

## **PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI**

### **Capo I - INDIRIZZI GENERALI – DIMENSIONAMENTO - ZONE**

#### **Articolo 1 - Definizioni generali**

1. Il Piano Generale degli impianti, strumento indispensabile per un corretto controllo sull'assetto urbanistico, disciplina l'installazione sia dei mezzi pubblicitari esterni, sia degli impianti per le affissioni nel rispetto del "Regolamento comunale per la disciplina della pubblicità e delle affissioni e per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni".
2. Il Piano regola i seguenti punti fondamentali:
  - la definizione delle zone del territorio comunale in cui è possibile installare i mezzi pubblicitari nonché la localizzazione degli impianti per le affissioni;
  - la superficie complessiva degli impianti per le pubbliche affissioni, destinata alle affissioni di natura istituzionale, sociale o in ogni caso prive di rilevanza economica ed alle affissioni di natura commerciale;
  - le tipologie, le caratteristiche tecniche e strutturali degli impianti pubblicitari e delle affissioni tenendo conto delle esigenze di carattere sociale ed economico, delle esigenze di tutela ambientale e paesaggistica, delle esigenze di traffico e di sicurezza della circolazione stradale;
  - le eventuali deroghe alle norme del Codice della Strada per l'installazione degli impianti;
3. Il Piano Generale degli Impianti può essere adeguato o modificato entro il 31 dicembre di ogni anno, con effetto dall'anno successivo, a seguito delle variazioni intervenute nello sviluppo demografico, economico, edilizio.

#### **Articolo 2 - Definizione delle zone del territorio comunale**

Ai fini della collocazione degli impianti pubblicitari, il territorio comunale è suddiviso in quattro zone nel rispetto delle normative vigenti:

##### **ZONA I – Nucleo di Antica Formazione**

*(così come zona A dello strumento urbanistico vigente)*

Sono ammesse tutte le tipologie disciplinate dal presente Piano generale degli impianti pubblicitari ad eccezione degli impianti di tipologia:

- a) cartelli permanenti
- b) poster
- c) insegne a cassonetto
- d) insegne con luce propria
- e) insegne a bandiera (se non come da indicazione del Regolamento)
- f) totem
- g) insegna su palo
- h) insegna su tetto
- i) impianti pubblicitari a messaggio variabile
- l) striscioni permanenti

**ZONA 2** – Tutte le altre aree non comprese nelle altre zone precedenti e seguenti  
(*così come zona C, SR, SD, R dello strumento urbanistico vigente*)

Sono ammesse tutte le tipologie disciplinate dal presente Piano generale degli impianti pubblicitari ad eccezione degli impianti di tipologia:

- a) cartelli permanenti

**ZONA 3** – Aree artigianali ed industriali e con esse coincidenti  
(*così come zona D dello strumento urbanistico vigente*)

Sono ammesse tutte le tipologie disciplinate dal presente Piano generale degli impianti pubblicitari.

**ZONA 4** – Comprende le zone agricole e gli spazi aperti, il cui carattere paesaggistico non preclude la possibilità di installare mezzi e impianti pubblicitari lungo i margini di esse, soprattutto laddove le stesse siano attraversate da strade di accesso al territorio comunale.

(*così come zona E dello strumento urbanistico vigente*)

Sono ammesse tutte le tipologie disciplinate dal presente Piano generale degli impianti pubblicitari ad eccezione degli impianti di tipologia:

- a) cartelli permanenti
- b) poster
- c) insegne a cassonetto
- d) insegne con luce propria
- e) insegne a bandiera (se non come da indicazione del Regolamento)
- f) totem
- g) insegna su palo
- h) insegna su tetto
- i) impianti pubblicitari a messaggio variabile
- l) striscioni permanenti

### **Articolo 3 - Gli impianti per le pubbliche affissioni – Dimensionamento e ripartizione**

1. In conformità a quanto dispone il terzo comma dell'art. 18 del D.Lgs. 507/93, tenuto conto che la popolazione del Comune al 31.12.2008, penultimo anno precedente a quello in corso, era costituita da n. 4.476 abitanti, la superficie degli impianti da adibire alle pubbliche affissioni è stabilita in complessivi mq. 210 proporzionata al predetto numero di abitanti e, comunque, non inferiore a mq. 12 per ogni mille abitanti.
2. Tutti gli impianti hanno, di regola, dimensioni pari o multiple di cm. 70x100 e sono collocati in posizioni che consentono la libera e totale visione e percezione del messaggio pubblicitario da spazi pubblici per tutti i lati che sono utilizzati per le affissioni.
3. La superficie degli impianti per le pubbliche affissioni è ripartita per il 20% alle affissioni di natura istituzionale, sociale e comunque non a rilevanza economica, per il 70% alle affissioni di natura commerciale e per il 10% alle affissioni effettuate dai soggetti previsti all'art. 20 del D.Lgs. 507/93, comunque diversi dal concessionario del servizio ove lo stesso sia appaltato.
4. Non rientrano nelle quantità definite ammissibili dal presente piano i manufatti per la comunicazione/informazione culturale, turistica ed istituzionale, i cartelli segnalanti la

realizzazione delle opere pubbliche e quelli segnalanti la sponsorizzazione della manutenzione delle aree verdi.

#### **Articolo 4 - Impianti privati per affissioni dirette**

1. Nel rispetto della tipologia e della quantità degli impianti previsti dal “Piano Generale degli Impianti” la Giunta Comunale può concedere a privati, mediante svolgimento di apposita gara, la possibilità di collocare su aree comunali impianti pubblicitari per l’affissione diretta di manifesti.
2. La concessione dovrà essere disciplinata da convenzione, nella quale dovranno essere precisati il numero, l’ubicazione e le caratteristiche degli impianti da installare, la durata della concessione medesima ed il relativo canone annuo da corrispondere al Comune, nonché tutte le altre condizioni necessarie per un corretto rapporto, quali ad esempio: spese, modalità e tempi di installazione, manutenzione, responsabilità per eventuali danni, rinnovo e revoca della concessione.

### **Capo II - GLI IMPIANTI**

#### **Articolo 5 - Tipologia degli impianti pubblicitari**

Ai fini del presente Piano, per impianti pubblicitari s’intendono tutti i mezzi pubblicitari come definiti dall’art. 47 del D.P.R. 16.12.1992, n. 495.

#### **Articolo 6 - Criteri per il collocamento degli impianti**

1. Per l’installazione di qualsiasi “mezzo pubblicitario” devono essere rispettate le prescrizioni previste dagli artt. 5 – 6 – 7 – 8 del Regolamento comunale per la disciplina della pubblicità e delle affissioni e per l’applicazione dell’imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni.
2. Gli impianti pubblicitari devono rispettare le prescrizioni generali previste dagli artt. 7 e 8 del presente Piano Generale degli Impianti.
3. Il perimetro del “centro abitato” e la classificazione delle strade, ai sensi dell’art. 2 del D.Lgs. 285/92 sono quelli individuati nelle delibere di delimitazione del centro abitato ed eventuali deliberazioni di variazione o integrazione.
4. L’affissione di manifesti, lungo o in prossimità delle strade, fuori e dentro i centri abitati, è consentita esclusivamente sugli appositi supporti, ove esistenti.
5. La collocazione degli impianti non deve pregiudicare anche parzialmente la visibilità di regolatori di traffico (cartelli indicatori, impianti semaforici, ...) o di altre indicazioni di interesse pubblico.
6. In una stessa strada potranno essere posizionati cartelli, supporti informativi ed impianti per le pubbliche affissioni con orientamento univoco ed allineati con uguale altezza dal piano stradale.

#### **Articolo 7 - Caratteristiche generali e requisiti tecnico-prestazionali degli impianti**

1. La qualità progettuale ed esecutiva degli impianti pubblicitari dovrà essere curata con particolare attenzione al fine di garantirne l’integrazione nell’ambiente urbano e di migliorare l’immagine del paese.
2. I requisiti tecnici e le prestazioni da rispettare per ogni impianto pubblicitario sono:

- *Resistenza e stabilità meccanica:* capacità degli impianti pubblicitari di resistere ai sovraccarichi, agli urti, alle percussioni, alle vibrazioni, ed in generale ai fenomeni dinamici, in tutte le prevedibili condizioni di esercizio, nel rispetto del coefficiente di sicurezza, senza deformazioni incompatibili; e ciò sia per le singole parti, sia per la struttura nel suo insieme. Tale requisito dovrà essere provato fornendo relazione tecnica di resistenza alle spinte da parte di tecnico abilitato.
- *Resistenza e reazione al fuoco:* caratteristica dei materiali e degli elementi che costituiscono gli impianti pubblicitari di resistere al fuoco per un tempo determinato senza subire deformazioni incompatibili con la loro fruizione e di non aggravare il rischio di incendio con la loro infiammabilità. Rispetto delle prescrizioni tecniche e procedurali vigenti in materia.
- *Sicurezza dalle cadute e dagli urti accidentali:* caratteristica dell'impianto pubblicitario di non presentare ostacoli che possano comportare il rischio di urti accidentali.
- *Sicurezza elettrica ed equipotenziale:* caratteristica dagli impianti elettrici di essere concepiti e realizzati in modo tale da garantire agli utenti il massimo gradi di sicurezza per il rischio elettrico e per quello delle scariche accidentali. Impianti elettrici conformi alle norme CEI per la sicurezza elettrica ed equipotenziale. Conformità alle disposizioni della legge n. 46/90 e del D.P.R. 447/91 e successive modifiche ed integrazioni, per la realizzazione degli impianti e l'impiego di materiali secondo la regola dell'arte.
- *Controllo dell'abbagliamento:* condizione che le sorgenti luminose, ove previste, comunque e dovunque collocate ed in qualsiasi campo visivo possibile, non producano per gli utenti una sensazione di fastidio a causa dell'abbagliamento ed in particolare non producano abbagliamento agli automobilisti. Rispetto della normativa specifica; norme CEI; istruzioni ENEL; raccomandazioni Federelettrica.
- *Controllo della temperatura superficiale:* condizione che le superfici con cui l'utente dell'impianto pubblicitario può normalmente entrare in contatto devono presentare scarsa attitudine al surriscaldamento a seguito del normale utilizzo, processi di esercizio e assorbimento dell'irraggiamento solare. In generale è richiesto che sia mantenuta la temperatura inferiore a 60°C.
- *Resistenza agli agenti fisici, chimici e biologici:* la durevolezza è l'attitudine dei singoli materiali ed elementi che compongono l'impianto pubblicitario a conservare inalterate le proprie caratteristiche chimico fisiche, geometriche, funzionali, cromatiche e di finitura superficiale, sotto l'azione delle sollecitazioni termiche a quelli chimici e biologici. Materiali ed elementi devono conservare inalterate le proprie caratteristiche sotto le azioni degli agenti fisici normalmente operanti e prevedibili nell'ambiente in cui si trovano. Particolare attenzione va riservata alla prestazione di non gelività dei materiali. Il requisito deve essere soddisfatto sotto l'azione degli agenti chimici e biologici presenti normalmente nell'ambiente (aria, acqua, ecc...) nonché sotto l'azione degli usuali prodotti per la pulizia delle superfici. Gli elementi non devono presentare porosità o cavità superficiale che non siano facilmente pulibili o ispezionabili evitando il ristagno di acqua e l'accumulo di sporco o di residui di vario genere.
- *Resistenza agli atti di vandalismo:* caratteristica dei singoli elementi e del loro sistema di insieme (impianto pubblicitario) di dissuadere, impedire e resistere agli atti di vandalismo, come pure di consentire che vi si possa facilmente porre rimedio. Tutti gli elementi, i loro collegamenti ed ancoraggi, ed il loro sistema di insieme, devono possedere caratteristiche materiche, morfologiche e costruttive tali da soddisfare al

- meglio, relativamente alle prestazioni attese ed attendibili dagli elementi di cui trattasi, il requisito della resistenza agli atti di vandalismo. In particolare sono richieste:
- collocazioni che rendano gli elementi difficilmente aggredibili;
  - resistenza ai graffi ed agli strappi superficiali;
  - superfici con conformazioni e trattamenti con fluidi “antiscrittura” per le parti poste entro l’altezza di 3 mt. dal piano di calpestio.
- *Affidabilità*: l’affidabilità è l’attitudine dell’impianto pubblicitario a garantire nel tempo la continuità del funzionamento dei diversi componenti e delle loro reciproche interrelazioni. Il minimo livello di affidabilità richiesto all’intero sistema deve essere almeno raggiunto da ogni singolo componente. Tutti i componenti l’impianto debbono garantire il livello di affidabilità inizialmente dichiarato dal tecnico asservente.
- *Controllabilità e ispezionabilità*: l’attitudine a consentire in modo sicuro e agevole controlli ed ispezioni sullo stato dei materiali e dei componenti, per facilitare i necessari interventi di manutenzione, sia occasionale che programmata. Gli elementi ed i loro sistemi d’insieme costituenti gli impianti pubblicitari, debbono avere caratteristiche morfologiche, dimensionali, funzionali e tecnologiche tali da consentire di effettuare in sicurezza ed agevolmente controlli ed ispezioni per la verifica del loro stato di conservazione ed efficienza, e per l’effettuazione dei necessari interventi di pulizia, riparazione e integrazione, sostituzione e recupero.
3. Il manufatto pubblicitario ed ogni suo componente deve possedere l’attitudine a non sporcarsi troppo facilmente sotto l’azione di sostanze imbrattanti di uso corrente e di permettere una facile operazione di pulizia senza deterioramenti permanenti (pubblicità); deve possedere l’attitudine a consentire in modo agevole, nel caso di guasti, il ripristino dell’integrità, della funzionalità e dell’efficienza di elementi e sistemi costituenti l’impianto pubblicitario, o di parti di essi (riparabilità e integrabilità); infine deve possedere l’attitudine a consentire in modo agevole, in caso di guasto grave o di obsolescenza funzionale e/o tecnologica, la sostituzione di elementi tecnici costitutivi o di parti di essi. E’ l’attitudine dei materiali e degli elementi tecnici, in seguito alla loro rimozione o demolizione, di poter essere convenientemente riutilizzati o riciclati, anche con finalità di salvaguardia ecologica e di risparmio energetico (sostituibilità e recuperabilità).
4. Per i manufatti pubblicitari di maggiore importanza è necessario che il progetto sia integrato dal “manuale di manutenzione” che preveda le modalità dei controlli, delle ispezioni e di ogni altra operazione necessaria a garantire la presenza contemporanea di ogni attitudine descritta nel presente articolo.

## **Articolo 8 - Caratteristiche della struttura degli impianti fissi**

1. La struttura di sostegno dell’impianto tipo “cartellone pubblicitario” dovrà essere realizzata in ferro zincato a caldo, sezione rettangolare (cm. 16 x cm. 8) e per un’altezza di cm. 350 con supporto a “T” per ancoraggio del “cartellone pubblicitario” di cm. 100x10 e completata da una barra di supporto per la resistenza alla forza del vento.
2. La struttura di sostegno dell’impianto per “preinsegne” dovrà essere a doppio palo in ferro zincato a caldo, sezione circolare di mm. 60 di diametro, spessore di mm.4 ed altezza di circa cm. 400.
3. La struttura di sostegno dell’impianto tipo “Stendardo per affissioni pubbliche” dovrà essere realizzata con colonne portanti in profilato metallico zincato e verniciato a caldo secondo norme UNI a sezione circolare senza discontinuità superiore in modo da conferire all’insieme maggiore stabilità laterale. Il pannello centrale deve essere costituito da telaio in lamiera di acciaio pressopiegata, opportunamente fissata alle colonne di sostegno e con

apposito frontalino superiore con funzione di gocciolatoio e di supporto per “cimasa” identificativa.

4. La struttura dell'impianto tipo “Tabella murale” e “Poster a muro” dovrà essere realizzata con pannelli di affissione realizzati in fogli di lamiera zincata o lamiera di acciaio pressopiegata, irrigiditi da cornice realizzata con profilati ed estrusi di alluminio ed eventuali piattine retrostanti di rinforzo. Apposito frontalino superiore con funzione di gocciolatoio e di supporto per “cimasa” identificativa. Predisposizione del fissaggio a muro mediante tasselli con predisposizione dei fori perimetrali nella cornice.

## **Articolo 9 - Localizzazione degli impianti di pubblica affissione**

Per la superficie complessiva e la localizzazione degli impianti, si rimanda ai documenti indicati nel presente piano alle lettere “A,B,C”.

## **Articolo 10 - Norme transitorie e disposizioni finali**

1. Dall'entrata in vigore del “Regolamento comunale per la disciplina della pubblicità e delle Affissioni” e del presente “Piano Generale degli Impianti” l'impiantistica esistente dovrà essere adeguata o rimossa entro i termini e con le modalità di seguito riportate:
  - a. gli impianti esistenti, dotati di autorizzazione tuttora in vigore, ma difformi dal Regolamento e dal Piano sopra richiamati, dal Nuovo Codice della Strada e relativo Regolamento di Attuazione, dovranno essere regolarizzati, senza sanzioni, alla scadenza del relativo atto autorizzativo;
  - b. gli impianti esistenti, dotati di autorizzazione già scaduta e difformi dal Regolamento e dal Piano sopra richiamati e dal Nuovo Codice della Strada e relativo Regolamento, dovranno essere regolarizzati, senza sanzioni, entro e non oltre il 1 gennaio 2011. Qualora l'impianto, in ragione delle nuove modalità di installazione, non possa più collocarsi nello stesso punto, l'Amministrazione Comunale può, previa richiesta scritta da parte del Titolare dello spazio pubblicitario, consentire una nuova collocazione, anche in altro luogo, ovvero in caso contrario il “mezzo pubblicitario” dovrà essere rimosso definitivamente entro 30 (trenta) giorni dalla notifica dell'Amministrazione Comunale;
  - c. gli impianti esistenti, non autorizzati, dovranno essere regolarizzati entro e non oltre il 1 gennaio 2011, previa presentazione di domanda di regolarizzazione del “mezzo pubblicitario” stesso a cui deve essere allegata l'attestazione di pagamento della sanzione amministrativa applicata.
2. Trascorsi i relativi periodi di transizione, di cui ai commi precedenti, verranno effettuati adeguati controlli, sulla base del Regolamento del Piano in vigore.

## **Indice Allegati**

- A) Elenco Impianti Esistenti differenziati per categorie
- B) Elenco Aree Nuovi Impianti
- C) Strumento urbanistico vigente (depositato in atti presso il Settore Urbanistica)