



COMUNE DI PALAU

Provincia di Sassari

Piano Generale degli Impianti Pubblicitari (PGIP)

L.160/2019

Approvato con Delibera del C.C. n° _____ del ____/____/____

Sommario

TITOLO I - DISPOSIZIONI GENERALI	5
Art. 1 Principi Generali	5
Art. 2 Quadro normativo di riferimento	6
Art. 3 Campo di applicazione	6
Art. 4 Definizione e classificazione delle strade	7
Art. 5 Definizione e delimitazione del centro abitato	8
Art. 6 Suddivisione del territorio comunale in zone omogenee	8
Art. 7 Vincoli storici, artistici e di tutela paesaggistica	9
Art. 8 Prescrizioni generali di installazione per il Centro Abitato.....	9
 TITOLO II – LA PUBBLICITA' ESTERNA.....	 11
Art. 9 Classificazione dei mezzi pubblicitari.....	11
Art. 10 Classificazione degli impianti pubblicitari – Durata del messaggio	15
Art. 11 Classificazione dei messaggi pubblicitari – Tipo di messaggio	15
Art. 12 Definizione di pubblicità esterna.....	16
Art. 13 Requisiti generali degli impianti per la pubblicità esterna.....	16
Art. 14 Regime concessorio e autorizzatorio.....	16
Art. 15 Divieti e Limitazioni	17
Art. 16 Definizione generale di rispetto per l' installazione dei mezzi pubblicitari.	17
Art. 17 Disciplina di installazione nelle zone omogenee – Abaco delle distanze.....	20
Art. 18 Ubicazione nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio PUBBLICI	21
Art. 19 Segni orizzontali reclamistici.....	22
Art. 20 Pubblicità sui veicoli	22
Art. 21 Pubblicità fonica	23
Art. 22 Segnaletica verticale di indicazione - EX ART. 134 lettera b) e c) D.LGS 495/92	24
Art. 23 SPONSORIZZAZIONI AREE VERDI	24
 TITOLO III- LE INSEGNE DI ESERCIZIO	 27
Art. 24 DEFINIZIONE	27
Art. 25 CARATTERISTICHE TECNICHE.....	27
Art. 26 DEROGHE SPECIFICHE.....	27

TITOLO IV- PUBBLICHE AFFISSIONI	28
Art. 27 Definizione di affissione	28
Art. 28 Requisiti generali degli impianti per le affissioni	28
Art. 29 Posizionamento degli impianti di affissione.....	28
Art. 30 Superfici	29
Art. 31 Ripartizione delle pubbliche Affissioni	29
Art. 32 Prescrizione di installazione.....	29
 TITOLO V- NORME AMMINISTRATIVE	 30
Art. 33 Autorità competente per il rilascio delle autorizzazioni	30
Art. 34 Definizione dell'ufficio incaricato al rilascio delle autorizzazioni/titoli abilitativi	30
Art. 35 Modalità per la presentazione delle istanze di autorizzazione	31
Art. 36 Istruttoria della domanda	31
Art. 37 Integrazione alla domanda	32
Art. 38 Durata.....	32
Art. 39 Rinnovi.....	32
Art. 40 ADEMPIMENTI A SEGUITO DELL' AUTORIZZAZIONE.....	33
Art. 41 Obblighi del titolare dell'autorizzazione	33
Art. 42 Revoca dell'autorizzazione per la pubblicità permanente.....	34
Art. 43 Esposizioni soggette a semplice comunicazione	34
Art. 44 Vigilanza	35
Art. 45 Rimozione.....	35
 TITOLO VI – SANZIONI E DISPOSIZIONI FINALI.....	 377
Art. 46 Norme transitorie.....	377
Art. 47 Impianti pubblicitari abusivi	377
Art. 48 Sanzioni amministrative	377
Art. 49 Norme finali	377

Introduzione

Il presente Piano Generale degli impianti pubblicitari è articolato in sei parti:

- ✧ Nella prima parte - DISPOSIZIONI GENERALI - si definiscono il campo di applicazione e i riferimenti normativi per l'inquadramento del presente Piano Generale degli impianti Pubblicitari di seguito definito "PGIP"
- ✧ Nella seconda parte – PUBBLICITA' ESTERNA - si determinano gli ambiti del territorio comunale nei quali possono essere localizzati i mezzi di pubblicità esterna, come dalle definizioni del D.Lgs. 285/1992 (Nuovo Codice della Strada) e relativo Regolamento di esecuzione ed attuazione DPR 16 Dicembre 1992 n. 495, all'art. 47, con le modifiche introdotte dal DPR 16 Settembre 1996 n. 610, e se ne disciplina l'installazione sull'intero territorio comunale.
- ✧ Nella terza parte – INSEGNE DI ESERCIZIO – vengono definite le insegne di esercizio, che pur comprese nella pubblicità esterna, necessitano di una regolamentazione diversa.
- ✧ Nella quarta parte - PUBBLICHE AFFISSIONI - si definiscono le caratteristiche e superfici nel territorio comunale degli impianti per le affissioni pubbliche, in osservanza delle norme previste dal "Regolamento comunale" e dalle normative vigenti
- ✧ Nella quinta parte - NORME AMMINISTRATIVE - si definiscono i procedimenti amministrativi per l'ottenimento delle autorizzazioni.
- ✧ Nella sesta parte – SANZIONI E DISPOSIZIONI FINALI – sono indicate le attività sanzionatorie e accessorie in violazione del PGIP.

Il Piano è completato dalle norme che ne programmano l'attuazione nel tempo, dispongono l'adeguamento degli impianti esistenti, disciplinano i termini e le modalità per la rimozione degli impianti in contrasto con lo stesso e con le disposizioni di legge e regolamenti vigenti in materia.

Il Piano è redatto recependo le norme vigenti in materia, quali il L.160/2019, il D.lgs. 285/92 e il regolamento di attuazione D.P.R. 495/92, il D.lgs. 241/90, il D.lgs. 42/04 con le successive modifiche e integrazioni, nonché il "Regolamento per l'applicazione del Canone Patrimoniale di Concessione, Autorizzazione o Esposizione Pubblicitaria" adottato con delibera di Consiglio Comunale n°53 del 17/12/2020 e successive modificazioni.

Il Piano è comunque suscettibile di variazioni e/o integrazioni, con cadenza annuale, da parte dell'organo competente. Tali modifiche, che dovranno essere apportate entro il 31 Ottobre di ogni anno, si intenderanno decorrenti dal primo giorno dell'anno successivo a quello in cui vengono approvate.

TITOLO I - DISPOSIZIONI GENERALI

ART. 1 PRINCIPI GENERALI

La pubblicità esterna sarà effettuata nel territorio comunale in conformità al presente PGIP, che individua e classifica le tipologie dei mezzi pubblicitari, ne disciplina la loro collocazione sul territorio comunale tenendo conto delle:

- ✧ Esigenze di carattere sociale ed economico
- ✧ Esigenze di tutela ambientale e paesaggistica
- ✧ Esigenze di traffico e di sicurezza della circolazione stradale
- ✧ Qualità dell'ambiente e dell'immagine della città
- ✧ Rispetto delle prescrizioni e dei vincoli imposti dai vigenti strumenti urbanistici e dalle norme generali in materia di installazione dei mezzi pubblicitari collocati ed in vista delle strade

Tali obbiettivi si conseguono mediante la determinazione di una Normativa specifica finalizzata all'individuazione di distanze minime da rispettare per la collocazione di mezzi pubblicitari dagli elementi rilevanti per la sicurezza stradale, tali da garantire il giusto equilibrio tra le esigenze di salvaguardia della sicurezza e il diritto di libera iniziativa economica privata. Al tempo stesso la determinazione delle caratteristiche estetiche, costruttive e dimensionali dei mezzi pubblicitari, è stata effettuata sulla base delle esigenze di decoro e al contempo alla massimizzazione delle entrate.

Tutti i meccanismi di interazione tra i soggetti economici interessati alla diffusione di messaggi pubblicitari e l'amministrazione sono improntati su principi di massima trasparenza e semplificazione dei procedimenti.

I criteri generali che sorreggono il presente strumento normativo traggono origine dalla necessità di regolamentare i comportamenti tra i singoli operatori economici che diffondono messaggi pubblicitari e l'Amministrazione, nel rispetto degli obbiettivi preposti.

Nella determinazione delle Norme, vengono fissati i principi di comportamento che sia gli operatori, sia l'Amministrazione devono seguire e rispettare per il conseguimento degli obbiettivi durante il periodo di adeguamento e nel corso di utilizzo del presente strumento. Di seguito sono elencati i canoni generali utilizzati.

- ✧ La pubblicità identificata dall'art.47 comma 2 e comma 7 DPR 495/92 nonché la segnaletica di cui l'art.23 del Codice della Strada verranno affidate esclusivamente mediante bando pubblico del Comune di Palau;
- ✧ Le istanze di insegne e cartelli pubblicitari in regime autorizzatorio che pervengono debbono essere analizzate secondo ordine cronologico di ricevimento;
- ✧ Un mezzo pubblicitario si considera abusivo fino a prova contraria;
- ✧ Un mezzo pubblicitario si considera autorizzato quando in possesso di idoneo titolo autorizzativo o Concessorio rilasciato esclusivamente ai sensi del PGIP; sono parimenti considerati autorizzati i mezzi in possesso di autorizzazione in corso di validità, rilasciata ai sensi del comma 4 dell'art. 23 del D.lgs. 30 aprile 1992 n. 285 sino alla loro naturale scadenza definita dall'art.53 DPR 495/92;

ART. 2 QUADRO NORMATIVO DI RIFERIMENTO

Le norme di riferimento per la disciplina della materia sono le seguenti:

- ▲ D.lgs. n. 285 del 30/04/1992 e s.m.i. (Nuovo codice della strada)
- ▲ D.P.R. n. 495 del 16/12/1992 e s.m.i. (Regolamento di esecuzione ed attuazione del C.d.S.)
- ▲ D.lgs. n. 360 del 10/09/1993 e s.m.i. (Disposizioni correttive ed integrative al C.d.S.)
- ▲ D.P.R. n. 610 del 16/09/1996 e s.m.i. (Regolamento recante modifiche al Decreto del Presidente della Repubblica 16 dicembre 1992, n. 495, concernente il regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo C.d.S.)
- ▲ L. n. 472 del 07/12/1999 e s.m.i. (Interventi nel settore dei trasporti)
- ▲ D.lgs. n. 42 del 22 gennaio 2004 e s.m.i. (Codice di beni culturali e del paesaggio);
- ▲ Direttiva Ministero LLPP del 24/10/2000;
- ▲ D.P.R. n. 31 del 13/02/2017 e s.m.i. (Regolamento recante individuazione degli interventi esclusi dall'autorizzazione paesaggistica o sottoposti a procedura autorizzatoria semplificata);
- ▲ L. n. 120 del 29/07/2010 (Disposizioni urgenti per la stabilizzazione finanziaria);
- ▲ L. n. 111 del 15/07/2011 (Disposizioni in materia di sicurezza stradale);
- ▲ Regolamento del servizio comunale per l'applicazione del Canone Unico L.160/2019 approvato con Delibera Consiglio Comunale n. 53 del 17/12/2020
- ▲ Piano Regolatore Comunale - P.R.G. - in vigore;
- ▲ L. 241 del 07/08/1990 e s.m.i. (nuove norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi);
- ▲ Protocollo di Intesa tra ANCI e IAP sottoscritto in data 06/03/2014 a tutela dell'immagine della donna e dei minori;
- ▲ Altre fonti generali e regolamentari in materia di installazione degli impianti pubblicitari (direttive ministeriali, prassi, giurisprudenza, ecc.);

ART. 3 CAMPO DI APPLICAZIONE

Le norme contenute nel PGIP trovano applicazione nel campo dei mezzi della comunicazione pubblicitaria con messaggi di tipo istituzionale e/o commerciale.

ART. 4 DEFINIZIONE E CLASSIFICAZIONE DELLE STRADE

Le strade sono classificate, riguardo le loro caratteristiche costruttive, tecniche e funzionali, nei seguenti tipi:

"A" Autostrade

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

"B" Strade extraurbane principali

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

"C" Strade extraurbane secondarie

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

"D" Strade urbane di scorrimento

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

"E" Strade urbane di quartiere

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

"F" Strade locali

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

F-bis. Itinerario ciclopedonale

"Strada locale, urbana, extraurbana o vicinale, destinata prevalentemente alla percorrenza pedonale e ciclabile e caratterizzata da una sicurezza intrinseca a tutela dell'utenza debole della strada."

L'art. 2, c. 6, del D.P.R. n. 495 del 16/12/1992 (Regolamento di esecuzione ed attuazione del Nuovo Codice della Strada) delega agli organi regionali competenti la classificazione delle strade comunali esistenti e di nuova costruzione.

Ai sensi dell'art. 23, c. 6, del D.lgs. 285/93 (Nuovo Codice della Strada), all'interno dei centri abitati il Comune ha la facoltà di concedere deroghe alle norme relative alle distanze minime per il posizionamento dei mezzi pubblicitari, nel rispetto delle esigenze di sicurezza della circolazione stradale.

Carreggiata: parte della strada destinata allo scorrimento dei veicoli; essa è composta da una o più corsie di marcia, in genere, è pavimentata e delimitata da strisce di margine.

Marciapiede: parte della strada, esterna alla carreggiata, rialzata o altrimenti delimitata e protetta, destinata ai pedoni.

Parcheggio: area o infrastruttura posta fuori della carreggiata, destinata alla sosta regolamentata o non dei veicoli. L'area di parcheggio non rientra nella classificazione di strada.

ART. 5 DEFINIZIONE E DELIMITAZIONE DEL CENTRO ABITATO

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

Il Comune ha provveduto con propria deliberazione alla delimitazione del centro abitato, ai sensi dell'art. 4 del D.lgs. 285/92 (Nuovo Codice della Strada).

ART. 6 SUDDIVISIONE DEL TERRITORIO COMUNALE IN ZONE OMOGENEE

Il territorio comunale, ai fini della disciplina dell'installazione dei mezzi pubblicitari collocati lungo ed in vista delle strade, viene suddiviso, in funzione delle caratteristiche di destinazione d'uso ed ambientali dell'area, nelle seguenti zone omogenee di riferimento:

ZONA A - centro: zona di attenzione il cui perimetro ricalca in gran parte il nucleo antico del Comune. Nel dettaglio il perimetro è definito all'interno di via La Maddalena, via Nazionale (tratto da via La Maddalena a via Roma), via Roma (tratto da via La Maddalena a via dei Mille), via dei Mille, via Caprera (tratto da via dei Mille a via Arzachena, via Arzachena (NON COMPRESA).

In cartografia di dettaglio il perimetro è indicato in colore ROSSO

ZONA B – produttiva: zona a prevalente carattere commerciale/produttiva, che si trova a ovest dell'abitato con ingresso dalla strada Statale 133.

In cartografia di dettaglio il perimetro è indicato in colore BLU

ZONA C: questa zona è il risultato della sottrazione delle aree precedentemente descritte dal territorio posto all'interno dei confini comunali. Restano escluse le strade territoriali e statali di proprietà e competenza dei relativi proprietari poste all'esterno della delimitazione dei centri abitati.

La regolamentazione prevista per ogni zona omogenea disciplina l'installazione dei mezzi pubblicitari collocati lungo ed in vista delle strade comunali dentro e fuori centro abitato e delle strade non comunali ricadenti all'interno della perimetrazione del centro abitato.

Le aree del territorio comunale comprese all'interno delle zone così come sopra illustrate, sono indicate in dettaglio nell'allegata cartografia "ALLEGATO A"

Eventuali strade di nuova costruzione realizzate dopo l'approvazione e l'entrata in vigore del presente Piano, se non espressamente sottoposte a una particolare normativa, saranno considerate ricomprese nella Zona ove risulteranno da cartografia pertanto verrà applicata la disciplina per l'installazione dei mezzi pubblicitari relativa a tale area.

ART. 7 VINCOLI STORICI, ARTISTICI E DI TUTELA PAESAGGISTICA

Ai sensi dell'art 49 del D.lgs. n. 42/2004 e s.m.i. è vietato collocare o affiggere cartelli e altri mezzi pubblicitari sugli edifici e nelle aree tutelate come beni culturali o in prossimità di essi. Il Soprintendente, valutata la compatibilità della collocazione o della tipologia del mezzo pubblicitario con l'aspetto, il decoro e la pubblica fruizione dei beni culturali tutelati, può rilasciare o negare il nulla osta all'installazione del mezzo pubblicitario.

Nel caso di utilizzo ai fini pubblicitari delle coperture dei ponteggi predisposti per l'esecuzione degli interventi di restauro e di risanamento conservative dei beni indicate al primo comma, il Soprintendente rilascia o nega il nullaosta per l'effettuazione della pubblicità, per un periodo non superiore alla durata dei lavori. A tal fine alla richiesta di nulla osta deve essere allegato il contratto di appalto dei lavori medesimi.

Ai sensi dell'art. 153 del D.lgs. n. 42/2004 e s.m.i. è vietato collocare cartelli ed altri mezzi pubblicitari nell'ambito ed in prossimità dei beni paesaggistici se non previa autorizzazione rilasciata dalla Amministrazione competente sulla compatibilità della collocazione e della tipologia del mezzo pubblicitario con i valori paesaggistici degli immobili e delle aree soggetti a tutela.

Gli impianti pubblicitari, non contemplati nel presente piano, non temporanei di cui all'art. 153, comma 1, del D.Lgs. n°42/2004 e ss.mm.ii., di dimensioni inferiori a 18 mq, sono soggetti al procedimento autorizzatorio semplificato ai sensi dell'art. 3 del Decreto del Presidente della Repubblica n.31 del 13/02/2017 - *"Interventi ed opere di lieve entità soggetti a procedimento autorizzatorio semplificato"* - (allegato B punto 36).

Per "prossimità" ai beni culturali e paesaggistici si intendono tutti quei luoghi nei quali il posizionamento di cartelli o mezzi pubblicitari disturba o interrompe la veduta paesaggistica dell'edificio / monumento / componente ossia interferisce con la medesima, per prossimità viene definito un raggio di metri 10 (dieci) dal bene vincolato.

Sono fatte salve le disposizioni delle normative vigenti in materia.

ART. 8 PRESCRIZIONI GENERALI DI INSTALLAZIONE PER IL CENTRO ABITATO

All'interno del centro abitato, in conformità a quanto previsto al comma 6 dell'art. 23 del D.lgs. 285/92 e successive modificazioni ed integrazioni la collocazione degli impianti pubblicitari è consentita nel rispetto di quanto previsto dall'art. 51 comma 4 del D.P.R. 495/92.

Il posizionamento delle insegne d'esercizio, cartelli e presegne dovrà inoltre essere effettuato nel rispetto dei seguenti criteri di carattere generale:

- che siano rispettate le esigenze di sicurezza della circolazione stradale;
- che siano collocati preferibilmente in allineamento con i pali pubblici ed altri elementi esistenti;
- che non siano di ostacolo alla visibilità dei segnali e degli impianti semaforici entro lo spazio di avvistamento.

Ai sensi del 1° comma dell'articolo 23 del D.lgs. 285/92, lungo le strade o in vista di esse è vietato collocare insegne, cartelli, manifesti, impianti di pubblicità o propaganda, segni orizzontali reclamistici e sorgenti luminose, visibili dai veicoli transitanti sulle strade, che per dimensioni, forma, colori, disegno e ubicazione possano ingenerare confusione con la segnaletica stradale, ovvero possano renderne difficile la comprensione

o ridurre la visibilità o l'efficacia, ovvero arrecare disturbo visivo agli utenti della strada o distrarre l'attenzione con conseguente pericolo per la sicurezza della circolazione; in ogni caso, detti impianti non devono costituire ostacolo o, comunque, impedimento alla circolazione dei pedoni e delle persone invalide. Sono altresì vietati i mezzi rifrangenti, diversi dalla segnaletica direzionale, nonché le sorgenti e le pubblicità luminose che possono produrre abbagliamento.

TITOLO II – LA PUBBLICITA' ESTERNA

ART. 9 CLASSIFICAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI

Con la denominazione di mezzo pubblicitario in ambiente stradale si intende ogni forma di comunicazione rivolta al pubblico e fisicamente effettuata a mezzo di strutture e manufatti collocati lungo o in vista delle strade. I mezzi pubblicitari così definiti sono classificati in funzione della loro tipologia, come da art. 47 del D.P.R 495/92 e s.m.i. Al fine di meglio definire le diverse tipologie di mezzi, la classificazione individuata dal presente PGIP è la seguente:

1. Insegna di esercizio (art. 47 c. 1 D.P.R 495/92)

“Scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da simboli e da marchi, realizzata e supportata con materiali di qualsiasi natura, installata nella sede dell'attività a cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie alla stessa. Può essere luminosa sia per luce propria che per luce indiretta.”

2. Presegne (art. 47 c. 2 D.P.R 495/92)

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

Mezzi pubblicitari individuati dal PGIP appartenenti a questa categoria:

- 2.1** Preinsegna ordinaria: con forma rettangolare e aventi dimensioni 1,5 m x 0,3 m oppure 1,25 m x 0,25 m. È ammesso l'abbinamento sulla stessa struttura di sostegno di un numero massimo di sei segnali per ogni senso di marcia a condizione che le stesse abbiano le stesse dimensioni.
- 2.2** Preinsegna formato ridotto: Mezzo di dimensioni ridotte nel limite superiore di 1 m x 0,2 m e inferiore di 0,6 m x 0,1 m, integrato da freccia direzionale, destinato ad una fruizione prevalentemente pedonale. È ammesso l'abbinamento sulla stessa struttura di sostegno di un numero massimo di sei segnali per ogni senso di marcia a condizione che le stesse abbiano le stesse dimensioni. La struttura di sostegno può essere completata con uno spazio per lo stemma ed il nome del Comune.

3. Cartello (art. 47 c. 2 D.P.R 495/92)

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

Mezzi pubblicitari individuati dal PGIP appartenenti a questa categoria:

- 3.1** Cartello: Come da definizione dell'art. 47 c. 4 D.P.R 495/92.
- 3.2** Tabella: Mezzo bidimensionale mono facciale vincolato ad una costruzione in muratura o altro elemento esistente (recinzioni, cancellate, muri, pareti cieche, ecc.), finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari sia direttamente sia mediante utilizzo di altri elementi quali manifesti cartacei o simili. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.

3.3 Cavalletto o palina temporanea: Mezzo pubblicitario costituito da una struttura autoportante, non murata a terra, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari di carattere temporaneo, sia mediante l'utilizzo di pannelli rigidi, sia mediante altri elementi quali manifesti cartacei o simili. Con possibilità di allineamento sequenziale di massimo 10 (dieci) elementi. L'esposizione di Cavalletti temporanei in sequenza sarà ammessa soltanto nei siti individuati con apposita delibera di giunta comunale.

4. Striscione, locandina, stendardo (art. 47 c. 5 D.P.R. 495/92)

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

Mezzi pubblicitari individuati dal PIGP appartenenti a questa categoria:

4.1 Striscione: Mezzo bidimensionale mono facciale o bifacciale privo di rigidità, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari in occasione di manifestazioni o spettacoli, con esposizione limitata al periodo di svolgimento della manifestazione, spettacolo o iniziativa a cui si riferisce oltreché alla settimana precedente e alle 24 ore successive allo stesso. Realizzato in materiale plastico (PVC) o in tela di cotone, senza aggiunte di carta o materiali non resistenti agli agenti atmosferici. Installato trasversalmente alla sede stradale per mezzo di cavi di fissaggio a parete o appositi supporti. Può essere luminoso per luce indiretta.

L'esposizione di striscioni sarà ammessa soltanto nei siti individuati con apposita delibera di giunta comunale.

4.2 Gonfalone o Bandiera: Mezzo bidimensionale mono o bifacciale privo di rigidità, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari in occasione di manifestazioni, spettacoli, oltre che per il lancio di iniziative commerciali, con esposizione limitata al periodo di svolgimento della manifestazione, spettacolo, o iniziativa a cui si riferisce oltreché alla settimana precedente e alle 24 ore successive alla stessa. Se posizionato sul terreno può essere realizzato anche in materiale rigido. Rientrano tra tipologie di impianto gli impianti collocati su pali della luce. Può essere luminoso per luce indiretta.

4.3 Stendardo/Totem: Mezzo bidimensionale mono o bifacciale privo di rigidità, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari in occasione di manifestazioni, spettacoli, oltre che per il lancio di iniziative commerciali, con esposizione limitata al periodo di svolgimento della manifestazione, spettacolo, o iniziativa a cui si riferisce oltreché alla settimana precedente e alle 24 ore successive alla stessa. Realizzato in materiale plastico (PVC) o in tela di cotone, eventualmente dotato di un'apposita tasca per la collocazione di un manifesto cartaceo, Non vincolato al suolo

5. Segni orizzontali reclamistici (art. 47 c. 6)

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

Mezzi pubblicitari individuati dal PGIP appartenenti a questa categoria:

5.1 Segno orizzontale reclamistico: Come da definizione dell'art. 47 c. 6 D.P.R. 495/92

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

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

Qualunque mezzo pubblicitario abbinato ad una qualsiasi struttura avente quale scopo primario un servizio di pubblica utilità rientra nella definizione di "Impianto pubblicitario di servizio". La collocazione della struttura deve avvenire nel punto in cui il servizio, per il quale è preposto l'oggetto, venga svolto nel migliore dei modi. Su tali strutture possono essere abbinati degli spazi pubblicitari con superficie inferiore o uguale a 3 mq totali.

Mezzi pubblicitari individuati dal PGIP appartenenti a questa categoria:

- 6.1** Pensilina: Mezzo bidimensionale integrato a pensilina di attesa, struttura avente come scopo primario quello di proteggere l'utenza in attesa dell'autobus o altri mezzi di trasporto, ad essa rigidamente vincolato. Il mezzo può essere mono o bifacciale ed interessa le pareti laterali della pensilina. Può essere luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.
- 6.2** Palina di fermata mezzi di trasporto: Mezzo bidimensionale integrato a palina di fermata dei mezzi di trasporto; struttura avente come scopo primario quello di segnalare ed informare l'utenza sulle fermate e sugli orari, ad essa rigidamente vincolato. Il mezzo può essere mono o bifacciale, luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.
- 6.3** Orologio/Termometro: Mezzo bidimensionale integrato ad orologio e/o termometro montato su struttura propria oppure a parete, ad essa rigidamente vincolato. Il mezzo può essere mono o bifacciale, luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.
- 6.4** Cestino portarifiuti: Mezzo bidimensionale integrato a cesto portarifiuti, ad esso rigidamente vincolato. Il mezzo può essere mono o bifacciale, luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.
- 6.5** Transenna para pedonale: Mezzo bidimensionale integrato a transenna para pedonale, struttura avente per scopo primario quello di proteggere i pedoni, ad essa rigidamente vincolato. Il mezzo può essere mono o bifacciale, luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta. Nel caso di filari, le transenne dovranno essere installate in modo alternato tra tipologia "normale" e "ridotta" seguendo le schede tecniche contenute nell' "Allegato Schede tecniche degli impianti". Il numero di pannelli pubblicitari non può eccedere il 50% delle transenne contigue (in caso di numero dispari è ammesso il pannello pubblicitario in eccesso, in caso di singola transenna è ammesso lo spazio pubblicitario unico).
- 6.6** Impianto informativo: Mezzo bidimensionale integrato a struttura avente come scopo primario la fornitura di informazioni relative alla conoscenza del territorio comunale, delle sue risorse artistiche, paesaggistiche, culturali, infopoint, ecc. eventualmente corredato di planimetria del territorio. Il mezzo può essere mono o bifacciale, luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.
- 6.7** Portabici: Mezzo bidimensionale integrato a struttura avente come scopo primario la sosta e ancoraggio di biciclette possibilmente posizionato in aree di stallo, piazze e lungo piste ciclabili. Il mezzo può essere mono o bifacciale, luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.

7. Impianti di pubblicità o propaganda (art. 47 c.8)

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

Mezzi pubblicitari individuati dal PGIP appartenenti a questa categoria:

7.1 Impianto di pubblicità e propaganda: Qualsiasi mezzo non rientrante nelle classificazioni come individuate in precedenza, avente una o più facciate per l'esposizione di messaggi pubblicitari o propagandistici. Dotato di apposita struttura di sostegno, tipicamente appoggiato al terreno e non solidamente ancorato in via definitiva, finalizzato alla diffusione di messaggi a carattere socio-culturali, commerciali, ecc. mediante esposizione diretta di pannelli serigrafati o stampati oppure di elementi come manifesti o simili. Luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.

7.2 Bacheca: Mezzo bidimensionale caratterizzato da uno spazio per l'esposizione dei messaggi accessibile per mezzo di un'anta frontale trasparente, con eventuale spazio pubblicitario fisso nella parte superiore, finalizzata a contenere al suo interno messaggi o informazioni istituzionali relative all'attività di enti pubblici e associazioni varie, all'esposizione di programmi per iniziative culturali, religiose, sportive, di pubblico interesse e simili, all'esposizione di menù o locandine immobiliari. Possono inoltre contenere messaggio o informazioni commerciali come tariffe e prezzi di pubblici esercizi o alberghi, locandine immobiliari o altre informazioni commerciali. Il mezzo può essere mono o bifacciale, luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta. Il mezzo può contenere uno spazio pubblicitario sovrastante ed essere utilizzato nelle vetrinette per collocare spazi di annunci immobiliari.

7.3 Impianto a messaggio variabile o led luminosi: Mezzo bidimensionale vincolato al suolo da idonea struttura di sostegno o a parete, caratterizzato dalla presenza di un cassonetto specificamente realizzato per la diffusione di messaggi variabili. La variabilità può essere realizzata mediante il movimento del messaggio e/o delle immagini trasmesse. Il mezzo può essere mono o bifacciale, luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.

7.4 Mezzo pittorico: Mezzo bidimensionale realizzato con materiale di qualsiasi natura avente come elemento caratterizzante una grande superficie occupante, ad esempio, tutta la superficie di ponteggi o recinzioni di cantiere o altre strutture in elevazione ed a questi opportunamente ancorato. Il mezzo può essere mono o bifacciale, luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta. Si suddivide in:

7.4.1. **Mezzo pittorico con decorazione artistica:** Dovrà riportare in via preferenziale o il prospetto dell'edificio oggetto dell'intervento o l'immagine di un'opera d'arte che ha attinenza con l'edificio o un'immagine con alto contenuto artistico. Il messaggio pubblicitario sarà inserito organicamente nella gigantografia e dovrà essere circoscritto in un riquadro che lo estrae da tutta la superficie dell'impianto; dovrà essere posizionato nella parte inferiore dell'impianto e dovrà occupare una superficie non superiore al 20% della superficie totale della facciata del mezzo.

7.4.2. **Mezzo pittorico con decorazione pubblicitaria:** Il messaggio pubblicitario può interessare tutta la superficie disponibile o solo una parte di esso, comunque superiore al 20% della superficie totale della facciata del mezzo.

ART. 10 CLASSIFICAZIONE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI – DURATA DEL MESSAGGIO

Con la denominazione di impianto pubblicitario si intende ogni struttura adibita al contenimento dei mezzi pubblicitari. I mezzi pubblicitari considerati dal PGIP e come precedentemente definiti, ad eccezione degli impianti appartenenti al servizio delle pubbliche affissioni ed affissioni dirette, sono ulteriormente classificati in funzione della durata del periodo di esposizione, nelle seguenti due categorie:

Impianti permanenti

Appartengono a questa categoria gli impianti pubblicitari la cui collocazione ha una durata superiore a 90 giorni consecutivi per ciascuna autorizzazione richiesta.

Impianti temporanei

Appartengono a questa categoria gli impianti ovvero le strutture la cui collocazione è esplicitamente finalizzata all'esposizione di mezzi di pubblicità relazionati a speciali eventi di durata limitata (fino a 90 gg. di esposizione consecutivi) quali manifestazioni, spettacoli, mostre, fiere, vendite, offerte promozionali commerciali, ecc. La collocazione di questa categoria di impianti, che possono essere anche solidamente ancorati al suolo o ad altre strutture in elevazione, è però ammessa solo ed unicamente per il periodo di svolgimento della manifestazione o evento a cui si riferiscono, oltre che nella settimana precedente e nelle 24 ore successive all'evento stesso.

In occasione di manifestazioni politiche, sindacali e di categoria, filantropiche, religiose, culturali e sportive, da chiunque organizzate, anche con il patrocinio o la partecipazione degli enti pubblici territoriali, nonché in occasione di spettacoli viaggianti ed in occasione di manifestazioni commerciali la cui necessità sia collegata ad un evento ad esse riferite, sono autorizzabili altre forme pubblicitarie da concordare con l'amministrazione comunale la quale valuterà il progetto proposto secondo le esigenze di rispetto ambientale e delle caratteristiche storiche ed urbanistiche degli edifici circostanti. Tali forme pubblicitarie sono autorizzabili unicamente nel periodo compreso tra 7 giorni prima dell'evento a 24 ore dopo il termine dell'evento.

L'ubicazione dell'esposizione di pubblicità temporanea potrà essere individuata con apposita delibera di giunta comunale.

ART. 11 CLASSIFICAZIONE DEI MESSAGGI PUBBLICITARI – TIPO DI MESSAGGIO

Un'ultima classificazione dei mezzi pubblicitari identifica gli stessi in funzione del tipo di messaggio esposto ovvero:

Istituzionali/Sociali o comunque privi di rilevanza economica

Appartengono a questa categoria i mezzi preposti alla comunicazione, informazione e diffusione di messaggi o iniziative di pubblico interesse, normalmente effettuati da Enti pubblici o di diritto pubblico o comunque da altro (associazioni, circoli, ecc. regolamentati da statuto) e senza scopo di lucro.

Commerciali

Sono tutti mezzi pubblicitari adibiti all'esposizione di messaggi pubblicitari, ovvero intesi alla divulgazione di informazioni, comunicazioni e quant'altro destinato alla promozione di un'attività, di un prodotto o un servizio.

ART. 12 DEFINIZIONE DI PUBBLICITÀ ESTERNA

Con il termine “Pubblicità Esterna” si individuano gli impianti pubblicitari, sia collocati su suolo pubblico che su suolo privato, utilizzati per la diffusione di messaggi pubblicitario di tipo commerciale o istituzionale e non classificati come Insegne di Esercizio, definite dall’art.47 comma 1 DPR 495/92 regolamentate al Titolo III o come impianti per il servizio Pubbliche Affissioni normate al Titolo IV del presente Regolamento.

ART. 13 REQUISITI GENERALI DEGLI IMPIANTI PER LA PUBBLICITÀ ESTERNA

Gli impianti di pubblicità esterna dovranno rispondere a requisiti minimi in termine di sicurezza, decoro e funzionalità, essi dovranno essere progettati, realizzati e posati in opera di modo tale da non arrecare pericolo o disturbo alla sicurezza stradale, sia veicolare che pedonale.

Dal punto di vista estetico, gli impianti pubblicitari dovranno essere progettati in modo tale che, sia la scelta dei materiali che dei colori e la grafica dei messaggi, rispettino il contesto architettonico, paesaggistico ed ambientale nel quale saranno collocati.

Gli impianti pubblicitari dovranno avere anche requisiti di funzionalità riferiti soprattutto alla semplicità di manutenzione degli stessi, elemento essenziale affinché il deterioramento naturale o accidentale degli stessi non sia causa di degrado della struttura e di conseguente peggioramento dell’immagine del contesto urbano.

I messaggi esposti in tutto il territorio comunale dovranno assolutamente considerare i principi del rispetto della dignità, del pubblico pudore, della decenza e del contesto urbano nel quale il messaggio è esposto. L’amministrazione Comunale si riserva la facoltà di non rilasciare autorizzazioni per tutte quelle situazioni che rappresentano motivazioni comprovate di oltraggio ai principi di cui sopra.

La scelta della struttura portante della tipologia degli impianti pubblicitari inerente i cartelli pubblicitari e le presegne dovranno seguire le linee guida contenute nell’ “Allegato Schede tecniche degli impianti”

Tutti gli impianti autorizzabili nel territorio comunale, per uniformità dei luoghi circostanti, devono avere colorazione grigio ferro micaceo

In riferimento agli impianti pubblicitari e alla segnaletica direzionale commerciali, le caratteristiche tipologiche dovranno seguire le linee guida contenute nell’ “Allegato Schede tecniche degli impianti” e saranno oggetto di valutazione in sede di bando pubblico.

ART. 14 REGIME CONCESSIONARIO E AUTORIZZATORIO

In riferimento alla collocazione di Cartelli Pubblicitari definiti all’art. 9 comma 2 e 3 delle presenti Norme tecniche di attuazione del Piano Generale degli Impianti Pubblicitari, tali tipologie verranno affidate mediante regime autorizzatorio, seguendo le procedure previste al Titolo V e le disposizioni dell’art. 17 del presente.

In riferimento agli impianti pubblicitari di servizio definiti all’art. 9 comma 6 e alla segnaletica commerciale, industriale e artigianale definita all’art. 22 delle presenti Norme tecniche di attuazione, di cui si allega progetto distributivo allegato al PGIP, tali tipologie verranno affidate mediante procedura di gara secondo il Decreto Legislativo n.36/2023.

Qualunque altro manufatto di proprietà del Comune di Palau potrà essere affidato alla gestione di terzi soggetti per l’esposizione di spazi pubblicitari mediante affidamento mezzo bando di gara e/o manifestazione di interesse secondo le procedure del Codice dei Contratti pubblici per servizi D.lgs. 36/2023.

ART. 15 DIVIETI E LIMITAZIONI

1. Il posizionamento dei cartelli pubblicitari e di presegne lungo o in prossimità delle strade ove ne è consentita l'installazione, è comunque vietato nei seguenti punti:

a) in corrispondenza delle intersezioni;

b) lungo la parte interna delle curve;

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

d) in corrispondenza dei raccordi verticali concavi e convessi segnalati;

e) sui parapetti stradali, sulle barriere di sicurezza e sugli altri dispositivi laterali di protezione e di segnalamento.

2. È vietata la collocazione di impianti di segnaletica e di impianti pubblicitari di servizio al di fuori dei posizionamenti previsti nel Progetto distributivo allegato del Presente Piano.

3. La dimensione massima prevista per i Cartelli pubblicitari permanenti di cui all'art. 9 comma 3 è pari a 3 mq per lato, al fine di omogeneità del territorio si prevedono degli spazi di dimensione massima di 1500x2000 mm / 2000x1500 mm.

ART. 16 DEFINIZIONE GENERALE DI RISPETTO PER L' INSTALLAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI.

Gli impianti pubblicitari ad esclusione degli impianti pubblicitari di servizio definiti all'art. 9 comma 6 e della segnaletica definita all'art. 22, dovranno rispettare le seguenti linee generali di installazione:

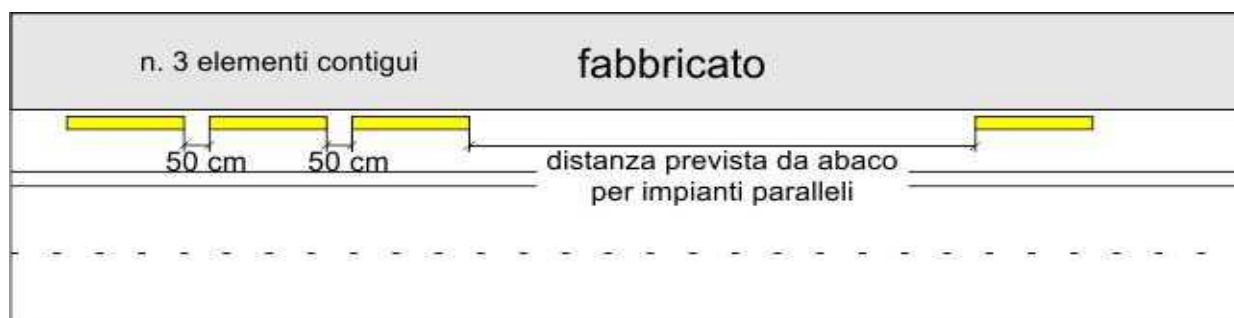
- Per le installazioni in presenza di marciapiede deve essere garantita una larghezza di rispetto minima di 1,20 m e una altezza minima del bordo inferiore a sbalzo sul marciapiede di 2,20 m;
- La larghezza minima di rispetto di 1,20 m può essere ridotta nel caso di allineamento della struttura di sostegno ad un elemento fisso già esistente purché la nuova collocazione non riduca ulteriormente lo spazio di camminamento e risulti conforme alla normativa sulle barriere architettoniche.

Tutti gli impianti pubblicitari di servizio dovranno essere collocati in modo da non interferire con il normale traffico veicolare e/o pedonale.

Nel caso in cui, lateralmente alla sede stradale e in corrispondenza del luogo in cui viene chiesto il posizionamento di cartelli o di altri mezzi pubblicitari, già esistano a distanza inferiore a quella prevista dalla scheda di abaco, costruzioni fisse, muri, filari di alberi, è ammesso il posizionamento stesso in allineamento con la costruzione fissa, con il muro e con i tronchi degli alberi. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari non devono, in ogni caso, ostacolare la visibilità dei segnali stradali entro lo spazio di avvistamento.

Per impianti pubblicitari paralleli al senso di marcia e posti in aderenza, per tutta la loro superficie, a fabbricati, muri, ecc. è vietato installare in allineamento un numero d'impianti superiore a tre elementi contigui di stessa

tipologia ad eccezione delle transenne parapedonali. Gli elementi contigui dovranno comunque essere distanziati tra loro di almeno 50cm.

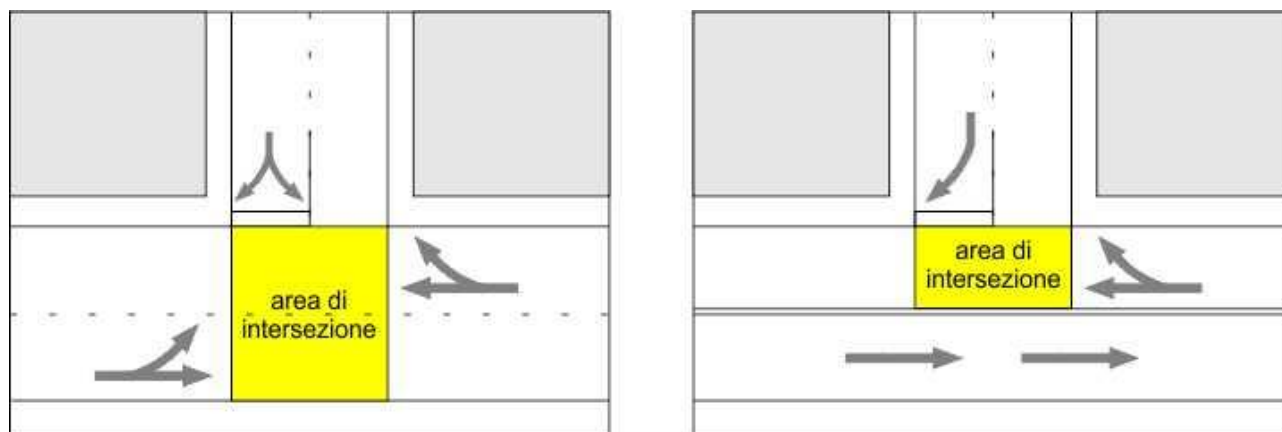


In caso di impianti luminosi o illuminati le distanze indicate per l'applicazione della normativa, ad eccezione di quella dalla carreggiata, sono da aumentate del 50%.

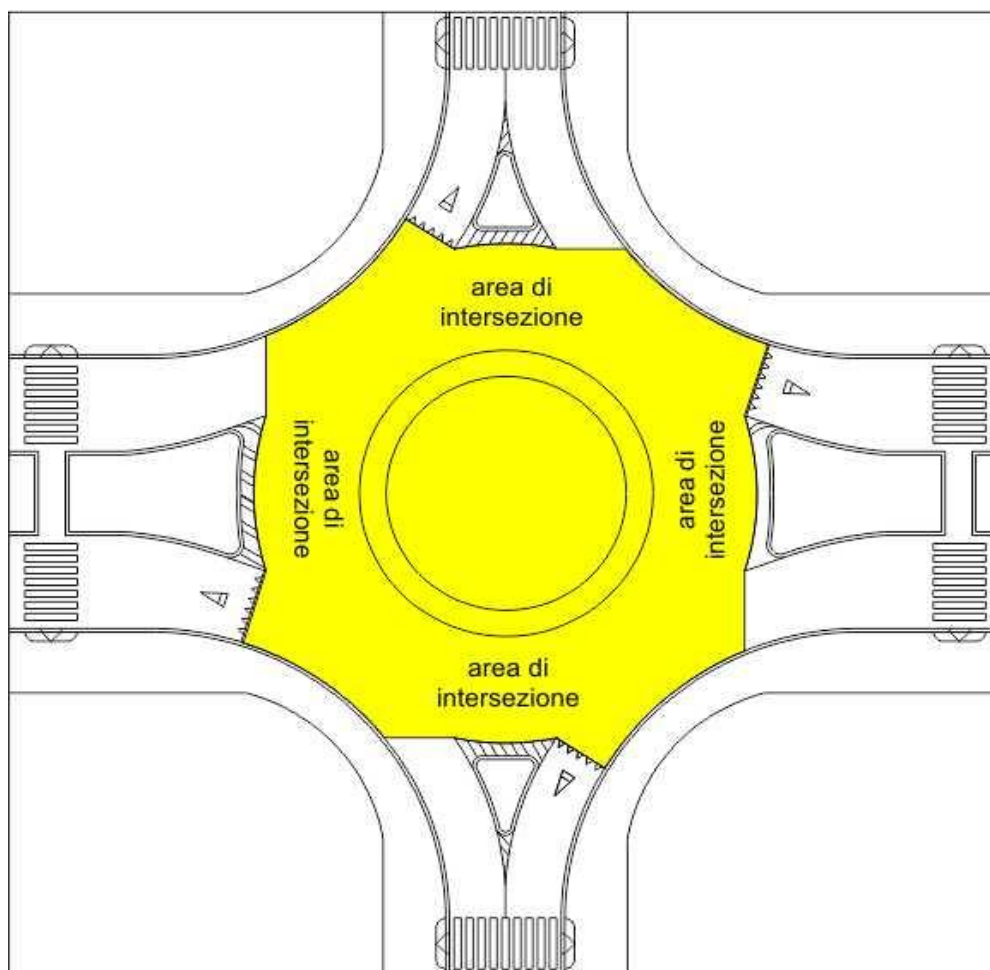
Ai sensi del D.lgs. 30 aprile 1992, N. 285 Art. 3 comma 1 punti 1) e 26), si ricordano le definizioni di:

- Intersezione a raso: area comune a più strade, organizzata in modo da consentire lo smistamento delle correnti di traffico dall'una all'altra di esse;
- Area di Intersezione: parte della intersezione a raso, nella quale si intersecano due o più correnti di traffico;

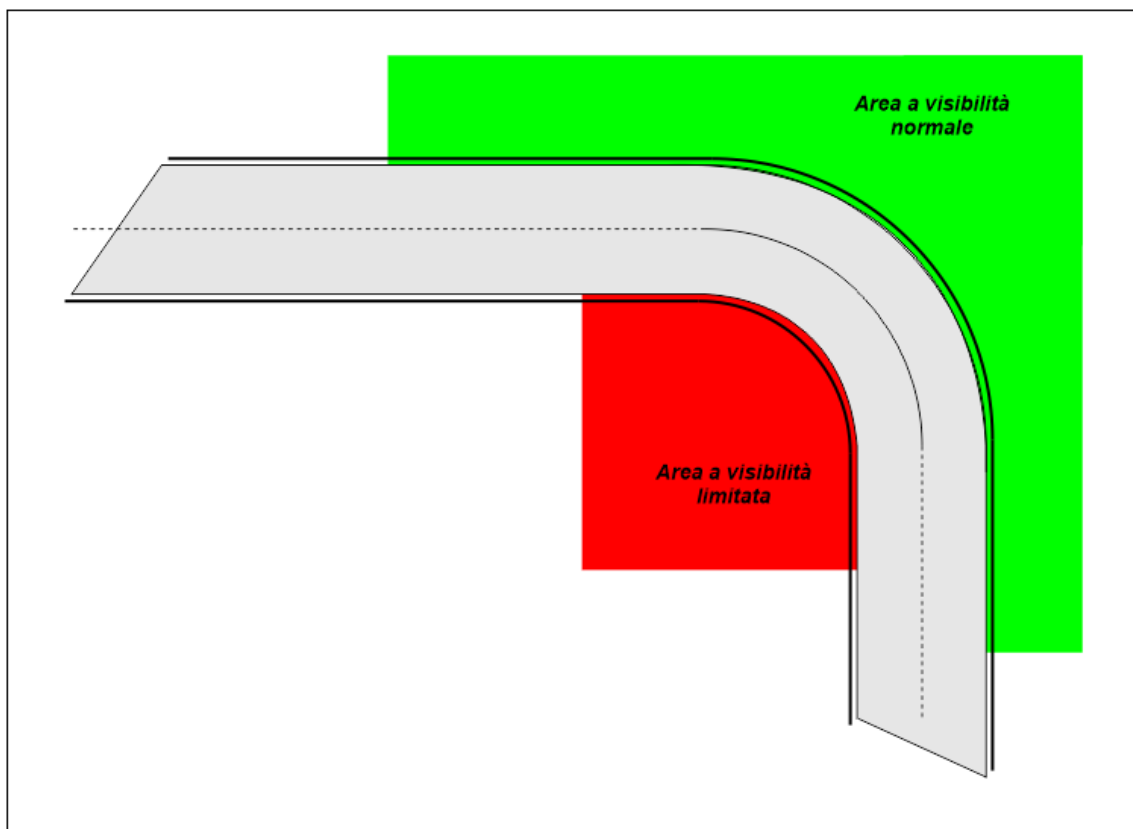
Negli schemi successivi sono state individuate e delimitate in giallo le cosiddette aree di intersezioni dalle quali i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari devono rispettare le distanze minime previste dall'abaco alla voce "intersezioni"



Le rotatorie sono anch'esse considerate delle "intersezioni a raso" pertanto la collocazione dei mezzi pubblicitari è soggetta al rispetto delle prescrizioni dell'abaco degli impianti al pari di un'intersezione a raso ordinaria. La distanza dall'intersezione per la rotatoria deve essere misurata dalla segnaletica orizzontale di arresto all'immissione nella rotatoria.



Ai sensi del D.lgs. 30 aprile 1992, N. 285 Art. 3 comma 1 punto 20) si ricorda la definizione di curva: raccordo longitudinale fra due tratti di strada rettilinei, aventi assi intersecantisi, tali da determinare condizioni di limitata visibilità. Pertanto il divieto di collocazione di mezzi pubblicitari lungo le curve di cui all'art. 51 comma 3 lettera c) del D.P.R. 495/92 deve intendersi solo e limitatamente all'area interna del raggio di curvatura, ove la collocazione di un mezzo pubblicitario creerebbe una condizione di limitata visibilità.



Per collocazione di un mezzo pubblicitario lungo o in vista di una strada, ai fini del presente Piano, si intendono tutti i mezzi pubblicitari collocati lungo una strada, di qualsiasi categoria essa sia, il cui messaggio pubblicitario è chiaramente rivolto e finalizzato all'avvistamento da parte degli utenti della strada stessa. Per in vista si ritiene che la distanza massima dalla strada sia inferiore a metri 10.

ART. 17 DISCIPLINA DI INSTALLAZIONE NELLE ZONE OMOGENEE – ABACO DELLE DISTANZE

Sulla base delle zone omogenee, come individuate dall'Art. 6 Suddivisione del territorio comunale in zone omogenee" è ammessa l'installazione di impianti di pubblicità esterna nel rispetto e nei limiti di quanto di seguito indicato:

Tipo Mezzo art.9 PGIP	ZONA			Legenda:	Simbolo
	ZONA A	ZONA B	ZONA C		
1. Insegna di esercizio	*	*	*	Ammesso	*
2. Preinsegna	*	*	*	Non Ammesso	\
3. Cartello >1mq	\	*	*		
3. Cartello <1mq	*	*	*		
4. Striscione, locandina, stendardo	\	*	*		
5. Segno orizzontale reclamistico	\	\	*		
6. Impianto di servizio	*	*	*		
7. Impianto di pubblicità o propaganda	\	\	*		

Le distanze che devono essere rispettate dagli impianti pubblicitari sono misurate dalle estremità degli impianti stessi e si applicano nella singola direttrice di marcia del lato su cui è collocato l'impianto; eventuali segnali e/o impianti collocati nel senso di marcia opposto o collocati su strade parallele rispetto a quella in esame non devono essere presi in considerazione. La superficie del mezzo pubblicitario deve pertanto essere considerata per la singola faccia visibile dal senso di marcia del lato su cui è collocato l'impianto stesso. Le distanze da rispettare ai sensi del presente Piano Generale degli impianti pubblicitari sono le seguenti:

Tipo Mezzo art.9 PGIP	Distanze di rispetto					
	Limite dalla carreggiata	Da altri mezzi pubblicitari	Prima dei segnali verticali	Dopo i segnali verticali	Prima delle intersezioni	Dopo le intersezioni
1. Insegna di esercizio	-	-	-	-	-	-
2. Preinsegna	2	25	25	25	25/30**	20/25**
3. Cartello >1 mq	2	25	25	25	20/25**	15/20**
3. Cartello < 1 mq	0,5	10	15	10	10/15**	10/15**
4. Striscione, Locandina, Stendardo	2	30	30	30	30/35**	20/25**
5. Segni Orizzontali reclamistici	-	-	-	-	25	25
7. Impianto di pubblicità o propaganda	3	25	25	25	25/30**	20/25**

Legenda:

Distanza	Numero espresso in metri
-	Nessuna distanza da rispettare
**	In caso di impianti semaforici utilizzo della distanza maggiore
***	In caso di mezzi paralleli al senso di marcia, si applicano solo le distanze previste per le intersezioni

Per gli impianti pubblicitari collocati a lato delle strade classificate di tipo "F bis – Itinerario ciclopeditonale" si applicano le distanze previste dalla scheda di Abaco relativa dagli elementi presenti nella singola direttrice di marcia della strada stessa del lato su cui è collocato l'impianto e la distanza dalla carreggiata può essere ridotta a 50 cm.

ART. 18 UBICAZIONE NELLE STAZIONI DI SERVIZIO E NELLE AREE DI PARCHEGGIO PUBBLICI

Nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio, in zone esterne ai centri abitati, possono essere collocati cartelli, insegne di esercizio e altri e mezzi pubblicitari la cui superficie complessiva non supera l'8% delle aree occupate dalle stazioni di servizio e dalle aree di parcheggio se trattasi di strade di tipo C e F, e il 3% delle stesse aree se trattasi di strade di tipo A e B, , sempreché gli stessi non siano collocati lungo il fronte stradale, lungo le corsie di accelerazione e decelerazione e in corrispondenza degli accessi. Dal computo della superficie dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari sono esclusi quelli attinenti ai servizi prestati presso la stazione o l'area di parcheggio.

Nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio, in zone interne ai centri abitati, possono essere collocati cartelli, insegne di esercizio e altri e mezzi pubblicitari la cui superficie complessiva non supera il 20% delle aree occupate dalle stazioni di servizio e dalle aree di parcheggio, sempreché gli stessi non siano collocati lungo il fronte stradale, lungo le corsie di accelerazione e decelerazione e in corrispondenza degli accessi. Dal computo della superficie dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari sono esclusi quelli attinenti ai servizi prestati presso la stazione o l'area di parcheggio.

Nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio, sia all'interno che all'esterno dei centri abitati, è ammessa la collocazione di altri mezzi pubblicitari abbinati alla prestazione di servizi per utenza della strada entro il limite di mq 2 per ogni servizio prestato.

La collocazione di mezzi pubblicitari all'interno delle suddette aree avverrà in deroga alle prescrizioni previste dall'abaco delle distanze purché nel rispetto delle norme generali di sicurezza della circolazione veicolare e pedonale all'interno delle aree.

ART. 19 SEGNI ORIZZONTALI RECLAMISTICI

I segni orizzontali reclamistici devono essere realizzati con materiali rimovibili ma ben ancorati al suolo e alla superficie stradale garantendo una buona aderenza al passaggio dei veicoli stessi.

Sono ammessi unicamente:

- a) All'interno di aree ad uso pubblico di pertinenza di complessi industriali o commerciali;
- b) Lungo il percorso di manifestazioni sportive e su aree delimitate, destinate allo svolgimento di manifestazioni di vario genere limitatamente al periodo di svolgimento delle stesse ed alle ventiquattro ore precedenti e successive;
- c) Dovranno essere utilizzati esclusivamente materiali certificati antisdrucchiolo.

Per i segni orizzontali reclamistici, collocati nel rispetto delle precedenti indicazioni, non si applicano i divieti indicati all'art. 51 c.3 del D.P.R. 495/92, e le distanze di cui all'art. 51 commi 2 e 4 si applicano unicamente rispetto ai segnali stradali orizzontali.

ART. 20 PUBBLICITÀ SUI VEICOLI

L'apposizione sui veicoli tradizionali di pubblicità non luminosa è consentita unicamente se non effettuata per conto di terzi a titolo oneroso e se realizzata con sporgenze non superiori a cm 3 rispetto alla superficie del veicolo sulla quale sono applicate, fermo restando i limiti di cui all'art. 61 del D.Lgs. 285/92.

La pubblicità non luminosa per conto di terzi è consentita sui veicoli adibiti al trasporto di linea e non di linea, ad eccezione dei taxi, alle seguenti condizioni:

- ⤴ Non sia realizzata mediante messaggi variabili
- ⤴ Non sia esposta sulla parte anteriore del veicolo
- ⤴ Sia posizionata in modo da non ridurre la visibilità rispetto alla targa ed ai dispositivi di segnalazione visiva
- ⤴ Sia contenuta entro forme geometriche regolari
- ⤴ Sia realizzata con pannelli aggiuntivi e che gli stessi non sporgano di oltre 3 cm rispetto alla superficie sulla quale sono applicati oppure tramite pellicole adesive.

La pubblicità non luminosa per conto terzi è consentita sui veicoli adibiti al servizio taxi unicamente se effettuata mediante scritte con caratteri alfanumerici, abbinati a marchi e simboli, ed alle seguenti ulteriori condizioni:

- Sia realizzata con pannello rettangolare piano bifacciale, saldamente ancorato al di sopra dell'abitacolo del veicolo e posto in posizione parallela al senso di marcia (dimensioni esterne di 75 x 35 cm);
- Non sia realizzata mediante messaggi variabili
- Sia realizzata tramite l'applicazione di pannelli di spessore inferiore ad 1cm o di pellicole adesive sulle fiancate e sul lunotto posteriore del veicolo purché non ostacoli la visibilità

L'apposizione di scritte e messaggi pubblicitari rifrangenti è ammessa sui veicoli unicamente alle seguenti condizioni:

- La pellicola utilizzata abbia caratteristiche di rifrangenza non superiori alla classe 1
 - La superficie della parte rifrangente non occupi più di due terzi della fiancata del veicolo e comunque non sia superiore ai 3 mq.
 - Il colore bianco sia contenuto nella misura non superiore ad 1/6 della superficie
 - Sia esposta unicamente sui fianchi del veicolo a distanza non inferiore a 70 cm dai dispositivi di segnalazione visiva
 - Non sia realizzata mediante messaggi variabili
- ✧ Dovranno essere corrisposte le relative tasse e/o canoni e/o imposte, se previste, nel Comune di residenza del proprietario dell'automezzo, ovvero, nel Comune dove la ditta ha la propria sede, una dipendenza o una succursale.

Il titolare della ditta proprietaria, locataria o concessionaria di auto pubblicitarie non possono operare nel territorio Comunale con sosta permanente e continuativa oltre le 12 ore.

Il divieto di effettuare pubblicità mediante la sosta prolungata (oltre le 12 ore) di veicoli pubblicitari comporta la rimozione o la copertura della pubblicità stessa, in modo da renderla inefficace.

I veicoli pubblicitari che stazionano per tempi prolungati sono equiparati ad un cartello pubblicitario e pertanto soggetti alle disposizioni del presente Piano per tale tipologia di mezzo pubblicitario.

I veicoli pubblicitari che stazionano per tempi prolungati esponendo messaggi pubblicitari in vista delle strade violando quanto sopra prescritto, perdono le caratteristiche e qualità di veicoli con la conseguente applicazione delle sanzioni di cui all'art. 23 del C.d.S.

ART. 21 PUBBLICITÀ FONICA

Entro i centri abitati e per ogni zona omogenea come in precedenza definita è consentita nei giorni feriali nel rispetto delle seguenti limitazioni:

- ✧ Dalle ore 10:30 alle ore 12:00 e dalle ore 17:00 alle ore 19:00

Nei giorni festivi e fuori dagli orari sopra indicati, è possibile concedere deroghe durante lo svolgimento di manifestazioni di carattere sportivo, culturale, sociale, religioso o simili.

La pubblicità fonica è ammessa nelle vie principali all'interno del centro abitato. È comunque vietata nei pressi dei cimiteri, degli ospedali e delle case di cura, scuole, edifici pubblici, parchi, giardini pubblici e comunque in

prossimità di particolari strutture pubbliche o private che possano ricevere disturbo dall'effettuazione di tale forma pubblicitaria.

La pubblicità fonica è autorizzata, fuori dai centri abitati, dall'ente proprietario della strada e, entro i centri abitati, dal Comune.

La pubblicità fonica a carattere elettorale è autorizzata dal Comune nel rispetto delle disposizioni dell'art. 7 della L.130/1975 e s.m.i.

Nel caso in cui la stessa si svolga sul territorio di più Comuni, l'autorizzazione è rilasciata dal prefetto della provincia in cui ricadono i Comuni stessi.

In ogni caso la pubblicità fonica non deve superare i limiti massimi di esposizione al rumore fissati dal D.P.C.M., 1°Marzo 1991.

ART. 22 SEGNALETICA VERTICALE DI INDICAZIONE - EX ART. 134 LETTERA B) E C) D.LGS 495/92

La segnaletica verticale di indicazione di attività industriali, artigianali, commerciali o alberghiere, (ex art. 134 comma 1 lettere b) e c) D.P.R. 495/92) viene collocata e identificata dal Progetto distributivo così come definite e disciplinate dal presente piano.

I segnali con le indicazioni di cui al comma 1 possono essere posti in posizione autonoma e singola, come segnali di direzione isolati, o come segnali di localizzazione, ma in tal caso non devono interferire con l'avvistamento e la visibilità dei segnali di pericolo, di prescrizione e di indicazione di cui al presente regolamento. Se impiegati devono essere installati unicamente sulle strade che conducono direttamente al luogo segnalato, e salvo casi di impossibilità, a non oltre 10 km di distanza dal luogo.

La dimensione degli spazi segnaletici, vista la conformità del territorio, deve essere ridotta nella misura di 100x20mm come da Tab. II 13 a) e b), Art.80 Regolamento di Esecuzione (art.39 Codice della Strada).

ART. 23 SPONSORIZZAZIONI AREE VERDI

Le aree verdi oggetto di contratto di sponsorizzazione mantengono le funzioni ad uso pubblico, in base alle funzioni stabilite dagli strumenti urbanistici preesistenti.

L'elenco e la classificazione delle aree verdi, dietro segnalazione del competente Ufficio Comunale, sono approvati dalla Giunta Comunale con successiva deliberazione, e viene aggiornato di norma all'inizio di ogni anno: i criteri che concorreranno all'inserimento delle aree verdi pubbliche nel suddetto elenco sono la posizione, la superficie, la qualità ambientale, l'economicità e la difficoltà di gestione.

Ove necessario, la Giunta Comunale nell'ambito delle proprie scelte discrezionali e sulla base della programmazione relativa ad interventi di manutenzione del patrimonio, può apportare nel corso dell'anno giuste variazioni all'elenco delle aree individuate.

Nell'elenco delle aree verdi, possono essere incluse, dietro formale richiesta dei cittadini interessati, singole aiuole di ridotte dimensioni: tali aree verdi, prospicienti le abitazioni private, possono essere oggetto di interventi di manutenzione.

Dell'elenco verrà data notizia alla cittadinanza ed agli operatori interessati, tramite avviso da pubblicare sul sito web e all'albo pretorio.

Possono accedere agli interventi di cui al presente regolamento:

- enti ed associazioni senza scopo di lucro,
- operatori economici pubblici e/o privati.

Gli interventi di sponsorizzazione realizzati mediante la forma di manutenzione di cui all'art. 2 comma 1) dovranno essere realizzati da operatori abilitati ed iscritti negli appositi albi professionali; nella domanda dovrà pertanto essere già data indicazione degli stessi, nonché allegata la documentazione attestante l'iscrizione al relativo albo professionale (sezione C.C.I.A.A.), regolarità contributiva e posizioni assicurative.

Cause di esclusione. La mancanza di uno qualsiasi dei documenti richiesti e qualsiasi irregolarità formale o sostanziale riscontrata comporterà l'esclusione dalla assegnazione.

I soggetti interessati alla sponsorizzazione delle aree verdi pubbliche dovranno presentare una specifica proposta per ogni singola area di loro interesse entro i termini previsti nell'avviso pubblico, che il Comune pubblicherà una volta stabilito l'elenco delle aree oggetto di sponsorizzazione.

L'offerta che deve essere redatta in carta semplice sulla base di modelli predisposti dall'Amministrazione, deve contenere tutti i dati richiesti e corredata da dichiarazione ai sensi del DPR 445/2000;

L'offerta e la dichiarazione, debitamente compilate, dovranno essere chiuse in busta sigillata, sulla quale dovrà essere riportata la dicitura: Proposta di sponsorizzazione di aree a verde pubblico.

Le buste dovranno essere consegnate all'Ufficio Protocollo del Comune di Palau – Piazza Popoli d'Europa, 07020 Palau (SS); entro il termine fissato nel relativo avviso.

Le offerte sono valutate dal Responsabile del Servizio privilegiando i seguenti criteri:

- proposta di realizzazione interventi di manutenzione straordinaria / riqualificazione;
- dimensione dell'area verde oggetto di sponsorizzazione;
- durata della sponsorizzazione;
- precedenti esperienze nella medesima area condotte con efficienza e regolarità;
- interventi simili già realizzati presso altri Comuni condotti con efficienza e regolarità. Nel caso in cui due o più Sponsor richiedano la medesima area, l'affidamento dell'area verde viene stabilito in base alla maggiore durata del periodo di manutenzione richiesto, sino ad un massimo di anni 5. Nel caso in cui ci fosse coincidenza di durata del periodo, si procede ad assegnazione tramite sorteggio.

È possibile assegnare la sponsorizzazione di una stessa area a due o più Sponsor, considerata la dimensione dell'area verde medesima, in base a quanto contenuto nell'apposito elenco.

Per quanto riguarda le aree verdi non assegnate, per mancanza di specifiche domande, il Responsabile del Servizio può procedere a trattativa diretta con eventuali soggetti interessati. Gli affidamenti avvengono mediante determinazione del Responsabile del Servizio, nel rispetto dei criteri sopra definiti, da adottarsi entro il termine di giorni 30 dalla scadenza del termine per la presentazione delle richieste.

Ad ogni richiedente non possono essere assegnate più di due aree qualora sussistano più domande rivolte ad ottenere le aree medesime.

A seguito della comunicazione relativa all'affidamento dell'area mediante sponsorizzazione, lo Sponsor deve depositare presso il Comune, per ciascun'area assegnata, entro i successivi 30 giorni:

- progetto (se previsto) di riqualificazione dell'area;
- campione del cartello pubblicitario, da realizzarsi a cura e spese dello Sponsor;

Il Responsabile dell'Ufficio comunale competente, valutata la coerenza della documentazione prodotta, propone allo Sponsor un "contratto di sponsorizzazione" che acquista efficacia con la firma per accettazione dello stesso.

La sponsorizzazione si realizza attraverso la stipula di un contratto, fra il soggetto affidatario (Sponsor) ed il Comune di Palau.

Lo Sponsor deve impegnarsi nella realizzazione degli interventi con continuità, prestando la propria opera in conformità a quanto stabilito nel contratto di sponsorizzazione. Impedimenti di qualsiasi natura alla realizzazione o prosecuzione dell'intervento devono essere tempestivamente segnalati all'Amministrazione Comunale affinché possa adottare gli opportuni provvedimenti. Tutte le spese, le imposte, le tasse dipendenti e conseguenti alla convenzione sono a carico dell'Assegnatario.

Quale contropartita della sistemazione e/o gestione dell'area verde il Comune autorizzerà lo Sponsor a pubblicizzare la propria attività o ragione sociale tramite appositi cartelli informativi da autorizzare.

Il numero dei cartelli da collocarsi presso l'area verde è stabilito dalla Giunta Comunale sentito il competente Ufficio comunale, in relazione alla conformazione e superficie dell'area verde gestita.

I cartelli dovranno avere dimensione massima di cm 100 x 50: dimensioni e tipologie di cartelli verranno specificate con successivo atto della Giunta Comunale, potranno variare da area ad area, considerando la loro localizzazione e la dimensione dell'area verde oggetto dell'intervento.

TITOLO III- LE INSEGNE DI ESERCIZIO

ART. 24 DEFINIZIONE

Le insegne di esercizio si distinguono in insegne a parete e insegne a giorno.

Le insegne a parete sono ancorate alla facciata di pertinenza dell'attività a cui si riferiscono e possono essere frontali o a bandiera. Le insegne frontali sono fissate parallelamente alla facciata di pertinenza dell'attività. Le insegne a bandiera sono fissate perpendicolarmente alla facciata di pertinenza dell'attività.

Le insegne a giorno sono quelle non incluse nella precedente definizione. Sono installate nelle pertinenze accessorie all'attività a cui si riferiscono e possono essere collocate su pali o sulla sommità di cancelli, pensiline, coperture, facciate o tetti

ART. 25 CARATTERISTICHE TECNICHE

Per insegne, targhe e pannelli d'esercizio si intendono le scritte, tabelle e simili a carattere permanente, esposti esclusivamente nella sede e nelle pertinenze di un esercizio, di una industria, commercio, arte o professione che contengano il nome dell'esercente o la ragione sociale della ditta, la qualità dell'esercizio o la sua attività permanente, l'indicazione generica delle merci vendute o fabbricate o dei servizi che vengono prestati; le caratteristiche di tali mezzi pubblicitari devono essere tali da adempiere alla loro funzione, esclusiva o principale, che è l'identificazione immediata dell'attività. Le sue caratteristiche tecniche devono essere conformi al luogo e alle attività circostanti in base al contesto urbano ove vengono collocate.

ART. 26 DEROGHE SPECIFICHE

Qualora il rispetto del presente articolo sia di ostacolo all'installazione di almeno un'insegna di esercizio nella sede o nelle pertinenze dell'attività, e che tale impedimento risulti efficacemente dimostrato, l'amministrazione comunale, attraverso il Dirigente dell'ufficio preposto, potrà derogare dalle prescrizioni tecniche ivi contenute, fermo restando il rispetto delle tipologie e delle caratteristiche prescritte dalle presenti norme per ciascuna zona ed il rispetto delle prescrizioni di cui al comma precedente.

L'autorizzazione per le insegne di esercizio viene rilasciata e decade alla chiusura dell'attività esistente, eventuale cambio di attività e/o cambio grafico deve essere nuovamente autorizzato dal Comune.

TITOLO IV- PUBBLICHE AFFISSIONI

ART. 27 DEFINIZIONE DI AFFISSIONE

Con il termine “affissioni” si individuano appositi impianti destinati all'esposizione, di manifesti di qualunque materiale costituiti, contenenti comunicazioni aventi finalità istituzionali, sociali o comunque prive di rilevanza economica, ovvero, ove previsto e nella misura stabilita nel regolamento comunale per l'applicazione del Canone Unico Patrimoniale L.160/2019 di messaggi diffusi nell'esercizio di attività economiche.

Tali impianti rientrano tra le strutture adibite all'erogazione del servizio delle affissioni. Il servizio è obbligatoriamente istituito nei Comuni che abbiano una popolazione residente superiore a tremila abitanti. Le affissioni sono suddivise in:

- *Impianti di pubblica affissione destinati ad affissioni di natura istituzionale sociale e/o comunque privi di rilevanza economica e annunci mortuari:* tali impianti di proprietà comunale o del concessionario del servizio delle pubbliche affissioni, sono realizzati su standardi o plance aventi dimensioni multipli del formato del foglio cm70x100, mono o bifacciali e comunque non superiori ai quattro fogli per facciata.
- *Impianti di pubbliche affissioni destinati ad affissioni di rilevanza commerciale:* tali impianti di proprietà comunale o del concessionario del servizio sono realizzati su standardi o plance aventi dimensioni multiple del foglio cm 70x100 mono o bifacciali sino a 24 fogli (poster dimensioni nette di cm 600x300). Possono essere illuminati unicamente mediante luce indiretta.
- *Impianti di pubblica affissione destinati ad affissione diretta:* sono impianti riferiti ad una parte delle superfici di pubblica affissione commerciale utilizzati da soggetti privati.

ART. 28 REQUISITI GENERALI DEGLI IMPIANTI PER LE AFFISSIONI

Gli impianti per le affissioni dovranno rispondere a requisiti minimi di sicurezza, decoro e funzionalità secondo le caratteristiche degli impianti atti a eseguire tale servizio. Gli impianti per le affissioni dovranno essere progettati, realizzati e posati in opera in modo tale da non arrecare pericolo o disturbo alla sicurezza stradale, veicolare e pedonale.

Dal punto di vista estetico e strutturale, gli impianti per le affissioni devono rispettare le caratteristiche minime sopra descritte e avere dimensioni 140x200, 200x140, 140x100, 100x140, 600x300 così da poter utilizzare in modo ottimale i fogli 70x100 e loro multipli e sottomultipli, poiché i manifesti delle diverse tipologie vengono forniti nelle dimensioni di cui sopra.

ART. 29 POSIZIONAMENTO DEGLI IMPIANTI DI AFFISSIONE

La scelta delle posizioni degli impianti affissionali dovrà rientrare in un progetto unitario che consideri il territorio e la relativa distribuzione oltre al mantenimento di uniformità nell'estetica, nei colori e nei materiali.

Gli impianti devono essere dotati di uno spazio, normalmente collocato sulla sommità (cimasa), utilizzabile per riportare diciture quali il nome del Comune, lo stemma comunale, il numero identificativo dell'impianto, la

destinazione d'uso (istituzionale, commerciale, ecc.) e in caso di soggetto privato può riportare il marchio o logo tipo della società titolare della concessione.

Le strutture di sostegno e fondazione devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento; devono essere saldamente realizzate ed ancorate al terreno sia nel loro complesso sia nei singoli elementi che le compongono.

Dal punto di vista estetico e strutturale gli impianti per le affissioni dovranno essere in metallo, permettere l'applicazione dei fogli nel modulo 70 x 100 cm o suoi multipli e rispettare una generale uniformità nelle forme e nei colori. L'amministrazione comunale determina a suo insindacabile giudizio i posizionamenti.

ART. 30 SUPERFICI

La superficie complessiva attuale degli impianti destinati alle pubbliche affissioni è ritenuta conforme alle effettive esigenze e necessità del Comune.

Art. 31 Ripartizione delle pubbliche Affissioni

Al fine dell'applicazione della normativa relativamente al computo delle superfici per le pubbliche affissioni essendo tale servizio, a seguito dell'introduzione della Legge 160/2019 facoltativo, si ritiene che la gestione avverrà mediante le relative esigenze delle richieste di servizio pubblico.

ART. 32 PRESCRIZIONE DI INSTALLAZIONE

I criteri di installazione degli impianti dovranno seguire le seguenti prescrizioni di carattere generale:

- a) posizionamento nel rispetto delle esigenze di sicurezza della circolazione stradale;
- b) collocazione preferibilmente in allineamento ad altri impianti esistenti;
- c) mantenimento della visibilità dei segnali e degli impianti semaforici entro lo spazio di avvistamento
- d) che non fronteggino vetrine, finestre e portoni di accesso ai fabbricati

Gli impianti affissionali poster 6 x 3 m dovranno essere collocati a distanza non inferiore a 25 metri dalle intersezioni, e non potranno fronteggiare le facciate finestrate dei fabbricati.

La collocazione degli impianti affissionali è preferibile in senso parallelo all'asse della carreggiata stradale.

TITOLO V- NORME AMMINISTRATIVE

ART. 33 AUTORITÀ COMPETENTE PER IL RILASCIO DELLE AUTORIZZAZIONI

L'autorità competente per il rilascio delle autorizzazioni in centro abitato o su strade comunali fuori centro abitato è il Comune di Palau.

La delimitazione del centro abitato individua, lungo le strade statali, regionali, provinciali che attraversano i centri medesimi, i tratti di strada che costituiscono “**strade comunali**”, ed individua pertanto i limiti territoriali di competenza e le responsabilità tra i comuni e gli altri proprietari di strade.

Per quanto riguarda la collocazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari in prossimità di aree vincolate, ai sensi dell'art. 153 del d.lgs. n. 42 del 22/01/2004 si rimanda interamente alle prescrizioni di cui all' Art. 7 Vincoli storici, artistici e di tutela paesaggistica del presente Piano.

Nel caso in cui i cartelli e/o gli altri mezzi pubblicitari collocati su una strada siano chiaramente rivolti anche verso un'altra strada appartenente ad ente diverso, l'autorizzazione è subordinata al preventivo nulla osta tecnico di quest'ultimo, richiesto direttamente dall'ente quale fase endoprocedimentale del procedimento.

Nei tratti Provinciali, Statali e Regionali, esterni al centro abitato l'Ente competente per il rilascio dei provvedimenti autorizzativi è l'Ente Proprietario della Strada, pertanto in tali aree non vige il presente Piano Generale degli impianti ma il Regolamento dell'Ente preposto o il Codice della Strada.

Per quanto non indicato si fa riferimento al Regolamento Canone Unico Patrimoniale a norma della Legge 169/2019 approvato dal Consiglio Comunale con Delibera numero 53 del 17/12/2020;

ART. 34 DEFINIZIONE DELL' UFFICIO INCARICATO AL RILASCIO DELLE AUTORIZZAZIONI/TITOLI ABILITATIVI

In base a quanto previsto dall'art. 4 capo II della L.241/90 l'unità organizzativa responsabile dell'istruttoria e di ogni altro adempimento è l'ufficio comunale competente. Il Dirigente di questa unità organizzativa provvede ad assegnare a sé o ad altro dipendente addetto la responsabilità dell'istruttoria e ogni altro adempimento inerente il singolo procedimento nonché, eventualmente, l'adozione del provvedimento di Autorizzazione.

I compiti assegnati a questo ufficio sono i seguenti:

- ⤴ Esaminare le domande in ordine progressivo al numero di protocollo di registrazione d'ufficio;
- ⤴ Accertare la conformità della documentazione tecnica a quanto previsto nel presente PGIP ed eventualmente richiedere, come integrazione, la modulistica necessaria;
- ⤴ Proporre le eventuali modifiche al presente PGIP ritenute necessarie per rendere più funzionale l'utilizzo di questo strumento;
- ⤴ Convocare direttamente il richiedente e/o la diretta installatrice nell'eventualità di acquisire chiarimenti;
- ⤴ Richiedere, per i casi di installazioni da collocarsi su edifici di particolare interesse storico-artistico, l'eventuale campionatura del materiale impiegato e del colore prescelto;
- ⤴ Prescrivere le modifiche ritenute necessarie affinché gli impianti possano inserirsi adeguatamente ed armoniosamente tra gli edifici e nell'ambiente;

- ⤴ Esprimere parere motivato, specialmente in caso di rigetto della domanda, in conformità a quanto esposto nel presente PGIP e dalle norme vigenti;
- ⤴ Acquisire il parere vincolante della Polizia Locale per la verifica di conformità al Codice della Strada;
- ⤴ Istituire e mantenere il Registro delle autorizzazioni;
- ⤴ Indire di regola una conferenza di servizi, qualora sia opportuno effettuare un esame contestuale di vari interessi pubblici coinvolti nel procedimento amministrativo o quando si debbano acquisire intese, concerti, nulla osta o assensi comunque denominati di altre amministrazioni pubbliche. In tal caso, le determinazioni concordate nella conferenza sostituiscono a tutti gli effetti i concerti, le intese, i nulla osta e gli assensi richiesti;

ART. 35 MODALITÀ PER LA PRESENTAZIONE DELLE ISTANZE DI AUTORIZZAZIONE/TITOLI ABILITATIVI

Il soggetto interessato al rilascio di un'autorizzazione per l'installazione di mezzi pubblicitari deve presentare relativa domanda tramite procedura telematica attraverso lo sportello unico per le attività produttive e per l'edilizia, con ogni allegato obbligatorio per la specifica tipologia di impianto richiesto.

Fermo ed impregiudicato quanto sopra, il richiedente è tenuto a produrre, su richiesta del Comune, tutti i documenti ed a fornire tutti i dati ritenuti necessari al fine dell'esame della domanda.

Potrà essere formulata una singola istanza comprensiva di più postazioni purché facenti parte alla medesima tipologia e definizione di impianto pubblicitario.

ART. 36 ISTRUTTORIA DELLA DOMANDA

Gli uffici preposti ricevono l'istanza che viene affidata al responsabile del procedimento (L.241/1990, L.R. 24/2016 e Delibera Giunta Regionale 49/2019) il quale effettua immediatamente i seguenti adempimenti:

- a) comunicazioni al soggetto interessato di cui alla Legge 241/90 art.4-5-7-8;
- b) trasmissione della pratica agli organi preposti per il rilascio dei pareri di competenza in materia di traffico, viabilità, lavori pubblici e arredo urbano.

Detti pareri devono essere rilasciati e trasmessi entro i 30 gg. successivi, trascorsi i quali si intendono favorevoli.

Ottenuti i pareri di competenza o trascorsi 30 gg per il loro rilascio da parte degli uffici interpellati, il responsabile del procedimento predispone il provvedimento autorizzativo.

Entro 60 giorni il Dirigente rilascia il parere favorevole affinché si concluda il procedimento con il rilascio dell'Autorizzazione. Per effettuare il ritiro dell'autorizzazione sarà necessario trasmettere l'avvenuto pagamento del Canone Unico Patrimoniale L.160/2019 con decorrenza dalla data di ritiro dell'autorizzazione sino al 31/12 dell'anno in corso. In caso di esito negativo verrà data comunicazione formale. In caso di motivi ostativi, prima di emettere il provvedimento finale si provvederà a darne comunicazione ai sensi dell'art.10 bis L.241/90 attendendo le controdeduzioni entro 10 giorni. Nel caso in cui le controdeduzioni non superino i motivi ostativi indicati si provvederà ad emettere provvedimento definitivo di diniego motivato con l'indicazione delle circostanze e dei fattori che lo hanno determinato (art. 3, L.241/90). Il diniego al rilascio dell'autorizzazione non concede diritto al rimborso delle spese per le operazioni tecnico-amministrative.

ART. 37 INTEGRAZIONE ALLA DOMANDA

In caso in cui la domanda non sia corredata della documentazione prevista ovvero nel caso in cui l'ufficio comunale preposto ritenesse di dover acquisire ulteriore documentazione, il responsabile del procedimento, invia una comunicazione con l'indicazione dei documenti da integrare (così come previsto dal procedimento).

Qualora l'ulteriore documentazione richiesta non venga prodotta entro i 30 (trenta) gg. successivi, l'istanza verrà archiviata d'ufficio con la comunicazione di esito negativo.

I termini per l'adozione del provvedimento finale previsti al precedente articolo, in caso di richiesta di integrazione verranno sospesi, decorreranno nuovamente dalla data del deposito della documentazione integrativa.

ART. 38 DURATA

L'autorizzazione ha durata di tre anni rinnovabile con istanza di rinnovo da presentare 60 giorni prima della scadenza. Le autorizzazioni per gli impianti temporanei non sono rinnovabili, in caso di prolungamento dell'evento alla quale si riferiscono dovrà essere inoltrata nuova ed apposita istanza.

L'autorizzazione per le insegne di esercizio normate al Titolo III decade alla chiusura dell'attività autorizzata qualora non vi sia un subentro nell'attività e il nuovo soggetto titolare non intendesse mantenere la precedente denominazione. L'eventuale cambio di attività e/o modifica alla grafica dovrà sempre essere nuovamente autorizzato dal Comune.

ART. 39 RINNOVI

L'autorizzazione all'installazione di cartelli o di altri mezzi pubblicitari ha validità per un periodo di 3 anni ed è sempre rilasciata salvo i diritti dei terzi; è fatta salva la possibilità di stabilire una diversa durata nel caso di concessione mediante gara ad evidenza pubblica.

La stessa è rinnovabile a condizione che la richiesta, da prodursi almeno 90 giorni prima della scadenza naturale, provenga dal medesimo soggetto autorizzato e sia relativa al medesimo mezzo pubblicitario; la domanda di rinnovo deve essere corredata dalla sola autodichiarazione, ai sensi dell'art. 47 del D.P.R. 445/00, del titolare dell'attività che attesti la persistenza degli elementi di cui all'art. 53 del D.P.R. 495/92 e l'assenza di modifiche alla situazione in essere.

Il rinnovo non opera automaticamente, ma è soggetto ad una nuova valutazione dell'amministrazione comunale che potrà concederlo con provvedimento da comunicare al richiedente entro 60 giorni dalla richiesta.

Il mancato rispetto delle condizioni di cui al precedente comma e qualsiasi modifica s'intenda proporre comportano la richiesta di una nuova autorizzazione

ART. 40 ADEMPIMENTI A SEGUITO DELL' AUTORIZZAZIONE

I lavori di installazione dell'impianto autorizzato dovranno essere ultimati entro i 90 gg successivi al rilascio dell'autorizzazione, pena la decadenza della stessa. Su richiesta motivata dell'interessato, possono essere concesse proroghe al termine suddetto da parte dell'ufficio comunale preposto. Sull'impianto autorizzato dovrà essere saldamente fissata una targhetta metallica, posta in posizione facilmente accessibile, sulla quale saranno riportati con caratteri indelebili:

- a) la dicitura Ente Autorizzante: Comune di Palau;
- b) soggetto titolare dell'Autorizzazione e recapiti;
- c) numero e data di rilascio dell'autorizzazione;
- d) data di scadenza dell'autorizzazione.

I dati predetti devono essere aggiornati ad ogni rinnovo, ovvero in caso di qualunque variazione intervenuta nel titolo autorizzativo.

ART. 41 OBBLIGHI DEL TITOLARE DELL'AUTORIZZAZIONE

E' fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione di:

- ⚡ Rispettare in ogni caso tutte le norme di sicurezza prescritte dai Regolamenti Comunali, dal Nuovo Codice della Strada e dal presente PGIP;
- ⚡ Verificare periodicamente il buono stato di conservazione dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari e delle loro strutture di sostegno;
- ⚡ Effettuare tempestivamente tutti gli interventi necessari al loro ripristino in caso di danneggiamento, usura, sfregi o graffiti;
- ⚡ Adempiere nei tempi richiesti a tutte le prescrizioni impartite dall'Ente competente ai sensi dell'art. 405 c. 1 del D.P.R. 495 /92, al momento del rilascio dell'autorizzazione ed anche successivamente per intervenute e motivate esigenze;
- ⚡ Procedere alla rimozione nel caso di scadenza naturale o revoca dell'autorizzazione o insussistenza delle condizioni di sicurezza previste all'atto dell'installazione o di motivata richiesta da parte dell'Ente competente al rilascio;
- ⚡ Effettuare la pulizia dell'area di pertinenza dell'impianto pubblicitario dopo le operazioni di manutenzione e/o attacchinaggio sull'impianto medesimo, facendosi carico, peraltro, di effettuare correttamente lo smaltimento dei materiali di risulta;
- ⚡ Effettuare tempestivamente tutti gli interventi necessari per il mantenimento delle condizioni di sicurezza;
- ⚡ Mantenere la vigenza e copertura delle polizze assicurative RC e produrne copia all'ente entro 5 giorni su richiesta dell'ente;
- ⚡ Apporre sulla struttura la targhetta identificativa dell'impianto ex. Art. 55 D.p.r. 495/92.
- ⚡ Effettuare i pagamenti annui dell'Imposta sulla pubblicità al Comune o al Concessionario;

E' fatto inoltre obbligo al titolare dell'autorizzazione rilasciata per la posa di segni orizzontali reclamistici e di mezzi temporanei, di provvedere alla rimozione degli stessi entro le ventiquattro ore successive alla conclusione della manifestazione o dello spettacolo per il cui svolgimento sono stati autorizzati, ripristinando il preesistente stato dei luoghi ed il preesistente grado di aderenza delle superfici stradali.

ART. 42 REVOCA DELL'AUTORIZZAZIONE PER LA PUBBLICITÀ PERMANENTE

L'autorizzazione potrà essere revocata, secondo gli aspetti indicati nella L.241/90, nei seguenti casi:

- ⚡ Mancata installazione dell'impianto entro 90 gg. dal ritiro dell'autorizzazione e/o entro il termine di proroga concesso;
- ⚡ Mancata persistenza dei requisiti autorizzativi dell'impianto e che sia impossibile trovare altre posizioni alternative compatibili;
- ⚡ Mancata presentazione, entro i termini prescritti, delle istanze di adeguamento in base alle variazioni di prescrizioni alle installazioni di mezzi pubblicitari che si dovessero apportare;
- ⚡ Motivi di interesse pubblico legati alla realizzazione di interventi pubblici sul territorio incompatibili con la permanenza dell'impianto ovvero alterazione dello stato dei luoghi intorno all'impianto che renda incompatibile la permanenza dell'impianto e che sia impossibile trovare altre postazioni alternative compatibili;
- ⚡ Grave imperizia nella installazione dell'impianto pubblicitario tale da mettere in pericolo la pubblica incolumità;
- ⚡ Reiterata mancanza di effettuazione di manutenzione ordinaria e straordinaria dell'impianto pubblicitario o reiterati episodi di imperizia nelle operazioni di attacchinaggio di manifesti a seguito di formale diffida comunale;
- ⚡ Mancata comprovazione di vigenza delle polizze assicurative di RC;
- ⚡ Mancato pagamento del Canone Patrimoniale di cui al Regolamento approvato dal Consiglio Comunale con Delibera numero 53 del 17/12/2020

ART. 43 ESPOSIZIONI SOGGETTE A SEMPLICE COMUNICAZIONE

Sono soggette a semplice comunicazione da inviarsi all'Ufficio comunale competente, assolvendo ai previsti oneri tributari laddove previsti, senza preventiva acquisizione di autorizzazione o concessione comunale i manufatti per l'esposizione delle seguenti tipologie di pubblicità:

- **TARGA PROFESSIONALE:** manufatto con scritte in caratteri alfanumerici, completate da eventuali simboli e da marchi, utilizzabili su una sola facciata, integrata su supporto di metallo, pietra, legno o altri materiali, posta in opera lateralmente alla porta di ingresso dell'edificio della sede dell'attività svolta. Non può essere luminosa per luce propria. La targa non deve contenere messaggi pubblicitari ma unicamente il nome e cognome del professionista o dello studio professionale con eventuali titoli acquisiti, orari di apertura numeri telefonici e simili. Non sono ammesse targhe poste perpendicolarmente alla superficie su cui devono essere installate. Se il prospetto su cui verrà apposta la targa è munito di bacheca porta targhe ovvero di altro mezzo preposto l'installazione dovrà avvenire rispettando la geometria della stessa. Le Targhe possono avere una dimensione massima di cm 50x30 e non vi sono vincoli di materiale e/o colorazioni.
- **VETROFANIA:** pellicola di materiale non rigido e di natura precaria, trasparente e non, applicata su vetro, riportanti scritte in caratteri alfanumerici o simboli, marchi anche di fatto, fotografie, grafici o disegni. Nella comunicazione dovrà essere attestato il rispetto dei parametri igienico-sanitari (aeroilluminazione)
- **VETROGRAFIA:** smerigliatura, mussolatura, incisione ad acido, a mola ecc., pittura monocromatiche o colorate realizzata direttamente su vetrine.

- **SCHERMI E PANNELLI A MESSAGGIO VARIABILE O ANIMATO POSTI ALL'INTERNO DELLE VETRINE:** manufatto bidimensionale posizionato all'interno di vetrine di negozi supermercati attività commerciali in genere, anche rivolti verso l'esterno, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici inerenti all'attività svolta all'interno del negozio-locale commerciale ove è installato, caratterizzati dall'impiego di sistemi automatici di tipo meccanico o sistemi elettronico digitali che, opportunamente interfacciati con una stazione di comando computerizzata, possono originare messaggi scritti, immagini monocromatiche, a colori, fisse o in movimento.
- **SCRITTE SU TENDE ED OMBRELLONI:** scritte con caratteri alfanumerici, completate da eventuali simboli e da marchi posti in opera direttamente su tende ed ombrelloni.

ART. 44 VIGILANZA

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

Limitatamente al disposto dell'art. 23 del D.lgs. 285/92, la vigilanza può essere svolta, nell'ambito delle rispettive competenze, anche dai funzionari dei Ministeri dell'Ambiente e dei beni Culturali, i quali trasmettono le proprie segnalazioni all'Ente proprietario della strada per i provvedimenti di competenza.

Tutti i messaggi pubblicitari e propagandistici che possono essere variati senza autorizzazione ai sensi dell'art. 53, comma 8 del D.P.R. 495/92, se non rispondenti al disposto dell'art. 23 c. 1 del D.lgs. 285/92, devono essere rimossi entro i dieci giorni successivi alla notifica della diffida alla rimozione, a cura e spese del soggetto titolare dell'autorizzazione o del concessionario. In caso di inottemperanza si procede d'ufficio rivalendosi per le spese sul soggetto titolare dell'autorizzazione o del concessionario. Tutti i mezzi esposti difformemente dalle autorizzazioni rilasciate o non autorizzati dovranno essere rimossi, previa contestazione scritta, a cura e spese del soggetto titolare dell'autorizzazione o del concessionario, entro il termine di dieci giorni dalla diffida pervenuta. In caso di inottemperanza, si procederà d'ufficio.

ART. 45 RIMOZIONE

Gli impianti installati senza aver ottenuto la prevista autorizzazione all'installazione, sono abusivi. Sono da ritenersi abusivi anche quegli impianti per il quale si è provveduto alla revoca dell'autorizzazione o non vi è stato concesso il rinnovo di una precedente autorizzazione.

In caso di collocazione di impianti pubblicitari abusivi, l'ente proprietario della strada a mezzo della Polizia Locale diffida l'autore della violazione e il proprietario o il possessore del suolo privato, nei modi di legge, a rimuovere il mezzo pubblicitario a loro spese entro e non oltre dieci giorni dalla data di comunicazione dell'atto. Decorso il suddetto termine, l'ente proprietario della strada provvede ad effettuare la rimozione del mezzo pubblicitario e alla sua custodia ponendo i relativi oneri a carico dell'autore della violazione e, in via tra loro solidale, del proprietario o possessore del suolo.

Nel caso in cui l'installazione degli impianti sia realizzata su suolo demaniale ovvero rientrante nel patrimonio degli enti proprietari delle strade, o nel caso in cui la loro ubicazione lungo le strade e le fasce di pertinenza costituisca pericolo per la circolazione, in quanto in contrasto con le disposizioni contenute nella vigente normativa, l'ente proprietario esegue senza indugio la rimozione dell'impianto pubblicitario. Successivamente alla stessa, l'ente proprietario trasmette nota delle spese sostenute al prefetto, che emette ordinanza-ingiunzione di pagamento. Tale ordinanza costituisce titolo esecutivo ai sensi di legge. Le strutture rimosse potranno essere ritirate effettuando il relativo pagamento delle spese di rimozione dal giorno successivo dell'avvenuta rimozione.

TITOLO VI – SANZIONI E DISPOSIZIONI FINALI

ART. 46 NORME TRANSITORIE

Le norme del presente PGIP si applicano a tutti gli impianti di nuova installazione; quelli attualmente esistenti collocati in virtù di un titolo autorizzativo vigente o in pendenza di rinnovo/riordino stradale, rilasciato precedentemente all'approvazione del presente Piano (fatte salve le insegne di esercizio preesistenti e regolarmente autorizzate che dovranno essere adeguate alla loro sostituzione) ma in contrasto con tali norme dovranno essere adeguati presentando istanza di regolarizzazione entro e non oltre 120 giorni dall'approvazione del PGIP. Superato il termine della regolarizzazione verranno prese in esame le nuove istanze seguendo l'ordine cronologico di presentazione e gli impianti esistenti non adeguati verranno considerati abusivi. Eventuali modifiche e/o deroghe apportate al Codice della Strada e relativo regolamento di esecuzione e di attuazione, nonché alle normative vigenti in materia di pubblicità, comportano l'adeguamento automatico del presente PGIP. Per gli impianti oggetto di regime concessorio potranno essere mantenute nelle posizioni autorizzate, con regolare autorizzazione in vigore, sino ad espletamento delle procedure di nuovo affidamento in concessione; successivamente all'affidamento in concessione le strutture dovranno essere rimosse dal proprietario o dal nuovo concessionario.

ART. 47 IMPIANTI PUBBLICITARI ABUSIVI

Sono considerati abusivi i mezzi pubblicitari installati in carenza di valido atto autorizzativo rilasciato dall'Amministrazione Comunale, così come previsto dal presente PGIP.

Sono altresì considerati abusivi i mezzi pubblicitari risultanti non regolarizzati entro i termini di cui all'art.46 norme transitorie del presente piano. In ogni caso, è considerata abusiva ogni variazione non autorizzata, apportata alle installazioni ed esposizioni in opera.

Sono inoltre da considerarsi abusivi i mezzi pubblicitari con autorizzazioni scadute e non rinnovate, ferme ed impregiudicate le procedure di rinnovo disciplinate dal presente piano.

ART. 48 SANZIONI AMMINISTRATIVE

In caso di installazione o mantenimento in esercizio di mezzi pubblicitari e/o insegne di esercizio senza il prescritto titolo abilitativo, ovvero in difformità di esso, così come disciplinato nel precedente Art. 47 Impianti pubblicitari abusivi, il Comune, a mezzo della Polizia Locale, procede ad elevare al trasgressore le sanzioni previste nei termini e nei modi di cui all'art. 23 del codice della strada.

Per quanto attiene alle attività di rimozione si rimanda al precedente Art. 45 Rimozione del presente Piano.

ART. 49 NORME FINALI

Il PGIP, adottato con delibera del Consiglio Comunale entra in vigore dalla data stabilita con provvedimento di approvazione.

Da tale data sono abrogate, ove incompatibili, tutte le disposizioni contenute in altri regolamenti comunali che disciplinano la materia del seguente Piano.

Il PGIP è suscettibile di variazioni e/o integrazioni, su segnalazione del funzionario responsabile del Settore competente ed a seguito di approvazione da parte della Giunta Comunale.

Tali modifiche, se apportate entro il termine di approvazione del bilancio di previsione annuale, avranno decorrenza a partire dal 1° gennaio dell'anno a cui il bilancio si riferisce.

Il Piano delle pubbliche affissioni potrà essere sottoposto a revisione triennale per effetto di variazioni demografiche rilevanti, di espansione del centro abitato, dello sviluppo della viabilità e di ogni altra causa che possa determinare una variazione nella dislocazione degli impianti per le pubbliche affissioni.

Per quanto non espressamente disciplinato si rinvia alle norme del codice della strada, norme di legge e regolamenti applicabili in materia.