



COMUNE DI MIRANDOLA

**PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI
E DISCIPLINA DEI MEZZI PUBBLICITARI**

AGGIORNATO ANNO 2016

Approvato con delibera di C.C. n.34 del 26.03.2007
Modificato con delibera di C.C. n. 93 del 26.05.2008
Modificato con delibera di C.C. n. 147 del 30.11.2009
Modificato con delibera di C.C. n. 104 del 31.05.2010
Modificato con delibera di C.C. n. 10 del 31.01.2011
Modificato con delibera di C.C. n. 42 del 21.02.2011
Modificato con delibera di C.C. n. 154 del 29.10.2013
Modificato con delibera di C.C. n. 53 del 31.03.2016

SOMMARIO

TITOLO I – PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI	5
CAPO I - DISPOSIZIONI GENERALI	5
Articolo 1 - Contenuti e finalità	5
Articolo 2 - Zonizzazione	5
Articolo 3 - Classificazione dei mezzi pubblicitari.....	5
CAPO II - IMPIANTI DI AFFISSIONE	5
Articolo 4 - Definizione e quantificazione degli Impianti di pubbliche affissioni	5
Articolo 5 - Definizione e quantificazione degli impianti privati per affissione diretta	6
Articolo 6 - Impianti di affissione nel Centro Storico cittadino	6
Articolo 7 - Suddivisione tra affissioni commerciali e sociali.....	6
Articolo 8 -Tipologie di impianti per le affissioni, caratteristiche e materiali.....	6
Articolo 9 - Criteri di individuazione degli spazi e collocazione degli impianti di affissione	7
CAPO III - CARTELLI PUBBLICITARI	8
Articolo 10 : Definizioni e dimensionamento	8
CAPO IV - ALTRI MEZZI PUBBLICITARI	8
Articolo 11 - Definizione degli altri mezzi pubblicitari.....	8
Articolo 12 : Impianti pubblicitari di servizio	9
TITOLO II: DISCIPLINA DEI MEZZI PUBBLICITARI.....	10
CAPO I: NORME COMUNI A TUTTE LE FORME DI PUBBLICITA'.....	10
Articolo 13 - Collocazione vietata	10
Articolo 14 - Collocazione fuori centro abitato	11
Articolo 15 - Collocazione in centro abitato	11
Articolo 16 - Dimensioni massime	12
Articolo 17 - Caratteristiche comuni dei cartelli, delle insegne d'esercizio e degli altri mezzi pubblicitari.....	13
Articolo 18 - Pubblicità itinerante.....	13
Articolo 19- Esclusione.....	13
Articolo 20 - Caratteristiche dei mezzi pubblicitari luminosi.....	13
Articolo 21 - Ubicazione dei mezzi pubblicitari nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio.....	14
Articolo 22 - Stazioni di rifornimento di carburante	14
Articolo 23 - Messaggi pubblicitari di attività a carattere temporaneo	14
CAPO II: CLASSIFICAZIONE , DEFINIZIONE E NORME SPECIFICHE DEI MEZZI PUBBLICITARI	14
Articolo 24 – Insegne di esercizio	14
Articolo 25 - Cartello pubblicitario.....	16
Articolo 26 - Manifesto e impianti di affissione	16
Articolo 27 - Striscione, locandina, stendardo e bandiera	16
Articolo 28 - Segno orizzontale reclamistico.....	17
Articolo 29 – Targhe di esercizio e pubblicitarie.....	17
Articolo 30 – Bacheche.....	18
Articolo 31 – Tende pubblicitarie	18
Articolo 32 – Impianto a messaggio variabile	19
Articolo 33 – Impianto di insegne o targhe coordinate.....	19
Articolo 34 – Vetrofania	19
Articolo 35 – Pubblicità sui veicoli	19
Articolo 36 - Pubblicità fonica.....	20
Articolo 37 - Preinsegne	21
Articolo 38 - Impianti pubblicitari di servizio	21
Articolo 39 - Cartelli pubblicitari temporanei	21

Articolo 40 – Pubblicità nei cantieri edili	22
CAPO III: COLLOCAZIONE DI FORME PUBBLICITARIE ALL'INTERNO DI ZONE DI INTERESSE STORICO, ARTISTICO, CULTURALE ED AMBIENTALE	23
Articolo 41 - Norme generali	23
Articolo 42 - Collocazione di insegne	23
Articolo 43 - Collocazione di targhe professionali o di esercizio	23
Articolo 44 - Insegne di valore storico	24
Articolo 45 - Collocazione di tende	24
Articolo 46 - Caratteristiche, dimensioni, materiali degli impianti per le affissioni	24
CAPO IV: PROCEDURE PER IL RILASCIO DELL'AUTORIZZAZIONE	25
Articolo 47 – Norme generali sull'autorizzazione	25
Articolo 48 - Presentazione della domanda O DELLA COMUNICAZIONE ASSEVERATA AL COMUNE	25
Articolo 48-bis - scia	27
Articolo 49 - Casi particolari	27
Articolo 50 - Rilascio dell'autorizzazione	27
Articolo 51 - Interventi di sostituzione e modifica	28
Articolo 52 - Termine di validità dell'autorizzazione	28
Articolo 53 - Rinnovo dell'autorizzazione	29
Articolo 54 - Obblighi del titolare del MEZZO PUBBLICITARIO	29
Articolo 55 – Revoca e rinuncia alla autorizzazione	30
Articolo 56 – Decadenza, sospensione o modifica dell'autorizzazione	30
Articolo 57 - Anticipata rimozione	30
Articolo 58 – Ripristino dello stato dei luoghi	31
CAPO V: VIGILANZA E SANZIONI	31
Articolo 59 - Vigilanza	31
Articolo 60 - Sanzioni amministrative e rimozione	31
Articolo 60 bis – catasto degli impianti pubblicitari	32
CAPO VI: DISPOSIZIONI TRANSITORIE E FINALI	33
Articolo 61 - Norma Transitoria	33
Articolo 62 - Entrata in vigore del regolamento	33
ALLEGATO 1 - ABACO	33

TITOLO I – PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

CAPO I - DISPOSIZIONI GENERALI

ARTICOLO 1 - CONTENUTI E FINALITÀ

1. Il Piano generale degli impianti di affissione e altri mezzi di pubblicità disciplina la quantità, la tipologia e la distribuzione sul territorio comunale dei mezzi pubblicitari in relazione alle esigenze di carattere sociale ed economico, della concentrazione demografica, delle esigenze di tutela ambientale e paesaggistica, di equilibrio della localizzazione degli impianti e del rispetto delle norme di sicurezza della circolazione stradale, oltre al rispetto delle previsioni e prescrizioni urbanistiche.

2. La finalità del Piano è quella di procedere al riordino degli impianti sopra elencati e di disciplinare i criteri e le modalità per l'installazione di nuovi impianti pubblicitari, al fine di contemperare la domanda del mercato con le esigenze di salvaguardia del decoro e della qualità estetica e funzionale dell'ambiente urbano. Obiettivo preminente del Piano risulta pertanto quello di armonizzare l'inserimento dei mezzi pubblicitari nel contesto urbano.

ARTICOLO 2 - ZONIZZAZIONE

1. Al fine di disciplinare la distribuzione dei mezzi pubblicitari, il territorio comunale si considera suddiviso nelle seguenti zone:

- a) Centro Storico, corrispondente alla zona territoriale omogenea A degli strumenti urbanistici vigenti;
- b) Centro Abitato (escluso il Centro Storico), delimitato con apposita deliberazione comunale ai sensi dell'art. 4 del Codice della Strada (D.lgs. n.285/1992);
- c) Aree esterne al centro abitato, comprendenti tutte le zone agricole e le zone territoriali extraurbane.

ARTICOLO 3 - CLASSIFICAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI

1. I mezzi pubblicitari, così come definiti dall'art. 47 del Regolamento di esecuzione e attuazione del nuovo Codice della Strada (D.P.R. n.495/1992) sono così classificati:

- a) Impianti di affissione pubblica o diretta
- b) Cartelli pubblicitari
- c) Altri mezzi di pubblicità e propaganda

CAPO II - IMPIANTI DI AFFISSIONE

ARTICOLO 4 - DEFINIZIONE E QUANTIFICAZIONE DEGLI IMPIANTI DI PUBBLICHE AFFISSIONI

1. Per impianti di pubbliche affissioni si intendono tutti gli impianti di proprietà del Comune, collocati esclusivamente su aree pubbliche o immobili privati sui quali il Comune esercita il diritto di affissione.

2. Al 1° gennaio 2007 è presente una superficie per affissione pubblica (istituzionale, sociale e commerciale) pari mq 970.

La superficie complessiva sopraindicata può essere incrementata in misura adeguata a soddisfare la richiesta di affissione degli utenti, e comunque fino e non oltre a mq 1.800, al fine di consentire il posizionamento di impianti in zone sprovviste, o di nuova edificazione, o dove maggiore è la domanda di affissione.

3. Gli impianti di pubbliche affissioni attualmente installati dovranno essere gradualmente sostituiti con gli impianti di nuova tipologia previsti dal presente piano.

ARTICOLO 5 - DEFINIZIONE E QUANTIFICAZIONE DEGLI IMPIANTI PRIVATI PER AFFISSIONE DIRETTA

1. Per affissioni dirette si intendono le affissioni di manifesti e simili effettuate direttamente da soggetti privati, diversi dal Comune e dai suoi concessionari, anche per conto altrui.

2. Per le affissioni dirette si applica la disciplina dettata dall'art.8 del Regolamento comunale per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni.

ARTICOLO 6 - IMPIANTI DI AFFISSIONE NEL CENTRO STORICO CITTADINO

1. Fatti salvi gli spazi esistenti e attualmente destinati alle affissioni, nel Centro Storico l'installazione e la localizzazione di nuovi impianti, dovrà avvenire nel rispetto delle prescrizioni contenute nel Piano di recupero del centro storico.

2. Non sono ammessi impianti del tipo "poster".

3. (abrogato)¹

ARTICOLO 7 - SUDDIVISIONE TRA AFFISSIONI COMMERCIALI E SOCIALI

1. La ripartizione degli impianti per le pubbliche affissioni è disciplinata dall'art. 7 del Regolamento comunale per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni

ARTICOLO 8 - TIPOLOGIE DI IMPIANTI PER LE AFFISSIONI, CARATTERISTICHE E MATERIALI

1. E' ammessa unicamente l'installazione di impianti per le affissioni delle seguenti tipologie: cilindro (cm 70x100 e formati inferiori);

cm 70x50 standard funerario mono e bifacciale (quattro o otto spazi 70x50)

cm 70X100 a parete;

cm 70x100 totem (dodici spazi 70x100);

cm 100x140 a parete;

cm 100x140 stelo bifacciale (disposto affiancato, a pettine, a pettine inclinato);

cm 100x140 totem (sei spazi 100x140);

cm 140x200 a parete;

cm 140x200 standard monofacciale e bifacciale;

¹ Comma abrogato con delibera di C.C. n. 10 del 31.01.2011.

cm 200x140 a parete;
cm 200x140 standardo monofacciale e bifacciale;
cm 600x300 monofacciale e bifacciale (poster).

2. Gli impianti previsti sono di nuova tipologia e sostituiranno gradualmente quelli esistenti. In particolare, dovranno essere completamente eliminate le affissioni eseguite sui muri sia direttamente che su lamiera o altri supporti piani completamente aderenti ai muri stessi. Gli impianti dovranno risultare uguali ai modelli adottati dal presente piano e descritti dagli elaborati grafici allegati, fatto salvo quanto previsto dalle NTA (Norme Tecniche di del Piano di recupero del Centro Storico).

3. Tutti gli impianti sono realizzati con struttura di sostegno in profilati metallici protetti dalla corrosione e verniciati, con procedimenti che assicurino assenza di manutenzione, nel colore RAL 7012 grigio. I pannelli di supporto per i manifesti saranno realizzati con materiali protetti dalla corrosione o inossidabili (lamiera zincata, alluminio, acciaio inox, derivati plastici) e saranno fissati alla struttura con sistemi che ne rendano agevole la rimozione per esigenze di manutenzione o sostituzione.

4. Gli impianti del tipo “cilindro” potranno essere realizzati con basamenti diversi, come marmo, pietra, calcestruzzo con inerti colorati, comunque in modo tale da non generare confusione con i segnali stradali ed in modo tale da accordarsi con i materiali di pavimentazione. Il fissaggio a terra o a parete degli impianti dovrà comunque essere verificato dal costruttore e dall’installatore e calcolato in relazione alle caratteristiche dei supporti in modo da garantire il rispetto delle norme di sicurezza e l’incolumità di persone e cose.

ARTICOLO 9 - CRITERI DI INDIVIDUAZIONE DEGLI SPAZI E COLLOCAZIONE DEGLI IMPIANTI DI AFFISSIONE

1. Per ogni tipologia di impianto sono previsti criteri di collocazione specifici che dovranno essere rispettati per garantire una corretta ed efficace fruizione dei messaggi. Gli elaborati grafici relativi a tali criteri sono allegati in calce al presente Regolamento. Le caratteristiche e le dimensioni dei manifesti determinano i criteri di massima da seguire per la collocazione degli stessi.

2. Di seguito si riportano le specifiche per ogni formato di manifesto:

Manifesti di formato inferiore a cm 70x100 - Sono realizzati in questo formato locandine, manifesti funerari, avvisi di manifestazioni culturali e di offerte commerciali. Il formato ed il contenuto determinano una fruizione molto ravvicinata e lenta. La loro affissione dovrà avvenire preferibilmente su cilindro o totem. Gli spazi preferiti sono il Centro Storico, zone antistanti edifici pubblici, parchi e giardini, piazze. Per i manifesti funebri, di formato cm 50x70, è previsto uno specifico supporto, gli ambiti preferibili, oltre a quelli precedentemente indicati, sono quelli vicini a chiese ed ospedali e cimiteri.

Manifesti cm 70x100 - Sono realizzati in questo formato la maggior parte dei manifesti culturali, istituzionali e commerciali ma di ambito locale. Il formato ed il contenuto determinano una fruizione ravvicinata e lenta. La loro affissione dovrà avvenire preferibilmente su supporti a parete, in serie da 3 a 7 elementi, o su cilindro o totem. Gli spazi preferiti sono il Centro Storico, i centri abitati di frazione, zone antistanti edifici pubblici, parchi e giardini, piazze.

Manifesti cm 100x140 – Sono realizzati in questo formato manifesti culturali di interesse regionale, manifesti cinematografici o commerciali. L’affissione è preferibile su supporti a parete, su steli bifacciali, cilindro e su totem. Per le tipologie a parete e su steli si prevedono serie da 3 a 5 impianti poste, le prime, sui muri di recinzione di edifici pubblici, gli steli lungo le strade a lenta percorrenza come quelle limitrofe al centro storico, lungo le aiuole delle piste ciclabili e lungo percorsi pedonali ai margini di zone a verde pubblico, disposti a pettine o affiancati e visibili su ambo i lati.

Manifesti cm 140x200 e 200x140 - Formato quasi esclusivamente commerciale, anche quando utilizzato per pubblicizzare attività culturale; si tratta in genere di avvenimento di tale rilevanza da

assumere comunque un preminente aspetto economico e quindi non assimilabile a comunicazione di pubblica utilità. Le installazioni sono prevalentemente a standard, poste lungo le vie anche di scorrimento relativamente veloce come strade e viali principali dal centro verso la periferia, preferibilmente in serie da 2 a 5 elementi, disposti a pettine o affiancati e visibili su ambo i lati.

Poster cm 600x300 - Formato prevalentemente per messaggi commerciali da installare su impianto con autonomo supporto nei tipi monofacciale o bifacciale . In considerazione dell'ingombro e del forte impatto visivo questi impianti devono essere dislocati preferibilmente lungo strade di scorrimento, nei parcheggi pubblici, in prossimità di centri commerciali o impianti sportivi e comunque su aree caratterizzate da ampie visuali libere. La loro collocazione deve essere di norma in serie.

CAPO III - CARTELLI PUBBLICITARI

ARTICOLO 10 : DEFINIZIONI E DIMENSIONAMENTO

1. Si intendono compresi in questa definizione i manufatti bidimensionali supportati da una idonea struttura di sostegno, con una sola o entrambe le facce finalizzate alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, diversi da quelli destinati ad affissione pubblica e diretta. Quindi, risultano compresi in questa definizione i mezzi con messaggio pubblicitario prevalentemente di tipo commerciale che non comportano l'affissione di manifesti o nei quali non avvenga una rotazione con cadenza almeno mensile e risultino quindi riservati ad un solo emittente del messaggio pubblicitario, installati su spazi pubblici o privati che non sono sede o pertinenza accessoria della attività oggetto di pubblicità. Possono essere luminosi sia per luce propria che per luce indiretta.

2. Con il Piano si stabilisce che possono essere installati sul territorio del Comune cartelli pubblicitari per una superficie massima complessiva determinata con apposita delibera di Giunta Comunale.

I cartelli pubblicitari, da installarsi preferibilmente nei pressi degli insediamenti commerciali o direzionali e comunque non in zone agricole o in zone territoriali extraurbane, dovranno essere conformi alle caratteristiche e tipologie indicate nell'art. 8 del presente Piano; possono essere autorizzate, salvo quanto previsto nel successivo articolo 31, esclusivamente le seguenti misure:

- cm 70 x 100
- cm 100 x 140
- cm 140 x 200
- cm 200 x 140

3. I cartelli pubblicitari esistenti che non risultano conformi alle norme del Codice della Strada dovranno essere rimossi ed eventualmente ricollocati in posizioni conformi.

4. Gli impianti che non risulteranno conformi o che non rispettino per tipologia e formato le norme del presente regolamento nonché quelli posti su strade comunali in zone esterne ai centri abitati dovranno essere adeguati allo scadere delle autorizzazioni o in concomitanza con interventi di subentro o variazione del messaggio.

CAPO IV - ALTRI MEZZI PUBBLICITARI

ARTICOLO 11 - DEFINIZIONE DEGLI ALTRI MEZZI PUBBLICITARI

1. Sono definiti altri mezzi pubblicitari gli impianti non compresi tra quelli di affissione e tra i cartelli pubblicitari, quali:

- insegne

- preinsegne;
- targhe di esercizio e pubblicitarie;
- tende parasole;
- vetrofanie;
- pubblicità sui veicoli;
- ogni messaggio pubblicitario riferito ad iniziative occasionali con durata limitata;²

2. Gli impianti per altri mezzi pubblicitari rimangono esclusi da limiti quantitativi e dai criteri tipologici indicati in precedenza, sono pertanto soggetti soltanto alle norme e limitazioni previste dal Titolo II del presente regolamento.

ARTICOLO 12 : IMPIANTI PUBBLICITARI DI SERVIZIO

1. L'installazione di impianti pubblicitari di servizio di cui all'art.38 del presente regolamento è subordinata alla stipula di apposita convenzione nella quale sono indicati durata ed oneri della autorizzazione.

² Il punto è stato inserito con delibera di C.C. n. 10 del 31.01.2011.

TITOLO II: DISCIPLINA DEI MEZZI PUBBLICITARI

CAPO I: NORME COMUNI A TUTTE LE FORME DI PUBBLICITA'

ARTICOLO 13 - COLLOCAZIONE VIETATA

1. Il posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari e' vietato, fuori ed entro i centri abitati, sulle corsie esterne alle carreggiate, sulle cunette e sulle pertinenze di esercizio delle strade che risultano comprese tra carreggiate contigue; ad esclusione, all'interno dei centri abitati, delle pertinenze di esercizio comprese tra due carreggiate che abbiano larghezza di almeno m 4 e siano poste parallelamente all'asse della carreggiata:³

in corrispondenza delle intersezioni;

lungo le curve come definite all'articolo 3, comma 1, punto 20), del codice e su tutta l'area compresa tra la curva stessa e la corda tracciata tra i due punti di tangenza;

sulle scarpate stradali sovrastanti la carreggiata in terreni di qualsiasi natura e pendenza superiore a 45°;

in corrispondenza dei raccordi verticali concavi e convessi segnalati;

sui ponti e sottoponti non ferroviari;

sui cavalcavia stradali e loro rampe;

lungo ed in vista degli itinerari internazionali, delle autostrade e delle strade extraurbane principali e relativi accessi;

sui cavalcavia e loro rampe;

sui parapetti stradali, sulle barriere di sicurezza e sugli altri dispositivi laterali di protezione e di segnalazione, ad eccezione dei centri abitati, dove questa disposizione non si applica alle transenne parapetonali a condizione che i messaggi pubblicitari siano posti solo sulla faccia rivolta ai pedoni;

sui bordi dei marciapiedi e dei cigli stradali

lungo le strade nell'ambito e in prossimità di luoghi sottoposti a vincoli a tutela di bellezze naturali e paesaggistiche o di edifici o luoghi di interesse storico o artistico, salvo quanto previsto al titolo II, capo III del presente regolamento.

2. Il posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari deve comunque avvenire in modo da non occultare le targhe toponomastiche e quant'altro destinato alla pubblica visibilità.

3. La collocazione degli impianti fissi per le affissioni, come definiti dall'art. 26, e' sempre vietata sulle aree private.

4.. La collocazione di insegne pubblicitarie e di esercizio e' vietata sui parapetti di balconi, sulle facciate e dentro le luci delle finestre, ad eccezione di quanto stabilito nell'art. 24, 12° comma.

4 bis. In deroga a quanto previsto dal comma 4, fatta eccezione per il centro storico, è consentita la collocazione di insegne pubblicitarie sulle facciate e dentro alle luci delle finestre qualora gli strumenti urbanistici comunali prevedano obbligatoriamente tale collocazione e qualora non sia presente un'area cortiliva^{4 5}.

5. È vietata la collocazione di impianti pubblicitari privi di messaggio pubblicitario o con messaggio pubblicitario da vendere, intendendosi tali anche i messaggi che pubblicizzano imprese che svolgono attività di commercializzazione degli stessi spazi pubblicitari, qualora il messaggio pubblicitario sia variato prima dello scadere dell'autorizzazione triennale.⁶

³ Comma modificato con delibera di C.C. n. 10 del 31.01.2011.

⁴ Comma introdotto con delibera di C.C. n.93 del 26.05.2008

⁵ Comma modificato con delibera di C.C. n. 10 del 31.01.2011.

⁶ L'ultima parte del comma 5 è stata inserita con delibera di C.C. n. 147 del 30.11.2009.

6. È vietata la collocazione di impianti pubblicitari il cui messaggio non sia riportato anche in lingua italiana con le medesime caratteristiche di visibilità»⁷.

ARTICOLO 14 - COLLOCAZIONE FUORI CENTRO ABITATO

1. Il posizionamento di cartelli e di altri mezzi di pubblicità fuori dai centri abitati e dai tratti di strade extraurbane, salvo quanto previsto dal successivo art. 15, 2° comma, può essere autorizzato nel rispetto delle seguenti distanze minime:

- 3 m dal limite della carreggiata;
- 100 m dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari;⁸
- 250 m prima dei segnali stradali di pericolo e di prescrizione;
- 150 m dopo i segnali stradali di pericolo e di prescrizione;
- 150 m prima dei segnali di indicazione;
- 100 m dopo i segnali di indicazione;
- 100 m dal punto di tangenza delle curve orizzontali come definito all'art. 3, comma 1, punto 20) del Codice della Strada;
- 250 m prima delle intersezioni;
- 100 m dopo le intersezioni
- 200 m dagli imbocchi delle gallerie;
- 100 m dal vertice dei raccordi verticali concavi e convessi.

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

2. Le norme di cui al precedente comma 1, e quella di cui all'art. 13, 1° comma, limitatamente al posizionamento in curva, non si applicano per le insegne collocate parallelamente al senso di marcia dei veicoli ed in aderenza ai fabbricati o comunque ad una distanza non inferiore a tre metri dal limite della sede stradale, purché siano rispettate le disposizioni dell'art. 23, 1° comma, del Codice della Strada.

3. Le distanze indicate al 1° comma, ad eccezione di quelle relative alle intersezioni, non devono essere rispettate per i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari collocati in posizione parallela al senso di marcia dei veicoli e posti in aderenza, per tutta la loro superficie, a fabbricati o comunque ad una distanza non inferiore a tre metri dal limite della carreggiata.

4. Il bordo inferiore dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari fuori dai centri abitati deve essere in ogni suo punto, a quota superiore di m 1,5 rispetto a quella della banchina stradale misurata nella sezione stradale corrispondente.

ARTICOLO 15 - COLLOCAZIONE IN CENTRO ABITATO

1. La collocazione dei cartelli e di tutti gli altri mezzi pubblicitari, entro i centri abitati e lungo le strade extraurbane con un limite di velocità non transitorio non superiore a 50 km/h, salvo quanto

⁷ Il comma è stato inserito con delibera di C.C. n. 10 del 31.01.2011.

⁸ La misura di 150 m è stata sostituita con 100 m con delibera C.C. n. 93 del 26.05.2008

previsto dagli artt. 18 e 40 e dal comma successivo del presente articolo, può essere autorizzata nel rispetto delle seguenti distanze minime espresse in metri:

- 25 m prima dei segnali stradali di pericolo e prescrizione, degli impianti semaforici e dalle intersezioni, lungo strade urbane di scorrimento e di quartiere
- 100 m dagli imbocchi delle gallerie;
- 2 m dal limite della carreggiata;
- 25 m da altri cartelli o mezzi pubblicitari, dai segnali di indicazione e dopo segnali stradali di pericolo o prescrizione, degli impianti semaforici e delle intersezioni;⁹

2. (ABROGATO)¹⁰

3. Le norme di cui al comma 1, e quella di cui all'art. 13, 1° comma, limitatamente al posizionamento in curva, non si applicano per le insegne di esercizio collocate parallelamente al senso di marcia dei veicoli, in aderenza o in allineamento a fabbricati, filari di alberi e recinzioni o comunque ad una distanza non inferiore a due metri dal limite della sede stradale, purché siano rispettate le disposizioni dell'art. 23, 1° comma, del Codice della Strada.¹¹

4. Le distanze indicate al comma 1, ad eccezione di quelle relative alle intersezioni, non devono essere rispettate per i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari collocati in posizione parallela al senso di marcia dei veicoli e posti in aderenza o in allineamento a fabbricati, filari di alberi e recinzioni o comunque ad una distanza non inferiore a due metri dal limite della sede stradale.¹²

5. Il bordo inferiore dei cartelli pubblicitari e gli impianti di affissione nei centri abitati deve essere in ogni suo punto, a quota superiore di m 0,70 rispetto a quella della banchina stradale misurata nella sezione stradale corrispondente

6. È vietata la localizzazione di cartelli pubblicitari nelle seguenti zone omogenee di piano regolatore:

- zona A (centro storico)
- zone B (residenziali di completamento)
- zone C (residenziali di espansione)
- zone D5 (zone per attrezzature e servizi di interesse generale)
- zone del bosco della cintura urbana
- zone F/G1 e zone F/G2
- zone a parcheggio comprese nelle zone omogenee sopra descritte

La localizzazione di cartelli pubblicitari è ammessa:

- nelle restanti zone omogenee di PRG;
- su entrambi i lati dell'anello tangenziale come individuato nel PRG;
- sul lato strada che costeggia una zona omogenea di PRG in cui sono ammesse le installazioni di cartelli pubblicitari.

ARTICOLO 16 - DIMENSIONI MASSIME

1. Fuori dal centro abitato i cartelli pubblicitari non devono superare la superficie di cui all'articolo 10.¹³

2. Nel Centro Abitato si rimanda alle norme che disciplinano le singole tipologie di impianti .

⁹ La misura di 25 m è stata sostituita con la misura 50 m con delibera di C.C. n. 147 del 30.11.2009 e successivamente riportata a 25 m con delibera di C.C. n. 10 del 31.01.2011.

¹⁰ Il comma 2 è stato abrogato con delibera di C.C. n. 147 del 30.11.2009.

¹¹ Il comma è stato modificato con delibera di C.C. n. 147 del 30.11.2009.

¹² Il comma è stato modificato con delibera di C.C. n. 147 del 30.11.2009.

¹³ Comma modificato con delibera di C.C. n. 10 del 31.01.2011.

ARTICOLO 17 - CARATTERISTICHE COMUNI DEI CARTELLI, DELLE INSEGNE D'ESERCIZIO E DEGLI ALTRI MEZZI PUBBLICITARI

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

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

3. Qualora le suddette strutture costituiscono manufatti la cui realizzazione e posa in opera è regolamentata da specifiche norme, l'osservanza delle stesse e l'adempimento degli obblighi da queste previste deve essere documentato prima del ritiro dell'autorizzazione.

4. I cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari hanno sagoma regolare, che in ogni caso non deve generare confusione con la segnaletica stradale. Particolare cautela è adottata nell'uso dei colori, specialmente del rosso, e del loro abbinamento, al fine di non generare confusione con la segnaletica stradale, specialmente in corrispondenza e in prossimità delle intersezioni. Occorre altresì evitare l'utilizzo del colore rosso nei cartelli, nelle insegne di esercizio e negli altri mezzi pubblicitari laddove possano costituire limite alla percettibilità di segnali stradali di pericolo, di precedenza e d'obbligo.¹⁴

5. La collocazione dei cartelli ed altri mezzi pubblicitari deve rispettare i criteri di un corretto ed equilibrato inserimento, sia ambientale che architettonico ed i limiti quantitativi e le tipologie previste dal presente regolamento.

6. I mezzi pubblicitari devono avere sagoma regolare, che in ogni caso non può essere quella di disco o di triangolo.

7. (abrogato)¹⁵

8. (abrogato)¹⁶

9. (abrogato)¹⁷

10. E' vietata l'installazione di impianti pubblicitari che non contengano messaggi pubblicitari.

ARTICOLO 18 - PUBBLICITÀ ITINERANTE

1. (abrogato)¹⁸

2. Possono essere installati i segnali turistici e di territorio, come definiti dagli artt. 134 e seguenti del Regolamento di Esecuzione e di Attuazione del Codice della Strada.

ARTICOLO 19- ESCLUSIONE

1. I mezzi di pubblicità collocati su aree pubbliche o di uso pubblico non visibili dalla strada non sono assoggettati alle limitazioni previste dal presente Capo.

ARTICOLO 20 - CARATTERISTICHE 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 ne' luce intermittente, ne' di colore rosso, ne' di intensità luminosa superiore a 150 candele per metro quadrato, o che comunque provochi abbagliamento o distrazione dell'attenzione nella guida per i conducenti di veicoli.

¹⁴ Comma modificato con delibera di C.C. n. 10 del 31.01.2011.

¹⁵ Comma abrogato con delibera di C.C. n. 00 del 00/03/2016

¹⁶ Comma abrogato con delibera di C.C. n. 10 del 31.01.2011.

¹⁷ Comm abrogato con delibera di C.C. n. 10 del 31.01.2011.

¹⁸ Comm abrogato con delibera di C.C. n. 10 del 31.01.2011.

2. La croce rossa luminosa e' consentita esclusivamente per indicare ambulatori e posti di pronto soccorso.

3. La croce verde luminosa e' consentita esclusivamente per indicare le farmacie.

4. I mezzi pubblicitari luminosi dovranno essere comunque realizzati in conformità alla normativa regionale in materia di inquinamento luminoso e risparmio energetico.¹⁹

ARTICOLO 21 - UBICAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI NELLE STAZIONI DI SERVIZIO E NELLE AREE DI PARCHEGGIO

1. Sulle strade di tipo A e B, come definite dall'art. 2 del D.Lgs. 30.4.1992 n. 285, la superficie complessiva dei cartelli e mezzi pubblicitari non deve superare il 3% delle aree occupate dalle stazioni e dalle aree medesime; mentre sulle strade di tipo C ed F, definite come sopra, la superficie non può superare l' 8%.

2. Nelle strade di tipo D ed E, la superficie complessiva non deve superare il 10% delle aree occupate.

3. Nelle aree di parcheggio e' ammessa, inoltre, in eccedenza alle superfici pubblicitarie di cui sopra, la collocazione di altri mezzi pubblicitari attinenti servizi presenti nell'area entro il limite di mq. 2 per ogni servizio prestato.

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. 4 nel rispetto delle distanze e norme precedentemente indicate ad eccezione della distanza dal limite della carreggiata.

ARTICOLO 22 - STAZIONI DI RIFORNIMENTO DI CARBURANTE

1. Fuori dai centri abitati, nelle aree destinate a stazione di rifornimento di carburante, può essere autorizzata la collocazione di cartelli con le medesime modalità di cui all'ultimo comma del precedente articolo.

2. All'interno dei centri abitati valgono le disposizioni previste dal 4° comma del precedente articolo, ad eccezione della distanza minima da tutti gli altri cartelli che non può essere inferiore a ml. 10.

ARTICOLO 23 - MESSAGGI PUBBLICITARI DI ATTIVITÀ A CARATTERE TEMPORANEO

1. Sulle strutture di attività con carattere di temporaneo o stagionale e' consentita l'installazione della sola insegna di esercizio.

CAPO II: CLASSIFICAZIONE , DEFINIZIONE E NORME SPECIFICHE DEI MEZZI PUBBLICITARI

ARTICOLO 24 – INSEGNE DI ESERCIZIO

1. E' da considerarsi insegna la scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da un simbolo o da un marchio, 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.

¹⁹ Comma introdotto con delibera di C.C. n. 93 del 26.05.2008

2. Per pertinenze accessorie si intendono gli spazi e le aree limitrofe alla sede dell'attività, poste a servizio, anche non esclusivo, di essa.

3. In caso di utilizzo delle pertinenze da parte di più attività, e' necessario servirsi di un mezzo pubblicitario unitario.

4. Le insegne di esercizio si classificano secondo la loro collocazione in :

- a) bandiera orizzontale (in aggetto da una costruzione);
- b) bandiera verticale (in aggetto da una costruzione);
- c) frontali;
- d) a tetto, su pensilina o sulle facciate di edifici destinati a funzioni industriali, commerciali e direzionali;
- e) su palina o a totem (insegna collocata su supporto proprio).

5. Le dimensioni massime delle insegne di esercizio e pubblicitarie collocate in centro abitato sono le seguenti:

- per quelle individuate ai precedenti punti a), b), c) ed e), collocate parallelamente o perpendicolarmente all'asse della carreggiata, 10 mq;²⁰
- per quelle individuate al precedente punto d), 20 mq.

6. Le dimensioni massime delle insegne di esercizio fuori dai centri abitati collocate parallelamente all'asse della carreggiata o in aderenza ai fabbricati destinati a funzioni industriali, commerciali e direzionali possono raggiungere i 20 mq , nel caso la facciata dell'edificio in cui ha sede l'attività superi i 100 mq la superficie dell'insegna può essere aumentata in misura del 10% della superficie di facciata eccedente i 100 mq fino ad un massimo di 50 mq.

7. La collocazione di insegne, e la dimensione delle stesse, nelle zone di interesse storico, artistico, culturale ed ambientale viene disciplinata dagli artt. 41 e seguenti del presente regolamento.

8. Sono equiparate alle insegne, le iscrizioni che identificano l'attività o l'esercizio cui si riferiscono, realizzate con tecniche pittoriche direttamente su muro.

9. Le insegne a bandiera sia orizzontali che verticali devono essere installate in modo che la distanza da terra del bordo inferiore sia rispettivamente uguale o superiore a m 3,00 se aggettanti su percorsi esclusivamente pedonali e m 4,70 se aggettanti su sedi stradali o passaggi accessibili da automezzi.

10. La distanza del bordo verticale esterno rispetto al filo del muro dell'edificio non può superare i 2/3 dell'ampiezza del marciapiede ed in valore assoluto m 1,20.

11. Le insegne frontali devono essere installate nel vano compreso tra gli stipiti e l'architrave ed essere contenute all'interno della proiezione verticale del vano stesso. Solamente nei casi in cui le dimensioni della vetrina o l'altezza della porta non consentano quanto prima disposto le insegne potranno essere poste immediatamente sopra o a fianco del vano ed avere una sporgenza massima rispetto al filo esterno del muro di cm 15 .

12. 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 comma precedente, a tetto o su pensilina, intese come parti integranti del disegno architettonico dell'edificio

13. 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 6,00;

14. E' vietata la installazione di insegne sulle facciate degli edifici caratterizzati da vincoli architettonici, ad eccezione dei casi di cui al successivo art. 42, 2° comma.

²⁰ Punto così modificato con delibera di C.C. n. 53 del 31/03/2016

15. Fatto salvo quanto previsto nel Piano di recupero del centro storico, è vietata la installazione di insegne sui parapetti di balconi, sulle facciate, dentro le luci delle finestre e nelle arcate frontali e di testa dei portici.²¹

ARTICOLO 25 - CARTELLO PUBBLICITARIO

1. Si definisce cartello pubblicitario quel manufatto mono o bifacciale, supportato da una idonea struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici sia direttamente, sia tramite sovrapposizione di altri elementi ad esclusione delle affissioni. Esso è utilizzabile in entrambe le facciate anche per immagini diverse. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.

2. La collocazione del cartello può avvenire con struttura propria (cartello isolato), o sull'esistente (cartello a parete), gli impianti dovranno essere conformi alle caratteristiche indicate nel Titolo I del presente regolamento; per i cartelli di nuova installazione possono essere autorizzate esclusivamente le seguenti misure:

- cm 70 x 100
- cm 100 x 140
- cm 140 x 200
- cm 200 x 140

ARTICOLO 26 - MANIFESTO E IMPIANTI DI AFFISSIONE

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 con durata di esposizione inferiore a 30 giorni.

2. L'affissione di manifesti è vietata in ogni luogo al di fuori degli spazi preordinati; è vietata l'affissione diretta sui muri.

3. Le caratteristiche tecniche, il materiale da usare, e le tecniche di installazione degli impianti fissi per le affissioni sono indicate agli artt. 8 e 9 del presente regolamento.

4. I pannelli e/o targhe pubblicitarie del tipo vendesi/affittasi, possono essere installati previa comunicazione alla Polizia Municipale indicante il contenuto del messaggio pubblicitario e l'esatta ubicazione del posizionamento degli stessi. L'installazione potrà avvenire indifferentemente sulle facciate, sulle vetrine, sui balconi degli edifici oggetto di affitto e/o vendita, mai su pali autonomi. I materiali di supporto utilizzati dovranno essere in PVC o simili materiali plastici, o comunque in materiale non deteriorabile, ed essere ancorati ed assicurati in modo da resistere adeguatamente alla spinta del vento; dovranno, inoltre, essere privi di luminosità. L'autorizzazione all'esposizione si intende accordata, salva comunicazione contraria, per tre mesi, decorsi i quali deve essere rinnovata, qualora persista l'interesse a tale pubblicità. Al termine di tale periodo, gli stessi dovranno essere rimossi a spese e cura di colui che ha effettuato la comunicazione. I pannelli e/o targhe pubblicitarie risultano esenti dall'imposta di pubblicità se di superficie complessiva non superiore ad un 1/4 di mq; sono assoggettati ad imposizione in caso di maggior dimensione che comunque non potrà mai risultare superiore a cm 30 per cm 60.

ARTICOLO 27 - STRISCIONE, LOCANDINA, STENDARDO E BANDIERA

1. Si considera striscione, locandina, stendardo e bandiera l'elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, mancante di una superficie di appoggio o

²¹ Comma così modificato con delibera di C.C. n. 10 del 31.01.2011.

comunque non aderente alla stessa, finalizzato alla promozione pubblicitaria di manifestazioni o spettacoli. Può essere luminoso per luce indiretta.

2. Su tali mezzi, oltre al titolo, luogo e periodo di svolgimento dello spettacolo o della manifestazione, e' consentito apporre il marchio e la denominazione di enti, associazioni, ditte o sponsor in generale.

3. L'esposizione di striscioni, locandine, bandiere e stendardi e' ammessa unicamente durante il periodo di svolgimento della manifestazione o dello spettacolo cui si riferisce oltre che durante la due settimane precedenti e alle 24 ore successive allo stesso.

4. Le distanze dai cartelli e dagli altri mezzi pubblicitari sono così ridotte:

Fuori centro abitato: m 50;

Centro Abitato: m 12,5.

5. Gli striscioni non possono avere altezza superiore a m 1,0.

6. Il bordo inferiore di striscioni, stendardi posizionati al di sopra della carreggiata stradale deve risultare sempre superiore a m 5,1 rispetto al piano stradale.

7. (abrogato)²²

8. E' vietata in tutto il territorio comunale la pubblicità effettuata mediante lancio di volantini od oggetti da velivoli o veicoli e la pubblicità commerciale svolta a mezzo volantinaggio.

9. E' consentita la pubblicità non inerente ad attività economiche, effettuata tramite volantinaggio, svolta da Associazioni ed Enti senza scopo di lucro in occasione di manifestazioni culturali, ricreative, sportive, religiose, politiche, sindacali e di categoria. La richiesta dell'interessato, con indicazione del messaggio pubblicitario che si intende diffondere e di giorno, ora, luogo della diffusione, è trasmessa al Comando di Polizza Municipale che ne inoltre copia vidimata al Servizio Tributi.²³

ARTICOLO 28 - 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.

2. I segni orizzontali reclamistici sono ammessi unicamente all'interno di aree di uso pubblico di pertinenza di complessi industriali e commerciali e 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 e alle 24 ore precedenti e successive.

3. Per essi non si applicano gli artt. 20, 21 e 22 salvo le distanze previste per le collocazioni di mezzi pubblicitari fuori ed entro i centri abitati unicamente rispetto ai segnali stradali orizzontali.

4. Essi devono essere realizzati con materiali rimovibili, ma ben ancorati, nel momento dell'utilizzo, alla superficie stradale e che garantiscano una buona aderenza dei veicoli sugli stessi.

ARTICOLO 29 – TARGHE DI ESERCIZIO E PUBBLICITARIE

1. Per targa di esercizio si intende la scritta in caratteri alfanumerici completata eventualmente da un simbolo o marchio, installata nella sede di esercizio dell'attività o nelle pertinenze accessorie, nel caso in cui l'attività stessa sia priva di vetrine. Le targhe indicanti professioni ed attività in genere devono essere collocate preferibilmente negli stipiti della porta o, in alternativa, anche in

²² Comma abrogato con delibera di C.C. n. 10 del 31.01.2011.

²³ L'ultimo periodo del comma è stato sostituito con delibera di C.C. n. 10 del 31.01.2011.

riferimento alle condizioni specifiche, lateralmente alla porta stessa o sui battenti ed avere una dimensione massima di cm 50 x 25, ad eccezione di quanto previsto nel successivo articolo 43.²⁴

2. Targa pubblicitaria: e' definita come la targa di esercizio, se ne discosta per la collocazione, consentita in luogo diverso da quello in cui ha sede l'esercizio dell'attività, o dalle relative pertinenze accessorie. Le targhe pubblicitarie possono avere dimensioni massime di cm. 50 x 25.

3. Per le targhe da collocare nel centro storico si rende applicabile quanto previsto dalle norme del Piano di recupero del centro storico.

ARTICOLO 30 – BACHECHE

1. Per bacheche si intendono vetrinette con frontale apribile, o a giorno, installate a muro o collocate a terra su supporto proprio, destinate alla esposizione di quotidiani, periodici o altri mezzi di stampa o alla diffusione di informazioni o propaganda dell'attività di enti pubblici, partiti politici e associazioni varie; nonché all'esposizione di menu, tariffe e prezzi di pubblici esercizi e alberghi.

2. La sporgenza massima delle bacheche, ove consentite a muro, non deve essere superiore a cm 10 dal filo esterno della muratura.

3. Per le bacheche da collocare nel centro storico si rende applicabile quanto previsto dalle norme del Piano di recupero del centro storico.

ARTICOLO 31 – TENDE PUBBLICITARIE

1. Per tende pubblicitarie si intendono manufatti mobili o semimobili in tessuto o in materiali assimilabili posti esternamente a protezione di vetrine o ingressi, con tipologia a sbalzo o appoggiata, fissa o ritraibile. Sulle tende è ammessa soltanto l'apposizione di insegne realizzate con tecniche pittoriche o per riporto di materiale tessile o simile bidimensionale, comunque non con soluzioni rigide e tridimensionali. Tali manufatti devono rispettare i criteri di corretto inserimento nell'ambiente con particolare riguardo all'edificio interessato. Tecniche e materiali impiegati devono soddisfare requisiti di decoro, durabilità, resistenza alle sollecitazioni e sicurezza. Qualora aggettino sulla carreggiata stradale dovranno sempre essere retrattili.

2. Le tende a sbalzo a protezione di mostre, vetrine ed accessi pedonali dovranno osservare un'altezza minima dalla quota del marciapiede di ml. 2,20, a condizione che ciò non arrechi disturbo alla visibilità ed un aggetto inferiore di almeno cm. 50 rispetto alla larghezza del marciapiede e comunque non superiore a ml. 2.

3. Le tende appoggiate a protezione di mostre, vetrine ed accessi pedonali potranno essere installate se gli appoggi ricadono su suolo pubblico o di uso pubblico solo se rispettano una distanza minima di 50 cm dalla carreggiata stradale di ml. 3,5 dal muro esterno dell'edificio interessato. Gli elementi orizzontali inferiori dovranno essere ad altezza minima di ml 2,20 al piano di calpestio.

4. Per quanto non diversamente specificato valgono le disposizioni generali previste per la collocazione di insegne. I manufatti dovranno inoltre attenersi a quanto previsto dai regolamenti comunali edilizi e urbanistici.

5. Nello stesso edificio tutte le tende dovranno rispondere a criteri di unitarietà pertanto il progetto relativo dovrà essere sottoscritto da almeno la metà degli esercizi presenti.

6. Per le tende pubblicitarie da collocare nel centro storico si rende applicabile quanto previsto dalle norme del Piano di recupero del centro storico.

²⁴ Le parole "Deve essere priva di voluminosità propria" sono state abrogate con delibera di C.C. n.93 del 26.05.2008

ARTICOLO 32 – IMPIANTO A MESSAGGIO VARIABILE

1. Impianto a messaggio variabile viene definito 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.
2. Può essere luminoso per luce diretta o per luce indiretta e deve avere dimensione massima di mq 18.
3. (Abrogato) ²⁵.

ARTICOLO 33 – IMPIANTO DI INSEGNE O TARGHE COORDINATE

1. Per impianto di insegne o targhe coordinate si intende quel manufatto destinato alla collocazione di una pluralità di insegne o targhe di esercizio monofacciali o bifacciali, della superficie massima di 15 mq.; sono fatte salve le norme contenute nel Piano di recupero del centro storico.²⁶

ARTICOLO 34 – VETROFANIA

1. Per vetrofania si intende la riproduzione su superfici vetrate con pellicole adesive di scritte in caratteri alfanumerici di simboli e di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari e/o propagandistici.
2. L'apposizione di vetrofanie e' consentita solo se attinenti all'attività esercitata. In ogni caso le vetrofanie devono essere collocate all'interno delle vetrine ubicate ai piani terra o nelle aperture poste al piano superiore aperte su percorsi o piazze, solo se costituiscono pertinenza di attività prive di vetrina al piano terra.

ARTICOLO 35 – PUBBLICITÀ SUI VEICOLI

1. L'apposizione sui veicoli di pubblicità non luminosa è consentita, salvo quanto previsto ai commi 3 e 4, unicamente se non effettuata per conto terzi a titolo oneroso e se realizzata con sporgenze non superiori a 3 cm rispetto alla superficie del veicolo sulla quale sono applicate, fermi restando i limiti di cui all'art. 61 del Codice della Strada.
2. Sulle autovetture ad uso privato è consentita unicamente l'apposizione del marchio e della ragione sociale della ditta cui appartiene il veicolo.
3. La pubblicità non luminosa per conto terzi è consentita sui veicoli adibiti al trasporto pubblico di linea e non di linea alle seguenti condizioni:
 - a) che non sia realizzata mediante messaggi variabili;
 - b) che non sia esposta sulla parte anteriore del veicolo;
 - c) che sulle altre parti del veicolo sia posizionata, rispetto ai dispositivi di segnalazione visiva e di illuminazione ed alle targhe, in modo tale da non ridurre la visibilità e la percettibilità degli stessi;
 - d) che sia contenuta entro forme geometriche regolari;

²⁵ Comma abrogato con delibera di C.C. n. 10 del 31.01.2011

²⁶ Articolo così modificato con delibera di C.C. n. 53 del 31/03/2016

e) che, se realizzata mediante pannelli aggiuntivi, gli stessi non sporgano di oltre 3 cm rispetto alla superficie sulla quale sono applicati.

4. La pubblicità non luminosa per conto terzi è consentita anche sui veicoli adibiti al servizio taxi alle seguenti condizioni:

- a) che sia realizzata con un pannello rettangolare piano bifacciale, saldamente ancorato al di sopra dell'abitacolo del veicolo e posto in posizione parallela al senso di marcia;
- b) che il pannello abbia le dimensioni esterne di 75x35 cm;
- c) che non sia realizzata mediante messaggi variabili.

5. L'apposizione di scritte e messaggi pubblicitari rifrangenti è ammessa sui veicoli di cui agli artt. Precedenti unicamente alle seguenti condizioni:

- a) che la pellicola utilizzata abbia caratteristiche di rifrangenza non superiori a quelle di classe 1;
- b) che la superficie della parte rifrangente non occupi più di due terzi della fiancata del veicolo e comunque non sia superiore a 3 mq;
- c) che il colore bianco sia contenuto nella misura non superiore ad 1/6 della superficie;
- d) che sia esposta unicamente sui fianchi del veicolo a distanza non inferiore a 70 cm dai dispositivi di segnalazione visiva;
- e) che non sia realizzata mediante messaggi variabili.

6. In tutti i casi, le scritte, i simboli e la combinazione dei colori non devono generare confusione con i segnali stradali e, in particolare, non devono avere forme di disco o di triangolo, né disegni confondibili con i simboli segnaletici regolamentari di pericolo, obbligo, prescrizione o indicazione.

7. All'interno dei veicoli è proibita ogni scritta o insegna luminosa pubblicitaria che sia visibile, direttamente o indirettamente, dal conducente o che comunque possa determinare abbagliamento o motivo di confusione con i dispositivi di segnalazione visiva e di illuminazione dei veicoli stessi.

8. Le disposizioni di cui ai commi precedenti non si applicano ai veicoli al seguito delle competizioni sportive autorizzate ai sensi dell'articolo 9 del codice della strada.

9. Qualsiasi forma pubblicitaria che si avvalga di autoveicoli deve essere svolta in maniera e con velocità tale da non provocare intralci o limitazioni alla circolazione dei veicoli ed a quella pedonale, con divieto di sostare in prossimità di incroci stradali o impianti semaforici.

10. La pubblicità luminosa su veicoli, è ammessa unicamente sui veicoli adibiti al servizio di taxi quando circolano entro i centri abitati, alle condizioni indicate nell'art. 57 del Regolamento al Codice della Strada approvato con D.P.R. 495/1992.

11. E' vietata la pubblicità effettuata mediante la sosta dei veicoli pubblicitari, detti anche "a vela", di cui agli artt. 54, comma 1, lett. g) e 56, comma 2, lett. d) del D.Lgs. 285/92 e artt. 203, comma 2, lettera q) e 204, comma 2 lettera s) del D.P.R. n. 495/92. Su detti veicoli in sosta la pubblicità dovrà essere rimossa ovvero coperta in modo tale che sia privata di efficacia.

ARTICOLO 36 - PUBBLICITÀ FONICA

1. La pubblicità fonica deve essere preventivamente autorizzata dal comune. Con riferimento all'art. 15 comma 5 D.Lgs. 507/1993, per ciascun punto di pubblicità, si intende il centro da cui vengono trasmessi gli annunci pubblicitari, anche se diramati contemporaneamente da più apparecchi pubblicitari.

2. Nei Centri Abitati, per ragioni di pubblico interesse sono disposte le limitazioni di seguito indicate.

3. La pubblicità fonica e' vietata:

nel Centro Storico

a meno di 200 mt. da strutture sanitarie e assimilate, da luoghi culturali e/o di studio limitatamente agli orari di apertura degli stessi, da strutture cimiteriali e luoghi di culto.

4. E' consentito effettuarla nei giorni feriali dalle ore 9,00 alle ore 12.,30 e dalle ore 16,00 alle ore 20,00. Nei giorni festivi e negli orari non previsti sopra, e' possibile concedere deroghe, durante

lo svolgimento di manifestazioni di carattere sportivo, culturale, sociale, religioso e simili. Devono inoltre essere osservate le prescrizioni eventualmente indicate nell'autorizzazione amministrativa.

5. Per la pubblicità elettorale si applicano le disposizioni dell'articolo 7 della legge 24 aprile 1975, n. 130.

6. In tutti i casi, la pubblicità fonica non deve superare i limiti massimi di esposizione al rumore fissati dal D.P.C.M. 1° marzo 1991.

ARTICOLO 37 - PREINSEGNE

1. Preinsegna è definita una 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, supportata 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 stessa e, comunque, nel raggio di 5 Km. Non può essere luminosa né per luce propria né per luce indiretta.

2. Le preinsegne hanno forma rettangolare e dimensioni contenute entro i limiti inferiori di m 1 x 0,20 e superiori di m 1,50 x 0,30.

3. E' ammesso l'abbinamento sulla stessa struttura di sostegno di un numero massimo di 10 preinsegne per ogni senso di marcia a condizione che le stesse abbiano le stesse dimensioni e costituiscano oggetto di un'unica autorizzazione.

ARTICOLO 38 - IMPIANTI PUBBLICITARI DI SERVIZIO

1. E' definito impianto pubblicitario di servizio qualunque manufatto avente quale scopo primario un servizio di pubblica utilità nell'ambito dell'arredo urbano e stradale (quali paline, pensiline per fermata autobus, transenne parapetonali, cestini per rifiuti, panchine, orologi e simili) recante uno spazio pubblicitario che può anche essere luminoso sia per luce diretta che indiretta.

2. Lungo le strade e in prossimità di esse, e' ammessa l'installazione di impianti pubblicitari di servizio purché siano rispettate le distanze minime previste per la collocazione di impianti pubblicitari fuori ed entro i centri abitati e le norme fissate dall'art. 12 del presente regolamento.

3. La collocazione di impianti pubblicitari di servizio, e gli impianti pubblicitari temporanei, quali cavalletti, sandwich e treppiedi, lungo i percorsi pedonali deve sempre garantire un passaggio libero conforme alle normative sull'abbattimento delle barriere architettoniche di cui alle leggi n. 13 del 9/1/89 e n. 104 del 5/2/92 e relativo regolamento di attuazione.²⁷

ARTICOLO 39 - CARTELLI PUBBLICITARI TEMPORANEI

1. Cartelli pubblicitari mobili riferiti a manifestazioni, spettacoli (anche circensi) ed iniziative temporanee di carattere culturale e sportivo, aperte al pubblico, devono essere autorizzati, nell'ambito della manifestazione, dalla Polizia Municipale sulla base delle modalità procedurali indicate dal successivo articolo 49.

2. La domanda, corredata del nullaosta dell'ente proprietario della strada, diverso dal Comune, qualora essa ricada nel centro abitato, deve essere presentata almeno 20 giorni prima dal richiedente e, se presentata da Enti, associazioni sindacali, partiti politici, consorzi, associazioni religiose, sportive, culturali, ecc.. o da persone giuridiche, dal responsabile o rappresentate di queste ultime. Per il Comune provvede il Dirigente del Settore interessato con comunicazione.

²⁷ Comma così modificato con delibera di C.C. n. 53 del 31.03.2016.

3. E' consentita l'esposizione massima di n. 30 cartelli per manifestazione; questi non possono superare le dimensioni di mt. 0.70x1.00 salvo debita autorizzazione in caso di motivate esigenze.²⁸

4. La collocazione di tali cartelli può essere autorizzata in deroga a quanto stabilito dagli artt. 15 e 16. È comunque vietata ogni tipo di pubblicità sugli impianti della segnaletica stradale e sulle opere complementari attinenti alle strade; nel centro storico è vietata ogni tipo di pubblicità anche sugli alberi. Lungo i viali della circonvallazione è vietata qualsiasi forma di pubblicità temporanea.²⁹

5. Per le attività dei teatri e musei, statali o comunali, e per le mostre che si svolgono all'interno delle gallerie comunali e' consentita la installazione di strutture tipo "sandwich" bifacciali o simili posate direttamente al suolo. Tale disposizione si applica anche nelle zone di cui al Titolo II, Capo III del presente regolamento.

6. L'esposizione di mezzi pubblicitari temporanei e mobili, tipo cavalletti, sandwich e treppiedi, è soggetta ad autorizzazione rilasciata dalla Polizia Municipale, nella quale è individuato anche l'orario di esposizione di detti mezzi.³⁰

7. E' consentita la pubblicità temporanea per l'instradamento alle manifestazioni tenute dall'Amministrazione Comunale e relativi parcheggi.

ARTICOLO 40 – PUBBLICITÀ NEI CANTIERI EDILI

1. Sulle strutture temporanee dei cantieri edili, quali ponteggi o recinzioni, per il solo periodo di durata del cantiere è ammessa l'installazione di messaggi pubblicitari diversi dalle affissioni, quindi in materiali opachi non cartacei, anche illuminati in modo indiretto ma non retroilluminati e non a messaggio variabile.

2. La superficie del mezzo pubblicitario non può essere maggiore del 30% del ponteggio o della recinzione, la rimanente superficie può essere utilizzata per disegni che riproducano la facciata dell'edificio oggetto dei lavori.

3. La domanda di autorizzazione potrà essere esaminata solo dopo la presentazione del relativo progetto di intervento edilizio sul fabbricato ed avrà valore soltanto in seguito alla approvazione del progetto stesso.

3 bis Qualora nel cantiere edile il cartello pubblicitario sia posto su struttura propria, può essere autorizzato, in deroga agli artt. 14 e 15, nel rispetto delle seguenti condizioni:

- a) che venga collocato all'interno della recinzione del cantiere stesso;
- b) che la sua durata non sia superiore alla durata del cantiere stesso;
- c) che pubblicizzi l'opera in costruzione nel cantiere stesso;
- d) che sia posto in senso parallelo al senso di marcia dei veicoli;
- e) che le dimensioni non superino cm 300 x 400.³¹

4. Le autorizzazioni di cui al presente articolo sono rilasciate dalla Polizia Municipale soltanto dietro presentazione di una dichiarazione firmata da un tecnico abilitato che certifichi il rispetto delle norme per la sicurezza nei cantieri edili e di tutte le condizioni di cui al comma 3-bis. Le autorizzazioni si intendono assentite decorsi venti giorni dalla presentazione della domanda corredata delle sopradette dichiarazioni. Copia della domanda è trasmessa al Servizio Tributi.³²

²⁸ Comma così modificato con delibera di C.C. n. 42 del 21.02.2011.

²⁹ Comma così modificato con delibera di C.C. n. 42 del 21.02.2011.

³⁰ Comma così sostituito con delibera di C.C. n. 53 del 31.03.2016.

³¹ Comma aggiunto con delibera di C.C. n. 10 del 31.01.2011.

³² Comma modificato con delibera di C.C. n. 10 del 31.01.2011.

CAPO III: COLLOCAZIONE DI FORME PUBBLICITARIE ALL'INTERNO DI ZONE DI INTERESSE STORICO, ARTISTICO, CULTURALE ED AMBIENTALE

ARTICOLO 41 - NORME GENERALI

1. Le norme del presente Capo disciplinano la collocazione di particolari forme pubblicitarie all'interno di zone di interesse storico, artistico, culturale ed ambientale qualora non siano diversamente disciplinate da specifiche normative del Piano regolatore comunale o di regolamento edilizio. Per tutto quanto non espressamente previsto, si rimanda inoltre alle altre disposizioni comuni.

2. I mezzi pubblicitari disciplinati dal presente regolamento, qualora siano compresi nel centro storico o in zone o edifici oggetto di piani o di studi coordinati di arredo urbano, approvati con specifici atti deliberativi dall'Amministrazione Comunale, devono adeguarsi alle prescrizioni in essi contenuti.

3. All'interno delle zone di interesse storico artistico culturale ed ambientale classificate dalla normativa del piano regolatore generale come zone territoriali omogenee A sono vietate:

- a) la collocazione di insegne su palina;
- b) la installazione di insegne a bandiera orizzontale e verticale, ad eccezione di quelle riferibili a rivendite di tabacchi, uffici postali e posti telefonici pubblici, farmacie e alberghi, uffici pubblici;
- c) la installazione di insegne sui tetti, terrazzi, balconi, finestre e facciate;
- d) l'installazione di locandine, stendardi e bandiere. E' ammesso il solo uso di stendardi e bandiere bidimensionali, in tessuto di tela, alle condizioni di cui all'art. 27 del presente regolamento;
- e) l'installazione dei segni orizzontali reclamistici;
- f) l'installazione di cartelli e impianti di pubblicità e/o propaganda a messaggio variabile anche provvisori;
- g) l'installazione di sistemi mobili di informazione o pubblicità posati al suolo quali cavalletti, manifesti su supporti precari e mezzi similari;
- h) l'utilizzo di fonti luminose dirette ed indirette, quali elementi di richiamo.

4. Sono consentite le installazioni di bacheche collocate a terra su supporto proprio destinate alla diffusione di informazioni delle attività degli enti pubblici, dei partiti politici rappresentati in Parlamento o in Consiglio Comunale ed associazioni riconosciute, purché prive di illuminazione propria.

ARTICOLO 42 - COLLOCAZIONE DI INSEGNE

1. Le insegne frontali devono essere contenute nello spazio compreso tra gli stipiti e l'architrave dell'apertura dell'esercizio, al filo interno della muratura o nel vetro.

2. 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.

3. Per gli alberghi devono utilizzarsi insegne tipo "a bandiera orizzontale" di dimensioni massime ml. 1,20 x 1,00, indicanti la denominazione e le stelle di categoria, comunque in un solo esemplare.

ARTICOLO 43 - COLLOCAZIONE DI TARGHE PROFESSIONALI O DI ESERCIZIO

1. La collocazione di targhe indicanti professioni ed attività in genere e' consentita solo se privi di vetrina o se si hanno locali posti ai piani superiori. Per la collocazione e la tipologia si rimanda a quanto previsto alle norme del Piano di recupero del centro storico.

2. La dimensione massima delle targhe e' di cm. 40 x 30 e comunque dovrà essere commisurata allo stato dei luoghi.

ARTICOLO 44 - INSEGNE DI VALORE STORICO

1. Le insegne esistenti, di valore storico o di alta qualità estetica sono sottoposte a tutela. Qualunque progetto di modificazione dovrà ottenere il parere della Commissione per la qualità architettonica ed il paesaggio³³.

ARTICOLO 45 - COLLOCAZIONE DI TENDE

1. Fermo restando quanto già disciplinato dal piano di recupero per il centro storico, nel restante territorio comunale, le tende esterne a protezione di vetrine ed ingressi pedonali, dovranno avere una altezza minima dalla quota del marciapiede di 2.20 compreso le parti mobili, sempre che ciò non crei intralcio alla visibilità, ed una aggetto inferiore, di almeno di cm 20, alla larghezza del marciapiede e comunque non superiore a m 2. In strade prive di marciapiede l'aggetto delle tende non dovrà superare la dimensione di m 1³⁴

2. Le tende dovranno essere collocate esclusivamente al di sopra o internamente al vano della vetrina ed essere realizzate nel tipo piano estensibile, con strutture in metallo nei colori ammessi dal presente regolamento e dalle Norme del Piano di recupero del Centro Storico.³⁵

3. E' vietato l'uso di tende fisse a protezione degli occhi dei portici. E' consentito il solo uso di tende in tela mobili per tutta la loro ampiezza, nei colori ammessi dal presente regolamento e dalle Norme del Piano di recupero del Centro Storico.³⁶

4. E' vietata altresì l'installazione di tende nelle arcate di testa dei portici agli incroci di vie.

5. La sostituzione di tende, anche se della sola tela, comporta l'adeguamento alla presente normativa.

6. Le tende da installare su vetrine di nuova realizzazione potranno essere previste nel relativo progetto edilizio.

7. Per la collocazione, tipologia e materiali utilizzati per le tende esterne del centro storico si rimanda alle norme del Piano di recupero del centro storico.

ARTICOLO 46 - CARATTERISTICHE, DIMENSIONI, MATERIALI DEGLI IMPIANTI PER LE AFFISSIONI

1. L'affissione di manifesti, avvisi e fotografie, il cui formato si sviluppa su multipli di cm. 70x100 e' effettuata solamente su impianti per affissioni studiati nell'ambito di progetti di arredo urbano.

³³ Comma così modificato con delibera di C.C. n.93 del 26.05.2008

³⁴ Comma così modificato con delibera di C.C. n. 10 del 31.01.2011.

³⁵ Comma così modificato con delibera di C.C. n. 10 del 31.01.2011.

³⁶ Comma così modificato con delibera di C.C. n. 10 del 31.01.2011.

CAPO IV: PROCEDURE PER IL RILASCIO DELL'AUTORIZZAZIONE

ARTICOLO 47 – NORME GENERALI SULL'AUTORIZZAZIONE

1. Salvo quanto previsto dal successivo articolo 48-bis³⁷, chiunque intenda installare mezzi pubblicitari deve presentare:

- a) comunicazione, completa di bozzetto di dimensione della pubblicità, per quanto riguarda tutti i casi particolari di cui all'art. 49;
- b) comunicazione asseverata per l'installazione di targhe, insegne di esercizio e pubblicitarie, tende parasole, purché le stesse rientrino nella casistica tipologica standard prevista dalla modulistica già predisposta dal SUE;
- c) richiesta di autorizzazione per i cartelli pubblicitari e per i restanti casi non compresi nelle precedenti lette. a) e b).³⁸

2. Le forme pubblicitarie indicate negli artt. 13 e 15 del d.lgs. n.507/1993 sono soggette ad autorizzazione comunale, previa presentazione, almeno 20 giorni prima dell'inizio della pubblicità, di documentata istanza del titolare del mezzo pubblicitario, indicante il tipo, la misura, il luogo, la durata della pubblicità che si intende effettuare e la denominazione e indirizzo del soggetto pubblicizzato. L'autorizzazione è da considerare intervenuta ove non sia stato comunicato al richiedente, entro il terzo giorno precedente a quello iniziale indicato, specifico e motivato provvedimento negativo.

3. Fuori Centro Abitato, la domanda deve essere presentata all'ente proprietario della strada competente a rilasciare l'autorizzazione di cui sopra, secondo il seguente ordine di competenze:

per le strade e le autostrade statali alla direzione compartimentale A.N.A.S. competente per territorio o agli uffici speciali per le autostrade;

per le autostrade in concessione alla società concessionaria;

per le strade regionali provinciale e comunali o di proprietà di altri enti alle rispettive amministrazioni;

per le strade militari al comando territoriale competente;

4. All'interno del Centro Abitato la competenza a ricevere la domanda ed a rilasciare l'autorizzazione e' sempre del Comune.

5. 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 il quale deve essere richiesto direttamente dal richiedente l'autorizzazione.

6. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari posti lungo le sedi ferroviarie, quando siano visibili dalla strada, sono soggetti alle disposizioni dell'art. 23 del Codice della Strada e la loro collocazione viene autorizzata dall'ente Ferrovie dello Stato previo nulla osta dell'ente proprietario della strada.

7. Qualora competente al rilascio dell'autorizzazione sia un ente diverso dal Comune, il richiedente l'autorizzazione è comunque obbligato a presentare al comune la denuncia di inizio attività nei casi di cui al successivo art.48, comma 1, lettera i).

ARTICOLO 48 - PRESENTAZIONE DELLA DOMANDA O DELLA COMUNICAZIONE ASSEVERATA AL COMUNE³⁹

1. La domanda per l'ottenimento dell'autorizzazione, o la comunicazione asseverata da compilarli sugli appositi moduli, sconta l'imposta di bollo nei casi dovuti e riportati nella modulistica, nella misura stabilita dalle leggi fiscali, deve essere corredata dei seguenti documenti⁴⁰

³⁷ Comma così modificato con delibera di C.C. n. 53 del 31.03.2016.

³⁸ Comma così modificato con delibera di C.C. n. 10 del 31.01.2011.

³⁹ Titolo modificato con delibera di C.C. n. 10 del 31.01.2011.

a) progetto dell'opera e relativa descrizione tecnica, dai quali siano individuabili gli elementi essenziali dell'opera e la sua eventuale collocazione sul fabbricato, compreso il disegno del possibile supporto, in triplice copia, debitamente firmato dal titolare dell'impresa esecutrice o dall'interessato, se l'opera è realizzata in economia;

b) bozzetto colorato in triplice copia 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) documentazione fotografica che illustri il punto di collocazione dell'ambiente circostante;

d) planimetria catastale in duplice copia ove è riportata la posizione nella quale si chiede l'autorizzazione alla installazione;

e) asseverazione redatta ai sensi del DPR n. 445/2000, con la quale si attesta che l'opera sarà realizzata rispettando le norme di disciplina della materia e che il manufatto è realizzato con materiale non deperibile e resistente agli agenti atmosferici. Nella stessa autodichiarazione si dovrà inoltre attestare che l'attività oggetto di richiesta è regolarmente autorizzata, ovvero il titolare è iscritto agli albi professionali istituiti e che la destinazione d'uso dei locali sia legittimata.

f) copia dichiarazione di conformità di cui all'art. 9 della Legge 5.3.1990 n.46 "Norme per la sicurezza degli impianti", per gli impianti pubblicitari luminosi e copia dichiarazione a firma di tecnico abilitato che il manufatto è stato calcolato e realizzato e sarà posto in opera tenendo conto di carichi e spinte in modo da garantirne la stabilità per gli impianti per i quali deve essere assicurata la stabilità ai sensi dell'articolo 53 della legge 495/95.

g) dichiarazione da parte del tecnico abilitato che la realizzazione degli impianti pubblicitari luminosi avviene nel rispetto ed in conformità alla L. R. 19/2003;

h) parere della Soprintendenza ai Beni Ambientali ed Architettonici della Regione Emilia Romagna, qualora richiesto;

i) denuncia di inizio attività (DIA), ai sensi della L.R. n.31/2002 e del regolamento edilizio comunale, qualora il posizionamento di impianti pubblicitari comporti attività di trasformazione edilizia in relazione alla loro dimensione ed al loro ancoraggio al suolo, tramite pali o basamenti in genere, necessaria alla stabilità dell'impianto stesso.

2. Ogni domanda o comunicazione asseverata deve riferirsi ad una sola attività industriale, commerciale, artigianale, artistica o professionale e potrà comprendere più impianti individuati esattamente sugli elaborati allegati alla richiesta.⁴¹

3. La competenza relativa al rilascio delle autorizzazioni spetta allo Sportello Unico per l'edilizia, salvo i casi disciplinati nel comma successivo e nell'art.49.

4. La competenza relativa alle autorizzazioni di cui all'art.39, comma 1, all'art.40 e all'art.47, comma 2 spetta alla Polizia Municipale;

5. Ogni comunicazione asseverata deve essere predisposta su apposita modulistica completa degli allegati richiesti, ed avrà efficacia trascorsi 20 giorni dalla data di presentazione della comunicazione. In caso di richieste di integrazioni o chiarimenti il termine di efficacia resta sospeso sino al ricevimento degli atti necessari. Qualora sia accertata l'inammissibilità dell'intervento il dirigente comunica l'ordine motivato di non effettuare il previsto intervento.⁴²

⁴⁰ Comma così modificato con delibera di C.C. n. 10 del 31.01.2011.

⁴¹ Comma così modificato con delibera di C.C. n. 10 del 31.01.2011.

⁴² Comma così modificato con delibera di C.C. n. 10 del 31.01.2011.

ARTICOLO 48-BIS - SCIA ⁴³

1. L'installazione o sostituzione delle insegne d'esercizio, delle targhe d'esercizio e pubblicitarie, delle bacheche, delle tende pubblicitarie, degli impianti di insegne o targhe coordinate, delle vetrofanie, di cui rispettivamente agli articoli 24, 29, 30, 31, 33, 34, purché conformi al presente regolamento, non sono soggette alla presentazione della domanda per l'ottenimento dell'autorizzazione ma alla presentazione di una segnalazione certificata di inizio attività (SCIA), secondo le procedure previste dall'articolo 19 della legge 7 agosto 1990, n. 241.⁴⁴

2. La SCIA, redatta su modulo predisposto dal Comune, sottoscritta ai sensi del D.P.R. 28 dicembre 2000, n. 445, può riguardare un unico procedimento amministrativo, relativo ad un'unica attività o unità immobiliare, e deve essere presentata esclusivamente tramite posta elettronica certificata o altro strumento telematico individuato dal Comune.

3. L'installazione o sostituzione dei mezzi pubblicitari di cui al comma 1 può essere effettuata solo dopo aver ottenuto la ricevuta di presentazione della SCIA. Il Comune, nei sessanta giorni successivi alla presentazione della SCIA verifica la sussistenza dei requisiti previsti nel presente regolamento e nel modulo SCIA. In caso di esito negativo il Comune adotta i provvedimenti necessarie a vietare la prosecuzione dell'attività ed a rimuovere gli effetti dannosi, fatta salva la possibilità di conformare l'attività alle disposizioni normative e regolamentari entro un termine non superiore a trenta giorni.

4. Nel caso in cui il mezzo pubblicitario di cui al comma 1 sia soggetto al pagamento dell'imposta di pubblicità, alla SCIA deve obbligatoriamente allegarsi copia della dichiarazione fiscale di cui all'articolo 8 del D.Lgs. 15 novembre 1993, n. 507.

ARTICOLO 49 - CASI PARTICOLARI

1. Per l'installazione di cartelli pubblicitari, striscioni, stendardi, bandiere, segni orizzontali reclamistici, con carattere di temporaneità, la documentazione può essere limitata alla presentazione degli elaborati di cui ai punti b), d), e) del precedente articolo, salvo diverse indicazioni da parte del competente ufficio. La documentazione di cui al punto d) può essere sostituita da una dichiarazione dell'interessato che attesti l'esatta posizione di collocazione.

2. Per l'apposizione di vetrofanie è sufficiente fare pervenire comunicazione scritta al Servizio Tributi o, qualora la gestione dell'imposta di pubblicità si stia affidata in concessione, al Concessionario dell'imposta, nella quale sono indicati i messaggi pubblicitari, gli elementi essenziali dell'attività cui si riferiscono, la superficie occupata, e nella quale si autocertifichi la rispondenza alle norme di questo regolamento del mezzo pubblicitario proposto.

3. Per il rilascio dell'autorizzazione, di competenza dell'Ufficio Relazioni per il Pubblico, all'esercizio della pubblicità fonica, è sufficiente che l'interessato indichi sulla domanda, oltre ai propri dati identificativi, i contenuti del messaggio pubblicitario da diffondere, l'esatto periodo e gli orari di svolgimento.

ARTICOLO 50 - RILASCIO DELL'AUTORIZZAZIONE

1. L'autorizzazione, ad esclusione di quanto previsto al precedente art. 47 comma 2, sarà concessa o negata entro 90⁴⁵ giorni dall'arrivo delle domande all'ufficio competente, che ha il compito di esaminarle secondo uno stretto ordine cronologico di protocollazione. I termini perentori

⁴³ Il presente articolo è stato introdotto con delibera di C.C. n. 154. del 29.10.2013

⁴⁴ Comma così modificato con delibera di C.C. n. 53 del 31.03.2016.

⁴⁵ Il termine di 60 giorni è stato modificato in 90 giorni con delibera di C.C. n.93 del 26.05.2008

di cui sopra sono sospesi sino allo scadere del periodo assegnato per la presentazione della diversa soluzione o della documentazione integrativa richiesta, nel caso in cui il competente ufficio comunale, entro il termine di cui al comma precedente, inviti i richiedenti a proporre soluzioni diverse ovvero a produrre documentazione ulteriore o integrativa. In caso di mancato ricevimento di quanto richiesto, la domanda presentata si intende respinta.

2. Per le domande riguardanti opere da realizzarsi su edifici o aree all'interno delle zone omogenee A o di zone assoggettate a vincoli di tutela per le bellezze naturali o paesaggistiche o di cose di interesse storico, artistico e culturale, l'Ufficio procede al rilascio dell'autorizzazione, previa acquisizione del parere degli altri uffici ed enti competenti.

3. Le domande presentate che non siano state completate dei documenti richiesti saranno archiviate.

4. Per motivate sopravvenute ragioni di pubblico interesse, fra le quali è annoverato in particolare l'adeguamento della segnaletica stradale, le autorizzazioni possono essere revocate in qualsiasi momento o non rinnovate, con conseguente obbligo di ripristino della situazione antecedente.

ARTICOLO 51 - INTERVENTI DI SOSTITUZIONE E MODIFICA

1. Qualora il soggetto titolare dell'autorizzazione, decorsi almeno tre mesi dal rilascio, fermo restando la durata della stessa, intenda variare il messaggio pubblicitario riportato su un cartello o su un altro mezzo pubblicitario, deve darne comunicazione, allegando il bozzetto del nuovo messaggio.

2. L'autorizzazione deve essere rilasciata entro i successivi 15 giorni, decorsi i quali si intende assentita ⁴⁶.

3. Gli interventi di sostituzione e modifica di cui ai precedenti commi non sono ammessi per i casi disciplinati dall'articolo 13 comma 5. ⁴⁷

ARTICOLO 52 - TERMINE DI VALIDITÀ DELL'AUTORIZZAZIONE

1. L'autorizzazione all'installazione di cartelli ha validità per un periodo di tre anni ed è rinnovabile. ⁴⁸

2. Quanto previsto dal comma 1 non trova applicazione per le autorizzazioni relative ai mezzi pubblicitari che contraddistinguono l'esercizio di un'attività, installati nella sede dell'attività o nelle pertinenze accessorie alla stessa, che rimane valida fino alla cessazione dell'attività o ad eventuali variazioni del messaggio pubblicitario a modifica della situazione in essere ^{49 50}

3. Qualora l'installazione dell'impianto pubblicitario comporti la concessione ad occupare suolo pubblico, la concessione avrà durata pari a quella dell'autorizzazione. ⁵¹

⁴⁶ Il termine di 15 è stato modificato con delibera di C.C. n. 10 del 31.01.2011. In precedenza era di 30 giorni.

⁴⁷ Comma introdotto con delibera di C.C. n. 147 del 30.11.2009.

⁴⁸ Comma così modificato con delibera di C.C. n. 10 del 31.01.2011.

⁴⁹ Comma introdotto con delibera di C.C. n. 93 del 26.05.2008

⁵⁰ Comma così modificato con delibera di C.C. n. 10 del 31.01.2011.

⁵¹ Comma introdotto con delibera di C.C. n. 147 del 30.11.2009.

ARTICOLO 53 - RINNOVO DELL'AUTORIZZAZIONE

1. L'autorizzazione all'installazione di cartelli e' rinnovabile a condizione che la richiesta, da prodursi almeno novanta giorni prima della scadenza naturale, provenga dal medesimo soggetto intestatario dell'atto.⁵²

2. Nel caso in cui non siano apportate modifiche al mezzo pubblicitario la domanda di rinnovo deve essere corredata dalla sola autodichiarazione, redatta ai sensi della D.P.R. n.445/2000, che attesti la persistenza degli elementi di cui all'art. 48, 1° comma e l'assenza di modifiche alla situazione in essere, oltre al permanere del rispetto delle prescrizioni contenute nel presente regolamento, ivi comprese quelle di cui all'articolo 15.⁵³

ARTICOLO 54 - OBBLIGHI DEL TITOLARE DEL MEZZO PUBBLICITARIO⁵⁴

1. E' fatto obbligo al titolare del mezzo pubblicitario:⁵⁵

a) verificare 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 nel 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 dovrà essere saldamente fissata una targhetta non deteriorabile, posta in posizione facilmente accessibile, sulla quale sono riportati, con caratteri incisi, i seguenti dati:

i) amministrazione rilasciante

ii) soggetto titolare;

iii) numero dell'autorizzazione;

iv) progressione km del punto di installazione;

v) data di scadenza.

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

3. L'autorizzazione non esonera il titolare dall'obbligo di attenersi strettamente, sotto la propria responsabilità, alle leggi e ai regolamenti vigenti, nonché ad ogni eventuale diritto di terzi o a quanto prescritto dai regolamenti condominiali.

4. L'autorizzazione alla collocazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari e' subordinata alla regolare approvazione, da parte dei competenti organi, dell'insediamento e dell'esercizio dell'attività cui il messaggio pubblicitario e' riferito, nei locali indicati.

5. E' fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione, rilasciata per la posa di segni orizzontali reclamistici, 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 ed il preesistente grado di aderenza delle superfici stradali. Qualora non si rimuovano entro tale limite di tempo gli impianti saranno rimossi d'ufficio, senza ulteriore comunicazione ed a spese del soggetto autorizzato

⁵² Comma così modificato con delibera di C.C. n. 10 del 31.01.2011.

⁵³ L'ultimo periodo introdotto con delibera di C.C. 147 del 30.11.2009.

⁵⁴ Comma modificato con delibera di C.C. n. 10 del 31.01.2011.

⁵⁵ Titolo modificato con delibera di C.C. n. 10 del 31.01.2011.

ARTICOLO 55 – REVOCA E RINUNCIA ALLA AUTORIZZAZIONE

1. L'autorizzazione è revocata:

per sopravvenuti motivi di interesse pubblico;

nei seguenti casi:

se vi è occupazione di suolo pubblico, per mancato pagamento nei termini del corrispondente canone;

per difformità rispetto all'oggetto della autorizzazione;

per mancato rispetto delle condizioni previste nella stessa autorizzazione.

La revoca negli ultimi due casi non dà diritto a restituzione degli oneri eventualmente già versati.

2. L'autorizzazione in corso di validità è sempre rinunciabile con diritto al rimborso del canone eventualmente già versato a far tempo dalla data di rimozione dell'impianto, con specifica preventiva comunicazione all'ufficio competente.

3. La revoca o la rinuncia all'autorizzazione comportano automaticamente la revoca o la rinuncia della concessione ad occupare il suolo pubblico.⁵⁶

ARTICOLO 56 – DECADENZA, SOSPENSIONE O MODIFICA DELL'AUTORIZZAZIONE

1. Costituiscono cause di decadenza dell'autorizzazione :

la cessazione o il trasferimento dell'attività pubblicizzata;

l'annullamento o la revoca, l'irregolarità della autorizzazione all'esercizio dell'attività;

la non rispondenza del messaggio pubblicitario autorizzato alle attività cui esso si riferisce;

la mancata osservanza delle condizioni alle quali fu subordinata l'autorizzazione;

la mancata realizzazione dell'opera entro 90⁵⁷ giorni dal rilascio dell'autorizzazione;

il mancato ritiro dell'autorizzazione entro 30⁵⁸ giorni dal rilascio di essa;

per gli impianti pubblicitari di cui all'art.10 la mancata comunicazione, entro un anno⁵⁹ dalla cessazione del messaggio pubblicitario precedentemente autorizzato, del nuovo messaggio pubblicitario; per gli impianti pubblicitari regolarmente autorizzati alla data di entrata in vigore del presente regolamento, la mancata comunicazione del nuovo messaggio pubblicitario entro un anno dalla data di entrata in vigore del presente regolamento;

la violazione delle prescrizioni di cui all'art.13, comma 5.⁶⁰

2. L'autorizzazione, per sopravvenute e motivate ragioni di ordine pubblico può essere sospesa o modificata nei termini o nelle condizioni specifiche, con provvedimento da notificare all'interessato. In caso di sospensione nasce il diritto al rimborso per il canone eventualmente già versato.

ARTICOLO 57 - ANTICIPATA RIMOZIONE

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 di imposta corrispondente al periodo di mancato godimento, escluso ogni altro rimborso, compenso o indennità.

⁵⁶ Comma introdotto con delibera di C.C. n. 147 del 30.11.2009

⁵⁷ Il termine di 180 giorni è stato ridotto a 45 giorni con delibera di C.C. n. 147 del 30.11.2009.

⁵⁸ Il termine di 180 giorni è stato ridotto a 45 giorni con delibera di C.C. n. 147 del 30.11.2009.

⁵⁹ Il termine di un anno è stato inserito con delibera C.C. n. 104 del 31.05.2010.

⁶⁰ Punto introdotto con delibera di C.C. n. 147 del 30.11.2009.

2. Spetta all'interessato provvedere a rimuovere la pubblicità entro il termine perentorio indicato 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 agli articoli successivi del presente regolamento.

ARTICOLO 58 – RIPRISTINO DELLO STATO DEI LUOGHI

1. La rimozione degli impianti pubblicitari nel caso di mancato rinnovo, decadenza, revoca, rinuncia o in ogni altro caso previsto dal presente regolamento deve avvenire entro trenta giorni dalla data di ricevimento del provvedimento comunale. E' fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione di ripristinare le cose ed i luoghi che abbiano subito alterazioni per effetto dell'installazione dell'impianto. In caso di inottemperanza, sia alla rimozione degli impianti sia al ripristino dello stato dei luoghi, vi provvederà l'Amministrazione Comunale a spese dell'inadempiente.⁶¹

CAPO V: VIGILANZA E SANZIONI

ARTICOLO 59 - VIGILANZA

1. Il Comune e' tenuto a vigilare a mezzo della Polizia Municipale e di funzionari dell'Ufficio preposto al servizio affissioni e pubblicità e dello Sportello Unico per l'Edilizia, sulla corretta realizzazione e sull'esatto posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari autorizzati, nonché sul loro stato di conservazione e di buona manutenzione e sui termini di scadenza delle autorizzazioni.

2. Qualunque inadempienza verrà perseguita ai sensi della Legge 24.11.1981 n. 689 e successive modifiche o integrazioni.

3. Il Sindaco può emettere ordinanze per l'esecuzione delle norme di cui al presente Regolamento.

ARTICOLO 60 - SANZIONI AMMINISTRATIVE E RIMOZIONE

1. La violazione delle norme del presente regolamento, laddove non riguardante fattispecie di illecito per il quale la relativa sanzione amministrativa pecuniaria risulta già disposta dal vigente D.Lgs 30/4/92 n. 285 all'art. 23, è punita con la sanzione amministrativa pecuniaria del pagamento di una somma, così come determinata dall'art. 24, comma 2, del D. Lgs. 15 novembre 1993, n. 507 e successive modifiche, compreso quanto disposto dall'art.15 della legge n.515/1993, applicata con la procedura di cui alla Legge 24 novembre 1981, n. 689.

2. Le sanzioni amministrative per le violazioni delle disposizioni del presente Regolamento e di quello di cui all'art. 9, comma 2, del D.Lgs. n. 507/93, si applicano a carico del soggetto che dispone del mezzo pubblicitario e, in solido, a carico dei soggetti indicati dal decreto medesimo e di chi ha installato il mezzo o ha consentito l'installazione dello stesso.

Quando più persone concorrono in una delle violazioni previste dal presente regolamento, laddove sanzionata ai sensi del vigente Codice della Strada, trova applicazione il principio di

⁶¹ Comma così sostituito con delibera di C.C. n. 147 del 30.11.2009..

solidarietà di cui all'art. 196 dello stesso Codice. In analogo caso di concorso di più persone, laddove risulti applicabile la sanzione amministrativa pecuniaria prevista dal primo comma del presente articolo, trova applicazione l'art. 5 della Legge 24 novembre 1981, n. 689.

3. Sarà altresì sanzionabile, con la sanzione amministrativa pecuniaria da euro 50 a euro 300, applicata con la procedura di cui alla Legge 24 novembre 1981, n. 689, la collocazione o l'esposizione di insegne, cartelli, tende solari ed altri mezzi pubblicitari autorizzati, il cui permesso non sia stato ancora ritirato presso l'Ufficio che lo ha emesso; sarà sanzionabile nella stessa misura la mancata esibizione dell'autorizzazione, da conservarsi in originale o in copia presso l'esercizio in modo che essa sia immediatamente presentabile agli agenti accertatori al momento del loro sopralluogo.

4. La determinazione dell'entità delle sanzioni applicabili alle diverse fattispecie di violazioni ha luogo mediante apposito atto amministrativo.

5. Le disposizioni di cui ai precedenti commi si applicano, per quanto compatibili, anche al diritto sulle pubbliche affissioni.

6. Ai fini dell'applicazione pratica del disposto di legge relativo alla destinazione dei proventi delle sanzioni amministrative, tali proventi sono contabilizzati separatamente dalle altre entrate sanzionatorie o tributarie.

7. Per le violazioni delle norme regolamentari stabilite dal comune in esecuzione del presente capo nonché di quelle contenute nei provvedimenti relativi all'installazione degli impianti, si applica la sanzione con notificazione agli interessati, entro novanta giorni dall'accertamento del trasgressore, 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.

8. Il comune, o il concessionario del servizio, può effettuare, indipendentemente dalla procedura di rimozione degli impianti e dall'applicazione delle sanzioni di cui al comma 2, la immediata copertura della pubblicità abusiva, in modo che sia privata di efficacia pubblicitaria, ovvero la rimozione delle affissioni abusive, con successiva notifica di apposito avviso secondo le modalità previste dall'art. 10 del D.lgs. n. 507/93.

9. 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 è stabilito un termine entro il quale gli interessati possono chiedere la restituzione del materiale sequestrato previo versamento di una congrua cauzione stabilita nella ordinanza stessa.

10. I mezzi pubblicitari esposti su suolo pubblico di proprietà comunale e quelli visibili da strade di proprietà del comune che costituiscano pericolo per la circolazione potranno essere rimossi immediatamente con successiva trasmissione al prefetto della nota delle spese ottenute ed emissione di ordinanza di ingiunzione di pagamento.

11. I proventi delle sanzioni amministrative sono devoluti al comune e destinati al potenziamento ed al miglioramento del servizio e dell'impiantistica comunale, nonché alla redazione ed all'aggiornamento del piano generale degli impianti pubblicitari.

ARTICOLO 60 BIS – CATASTO DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

1. E' istituito il Catasto degli impianti pubblicitari nel quale sono raccolte tutte le informazioni relative agli impianti pubblicitari ed in particolare quelle relative alla localizzazione, concessione ad occupare suolo pubblico, autorizzazione.

2. La tenuta del Catasto degli impianti pubblicitari è demandata al Servizio Patrimonio che individua nella cartografia le occupazioni di suolo pubblico ed al Servizio Cartografia-Urbanistica che implementa il sistema informativo territoriale degli impianti pubblicitari.⁶²

CAPO VI: DISPOSIZIONI TRANSITORIE E FINALI

ARTICOLO 61 - NORMA TRANSITORIA

1. Le norme del presente regolamento si applicano a tutti i mezzi pubblicitari di nuova installazione, comprese le procedure di rilascio delle autorizzazioni ancora in corso alla data di entrata in vigore del presente regolamento.

2. Entro il termine di due anni dall'approvazione del presente regolamento il Servizio competente al rilascio delle autorizzazioni procede, unitamente al Servizio Tributi e al Concessionario dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, alla verifica di compatibilità alla nuove norme degli impianti pubblicitari esistenti ed attualmente temporaneamente autorizzati. A seguito della verifica il Servizio competente, nei diversi casi, procederà al rilascio delle autorizzazioni triennali, ovvero, nel caso di incompatibilità sanabili in loco potrà imporre prescrizioni, ovvero procederà a comunicare all'interessato l'incompatibilità dell'impianto dettando tempi per l'individuazione di posizione idonea al trasferimento.

3. Tutte le spese derivanti dall'eventuale adeguamento o rimozione con contestuale ripristino dei luoghi sono a carico del titolare dell'autorizzazione.

ARTICOLO 62 - ENTRATA IN VIGORE DEL REGOLAMENTO

1. Il presente regolamento, approvato con provvedimento del Consiglio Comunale, entra in vigore dalla data di esecutività del relativo provvedimento di approvazione.

ALLEGATO 1 - ABACO

⁶² Articolo inserito con delibera di C.C. n. 147 del 30.11.2009.