

D.Lgs. n. 507 del 15/11/1993 modificato con L. 596/94

D.Lgs. n. 360 del 10 settembre 1993 e succ. mod.

Direttiva Ministero LLPP del 24/10/2000

D.Lgs. n. 42 del 22/01/2004

D.Lgs. n.152 del 03/04/2006

L. 241/90

Legge n. 244 del 24/12/2007

Regolamento comunale per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e per l'effettuazione del servizio sulle pubbliche affissioni deliberato con C.C. n. 86 del 29/09/1994

Delimitazione del centro abitato approvato con Delibera Comunale n. 43 del 18/03/1999

ALLEGATI

Allegato 1:	Azzonamento territoriale
Allegato 2:	Schede tecniche
Allegato 3:	Prescrizioni di zona
Allegato 4:	Modulistica
Allegato 5:	cartografia censimento mezzi pubblicitari
Allegato 6:	cartografia censimento pubbliche affissioni
Allegato 7:	schede censimento pubbliche affissioni
Allegato 8:	cartografia progetto pubbliche affissioni
Allegato 9:	schede progetto pubbliche affissioni