



Città di Paderno Dugnano

PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI - REGOLAMENTO -

Art. 3 D. Lgs. N. 507 del 15/11/1993

Approvazione con deliberazione di C.C. n. 58 del 23/06/03
Esecutivo dal 30/07/03

Modificato con deliberazione di C.C. n. 40 del 9/06/05
e con deliberazione di G.C. n. 99 del 15/05/2008

Giugno 2003 – www.comune.paderno-dugnano.mi.it

PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

INDICE

CAPO I

CARATTERISTICHE GENERALI DEL PIANO

Art. 1	Oggetto del Piano Generale degli Impianti Pubblicitari	Pag. 5
Art. 2	Elaborati costituenti il piano	“ 5
Art. 3	Ambito di applicazione	“ 6
Art. 4	Applicazione di altre norme	“ 7
Art. 5	Definizioni	“ 7
Art. 6	Dimensionamento degli impianti e durata del PGIP	“ 8
Art. 7	Affissioni dirette	” 9

CAPO II

DISCIPLINA DEI MEZZI PUBBLICITARI

Art. 8	Classificazione e norme generali di installazione dei mezzi pubblicitari	Pag. 11
Art. 9	Insegna di esercizio	“ 11
Art. 10	Cartello	“ 15
Art. 11	Targa, pannello	“ 16
Art. 12	Manifesto, adesivo	“ 17
Art. 13	Striscione, locandina, stendardo, bandiera	“ 18
Art. 14	Segno orizzontale reclamistico	“ 19
Art. 15	Tenda pubblicitaria	“ 20
Art. 16	Mostra, vetrina, bacheca	“ 21
Art. 17	Impianti pubblicitari a messaggio variabile	“ 21
Art. 18	Gigantografia su ponteggi	“ 22
Art. 19	Cartelli e manufatti con sponsor	“ 23
Art. 20	Preinsegne	“ 23
Art. 21	Mezzi pubblicitari luminosi	“ 25

CAPO III

ATTUAZIONE DEL PIANO

Art. 22	Norme generali di installazione	Pag. 26
Art. 23	Zonizzazione del territorio comunale	“ 27
Art. 24	Impianti per pubbliche affissioni	“ 30

CAPO IV

DISPOSIZIONI RELATIVE A PARTICOLARI FORME PUBBLICITARIE

Art. 25	Impianti pubblicitari di servizio	Pag. 33
Art. 26	Pubblicità nei cantieri	“ 33
Art. 27	Pubblicità nei chioschi e nelle edicole	“ 34
Art. 28	Pubblicità nelle stazioni di servizio e parcheggi	“ 34
Art. 29	Pubblicità fonica	“ 35
Art. 30	Pubblicità sui veicoli o effettuata con i veicoli	“ 36
Art. 31	Pubblicità effettuata in forma ambulante tramite volantini	“ 36
Art. 32	Pubblicità a mezzo aeromobili e/o palloni frenati	“ 36
Art. 33	impianti nelle zone soggette a vincolo e nei parchi	“ 37

CAPO V

PROCEDURA PER IL RILASCIO DELL'AUTORIZZAZIONE

Art. 34	Richiesta di autorizzazione	Pag. 39
Art. 35	Modalità di rilascio	“ 41
Art. 36	Sostituzione e modifica delle insegne, cartelli e altri mezzi pubblicitari	“ 42
Art. 37	Validità dell'autorizzazione	“ 42
Art. 38	Obblighi del titolare dell'autorizzazione	“ 43
Art. 39	Targhetta di identificazione	“ 43
Art. 40	Decadenza e revoca dell'autorizzazione	“ 44

CAPO VI

SANZIONI, NORME TRANSITORIE E FINALI

Art. 41	Sanzioni	Pag. 46
Art. 42	Regime sanzionatorio	“ 46
Art. 43	Norme transitorie	“ 48
Art. 44	Entrata in vigore	“ 49

ELABORATI COSTITUENTI IL PGIP

PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI - Regolamento

ALLEGATO “A” :	TABELLE – Specifiche tecniche di installazione
ALLEGATO “B” :	RAPPRESENTAZIONE GRAFICA: Caratteristiche estetico–funzionali di alcuni mezzi pubblicitari abrogata parte “impianti tipo per le pubbliche affissioni” e sostituita con l’allegato 2 della delibera di CC n. 40 del 9/06/05
ALLEGATO “C” :	PROCEDURA OPERATIVA DI RISANAMENTO DELLA CARTELLONISTICA INSTALLATA DAI PRIVATI (Norme transitorie in attuazione dell’art. 10 della L. 28/12/01 n. 448 – Legge Finanziaria 2002)
TAVOLA 1 :	“PLANIMETRIA DI BASE”, Scala 1:6000
TAVOLA 2 :	“INDIVIDUAZIONE ZONE AVENTI CARATTERISTICHE SIMILI”, Scala 1:6000 aggiornata con delibera di GC n. 99 del 15/05/08
TAVOLE da 3/1 a 3/3	“PLANIMETRIE OPERATIVE DEL PGIP”, Scala 1:2000 superate per effetto della delibera di GC n. 99 del 15/05/08
TAVOLA 4:	“LEGENDA”

CAPO I

CARATTERISTICHE GENERALI DEL PIANO

ART. 1

Oggetto del Piano Generale degli Impianti Pubblicitari

1. Il presente Piano Generale degli Impianti Pubblicitari, redatto in ottemperanza al D.Lgs. n. 507 del 15/11/1993, stabilisce i vincoli e le prescrizioni da rispettare nella installazione dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari installati sul territorio del Comune di Paderno Dugnano demandati dalle leggi vigenti ai Regolamenti Comunali e, dove il Regolamento di Esecuzione e di Attuazione del Nuovo Codice della Strada non interviene o consente la possibilità di deroga da parte dei Comuni, provvede a dare norme e direttive specifiche.
2. Individua gli spazi ove è consentita la collocazione dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari, in conformità all'art. 51 c. 6 del Regolamento di Esecuzione e di Attuazione del Nuovo Codice della Strada.
3. Disciplina la procedura amministrativa per l'ottenimento dell'autorizzazione comunale all'installazione dei mezzi pubblicitari.

ART. 2

Elaborati costituenti il Piano

1. Fanno parte integrante del Piano, oltre alle presenti norme i seguenti elaborati:
 - a) Allegato "A":
 - ✓ costituito dalle tabelle relative alle diverse zone aventi caratteristiche simili, definite al successivo art. 23 , contenenti le specifiche tecniche necessarie per la corretta installazione dei mezzi pubblicitari;
 - b) Allegato "B":
 - ✓ Individuazione delle caratteristiche estetico-funzionali di alcuni mezzi pubblicitari, tramite la loro rappresentazione grafica e/o fotografica;
 - c) Allegato "C":
 - ✓ "Procedura operativa di risanamento della cartellonistica installata dai privati" (Norme transitorie in attuazione dell'art. 10 della L. 28/12/01 n. 448 – Legge Finanziaria 2002)
 - ✓ Con tale procedura viene perseguito l'obiettivo di regolarizzare gli impianti pubblicitari esistenti sul territorio, con particolare riguardo alla cartellonistica installata dai privati;
 - ✓ La procedura individuata permette di non paralizzare sul territorio comunale l'attività degli operatori del settore;
 - d) Tavola 1 : "PLANIMETRIA DI BASE" , Scala 1:6.000

- ✓ Vengono evidenziati, in una visione d'insieme, i vincoli imposti dal PRG vigente, la delimitazione del centro abitato e la classificazione delle strade effettuata in base all'art. 2 del D.Lgs. 285/92;
- e) Tavola 2 : "INDIVIDUAZIONE ZONE AVENTI CARATTERISTICHE SIMILI" , Scala 1:6.000
 - ✓ Definisce, in una visione d'insieme, la suddivisione del territorio in "Zone aventi caratteristiche simili " secondo la definizione di cui al successivo art. 23
- f) Tavole 3/1, 3/2, 3/3 : "PLANIMETRIE OPERATIVE DI PIANO", Scala 1:2.000
 - ✓ Costituiscono le tavole operative con le quali viene data attuazione al PGIP;
 - ✓ L'individuazione planimetrica del mezzo pubblicitario per il quale si chiede l'installazione sulla relativa tavola, permette di definire l'insieme delle norme da rispettare per quel mezzo in quel luogo.
- g) Tavola 4 : "LEGENDA"

ART. 3

Ambito di applicazione

1. Il presente Piano Generale degli Impianti Pubblicitari (da ora in poi denominato PGIP) viene applicato all'intero territorio comunale, secondo le indicazioni e le specificità dallo stesso previste.
2. Non vengono quantificati, localizzati e dimensionati dal presente PGIP, ma sono comunque soggetti alle norme tributarie ivi contenute nonché agli articoli in cui vengono espressamente richiamati, i seguenti mezzi pubblicitari:
 - ✓ Le installazioni pubblicitarie poste in opera all'interno dei locali adibiti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi quando la pubblicità esposta si riferisca all'attività negli stessi locali esercitata, nonché i mezzi pubblicitari, esposti nelle vetrine e nelle porte di ingresso dei locali medesimi, purché siano attinenti all'attività in essi esercitata.
 - ✓ Gli avvisi al pubblico esposti nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei locali, o in mancanza nelle immediate adiacenze del punto di vendita, relativi all'attività svolta, nonché quelli riguardanti la localizzazione e l'utilizzazione dei servizi di pubblica utilità che non superino la superficie di mezzo metro quadrato e quelli riguardanti la locazione o la compravendita degli immobili sui quali sono affissi, di superficie non superiore ad un quarto di metro quadrato.
 - ✓ I manufatti adibiti a pubblicità comunque effettuata all'interno, sulle facciate esterne o sulle recinzioni dei locali di pubblico spettacolo, quando si riferisca alle rappresentazioni in programmazione.
 - ✓ I manufatti pubblicitari, relativi ai giornali ed alle pubblicazioni periodiche, se esposta sulle sole facciate esterne delle edicole o nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei negozi dove si effettua la vendita.
 - ✓ I manufatti destinati ad esposizioni pubblicitarie installati all'interno di mezzi di trasporto collettivo.
 - ✓ I manufatti destinati ad esposizioni pubblicitarie comunque effettuate in via esclusiva dallo Stato e dagli Enti Pubblici territoriali.

- ✓ Le insegne, targhe e simili, la cui esposizione sia obbligatoria per disposizione di legge o regolamento.
- 3. Non costituiscono criterio di distinzione né le caratteristiche del manufatto, né la collocazione del mezzo pubblicitario su suolo pubblico o privato, né il carattere temporaneo o permanente dell'atto autorizzatorio, se non espressamente citato.

ART. 4

Applicazione di altre norme

1. L'installazione di cartelli e di altri mezzi pubblicitari, da parte dei privati, è soggetta alle leggi in vigore, alla disciplina delle presenti norme ed agli altri regolamenti comunali vigenti.
2. In particolare, per quanto non espressamente disciplinato dal presente PGIP, si intendono applicate tutte le norme previste dal Nuovo Codice della Strada (D.L.vo 30 Aprile 1992 n.285), dal Regolamento di Esecuzione e di Attuazione del Nuovo Codice della Strada (D.P.R. 16 Dicembre 1992 n.495) e loro successive modifiche e/o integrazioni, nonché dal D.Lgs. N. 507 del 15 Novembre 1993.

ART. 5

Definizioni

1. Ai fini dell'applicazione delle presenti norme, si definisce "*Centro abitato*" la porzione di territorio così come è definita negli artt. 3 e 4 del nuovo codice della strada (D.Lgs. 30/04/92 n. 285 e s.m.e i. da ora in poi per brevità chiamato "c.d.s.").
2. Come "*classificazione delle strade comunali*" deve assumersi quella stabilita nel Piano Generale del Traffico Urbano (PGTU) vigente al momento dell'utilizzo del presente PGIP. In fase iniziale si è assunta a base del PGIP la classificazione delle strade individuata nel PGTU adottato dalla G.C. con deliberazione n. 158 del 4/07/02.
3. Per *Zona a "caratteristiche simili"* si intende una porzione di territorio comprendente una o più strade, caratterizzata da emergenze architettoniche, ambientali e funzionali simili.
4. Tutte le *dimensioni* e/o le *distanze* si intendono calcolate in rapporto al limite estremo del volume di massimo ingombro dell'impianto pubblicitario tenendo conto dell'eventuale presenza di elementi o spigoli in aggetto, anche attraverso la proiezione a terra della figura complessiva, con esclusione delle strutture di sostegno poste alla base dell'impianto.
5. La *superficie utile* dei mezzi pubblicitari, in accordo a quanto previsto dall'art. 7 del D.Lgs. 507/93, corrisponde alla superficie della minima figura piana geometrica in cui è circoscritto il mezzo pubblicitario, indipendentemente dal numero dei messaggi in esso contenuti. Qualora il mezzo è bifacciale, la superficie utile si ottiene moltiplicando per due la superficie della singola facciata, calcolata come previsto al presente comma.
6. Si intende per *marginella della carreggiata* il limite della strada destinata allo scorrimento dei veicoli, individuato, in assenza di marciapiede, dal filo esterno della striscia bianca di

marginale, o, in assenza di segnaletica orizzontale, dal limite esterno della sede stradale asfaltata.

7. Per *pubblicità esterna* si intende quella effettuata su impianti privati in aree o spazi pubblici e su aree private.

ART. 6

Dimensionamento degli impianti e durata del PGIP

1. In ottemperanza a quanto stabilito dal D.Lgs. 507 del 15/11/93 artt. 3, 4 e 18, vengono definite nel presente articolo le superfici complessive degli spazi pubblicitari per pubbliche affissioni e pubblicità esterna ammissibili sul territorio comunale.
2. La quantificazione relativa alla pubblicità esterna, costituisce il limite massimo non superabile, della superficie complessiva relativa esclusivamente alla seguente tipologia di impianti pubblicitari permanenti, secondo la definizione riportata nell'art. 23 del D.P.R. n. 495 del 16/12/92 e successive modifiche ed integrazioni:
 - ✓ Cartelli;
 - ✓ Mostre, vetrine, bacheche;
 - ✓ Impianti pubblicitari a messaggio variabile.
3. Sono inoltre esclusi dal calcolo della superficie complessiva della pubblicità esterna, tra i mezzi pubblicitari appartenenti alle tipologie degli impianti descritti al comma precedente, quelli installati in virtù di particolari convenzioni che l'Amministrazione Comunale ha facoltà di stipulare con operatori privati ai sensi del successivo art. 22 c. 10.
4. La superficie degli impianti da adibire alle pubbliche affissioni viene stabilita in misura di 43 metri quadrati per ogni mille abitanti.
5. A base del calcolo viene considerata la popolazione residente nel comune, al 31 dicembre dell'anno precedente a quello in corso, approssimata alle migliaia immediatamente successive.
6. Il PGIP ha validità triennale a decorrere dalla data della sua entrata in vigore. In caso di mancato adeguamento alla scadenza del triennio, lo stesso piano si intende prorogato per un ulteriore triennio.
7. Nelle tabelle che seguono, viene stabilita la superficie complessiva di cui al primo comma del presente articolo, ripartita secondo le tipologie ivi indicate:

Popolazione al 31/12/02 (approssimata alle migliaia successive)	N. 46.000
Superficie per pubbliche affissioni	mq 1.978
Superficie per pubblicità esterna	mq 4.000

8. Gli spazi da destinare alle pubbliche affissioni sono suddivisi nelle seguenti percentuali:

TIPOLOGIA AFFISSIONE	RIPART. PERCENT.	SUPERFICIE Mq
Affissioni di natura istituzionale, sociale o comunque prive di rilevanza economica	35%	692
Affissioni di natura commerciale gestite dal concessionario del pubblico servizio	65%	1.286
TOTALE		1.978

9. Le affissioni di natura istituzionale, sociale o comunque prive di rilevanza economica, sono suddivise nelle seguenti percentuali:

DESTINAZIONE GENERALE	DESTINAZIONE PARTICOLARE	RIPART. PERCENT.	SUPERF. Mq
Affissioni di natura istituzionale		45%	311
Affissioni di natura sociale e comunque prive di rilevanza economica	Affissioni dirette politici e Associazioni iscritte al registro comunale	25%	173
	Affissioni quartieri	10%	69
	Affissioni funebri	20%	139
TOTALE			692

10. Ai sensi dell'art. 4 c.2 del D.Lgs. 507 del 15/11/93 nelle strade o nei tratti di strada appartenenti alle località comprese nella categoria speciale, così come definita nel vigente Regolamento Comunale sulla Pubblicità, la superficie degli impianti per pubbliche affissioni di natura commerciale non dovrà superare il 50% di quella complessiva sull'intero territorio, come risulta dalla seguente tabella:

TIPOLOGIA AFFISSIONE	RIPART. PERCENT.	SUPERF. Mq
Affissioni di natura commerciale in categoria speciale	50% di 1286 mq	643

11. Nel computo della superficie in categoria speciale non viene considerata quella degli impianti destinati alle affissioni di natura istituzionale, sociale o comunque prive di rilevanza economica, trattandosi di affissioni non commerciali alle quali non è applicabile la maggiorazione per categoria speciale prevista dal suddetto art. 4 del D.Lgs. 507 del 15/11/93.

ART. 7

Affissioni dirette

1. Ai sensi dell'art. 3 del D. L.vo 507/93 verrà attribuita a soggetti privati, diversi dal Concessionario del pubblico servizio e in forma concessoria, la facoltà di installare impianti per l'effettuazione di affissioni dirette.
2. La superficie complessiva assegnabile a tale scopo viene fissata in mq 396, pari al 20% della superficie di mq 1.978 per pubbliche affissioni definita al precedente art. 6.

3. Detta superficie non è compresa in quella complessivamente destinata al servizio pubblico e deve pertanto considerarsi eccedente la disponibilità pubblica e riferita esclusivamente agli impianti aventi superficie di 6 mq e 18 mq.
4. Con separato provvedimento, la Giunta Comunale individuerà le posizioni nelle quali sarà possibile installare gli impianti per le affissioni dirette nonché le dimensioni di ciascuno di essi.
5. Tutti gli impianti disciplinati dal presente articolo dovranno essere installati sul suolo pubblico, escludendo la possibilità di poter installare tale tipologia di impianti su proprietà privata
6. Gli impianti di cui trattasi devono essere forniti e collocati a cura e spese del privato richiedente nel rispetto di tutte le norme previste per gli impianti pubblicitari disciplinati dal presente piano.
7. Lo stesso dovrà provvedere alla manutenzione ordinaria e straordinaria di detti impianti ed alla scadenza della concessione, gli impianti resteranno di proprietà dell'Ente senza oneri aggiuntivi per quest'ultimo, ovvero, qualora l'amministrazione lo ritenga opportuno, il concessionario dovrà provvedere, a proprie spese, alla rimozione e smaltimento degli impianti che l'amministrazione riterrà opportuno eliminare.
8. Detti spazi saranno affidati in concessione ai privati mediante procedura concorsuale, previa predisposizione di apposito capitolato d'oneri che preveda la durata della concessione, l'ammontare del deposito cauzionale, l'obbligo di un pagamento del canone di concessione, della tassa di occupazione spazi ed aree pubbliche e dell'imposta sulla pubblicità, nonché tutte le disposizioni cautelative con esplicito richiamo alle procedure concernenti le autorizzazioni relative agli impianti pubblicitari.

CAPO II

DISCIPLINA DEI MEZZI PUBBLICITARI

ART. 8

Classificazione e norme generali di installazione dei mezzi pubblicitari

1. Negli articoli del presente Capo II, vengono individuati i mezzi pubblicitari disciplinati dalle presenti norme, per le cui definizioni complete si rimanda al Regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo codice della strada (D.P.R. n. 495 del 16/12/92 e successive modifiche ed integrazioni, da ora in poi per brevità chiamato "regolamento del c.d.s.").
2. I mezzi pubblicitari definiti nel presente piano che non trovano esplicito riscontro nelle definizioni dell'art. 47 del succitato regolamento del c.d.s., sono da intendersi appartenenti alla tipologia degli "impianti di pubblicità o propaganda" definiti nello stesso art. 47.
3. Negli articoli che seguono, tra gli altri, vengono descritti alcuni dei più comuni mezzi pubblicitari appartenenti ai suddetti "impianti di pubblicità o propaganda". In particolare, agli "impianti di pubblicità o propaganda" definiti all'art. 47 del regolamento del c.d.s. e non espressamente disciplinati dal presente piano, vengono estese all'intero territorio comunale, le norme previste dal Nuovo codice della strada, dal suo regolamento di esecuzione ed attuazione nonché da tutte le altre leggi vigenti attinenti i casi specifici in esame.
4. Per ogni mezzo pubblicitario appresso definito vengono descritte le caratteristiche e le modalità d'installazione ammesse dal presente Piano.
5. Ai fini del presente Piano si intendono:
 - ✓ Impianti permanenti: gli impianti installati per un periodo variabile tra 1 anno e tre anni;
 - ✓ Impianti temporanei: gli impianti installati per un periodo inferiore ad 1 anno.

ART. 9

Insegna di esercizio

1. E' da considerarsi "insegna di esercizio" la scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da un simbolo o da un marchio-logo, realizzata e supportata con materiali di qualsiasi natura, installata nella sede dell'attività a cui si riferisce, o nelle pertinenze accessorie alla stessa. Può essere luminosa sia per luce propria che per luce indiretta.
2. Per pertinenze accessorie, di cui al precedente comma, si intendono gli spazi e le aree limitrofe alla sede dell'attività, posti a servizio, anche non esclusivo, di essa.
3. Le insegne di esercizio si distinguono, secondo la loro collocazione, in:

a) insegna a bandiera : impianto pubblicitario collocato sul piano della facciata di un edificio o di una struttura muraria in modo che lo spessore risulti parallelo allo stesso, mentre il piano formato dalle altre due dimensioni (lunghezza e altezza) risulti perpendicolare;

b) insegna frontale: impianto pubblicitario collocato sul piano della facciata di un edificio o di una struttura muraria, in adiacenza o meno, in modo che lo spessore dell'impianto risulti perpendicolare allo stesso, mentre il piano formato dalle altre due dimensioni risulti parallelo;

Appartengono a tale tipologia:

- ✓ Interventi permanenti in facciata: tipologia di impianto pubblicitario che interviene direttamente sulla facciata alterando fisicamente il supporto murario; esempi: pittura murale, affresco, mosaici, bassorilievi, sculture, fregi, incisioni, ecc.;
- ✓ Targhe e pannelli: lastre di materiali quali la pietra, il legno, il plexiglas, il metallo o altro, sui quali viene inciso, dipinto o stampato il messaggio pubblicitario;
- ✓ Neon: tipologia di impianto realizzata attraverso la apposita curvatura dei filamenti di neon oppure mediante una serie di tubi neon posti a formare un pannello luminoso;
- ✓ Lettere singole. Sagome di materiale metallico, ligneo, vetroso o altro, ritagliate a forma di lettera e ancorate alla superficie muraria;
- ✓ Cassonetti. Elementi tridimensionali di un certo spessore realizzati con più pannelli di materiale opaco e/o traslucido su cui viene impresso il messaggio pubblicitario;

c) insegna a tetto, o su pensilina o sulla facciata di edifici destinati ad attività prevalentemente industriali, artigianali, commerciali o a funzioni direzionali;

d) insegna su palina e/o totem (insegna collocata su supporto proprio).

CRITERI GENERALI DI INSTALLAZIONE

4. Nel centro abitato, le sporgenze delle insegne a cassonetto e delle insegne a bandiera aggettanti su suolo pubblico o vincolato ad uso pubblico sono regolate nel seguente modo:

a) fino a m. 5,10 di altezza sono ammesse:

- ✓ in assenza di marciapiede:

fino a sporgenze non superiori a cm. 20;

- ✓ in presenza di marciapiede, aree pedonali o su aree vincolate ad uso pubblico non soggette al transito dei veicoli:

sono consentite, ad un'altezza minima in ogni loro punto superiore a m. 3,50, sporgenze non superiori al 10% della larghezza media dello spazio prospettante, inteso come distanza tra il fronte dell'edificio su cui dovrà posizionarsi l'insegna e l'edificio, la recinzione o altro limite posto sul fronte opposto, con un massimo di m. 1,50, con una distanza planimetrica minima di m. 0,50 tra il bordo esterno del marciapiede e l'inizio d'ingombro dell'insegna.

b) oltre i m. 5,10 di altezza sono in generale consentite per sporgenze superiori a cm 20, indipendentemente dalla presenza di eventuale marciapiede, a condizione che la sporgenza non superi il 10% della larghezza media dello spazio prospettante, inteso come distanza tra il fronte dell'edificio su cui dovrà posizionarsi l'insegna e l'edificio, la recinzione o altro limite posto sul fronte

opposto, con un massimo di m. 1,50, e comunque al di fuori della carreggiata stradale, con una distanza planimetrica minima di m. 0,50 tra il margine della carreggiata e l'inizio di ingombro dell'insegna, ovvero , in presenza di marciapiede, di m. 0,50 tra il bordo esterno del marciapiede e l'inizio d'ingombro dell'insegna.

5. Le insegne frontali devono essere contenute nello spazio compreso tra gli stipiti e l'architrave dell'apertura dell'esercizio, o immediatamente sopra l'architrave tra il piano terra e il primo piano; qualora ciò non fosse possibile per la presenza di manufatti in oggetto o pensilina, l'insegna dovrà essere posta immediatamente sopra gli stessi.
6. La luminosità deve essere limitata a caratteri o simboli della denominazione di esercizio.
7. E' vietata l'installazione di sistemi di illuminazione ad intermittenza.
8. Le insegne a bandiera relative a rivendite di generi di monopolio, posti telefonici pubblici, farmacie e posti di pronto soccorso, possono essere autorizzate per un solo esemplare e devono limitarsi ad indicare il simbolo prescritto dalla normativa vigente.
9. La collocazione di insegne pubblicitarie e di esercizio è vietata sui parapetti dei balconi.
10. Dentro le luci delle finestre e delle vetrate di attività prive di vetrine o poste oltre il piano terra, è possibile l'applicazione di serigrafie adesive o di insegne luminose o spente la cui superficie sia non superiore al 20% della superficie vetrata sulla quale si intende installare il mezzo pubblicitario, con la possibilità di non utilizzare dimensioni inferiori a cm 50 x 30 e purchè vengano verificati e rispettati i rapporti aeroilluminanti dei locali interessati.
11. In edifici destinati a funzioni di carattere industriale, commerciale, artigianale, direzionale e fieristico possono essere installate insegne o marchi di fabbrica, oltreché sulle facciate, su pensilina intesa come parte integrante del disegno architettonico dell'edificio.
12. E' vietata l'apposizione delle figurazioni o scritte pubblicitarie al di sopra della linea di gronda degli edifici, fatta eccezione per gli edifici compresi nella zona Azzurra, nel rispetto delle dimensioni e caratteristiche appresso riportate.
13. Le farmacie devono installare, in aggiunta all'insegna di esercizio e comunque non in prossimità di un impianto semaforico (distanza non inferiore a mt. 8) :
 - a) una insegna a forma di croce verde che sarà resa luminosa nell'orario di servizio serale e notturno;
 - b) una bacheca per i turni di servizio con fonte luminosa interna.
14. Nel centro abitato è vietato installare insegne o altri mezzi pubblicitari tra gli intercolumni dei portici o trasversalmente ad essi o su pilastri, in caso di spazi porticati e nel pieno rispetto di tutte le altre norme contenute nel presente piano, le insegne di esercizio andranno posizionate sulla facciata dell'edificio sotto il portico.
15. Negli interventi di recupero degli edifici o nelle progettazioni ex novo, qualora ai piani terra o ai piani superiori siano previste attività commerciali che comportino l'esigenza dell'apposizione di insegne dovranno prevedersi gli spazi di collocazione in sede progettuale.
16. Qualora per motivi di rispetto della facciata dell'edificio (edifici sottoposti a vincolo di interesse storico o artistico) non sia consentita l'apposizione di insegne al di sopra della porta o vetrina, le scritte potranno essere realizzate in vetrofania o sarà possibile posizionarle internamente alla vetrina stessa in modo che risultino comunque visibili dall'esterno.
17. In nessun modo le insegne devono interferire con la segnaletica stradale e la toponomastica.
18. Non sono consentite installazioni delle insegne di esercizio lateralmente alle porte di ingresso delle attività commerciali.

19. Nel caso di esercizio con più di una vetrina, soltanto nelle zone Verde e Azzurra è possibile installare insegne di esercizio che vanno da un limite estremo di una vetrina al limite estremo della vetrina di lato opposto rispetto alla prima, semprechè vengano rispettati tutti gli altri limiti e vincoli previsti nel presente piano.
20. Vengono di seguito stabilite le dimensioni massime consentite all'interno del centro abitato per le insegne appartenenti alle tipologie di cui al precedente comma 3, ad eccezione di quelle eventualmente inserite in apposite convenzioni di cui al successivo art. 22 c. 10:

ZONA A CARATTERISTICHE SIMILI	TIPOLOGIA CONSENTITA (vedi c.3 del presente art.)	POSIZIONE	
		POSIZ. PARALLELA	POSIZ. PERPEND.
Rossa Gialla Verde	a) b) d)	$l_{max} = L_f$ $h_{max} = 1/20 L_f$ e comunque non inferiore a 0,30 m e non superiore a 0,80 m	su palo: $S_{i max} = 2 \text{ mq}$ su muro: $S_{i max} = 4 \text{ mq}$
Azzurra	a) b) c) d)	Si assume valido il disposto di cui al c.1 dell'art. 48 del regolamento del c.d.s., con limite $h_{max} = 2 \text{ m}$	$S_{i max} = 6 \text{ mq}$

dove:

l_{max} = lunghezza massima dell'insegna;

L_f = Lunghezza facciata;

h_{max} = altezza massima dell'insegna;

$S_{i max}$ = Superficie massima dell'insegna.

21. La disposizione $h_{max} = 2 \text{ m}$, si applica anche alle aree esterne al centro abitato.
22. Le insegne di esercizio poste parallelamente al senso di marcia, se collocate in corrispondenza delle sedi delle attività alle quali si riferiscono, possono essere contigue su tutte le strade del centro abitato e, compatibilmente con le norme del regolamento del c.d.s., sulle strade E) ed F) all'esterno del centro abitato.
23. L'installazione delle insegne di esercizio collocate parallelamente al senso di marcia dei veicoli, sulle facciate dove hanno sede le attività, non costituiscono vincolo per gli altri impianti pubblicitari nè, compatibilmente con le norme del regolamento del c.d.s., per gli altri elementi individuati nelle tabelle di cui all'allegato A del presente piano (segnaletica, impianti semaforici, intersezioni, cavalcavia, ecc.), pertanto quando possibile, non vengono considerate al fine della determinazione delle distanze minime da rispettare riportate nello stesso allegato A.
24. **È ammesso riportare all'interno delle insegne di esercizio i relativi orari d'apertura e/o l'eventuale indicazione di parcheggio riservato, ove ritenuto opportuno**
25. **La posa di insegne di esercizio non necessita di autorizzazione comunale, e può essere collocata previa asseverazione tramite denuncia d'inizio attività, che per le nuove attività dev'essere contestuale a quella relativa all'attività stessa. L'asseverazione va presentata all'ufficio comunale preposto alla gestione del procedimento riferito all'attività oggetto dell'insegna. Nell'asseverazione devono**

essere indicati i termini previsti per la posa delle insegne, che non possono essere inferiori a 30 gg dalla presentazione. Ove previsto dalla regolamentazione in materia, prima della posa dev'essere assolto il pagamento dell'imposta pubblicitaria, pena le sanzioni di cui al D.lgs. 507/93. Tali insegne sono indissolubilmente legate alla attività stessa, pertanto in caso di subentro, innovazione e/o cessazione dell'esercizio, deve intendersi decaduta la loro funzione e saranno rimosse dal titolare entro 10 gg. dalla variazione di stato, fermo restando il potere dell'Amministrazione di provvedere a cura e spese del soggetto obbligato considerando la stessa abusiva. L'amministrazione per motivi di interesse pubblico potrà intimare in qualsiasi momento la rimozione del mezzo.

26. Per le attività commerciali, artigianali, produttive e di servizio presenti sul territorio comunale, in condizioni di non visibilità dalle strade di pubblico passaggio, è possibile collocare un'unica o un'ulteriore insegna d'esercizio, posata nelle pertinenze delle strutture suddette o su diversa proprietà privata, previa autorizzazione della proprietà, entro una fascia di mt. 20 dal punto d'esercizio, sullo stesso lato stradale ove la struttura in parola è posta. Ogni sistema commerciale (quattro o più attività), dovrà essere regolato e rappresentato a mezzo di impianto singolo individuante più esercizi fino ad un massimo di dieci.
27. La fascia sopra indicata può essere portata fino a mt 30 nelle seguenti strade aventi carattere di transito d'interesse sovracomunale: asta della Vecchia Comasina (via Castelletto, via Reali, SP ex SS 35 del Giovi); asta della Valassina (via Erba).
28. Altresì, la fascia sopra indicata può essere portata fino a mt 100 nelle seguenti strade aventi carattere di transito d'interesse provinciale: S.S. 35 dei Giovi Milano-Lentate; S.P. 46 Rho-Monza; A52 Tangenziale Nord, fatte salve eventuali norme/regolamenti speciali e/o prescrizioni del Codice della Strada
29. Tutte le insegne d'esercizio poste lungo le aste stradali di cui ai commi 27 e 28, con esclusione della via Reali nel tratto compreso tra via Pasubio e via Magretti, previa istanza d'autorizzazione corredata di specifico progetto grafico, possono essere proposte con dimensioni superiori a quelle di cui al comma 20 del presente articolo, del presente regolamento, nei limiti di cui all'art.48 comma 1 del DPR 495/92 per gli impianti posti parallelamente al senso di marcia o in aderenza ai fabbricati. Tali progetti sono ricevuti dallo Sportello Unico dell'Edilizia Privata e sono sottoposti al parere della Commissione Edilizia entro 45 gg. dalla loro presentazione. Il rilascio dell'autorizzazione deve avvenire entro 60 giorni dalla domanda. In caso di diniego si applicano al provvedimento le disposizioni di cui alla L. 241/90 e successive integrazioni.
30. Tenuto conto delle caratteristiche delle strade, possono essere autorizzati, con le modalità di cui al comma precedente, impianti posti perpendicolarmente al senso di marcia e staccati dai fabbricati, fino alla misura massima di mq.14,00 sulle strade di cui al comma 27, con esclusione della via Reali nel tratto compreso tra via Pasubio e via Magretti, e fino alla misura massima di mq.20 sulle strade di cui al comma 28.
31. Le insegne esistenti in data antecedente l'entrata in vigore del PGIP-Regolamento possono essere conservate, fatta salva la possibilità del Comune di chiederne la modifica.
32. Quando l'allestimento di cantieri sugli immobili relativi alle attività di cui al comma 26 comporta la rimozione o l'oscuramento temporaneo delle insegne d'esercizio, oppure quando tale oscuramento sia determinato da cantieri allestiti nelle immediate vicinanze tale da pregiudicare la visibilità e l'individuazione da luoghi di pubblico transito dei punti d'esercizio interessati da tale circostanza, per il periodo di durata dei suddetti cantieri è possibile posizionare, anche al di fuori delle fasce sopra richiamate, insegne temporanee in sostituzione di quelle occultate, allo scopo di sopperire le necessità per l'indispensabile individuazione dei punti d'esercizio. Tali

insegne, ove posate in deroga delle fasce sopra indicate, sono oggetto d'istanza d'autorizzazione ai sensi dell'art. 34 del presente regolamento.¹

ART. 10

Cartello

1. Si definisce "cartello" il manufatto bidimensionale, supportato da una idonea struttura di sostegno, con una sola o entrambe le facciate finalizzate alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici sia direttamente, sia tramite sovrapposizione di altri elementi.
2. Può essere luminoso sia per luce propria, che per luce indiretta.
3. Si definisce "cartello a muro" il manufatto monofacciale ancorato al muro finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici sia direttamente che tramite sovrapposizione di manifesti cartacei.
4. Si definisce "cartello ancorato al suolo" il manufatto metallico bifacciale o monofacciale supportato da un'idonea struttura di sostegno infissa nel suolo, che è finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici sia direttamente che tramite sovrapposizione di manifesti cartacei.

CRITERI GENERALI DI INSTALLAZIONE

5. Le dimensioni consentite sono quelle aventi modulo standard affissionale di cm 70 x 100 (foglio) e multipli di tale standard (orizzontali o verticali) fino alla dimensione massima tabellare destinata alle affissioni di 6 mq., tranne che nella zona azzurra, dove è possibile raggiungere la dimensione di 18 mq (impianti di grande formato), collocati solo orizzontalmente (cm 600 x 300), intendendosi per orizzontale il cartello collocato in modo tale da avere il lato più lungo parallelo al terreno (indipendentemente dal fatto che il cartello sia in posizione parallela o trasversale rispetto al senso di marcia dei veicoli, secondo le definizioni riportate nell'allegato "A" alle presenti norme).
6. La cornice perimetrale dei cartelli deve essere non inferiore a cm. 4.
7. Il cartello a muro dovrà essere leggermente distanziata in modo da permettere un minimo di areazione retrostante il pannello ed impedire quindi fenomeni di condensa ed umidità stagnante. La distanza massima dal muro potrà essere di 5 cm.
8. Tali impianti dovranno essere preferibilmente in acciaio zincato o in fusione di ghisa ed opportunamente verniciati.
9. Per quanto riguarda le installazioni effettuate dai privati, gli impianti esistenti e/o futuri dovranno essere verniciati di colore verde scuro o grigio antracite, a scelta dell'Amministrazione Comunale, mentre, per quanto riguarda il colore dei cartelli relativi alle pubbliche affissioni, si rimanda al successivo articolo 24.
10. Le strutture di sostegno dei cartelli dovranno essere di colore verde scuro o grigio antracite, a scelta dell'Amministrazione Comunale, e dovranno essere costituite esclusivamente da un singolo palo di sostegno posizionato al centro del cartello.
11. I cartelli esistenti appartenenti ai privati, dovranno essere adeguati alla tipologia richiesta alla scadenza dell'autorizzazione in vigore, qualora se ne chieda il rinnovo e questo possa essere concesso, ai sensi dei successivi articoli.

¹ I commi dal 24 al 32 dell'art. 9 sono stati inseriti con delibera di CC n. 40 del 9/06/05

12. A seconda della sede in cui vengono collocati i cartelli, bisognerà rispettare le seguenti disposizioni:
- a) Cartelli installati in banchina non pedonale.
Il bordo inferiore del cartello deve essere a quota non inferiore a 1,50 m rispetto al piano d'appoggio;
Il bordo superiore deve essere ad una altezza max di 6,00 m rispetto al piano d'appoggio.
 - b) Cartelli installati sulle scarpate delle strade (in trincea o in rilevato) con pendenza inferiore a 45°.
Il bordo inferiore del cartello deve essere a quota non inferiore a 1,50 m rispetto al piano d'appoggio e comunque a quota non inferiore a 0,80 m rispetto al piano stradale su cui prospetta;
Il bordo superiore deve essere ad una altezza max di 6,00 m rispetto al piano d'appoggio.
 - c) Cartelli installati su aree pedonali (banchine pedonali, marciapiedi, spiazzi, piazze, ecc.).
 - ✓ In possibile posizione trasversale rispetto al verso di camminamento (per la definizione di "posizione trasversale", si veda l'allegato "A"):
Il bordo inferiore del cartello deve essere a quota non inferiore a 2,20 m rispetto al piano calpestabile;
Il bordo superiore deve essere ad una altezza max di 6,00 m rispetto al piano calpestabile.
 - ✓ In posizione esclusivamente parallela al verso di camminamento (per la definizione di "posizione parallela", si veda l'allegato "A"):
Il bordo inferiore del cartello deve essere a quota non inferiore a 0,80 m rispetto al piano calpestabile;
Il bordo superiore deve essere ad una altezza max di 6,00 m rispetto al piano calpestabile.
13. Possono fare eccezione alle suddette disposizioni quei cartelli che, ove è concesso, risultano in aderenza ed ancoraggio a strutture murarie od impalcature di cantiere, nonché gli impianti per le pubbliche affissioni.
14. Non sono ammissibili collocazioni di cartelli sovrapposti.
15. Sono vietati i cartelli posti su recinzioni "a giorno" o su rete metallica, steccati o simili sia a carattere stabile che provvisorio; è altresì vietato affiancare più cartelli, ad esclusione degli impianti per pubbliche affissioni.
16. Gli impianti bifacciali non potranno mai risultare formati dall'accostamento di due impianti monofacciali, ma dovranno essere progettati e realizzati nelle opportune forme idonee allo scopo;

ART. 11
Targa, pannello

1. Si considera “targa” o “pannello” il manufatto rigido realizzato con materiali di qualsiasi natura apposto sull'ingresso che dà accesso ai locali della sede.

CRITERI GENERALI DI INSTALLAZIONE

2. Le targhe o i pannelli indicanti professioni, società, associazioni ed attività in genere, devono essere collocate preferibilmente negli stipiti della porta o, in alternativa, anche in riferimento alle condizioni specifiche, lateralmente alla porta stessa, sui battenti o nelle immediate vicinanze.
3. Le targhe professionali dovranno avere dimensione massima di cm. 40 x 40. Se le targhe devono essere inserite su portatarghe già esistente possono avere dimensioni superiori ma con il limite massimo di cm. 50 x 40.
4. Sono ammesse dimensioni maggiori di quelle riportate al comma precedente solo nel caso in cui è possibile dimostrare che le targhe sono preesistenti alla data di entrata in vigore del presente piano. All'atto della loro sostituzione bisognerà comunque adeguare le nuove targhe alle disposizioni del presente articolo.
5. Le targhe ed i pannelli indicanti le attività svolte nella sede a cui si riferiscono non dovranno superare la misura di cm. 50 x 40.
6. Per le targhe ed i pannelli riferiti alla pubblicità sanitaria si fa riferimento alle norme speciali vigenti.

ART. 12

Manifesto, adesivo

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

CRITERI GENERALI DI INSTALLAZIONE

3. Le dimensioni devono essere congruenti con i cartelli o gli spazi appositamente preordinati per la loro affissione.
4. La collocazione di manifesti al di fuori degli spazi preordinati è vietata in ogni luogo del territorio comunale, eccetto quelli strettamente temporanei emessi da autorità giudiziaria, dalla pubblica amministrazione e, a seguito di incidenti o di calamità, dalle aziende o Enti erogatori di pubblici servizi.

ART. 13

Striscione, locandina, stendardo, bandiera

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

CRITERI GENERALI DI INSTALLAZIONE

4. L'esposizione di striscioni è ammessa esclusivamente per la promozione pubblicitaria di manifestazioni, spettacoli ed attività di carattere sportivo, culturale, sociale e religioso; oltre al titolo, al luogo ed al periodo di svolgimento dello spettacolo o della manifestazione, si può apporre su tale mezzo il marchio o la denominazione di enti, associazioni, ditte o sponsor.
5. In virtù delle caratteristiche provvisorie e specifiche di tali mezzi pubblicitari e nel rispetto delle presenti norme, è possibile richiederne l'installazione in tutte le zone a “caratteristiche simili” del territorio comunale. Analogamente si potrà fare per gli stendardi qualora siano utilizzati per la promozione pubblicitaria di manifestazioni, spettacoli ed attività di carattere sportivo, culturale, sociale e religioso.
6. Le localizzazioni richieste per l'installazione degli striscioni e degli stendardi dovranno essere dotate di idonei supporti per il loro ancoraggio. Detti supporti potranno essere altresì installati dagli stessi privati che ne richiedano l'autorizzazione.
7. In tal caso, qualora non esistano motivi ostativi di natura normativa o tecnico-funzionale, il dirigente competente ne autorizzerà l'installazione, a condizione che venga certificata la corretta installazione in considerazione della natura del terreno e della spinta del vento, e che sussista l'impegno a cedere gratuitamente al comune i supporti installati, al termine dell'esposizione.
8. In alternativa ai “supporti dedicati”, è possibile autorizzare altre posizioni, purchè i promotori utilizzino, quali supporti per fissare gli striscioni e gli stendardi, delle strutture proprie o posseggano relativa autorizzazione all'utilizzo da parte dei legittimi proprietari ed accertino di aver verificato la resistenza statica dei suddetti supporti anche in considerazione della natura del terreno e della spinta del vento. Le posizioni richieste dovranno altresì rispettare le specifiche tecniche di installazione riportate nell'allegato “A”.
9. E' assolutamente vietato installare striscioni, stendardi, bandiere e qualsiasi altro mezzo pubblicitario sui pali dell'illuminazione pubblica, sulle paline semaforiche o su altri elementi tecnico funzionali ad uso pubblico non espressamente realizzati a tale scopo.
10. Il bordo inferiore degli striscioni e stendardi, se posizionati al di sopra della carreggiata, deve essere in ogni loro punto ad una quota non inferiore a 5,1 m rispetto al piano della

carreggiata, se posizionati in zona pedonale devono essere in ogni loro punto ad una quota non inferiore a 3,0 m rispetto al piano del percorso pedonale.

11. La distanza reciproca da rispettare tra gli striscioni e gli stendardi è di m. 100, mentre tra le locandine è di m. 50.
12. L'esposizione di locandine e stendardi è ammessa anche per il lancio di iniziative commerciali.
13. Le dimensioni degli stendardi dovranno essere cm. 70 x 140.
14. L'esposizione di striscioni e di stendardi è ammessa unicamente durante il periodo di svolgimento della manifestazione o della iniziativa cui si riferisce, oltreché durante la settimana precedente e le 24 ore successive allo stesso.
15. Trascorso inutilmente il termine di cui al precedente c. 14, l'esposizione verrà considerata abusiva e quindi sanzionabile ai sensi del D.L.gs n.507/93.
16. In ogni caso, gli striscioni, le locandine e gli stendardi dovranno essere rimossi entro le 24 ore successive alla conclusione della manifestazione pubblicizzata.
17. E' vietata la collocazione di locandine in materiale rigido semplicemente appoggiate al terreno in prossimità del bordo della carreggiata.
18. La collocazione di bandiere contenenti messaggi pubblicitari o marchi di aziende private può avvenire solo su suolo privato.
19. Per quanto riguarda le dimensioni ed il posizionamento, le bandiere sono assoggettate agli stessi limiti degli stendardi, per quanto compatibili.
20. La collocazione di locandine, oltre che nelle zone Verdi e Azzurre è altresì consentita nelle altre zone aventi caratteristiche simili solo in corrispondenza degli spazi delimitati dagli stipiti e dall'architrave delle aperture delle attività commerciali e direzionali previo benessere del titolare della attività stessa e, nel caso di assenza di attività, del proprietario dell'immobile.
21. La dimensione massima delle locandine è cm. 70 x 140.

ART. 14

Segno orizzontale reclamistico

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

CRITERI GENERALI DI INSTALLAZIONE

2. I segni orizzontali reclamistici sono ammessi unicamente, senza necessità di autorizzazione amministrativa:
 - a) all'interno di aree di proprietà privata anche aperte al pubblico di pertinenza di complessi industriali o commerciali;
 - b) lungo il percorso di manifestazioni sportive o su aree delimitate, destinate allo svolgimento di manifestazioni di vario genere, limitatamente al periodo di svolgimento

delle stesse ed alle 24 ore precedenti e successive e previo nulla osta dell'ufficio che autorizza la manifestazione.

3. E' vietato utilizzare tale segnalazione pubblicitaria sulle pavimentazioni stradali in porfido o comunque di pregio, in zone ad alto valore urbano ed in corrispondenza degli attraversamenti pedonali.
4. Essi devono essere realizzati con materiali rimovibili, ma ben ancorati nel momento dell'utilizzo alla superficie stradale e garantire una buona aderenza dei veicoli sugli stessi.
5. Non devono in alcun modo ostacolare la percezione della segnaletica stradale orizzontale esistente.
6. Per i segni orizzontali reclamistici di cui al precedente c.2 lettera b), è fatto obbligo al responsabile della manifestazione al quale è stato rilasciato il relativo nulla osta per la posa di segni orizzontali reclamistici, di provvedere alla rimozione degli stessi entro le 24 ore successive alla conclusione della manifestazione pubblicizzata, ripristinando lo stato dei luoghi e il grado di aderenza delle superfici stradali.
7. Trascorso inutilmente tale termine, l'esposizione verrà considerata abusiva e quindi sanzionabile ai sensi del D.L.gs n.507/93.

ART. 15

Tenda pubblicitaria

1. E' da considerarsi tenda pubblicitaria il manufatto mobile o semimobile, in tessuto o materiali assimilabili, posto esternamente a protezione di vetrine o ingressi, contenente almeno un marchio o un messaggio pubblicitario relativo all'attività esercitata nel locale cui la tenda afferisce.

CRITERI GENERALI DI INSTALLAZIONE

2. Per quanto riguarda l'installazione di tende pubblicitarie devono osservarsi le seguenti disposizioni:
 - a) -le tende devono essere rientranti, o riavvolgibili a fine orario;
 - b) -devono riferirsi esclusivamente ad attività commerciali poste al piano terra;
 - c) -l'altezza delle scritte non deve essere comunque superiore complessivamente a 20 cm.;
 - d) -le scritte devono riprodurre solo l'attività esercitata, la ragione o il marchio di fabbrica e devono essere poste solo sui pendenti frontali o laterali della tenda stessa;
 - e) -sulla falda superiore della tenda può essere riportato il marchio inerente l'attività esercitata;
 - f) -possono installarsi solo in presenza di marciapiedi o percorsi pedonali o ciclopedonali e l'altezza dal suolo, in ogni punto, non dovrà essere inferiore a cm. 220 ed il limite della tenda dovrà distare almeno cm. 50 dal filo esterno del marciapiede o dal bordo del percorso pedonale o ciclopedonale.
3. E' vietata l'installazione di tende qualora esse interferiscano con l'avvistamento e la visibilità dei segnali di pericolo , di prescrizione e di indicazione.

ART. 16

Mostra, vetrina, bacheca

1. Si definisce "mostra", "vetrina" o "bacheca" l'impianto monofacciale, ubicato esclusivamente in corrispondenza della sede dell'attività commerciale, politica, sociale, o di altro genere, supportato da una idonea struttura di sostegno, o posto in aderenza ad una parete, che è finalizzato alla diffusione di messaggi tramite apposizione di manifesti, giornali o locandine; possono essere realizzati con strutture a telaio semplice o apribile a compasso, con rete, vetro o plexiglass di protezione.

CRITERI GENERALI DI INSTALLAZIONE

2. Le mostre, le vetrine e le bacheche non potranno avere dimensioni superiori a cm. 100x140 (intesi sia in posizione orizzontale che verticale) ed uno spessore massimo di cm.7. Tali impianti, se affissi alla parete dovranno essere leggermente distanziati da essa in modo da permettere un minimo di areazione retrostante il pannello ed impedire quindi fenomeni di condensa ed umidità stagnante. La distanza massima dal muro potrà essere di 5 cm.
3. Se installate su supporto autonomo, dovranno essere collocate sempre in posizione parallela al senso di marcia dei veicoli e dovranno distare dal limite del fronte architettonico almeno cm.30: la stessa distanza deve essere rispettata dall'apertura, sul muro perimetrale, dell'attività commerciale.
4. Negli interventi di recupero degli edifici o nelle progettazioni ex novo qualora ai piani terra o ai piani superiori siano previste attività per le quali si intende richiedere l'apposizione di mostre, vetrine e bacheche, dovranno prevedersi gli spazi di collocazione in sede progettuale.
5. Il colore di tali impianti deve essere di colore verde scuro.

ART. 17

Impianti pubblicitari a messaggio variabile

1. Si definisce "impianto a messaggio variabile" il mezzo pubblicitario avente la possibilità di mutare il messaggio nel corso del tempo, ad intervalli regolari variabili; ciò può realizzarsi attraverso l'ausilio di sistemi automatici di tipo elettro-meccanico ovvero attraverso sistemi elettronico digitali: può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.

CRITERI GENERALI DI INSTALLAZIONE

2. Per quanto attiene i limiti di dimensionamento e posizionamento, tali impianti sono soggetti agli stessi limiti e dimensioni dei cartelli ed alle seguenti ulteriori prescrizioni:
 - a) E' consentito il loro posizionamento esclusivamente nella zona azzurra di cui al successivo art. 23, o in corrispondenza di parcheggi, autostazioni o altri luoghi in cui non ci siano autoveicoli in transito;
 - b) Gli impianti con messaggi in movimento possono essere installati solo in corrispondenza di parcheggi, autostazioni o altri luoghi in cui non ci siano autoveicoli in transito;
 - c) La non adeguata progettazione ed installazione di tali forme pubblicitarie (correttamente percepibili solo in particolari condizioni, per esempio stando perfettamente fermi o seduti) può portare a fenomeni di instabilità dell'equilibrio fisico e/o visivo, disorientamento momentaneo, mancanza improvvisa dell'attenzione ovvero abbagliamento ed accecamento momentaneo della vista e pertanto si rende obbligatoria una attenta verifica preventiva di tali fenomeni, verifica che deve essere debitamente illustrata nella documentazione progettuale allegata alla Richiesta di Autorizzazione, allegando eventualmente anche una videocassetta o quant'altro che illustri, attraverso analoghe installazioni, le caratteristiche dell'impianto e le modalità tecniche di realizzazione.
3. Se l'impianto è collocato perpendicolarmente al senso di marcia, la variabilità del messaggio deve avere una frequenza minima di 5 minuti, se collocato parallelamente al senso di marcia la variabilità del messaggio deve avere una frequenza minima di 2 minuti .
4. Le strutture di sostegno dovranno essere di colore verde scuro.
5. Se contenenti messaggi pubblicitari, vengono assimilati agli impianti pubblicitari variabili i manufatti luminosi, illuminati o privi di luce composti da caratteri alfanumerici completati eventualmente da marchio o simboli e con orologio segna giorno-ora-temperatura, a lettere scatolari o filo di neon con eventuale pannello retrostante.

ART. 18

Gigantografia su ponteggi

1. Elemento bidimensionale monofacciale privo di rigidità che occupa tutta la superficie di ponteggi o recinzioni di cantiere ed è a questi opportunamente ancorato.

CRITERI GENERALI DI INSTALLAZIONE

2. La gigantografia dovrà riportare in via preferenziale o il prospetto dell'edificio oggetto dell'intervento o l'immagine di una opera d'arte che ha attinenza con l'edificio o un'immagine con alto contenuto artistico.
3. Il messaggio pubblicitario sarà inserito organicamente nella gigantografia e non dovrà essere circoscritto in un riquadro che lo astrae 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 gigantografia.

4. Anziché il messaggio pubblicitario la gigantografia può ospitare il logo dello sponsor così come definito al successivo art. 19 comma 2 e che dovrà occupare una superficie non superiore al 40% della superficie totale della gigantografia.
5. Può essere Illuminato o privo di luce.

ART. 19

Cartelli e manufatti con sponsor

1. 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 non possono contenere messaggi pubblicitari ma soltanto l'eventuale logo dello sponsor.
2. Si intende per sponsor quel soggetto giuridico, ente o azienda, che destina risorse economiche per finanziare iniziative, opere e manufatti pubblici ovvero aventi rilevanza pubblica, con lo scopo indiretto di farsi pubblicità.

CRITERI GENERALI DI INSTALLAZIONE

3. Il logo dello sponsor può essere apposto in modo che sia visibile dallo spazio pubblico e di uso pubblico a condizione che:
 - a) Riporti solo il nome ed il marchio dello sponsor;
 - b) Non sia intercambiabile;
 - c) Sia contenuto nelle seguenti superfici :
 - ✓ Sui manufatti per la comunicazione/informazione culturale, turistica ed istituzionale fino a 250 cmq.;
 - ✓ Sui cartelli segnalanti la realizzazione di lavori pubblici fino a 1500 cmq.;
 - ✓ Sui cartelli segnalanti la sponsorizzazione della manutenzione delle aree verdi fino a 1000cmq.
4. Vista la particolarità degli impianti e la controprestazione da fornire, questi dovranno essere concordati nello specifico con l'amministrazione ed appositamente convenzionati.

ART. 20

Preinsegne

1. Si definisce "indicatore direzionale o preinsegna" la scritta in caratteri alfanumerici, completata da freccia di orientamento ed eventualmente da simboli e da marchi, realizzata su manufatto bidimensionale, supportato da un'idonea struttura di sostegno, finalizzata alla pubblicizzazione direzionale della sede dove si esercita una determinata attività ed

installata in modo da facilitarne il reperimento della sede stessa e comunque nel raggio di 2 km.

2. Non possono essere luminose né per luce propria, né per luce indiretta.

CRITERI GENERALI DI INSTALLAZIONE

3. Per uniformità, decoro, leggibilità e caratterizzazione territoriale, l'amministrazione individua quale struttura di sostegno "tipo" (impianto multiplo), da utilizzare sull'intero territorio comunale una struttura in alluminio estruso o in fusione di ghisa di colore verde scuro o grigio antracite, la cui forma e le cui caratteristiche estetico-funzionali devono essere simili a quelle rappresentate nell'allegato fotografico "B".
4. Le preinsegne potranno essere installate esclusivamente sui suddetti impianti multipli, contenenti un numero massimo di 6 preinsegne, anche se non totalmente occupati, realizzati ed installati a cura e spese dei richiedenti.
5. Qualora su una stessa struttura di sostegno vengano collocati meno cartelli rispetto a quelli massimi previsti al comma precedente, il posizionamento deve avvenire a partire dal bordo superiore a scendere verso il basso.
6. E' assolutamente vietato collocare le preinsegne sui sostegni degli impianti di segnaletica stradale, paline fermata bus, e su ogni altro sostegno non predisposto allo scopo.
7. Le preinsegne devono essere realizzate in alluminio od estruso di alluminio, avere dimensioni di cm.125 di base x cm.25 di altezza, fondo grigio pantone 432 C e scritte gialle.
8. E' vietato l'accostamento di più preinsegne relative alla stessa attività da pubblicizzare per formare tabelle aventi dimensioni maggiori di quelle riportate al comma precedente (cm 125 x 25).
9. Tutte le installazioni devono essere strutturate in modo da consentire una facile lettura e quindi riportare semplicemente il nome, il logotipo della ditta e la relativa freccia direzionale.
10. Le preinsegne possono essere installate solo nelle zone verdi ed azzurre; fuori da esse e qualora il PGUT vigente ne individui la denominazione e la localizzazione, è possibile installare solo la segnaletica direzionale indicante i principali comparti produttivi (es. zona industriale Calderara Nord).
11. In particolare, sull'intero territorio comunale è possibile installare, ferme restando tutte le altre condizioni, un numero massimo di tre preinsegne per ogni ditta.
12. In base alle caratteristiche territoriali e viabilistiche, l'ufficio viabilità potrà consentire l'installazione di un massimo di due impianti multipli su ciascuna strada afferente l'incrocio considerato, anche affiancati, purchè siano installati nel rispetto delle norme stabilite dal presente piano.
13. Il titolare dell'autorizzazione ha il dovere di adeguare a proprie spese l'impianto esistente alle modifiche alla circolazione attuate dalla Pubblica Amministrazione nel più breve tempo possibile dall'entrata in vigore delle modifiche stesse e comunque entro 10 gg. dal ricevimento della eventuale comunicazione ricevuta dal competente ufficio comunale. Qualora non si ottemperi alla suddetta disposizione nei tempi prescritti, l'autorizzazione si intenderà decaduta e si procederà ai sensi del successivo art. 40.
14. Per ottemperare a quanto disposto al precedente comma, nulla è dovuto al titolare dell'autorizzazione a titolo di rimborso o indennità di sorta da parte dell'amministrazione.

ART. 21

Mezzi pubblicitari luminosi

1. Le tipologie, i mezzi ed i sistemi di comunicazione pubblicitaria previsti dal P.G.I.P. possono essere realizzati con tecnologie e sistemi sia "non luminosi" che "luminosi", illuminati con luce diretta e indiretta, riflessa o propria.

CRITERI GENERALI DI INSTALLAZIONE

2. I mezzi pubblicitari luminosi sono vietati nelle zone rossa e gialla di cui al successivo art. 23, ad eccezione delle insegne di esercizio.
3. Sull'intero territorio comunale, la luminosità propria o portata deve essere fissa, non intermittente né di colore rosso, con intensità luminosa non superiore a 150 candele per metro quadrato, l'impianto nel suo complesso, inoltre, deve essere realizzato nel rispetto della L.R. n. 17 del 27/03/00.
4. La collocazione di qualunque impianto con parti elettriche deve risultare ad altezza superiore a 2,5 metri da terra; la natura, la posizione e le dimensioni dei componenti elettrici devono essere dichiarate nel progetto di installazione dell'impianto pubblicitario per una valutazione corretta dei sistemi e delle modalità di installazione. L'uso di elementi e componenti di serie, in assenza di uno specifico disegno tecnico, potrà essere chiarito con foto comunque accompagnate da dichiarazione di conformità del manufatto e dei componenti alle normative di legge.
5. Le sorgenti luminose e gli altri mezzi pubblicitari luminosi devono avere una sagoma regolare che, in ogni caso, non può essere quella di disco o triangolo.
6. La croce rossa luminosa è consentita esclusivamente per indicare ambulatori e posti di pronto soccorso.
7. La croce verde luminosa è consentita esclusivamente per indicare le farmacie e non può avere luce ad intermittenza.
8. E' assolutamente vietato collegare l'impianto elettrico del mezzo pubblicitario all'impianto di pubblica illuminazione: qualora accadesse ciò, l'impianto è considerato abusivo ai sensi dell'art. 24 c.2 del D.Lgs. 507/93 e si procederà con l'immediata rimozione, fatto salvo l'addebito degli eventuali danni subiti dall'amministrazione.

CAPO III

ATTUAZIONE DEL PIANO

ART. 22

Norme Generali di installazione

1. Gli impianti pubblicitari aggettanti su area pedonale, non aventi supporto da terra e non affissi a muro per tutta la loro superficie, dovranno essere in ogni loro punto ad una altezza minima di metri 2,20 dal piano calpestabile, allo scopo di evitare intralcio o pericolo per i pedoni.
2. Il posizionamento di cartelli, di insegne di esercizio e di altri mezzi pubblicitari è vietato su tutto il territorio comunale, oltre che nei casi individuati nell'art. 51 del regolamento del c.d.s., estesi a tutte le strade indipendentemente dal limite di velocità imposto sulle stesse, anche nei seguenti posti:
 - a) Sui pali di pubblica illuminazione;
 - b) Sui pali di segnaletica stradale;
 - c) Su monumenti, fontane, alberi, arbusti e siepi, o in appoggio o ancoraggio su di essi;
 - d) Sulle recinzioni e sulle inferriate dei balconi, ad esclusione di installazioni a carattere temporaneo, con periodo di esposizione non superiore ad un mese, di tabelle relative a vendite e locazioni immobiliari, poste sulle recinzioni dell'immobile stesso;
 - e) Sui bordi dei marciapiedi e dei cigli stradali.
3. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari devono avere sagoma regolare che in ogni caso non può essere quella di disco o di triangolo.
4. L'uso dei colori rosso, arancio e verde sono vietati nel caso in cui possano generare confusione con la segnaletica stradale, specialmente in corrispondenza o in prossimità delle intersezioni regolate da impianti semaforici.
5. Non è consentito il posizionamento di qualsiasi mezzo pubblicitario nell'aiuola spartitraffico centrale di strade a due o più corsie.
6. Per tutti i mezzi pubblicitari dovrà essere garantito un adeguato programma di controllo e manutenzione al fine di evitare danno all'immagine ambientale e pericolo per la circolazione e la pubblica incolumità. Qualora non venga ottemperata la presente disposizione, l'autorizzazione si intenderà decaduta ai sensi del successivo art. 40.
7. Tutti gli impianti pubblicitari, in qualunque posto ed in qualunque modo collocati, dovranno essere posti in opera in modo da essere visibili, non contenere messaggi o concetti offensivi contro le persone o la morale pubblica, non intralciare la libera circolazione dei veicoli e dei pedoni, rispettare la normativa vigente in materia di abbattimento delle barriere architettoniche (L. 13/89 e successive modifiche ed integrazioni). In particolare, se collocati su marciapiede o aree pedonali, la loro posizione dovrà garantire uno spazio utile per il passaggio dei pedoni non inferiore ad 1,20 metri. Anche per gli impianti non conformi a tale regola, l'autorizzazione si intenderà decaduta ai sensi del successivo art. 40.
8. Tutti i sistemi ed i mezzi pubblicitari a "carattere temporaneo", messi in opera dentro i centri abitati durante il corso delle manifestazioni di interesse sociale e culturale per la Città, fatto salvo i diritti di terzi, la pubblica incolumità e quanto obbligatoriamente stabilito dal Codice delle Strada e dal suo regolamento di attuazione (articoli che non

demandano al Regolamento Comunale), potranno andare in deroga a quanto previsto nelle presenti norme a patto che vengano riportate, chiare e leggibili, le diciture od i marchi di patrocinio degli Enti Promotori.

9. Negli impianti sportivi o ricreativi pubblici (stadi e campi sportivi, centri di ricreazione, palestre e palazzi dello sport, teatri) è in generale vietata l'installazione di qualsiasi mezzo pubblicitario. L'amministrazione si riserva comunque la possibilità di stipulare apposita convenzione con società del settore, in seguito a presentazione di un progetto di pianificazione dei sistemi e dei mezzi pubblicitari di carattere annuale.
10. E' riservata all'Amministrazione Comunale la facoltà di stipulare opportune e specifiche convenzioni con operatori privati, allo scopo di autorizzare e disciplinare l'installazione di impianti e mezzi pubblicitari aventi elevato contenuto qualitativo e/o legate a particolari situazioni e/o tipologie di impianti diversi da quelli esplicitamente previsti dal presente piano, e che per le motivazioni riportate sulla stessa convenzione, risulta necessario o opportuno concordare e coordinare in maniera diversa e particolare. Appartengono a tale tipologia, a solo titolo di esempio, i mezzi pubblicitari apposti sui mezzi di trasporto pubblico o quelli da installare, secondo un univoco progetto, su ampi parcheggi.
11. Il Dirigente dell'ufficio pubblicità può chiedere in qualsiasi momento, al titolare di regolare autorizzazione, per motivi di interesse pubblico, intralcio alla circolazione, motivi di sicurezza o per altro motivo reputato valido dall'amministrazione, la rimozione dei mezzi pubblicitari installati. In tal caso l'autorizzazione si intende revocata e si procederà nei termini previsti al successivo art. 40 .
12. L'autorizzazione potrà comunque essere rilasciata, ad esclusione degli impianti ricadenti nella zona a "caratteristiche simili" rossa, qualora si dimostri che i mezzi pubblicitari da installare siano riconosciuti a livello nazionale quali elementi distintivi e caratteristici dell'attività che si intende pubblicizzare e siano correntemente installati negli altri Comuni Italiani.
13. E' fatto divieto di utilizzare sugli impianti pubblicitari lo stemma del Comune di Paderno Dugnano, tranne che sugli impianti per le pubbliche affissioni e su quelli per i quali viene espressamente imposto dalle relative autorizzazioni e concessioni.

ART. 23

Zonizzazione del Territorio Comunale

1. In base alle valenze storico ambientali, urbanistiche, architettoniche, commerciali ed industriali il territorio comunale di Paderno Dugnano è stato suddiviso in quattro zone aventi caratteristiche simili, ognuna delle quali caratterizzata da emergenze simili e soggetta a precisi limiti relativi all'installazione dei mezzi pubblicitari.
2. Tali zone sono individuate sulla tavola 2: "INDIVIDUAZIONE ZONE AVENTI CARATTERISTICHE SIMILI" allegata alle presenti norme, facente parte integrante del PGIP, e vengono denominate:
 - A. Zona Rossa;
 - B. Zona Gialla;
 - C. Zona Verde;
 - D. Zona Azzurra.

3. In ciascuna zona è possibile installare solo i mezzi pubblicitari permessi dalle presenti norme aventi le dimensioni, tipologie, caratteristiche e limiti in esse definite e solo qualora l'installazione sia permessa dal Nuovo Codice della Strada, dal suo Regolamento di Esecuzione ed Attuazione, dal D.Lgs. 507/93 e dalle altre norme in vigore che disciplinano la materia, compresi gli altri Regolamenti Comunali. Ciò implica, a solo titolo di esempio, che malgrado nella zona a "caratteristiche simili" Verde sia possibile installare cartelli pubblicitari, sulla superstrada MI-MEDA (strada ex S.S. 35 dei Giovi) appartenente alla zona a "caratteristiche simili" Verde (vedere TAVOLA 2 "INDIVIDUAZIONE ZONE AVENTI CARATTERISTICHE SIMILI") ma classificata come "Strada Extraurbana Primaria" dal P.U.T. vigente, non è possibile installare alcun cartello, in applicazione del c.7 art. 23 del D.Lgs. 285/92 il quale recita: "E' vietata qualsiasi forma di pubblicità lungo e in vista degli itinerari internazionali, delle autostrade e delle strade extraurbane principali e relativi accessi ...".
4. Dal precedente comma, discende inoltre l'obbligo di rivolgere verso le strade interne al comune gli eventuali mezzi pubblicitari permessi ed installati nelle strade limitrofe a quelle dalle quali gli impianti non devono essere visibili, nel rispetto dell'articolo testè citato.
5. Tali disposizioni hanno valenza generale e si applicano su tutto il territorio comunale.

A. Zona Rossa

6. Appartengono a questa zona le strade o i tratti di strada interni o esterni al centro abitato, a carattere esclusivamente residenziale e locale, nonché quelli aventi particolare valenza storica nell'ambito comunale o interessati da mirati interventi di riqualificazione urbana.
7. Nelle strade appartenenti a questa zona è vietata l'installazione di qualsiasi mezzo pubblicitario disciplinato dal presente piano, ad eccezione della seguente tipologia di impianti:
 - a) Cartelli per pubbliche affissioni;
 - b) Insegne di esercizio;
 - c) Targhe, pannelli;
 - d) Locandine in corrispondenza degli spazi delimitati dagli stipiti e dall'architrave delle aperture delle attività commerciali e direzionali previo benestare del titolare della attività stessa e, nel caso di assenza di attività, del proprietario dell'immobile.
 - e) Striscioni, stendardi;
 - f) Tende;
 - g) Mostre, vetrine, bacheche;
 - h) Pubblicità fonica;
 - i) Impianti pubblicitari di Servizio;
 - j) Manufatti e cartelli con sponsor;
 - k) Cartelli temporanei nei cantieri e sui ponteggi (comprese gigantografie);

B. Zona Gialla

8. Appartengono a questa zona le strade o i tratti di strada interni o esterni al centro abitato, a carattere prevalentemente residenziale e locale con presenza di aziende ed

impianti soprattutto artigianali, ovvero le strade di quartiere e locali di accesso alle zone miste residenziali-industriali.

9. Le aree appartenenti a questa zona, sono in generale di recente urbanizzazione, soggette a possibili modifiche o completamento, all'interno delle quali la presenza delle attività economiche si sovrappone e influenza la vocazione residenziale dell'area.
10. Con riferimento ai mezzi pubblicitari disciplinati dal presente piano, nella zona gialla è vietata l'installazione di qualsiasi mezzo pubblicitario disciplinato dal presente piano, ad eccezione delle tipologie di impianto consentite nella zona "rossa" e degli ulteriori mezzi pubblicitari:
 - l) Pubblicità temporanea in genere;
 - m) Bandiere.

C. Zona Verde

11. Appartengono a questa zona le strade o i tratti di strada interni o esterni al centro abitato, prevalentemente di transito e di collegamento tra le diverse frazioni e con i comuni limitrofi.
12. Le aree appartenenti a questa zona risultano essere, in genere, a margine delle zone densamente abitate, a confine con le aree industriali e con presenza di numerose aziende ed attività economiche. Gli eventuali edifici residenziali presenti, "gravitano" sulle aree poste dalla parte opposta alle aree in zona verde.
13. Nella zona verde sono ammesse tutte le tipologie di impianti pubblicitari disciplinati dal PGIP, ad eccezione di quelli per i quali sono previste delle limitazioni particolari espressamente riportate nei relativi articoli, con le modalità e nelle quantità in essi previste.

D. Zona Azzurra

14. Appartengono a questa zona le strade o i tratti di strada interni o esterni al centro abitato, ricadenti in zone esclusivamente commerciali o industriali, all'interno delle quali l'installazione dei mezzi pubblicitari può assumere valenza prioritaria soprattutto per le aziende ed imprese che vi risiedono.
15. Sono in generale ammesse tutte le tipologie di impianti pubblicitari disciplinati dal PGIP con le modalità e nelle quantità previste dallo stesso.
16. Sulla tavola 2 "INDIVIDUAZIONE ZONE AVENTI CARATTERISTICHE SIMILI", tutte le strade di proprietà comunale sono state retinate con colore diverso a seconda della zona a "caratteristiche simili" alla quale appartengono.
17. Per gli impianti installati sulle aree non retinate, dove non è esplicita l'appartenenza ad una determinata zona a "caratteristiche simili", si applicano le norme relative alla zona a "caratteristiche simili" dalla quale è visibile l'impianto pubblicitario, a meno che non ci siano norme specifiche relative a casi particolari inserite all'interno degli articoli di questo stesso piano.

18. Nel caso si chieda di installare mezzi pubblicitari visibili da strade appartenenti a “zone aventi caratteristiche simili” diverse, questi devono essere installati nel rispetto della zona con le norme più restrittive e solo se in quest’ultima è prevista la loro installazione.
19. Qualora sul territorio comunale si realizzano nuove strade o comunque si reputi che sono mutate le esigenze o le condizioni ambientali ed abitative in base alle quali sono state individuate le zone riportate sulla Tavola 2, si demanda ad apposito provvedimento di Giunta Comunale l’aggiornamento delle zone aventi caratteristiche simili di cui trattasi.
20. Nelle tabelle costituenti l’allegato “A” del presente Piano, vengono riportate le norme specifiche di installazione dei mezzi pubblicitari per ciascuna zona a “caratteristiche simili”, distinguendo e normando in maniera diversa le strade o i tratti di strada a seconda che ricadano fuori o dentro il centro abitato definito ai sensi degli artt. 3 e 4 del nuovo codice della strada.
21. A tale scopo si precisa che il presente PGIP, per quanto non espressamente definito e quantificato nelle presenti norme e nei suoi allegati, si uniforma ai valori riportati nel nuovo codice della strada e nel suo regolamento di esecuzione ed attuazione, estendendo e ritenendo validi gli stessi valori, oltre che fuori dai centri abitati, anche all’interno dei centri abitati ed in tutti quei casi in cui il Regolamento del c.d.s. demanda ai Regolamenti Comunali la possibilità di deroga o di una diversa disciplina.

ART. 24

Impianti per pubbliche affissioni

1. La superficie complessiva degli impianti per le pubbliche affissioni è ripartita nelle seguenti fasce di utilizzazione:
 - a) Affissioni di natura istituzionale
Vi rientrano tutte le comunicazioni amministrative effettuate dal Comune, dallo Stato, dalle Provincie, dalle Regioni ed altri Enti Pubblici.
Non rientrano in tale destinazione d’uso le affissioni elettorali.
 - b) Affissioni sociali e comunque prive di rilevanza economica
Vi rientrano in particolare gli impianti, localizzati con criteri “zonali”, destinati all’affissione di necrologi, alle affissioni dirette dei politici ed a quelle di interesse locale della frazione o dei quartieri.
 - c) Affissioni commerciali
Vi rientrano tutti gli impianti attraverso i quali il servizio pubblico si riserva la collocazione dei manifesti aventi rilevanza economica.
2. La quantificazione e la ripartizione delle superfici relative agli impianti destinati alle pubbliche affissioni è definita al precedente art. 6.
3. La Giunta Comunale, su proposta dell’ufficio Tributi, potrà disporre variazioni alle distribuzioni percentuali definite nel suddetto art. 6 sulla base di riscontrate esigenze del servizio.
4. Le caratteristiche generali di costruzione ed installazione dovranno essere conformi a quanto previsto dal D.Lgs. 507/93 e, per quanto in esso non disciplinato, alle norme riportate nel presente piano con particolare attenzione al precedente art. 10, dovranno

rispettare le specifiche tecniche di installazione di cui all'allegato "A" del PGIP nonché le ulteriori disposizioni legislative attinenti l'argomento.

5. Gli attuali cartelli esistenti, appartenenti al circuito delle pubbliche affissioni, saranno sostituiti con una nuova tipologia di cartelli in acciaio zincato verniciato, in fusione di ghisa, in alluminio o estruso di alluminio, allorchè le condizioni di manutenzione ne richiederanno la sostituzione, a giudizio dei tecnici comunali preposti.

6. Il colore degli impianti viene stabilito come di seguito riportato:

- impianti per necrologi, colore grigio scuro

- impianti commerciali, colore bordeaux scuro

- impianti istituzionali, partiti e associazioni, quartieri, colore verde scuro

Per la struttura degli impianti il colore da usare è identico a quello della cornice.²

7. Nella parte superiore degli impianti dovrà essere affissa una targhetta recante una scritta nera su fondo bianco che descriva la destinazione dello stesso impianto (es. "Affissioni funebri", "Affissioni quartieri", "Affissioni dirette politici", ecc.).

8. E' vietato associare, su uno stesso impianto o su impianti contigui, annunci funebri con pubblicità di tipo commerciale o comunque non degna del messaggio commemorativo.

9. Sugli impianti delle pubbliche affissioni è vietata l'installazione di pubblicità diretta ed in qualsiasi forma da parte di soggetti privati (pubblicità esterna), è altresì vietata l'installazione di impianti per le pubbliche affissioni aventi tipologia diversa da quella stabilita al presente articolo.

10. Sui cartelli, lo spazio per le affissioni deve essere univoco e destinato integralmente all'utilizzazione per cui è stato concepito e reso noto tramite il colore della cornice e la targhetta di identificazione suesposta.

11. Nel caso in cui, per motivi di interesse pubblico (es. esecuzione lavori pubblici) si rende necessario rimuovere un impianto per pubbliche affissioni, l'ufficio interessato ne farà richiesta all'ufficio pubblicità. L'ufficio pubblicità, istruirà la pratica e ne autorizzerà la rimozione alle condizioni che riterrà più opportune (es. rimozione definitiva, ricollocazione dell'impianto al termine dei lavori nella posizione preesistente, spostamento dell'impianto in sede più opportuna, ecc.).

12. Nel caso in cui, per motivi di interesse privato (es. lavori di manutenzione sulla facciata di edifici privati, su cui è accostato un impianto per pubbliche affissioni) si rende necessario rimuovere un impianto per pubbliche affissioni, l'interessato dovrà presentare richiesta motivata all'ufficio pubblicità, con allegata documentazione fotografica. L'ufficio pubblicità, entro trenta giorni dalla data della richiesta, rilascerà autorizzazione alla rimozione o motivato diniego alle condizioni che riterrà più opportune (es. rimozione definitiva, ricollocazione dell'impianto al termine dei lavori nella posizione preesistente, spostamento dell'impianto in sede più opportuna, ecc.). In ogni caso, tutte le spese connesse alla richiesta inoltrata (rimozione, ricollocazione, spostamento e installazione in altro luogo, ecc.) sono a carico degli interessati, restando inoltre sollevata l'amministrazione da qualsiasi responsabilità per danni causati a terzi durante l'esecuzione dei lavori o in conseguenza di essi.

13. Nel caso di rimozione definitiva degli impianti, l'ufficio pubblicità dovrà considerare la variazione che ciò comporta ai fini del dimensionamento globale del piano, programmando il reintegro degli impianti rimossi in modo tale da non alterare le quantità, proporzioni e localizzazioni (categoria normale o speciale) degli impianti esistenti.

14. Sulla base del censimento degli impianti relativi al circuito delle pubbliche affissioni esistenti sul territorio comunale, si dovrà redigere un progetto specifico allo scopo di:

² comma modificato con delibera di CC n.40 del 9/06/05

- ✓ Identificare la posizione degli impianti esistenti, anche mediante documentazione fotografica, evidenziandone gli elementi sostanziali (via, ubicazione, tipo, formato, ecc.);
 - ✓ Programmare interventi specifici di manutenzione, rimozione, sostituzione, ecc.;
 - ✓ Definire le posizioni nelle quali ubicare i nuovi manufatti, distinguendoli a seconda della destinazione d'uso (commerciali, funebri, ecc.), in modo tale da attuare le previsioni del PGIP.
15. Gli impianti per le pubbliche affissioni possono essere installati in maniera contigua o, se distaccati, dovranno rispettare le distanze minime riportate nelle tabelle dell'allegato "A".
16. Fino a quando non verrà approvato il progetto di cui al comma 13, vengono confermate le localizzazioni, i quantitativi e le tipologie degli impianti attualmente installati sul territorio comunale.
17. Nell'allegato "B" vengono illustrate la forma e le caratteristiche estetico-funzionali a cui devono attenersi i nuovi impianti che si installeranno sul territorio.

CAPO IV

DISPOSIZIONI RELATIVE A PARTICOLARI FORME PUBBLICITARIE

ART. 25

Impianti pubblicitari di servizio

1. 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, paline, cestini, panchine, orologi, ecc.) recante uno spazio pubblicitario che può anche essere luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.
2. Non sono autorizzate collocazioni di mezzi pubblicitari di servizio se non attraverso una linea progettuale appositamente studiata dallo stesso operatore in stretta correlazione con l'immagine dello spazio urbano in cui sono collocati in accordo con eventuali piani attuativi.
3. L'Amministrazione Comunale si riserva la facoltà di stipulare apposite convenzioni con ditte specializzate per l'installazione di queste tipologie di impianto, anche al fine di garantire l'uniformità di arredo.
4. Dentro i centri abitati il posizionamento degli impianti pubblicitari di servizio potrà avvenire in deroga alle distanze definite per gli altri mezzi pubblicitari, purché il loro posizionamento non interferisca con l'avvistamento e la visibilità dei segnali di pericolo, di prescrizione e di indicazione ed inoltre siano rispettate le più ampie esigenze di sicurezza della circolazione stradale.
5. Non sussistono limitazioni zonali all'inserimento di tali sistemi purché il loro progetto di realizzazione ed installazione trovi motivate ragioni di inserimento, per qualità fisiche e visive, in rapporto armonico con il contesto ambientale in cui andranno a collocarsi.

ART. 26

Pubblicità nei cantieri

1. L'installazione di impianti pubblicitari nei cantieri è permessa in tutte le zone a caratteristiche simili. La superficie massima consentita nelle zone rossa, gialla e verde, ad esclusione delle gigantografie su ponteggio, è pari a mq 6, mentre nella azzurra è mq 18.
2. Gli impianti dovranno essere installati nel pieno rispetto di tutte le norme relative agli impianti disciplinati dal presente PGIP.

ART. 27

Pubblicità nei chioschi e nelle edicole

1. Sono consentiti solo impianti pubblicitari relativi alla specifica attività di esercizio commerciale da collocarsi a modo di insegna.
2. I gestori di attività collocate in tali manufatti dovranno attenersi scrupolosamente alle seguenti disposizioni:
 - ✓ allestire il proprio chiosco o vetrina con decoro;
 - ✓ mantenere sempre in buono stato il materiale usato per l'appoggio dei giornali, riviste, libri, ecc;
 - ✓ è vietato qualsiasi appoggio ai muri, alle recinzioni, agli alberi, alle lampade, e relativa distesa di corde e ferri;
 - ✓ contenere l'occupazione del suolo nei limiti di spazio e di orario fissati dalla concessione;
 - ✓ non dovranno in nessun caso appoggiare alcunché non autorizzato a terra, sopra i muri, sui sostegni o altri manufatti accessori di carattere urbano.

ART. 28

Pubblicità nelle stazioni di servizio e parcheggi

1. Nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio fuori dal centro abitato, possono essere collocati cartelli, insegne di esercizio e altri mezzi pubblicitari nel rispetto delle limitazioni imposte dall'art.52 del Regolamento di Attuazione ed Esecuzione del Nuovo Codice della Strada ed in conformità alla tipologia dei mezzi che è possibile installare nella zona a "caratteristiche simili" in cui ricade la stazione di servizio o il parcheggio, ad eccezione della zona rossa, nella quale è vietata qualsiasi forma di pubblicità ad esclusione di quella attinente ai servizi prestati presso la stessa stazione o area di parcheggio e la pubblicità di servizio descritta al successivo comma 4.
2. All'interno del centro abitato e lungo le strade di tipo D ed E ricadenti fuori dal centro abitato, vengono integralmente applicate le norme previste al precedente comma 1 del presente articolo con l'accortezza di adottare, tra i casi previsti dal c.1 dell'art. 52 del Regolamento del c.d.s., le disposizioni riferite alle strade di tipo C ed F. La superficie complessiva dei cartelli, insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari installati o da installare, calcolata come previsto dal suddetto articolo, non potrà comunque essere superiore a 250 mq, fatte salve le eccedenze previste al c.3 dello stesso art. 52 del Regolamento.
3. Dal computo della superficie dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari sono esclusi quelli attinenti ai servizi prestati presso la stazione o l'area di parcheggio.
4. Nelle aree di parcheggio è ammessa, in eccedenza alle superfici pubblicitarie computate in misura percentuale, la collocazione di altri mezzi pubblicitari, quali mappe della città (luminose e non) abbinati alla prestazione di servizi per l'utenza della strada entro il limite di mq.2 per ogni servizio prestato; tali mezzi pubblicitari dovranno essere inseriti con un modello ed un progetto unitario, allo scopo di fornire un servizio di informazione aggiuntivo che colga l'occasione della sosta delle auto e degli utenti per informare sulle attività

economiche del luogo, del quartiere o della porzione di territorio in cui l'utente si trova ovvero come servizio informativo sociale per indicare collocazione e/o la presenza di farmacie, ospedali, pubblici servizi, numeri telefonici, ecc.

5. Per quanto riguarda le dimensioni bisogna attenersi alle norme previste dal precedente art. 10 del presente Piano.
6. Considerata la bassa velocità del movimento veicolare all'interno delle stazioni di servizio e dei parcheggi, vengono dimezzate le distanze da rispettare tra i diversi mezzi pubblicitari riportate nelle specifiche tecniche di cui all'allegato A del presente piano.

ART. 29

Pubblicità fonica

1. La pubblicità fonica è regolamentata dall'art. 59 del Regolamento di Attuazione ed Esecuzione del Nuovo Codice della Strada.
2. All'interno del centro abitato la pubblicità fonica può essere effettuata soltanto durante gli orari di seguito indicati e, in ogni caso, con intervalli di almeno dieci minuti ogni venti minuti di pubblicità:
 - a) nel periodo dal 01.04 al 30.09 di ogni anno:
 - dalle ore 9,00 alle ore 12,30
 - dalle ore 17,30 alle ore 19,00;
 - b) nel periodo dal 01.10 al 30.03 di ogni anno:
 - dalle ore 9,00 alle ore 12,30
 - dalle ore 16,30 alle ore 18,30.
3. E' possibile concedere deroghe a quanto disposto al precedente comma durante lo svolgimento di manifestazioni di carattere sportivo, culturale, sociale, religioso.
4. La pubblicità fonica é vietata qualora l'Amministrazione Comunale ne ravvisi la necessità in occasioni e casi particolari per la salvaguardia di interessi di carattere generale.
5. E' altresì sempre vietata a distanza minore di 200 metri da:
 - ✓ ospedali, case di cura, case di riposo;
 - ✓ scuole, durante l'orario di lezione;
 - ✓ chiese, durante le funzioni religiose.
6. In tutti i casi la pubblicità fonica non deve superare i limiti massimi di esposizione al rumore fissati dal DPCM 1° Marzo 1991.
7. Per il rilascio dell'autorizzazione all'esercizio della pubblicità fonica, è sufficiente che l'interessato indichi sulla domanda i propri dati identificativi e quelli dell'automezzo oltreché i contenuti del messaggio pubblicitario da diffondere, l'esatto periodo, l'orario di svolgimento ed il percorso che si intende effettuare.

ART. 30

Pubblicità sui veicoli o effettuata con i veicoli

1. La pubblicità sui veicoli o effettuata con i veicoli è consentita alle condizioni e nei limiti imposti dal Codice della strada e dall'art. 57 del suo Regolamento di esecuzione ed attuazione.
2. I veicoli circolanti, adibiti provvisoriamente tramite modifica della sagoma e/o del volume originale del mezzo di trasporto anche se con l'aggiunta, la sovrapposizione o il carico di elementi riportanti messaggi pubblicitari o omologati permanentemente per l'esposizione di messaggi pubblicitari non possono, all'interno del territorio comunale, sostare sulle aree pubbliche o private se il messaggio pubblicitario è visibile da pubblica via. Da tale divieto sono esclusi i veicoli adibiti a trasporti pubblici, di linea o non di linea.
3. Qualora il titolare dell'autorizzazione chiede di poter sostare o parcheggiare, bisognerà attenersi alle norme previste nel presente piano relative alla cartellonistica.
4. La pubblicità effettuata in difformità alle disposizioni riportate nel presente articolo sarà considerata pubblicità abusiva e sanzionata secondo le modalità previste agli art. 41 e successivi.

ART. 31

Pubblicità effettuata in forma ambulante tramite volantini

1. Pubblicità con volantinaggio effettuata mediante la distribuzione, anche con veicoli, di manifestini o di altro materiale pubblicitario.
2. La pubblicità con volantinaggio è possibile effettuarla mediante distribuzione anche diretta nei luoghi pubblici e nei pubblici esercizi ovvero mediante deposito del materiale pubblicitario presso le cassette postali dei cittadini.
3. E' assolutamente vietato il lancio su vie e/o piazze pubbliche.

ART. 32

Pubblicità a mezzo aeromobili e/o palloni frenati

1. La pubblicità a mezzo aeromobili e/o palloni frenati è consentita esclusivamente in occasione di manifestazioni sportive o di particolare rilevanza cittadina e nazionale.
2. Gli aeromobili potranno stazionare nei luoghi ove avviene la manifestazione o, se in volo, solo se regolarmente autorizzati dalla competente autorità ministeriale.
3. La durata dell'autorizzazione è strettamente legata alla durata della manifestazione.

ART. 33

Impianti nelle zone soggette a vincolo e nei parchi

1. Nella Tavola 1 "PLANIMETRIA DI BASE" sono individuati i seguenti immobili, aree, parchi e fasce di rispetto:
 - a) Beni architettonici vincolati;
 - b) Parco Grugnotorto;
 - c) Parco del Seveso;
 - d) Fasce di rispetto cimiteriali;
 - e) Fascia di rispetto del fiume Seveso;
 - f) Fascia di rispetto delle Ferrovie Nord Milano;
 - g) Fascia di rispetto strade appartenenti ad enti diversi;
 - h) Centri storici;
 - i) Zone residenziali a traffico moderato
2. Le norme del presente articolo disciplinano la collocazione di particolari forme pubblicitarie sugli edifici ed all'interno delle zone descritte al comma precedente. Per tutto quanto non espressamente previsto, si rimanda alle altre disposizioni comuni.
3. A prescindere dalla zonizzazione stabilita nel presente PGIP, sugli edifici nell'ambito e in prossimità dei beni vincolati ai sensi delle leggi n. 1089 del 1/06/39 e n. 1497 del 29/06/39, l'installazione dei mezzi pubblicitari è soggetta alle disposizioni contenute negli artt. 50 e 157 del D.Lgs. n.490 del 29/10/99 (Testo unico delle disposizioni legislative in materia di beni culturali ed ambientali, a norma dell'art. 1 della Legge 8 Ottobre 1999 n. 352), nonché nell'art. 23 c.4 del nuovo codice della strada (D.Lgs. n.285 del 30/04/92).
4. Per i termini "ambito" e "prossimità", richiamati nei suddetti D.Lgs. n. 490 del 29/10/99 e D.Lgs. n.285 del 30/04/97, ai fini delle presenti norme deve intendersi l'area contenente il bene vincolato, il cui limite esterno è ad una distanza di:
 - ✓ 25 metri se trattasi di edifici o luoghi di interesse storico;
 - ✓ 100 metri se trattasi di beni ambientali.
5. In ogni caso, sulle facciate degli immobili di interesse storico-artistico soggetti alle disposizioni del D.Lgvo 490/99 è consentita unicamente l'installazione di targhe indicanti professioni ed attività in genere esercitate nell'immobile stesso. L'autorizzazione è comunque condizionata, quando dovuto, al nulla osta rilasciato dalla Soprintendenza ai beni Ambientali ed Architettonici.
6. All'interno dei centri storici è vietata:
 - ✓ L'installazione di insegne a bandiera ad eccezione di quelle relative a rivendite di generi di monopolio ed uffici postali, ai posti telefonici pubblici, di pronto soccorso, farmacie e alberghi.
 - ✓ L'installazione di locandine al di fuori dello spazio delimitato dagli stipiti e dall'architrave delle aperture degli esercizi commerciali e direzionali.
 - ✓ L'utilizzo di fonti luminose dirette ed indirette, quali elementi di richiamo in presenza di illuminazione pubblica.
 - ✓ L'installazione di insegne oltre il marcapiano tra il piano terra e il primo piano.
7. Nelle aree interne ai parchi, fuori dalla sede stradale e dalle sue fasce di rispetto e pertinenza, è vietata l'affissione di qualsiasi mezzo pubblicitario.

8. Lungo le strade interne ai parchi, alle fasce di rispetto cimiteriali e del fiume Seveso, valgono tutte le disposizioni stabilite per la zona a “caratteristiche simili” di appartenenza, ad esclusione, ove è permessa l’installazione dei cartelli, delle distanze dagli altri cartelli, mezzi pubblicitari e segnaletica stradale, in qual caso dette distanze vanno raddoppiate.
9. Le strade o i tratti di strada all’interno dei centri storici sono da considerare appartenenti alla zona a “caratteristiche simili” rossa.
10. Per gli impianti che si chiede di installare nelle aree comunali ricadenti all’interno della fascia di rispetto delle strade appartenenti ad enti diversi, qualora i mezzi non siano visibili da tali strade, il rilascio dell’autorizzazione è subordinato alla dichiarazione da allegare alla richiesta, nella quale si attesti che il mezzo non è visibile da esse. In caso contrario, il rilascio dell’autorizzazione è subordinata al preventivo nulla osta dell’ente proprietario della strada dalla quale i mezzi sono visibili.
11. Qualora gli impianti richiesti cadano fuori dalle suddette fasce, ma sussistano dubbi sulla loro visibilità da strade appartenenti ad enti diversi, l’ufficio comunale competente potrà comunque chiedere di allegare alla domanda di autorizzazione, la dichiarazione di cui al comma precedente.
12. E’ vietato installare cartelli pubblicitari all’interno delle zone di rispetto cimiteriali.
13. Ai sensi dell’art. 49 del D.P.R. n. 753 del 11/07/80, lungo i tracciati delle linee ferroviarie di cui al comma 1 dello stesso D.P.R. è vietato costruire o ricostruire manufatti di qualsiasi specie ad una distanza, da misurarsi in proiezione orizzontale, minore di metri trenta dal limite della zona di occupazione della più vicina rotaia.
14. Ai sensi dell’art. 51 del summenzionato D.P.R. n. 753 del 11/07/80, lungo i tracciati delle tramvie, ferrovie metropolitane e funicolari terrestri su rotaia è vietato costruire o ricostruire manufatti di qualsiasi specie ad una distanza di metri sei dalla più vicina rotaia, da misurarsi in proiezione orizzontale. Tale misura dovrà, occorrendo, essere aumentata in modo che le anzidette costruzioni non si trovino mai a distanza minore di metri due dal ciglio degli sterri o del piede dei rilevati

CAPO V

PROCEDURA PER IL RILASCIO DELL'AUTORIZZAZIONE

ART. 34

Richiesta di autorizzazione

1. Chiunque intende installare sul territorio comunale impianti pubblicitari, deve presentare presso l'Ufficio Protocollo del Comune apposita domanda compilata sui moduli predisposti e disponibili presso l'Ufficio Relazioni con il Pubblico (URP), corredata dai seguenti documenti:
 - a) Marca da bollo da € 10,33
 - b) Progetto quotato in scala 1:20 dell'opera e relativa descrizione tecnica, dai quali siano individuabili gli elementi essenziali dell'opera e la sua eventuale collocazione sul fabbricato, compreso il disegno del possibile supporto e l'indicazione se trattasi di messaggio opaco, luminoso o illuminato. Il progetto deve essere debitamente firmato dal titolare dell'impresa esecutrice o dall'interessato, se l'opera è realizzata in economia.
 - c) Planimetria in scala 1:500 o 1:200, secondo le valutazioni ed indicazioni dell'ufficio pubblicità (la scala di rappresentazione e l'ambito di rilievo devono tener conto delle distanze minime da rispettare dagli altri cartelli e segnaletica verticale, secondo le prescrizioni riportate nelle tabelle di cui all'allegato A al presente piano), in duplice copia, con evidenziata l'esatta ubicazione del luogo ove si intende installare l'impianto, da cui possano ricavarsi:
 - ✓ Le dimensioni planimetriche dell'impianto pubblicitario;
 - ✓ La distanza dell'impianto pubblicitario da eventuali cartelli di segnaletica stradale presente sul posto, che devono obbligatoriamente essere riportati sulla planimetria;
 - ✓ La distanza dell'impianto pubblicitario dal margine della carreggiata;
 - ✓ La distanza da eventuali intersezioni, curve e cavalcavia.
 - d) Rilievo dello stato di fatto in scala 1:20 per le insegne e le bacheche.
 - e) Bozzetto colorato del messaggio pubblicitario da esporre. Se la domanda riguarda cartelli o altri mezzi pubblicitari a messaggio variabile, devono essere allegati i bozzetti di tutti i messaggi previsti.
 - f) Documentazione fotografica che illustri il punto di collocazione in relazione all'ambiente circostante;
 - g) Autodichiarazione redatta ai sensi del D.P.R. 445 del 2000, con la quale si attesta che l'opera, escluse le targhe, sarà realizzata rispettando le norme di disciplina della materia e del presente piano, che il manufatto sarà calcolato e posto in opera tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento, in modo da garantirne la stabilità e sarà realizzato con il materiale prescritto dal PGIP o, in assenza di indicazioni, con materiale non deperibile e resistente agli agenti atmosferici;

h) Per impianti da installare su suolo privato: nulla osta del proprietario dell'immobile o dell'Amministratore condominiale o autodichiarazione di proprietà.

i) Se il cartello o altro mezzo pubblicitario è in vista da strada appartenente ad ente diverso dal comune, il richiedente dovrà farne menzione sulla domanda di autorizzazione e l'ufficio comunale competente provvederà a chiedere il prescritto nulla osta all'Ente proprietario della strada; qualora invece sussistano dubbi sulla loro visibilità da strade appartenenti ad enti diversi, ed il richiedente asserisce la loro non visibilità da tali strade, dovrà allegare alla richiesta di autorizzazione una dichiarazione redatta ai sensi del D.P.R. 445 del 2000 con la quale attesti che l'impianto pubblicitario che si chiede di installare, non è in vista da altra strada appartenente ad ente diverso dal comune.

j) Parere della Soprintendenza ai Beni Ambientali ed Architettonici qualora richiesto.

2. Una copia della planimetria di cui al punto c) del precedente comma viene restituita dall'ufficio ricevente, riportando sulla stessa gli estremi del ricevimento;
3. Per impianti posti fuori del centro abitato, nelle strade statali, regionali e provinciali, l'interessato deve presentare istanza di autorizzazione all'Ente proprietario della strada, fermo restando che il rilascio dell'autorizzazione è subordinato al nulla osta dell'Amministrazione Comunale.
4. Il rilascio dell'autorizzazione è di competenza del Comune per i tratti di strade statali, regionali, provinciali o di altri enti e ditte private, correnti all'interno del centro abitato individuato ai sensi degli artt. 3 e 4 del nuovo codice della strada
5. Ogni domanda, deve riferirsi ad una sola attività e dovrà riguardare un solo impianto, il quale dovrà essere esattamente individuato sugli elaborati allegati alla richiesta, ad eccezione degli impianti multipli relativi alle preinsegne, per i quali invece dovrà presentarsi una singola domanda per ogni impianto anche se contenente più preinsegne.
6. La domanda per la installazione di mezzi pubblicitari a carattere sanitario deve essere presentata all'ufficio competente, previa autorizzazione del messaggio pubblicitario da parte dei rispettivi ordini o collegi professionali locali, nel rispetto della legge 5/2/92 n. 175 "Norme in materia di pubblicità sanitaria e di repressione dell'esercizio abusivo della professione"
7. Per l'installazione di striscioni, locandine, stendardi, bandiere, ed altri mezzi pubblicitari con caratteri di temporaneità, la documentazione minima da allegare alla richiesta di autorizzazione, ferma restando la possibilità per l'ufficio competente di poter chiedere l'integrazione con altri elaborati compresi tra quelli elencati nel precedente c.1 e ritenuti necessari per poter istruire correttamente la pratica, è costituita dagli elaborati di cui alle lettere: a), c), e), i), j) del suddetto c.1 del presente articolo.
8. Per l'esposizione di messaggi temporanei effettuati sulle vetrine, sulle porte di ingresso ed all'interno dei locali cui si riferisce, è sufficiente esibire in caso di controllo da parte del competente Comando di P.M. l'avvenuto pagamento dell'imposta sulla pubblicità al gestore del servizio pubblico, se e quando dovuta.
9. I manifesti e le locandine affissi direttamente dagli interessati esclusivamente all'interno delle vetrine e dei negozi, previo accordo con i proprietari, non necessitano di autorizzazione amministrativa ma devono assolvere l'imposta di pubblicità, se dovuta, e riportare comunque il timbro del concessionario.
10. L'esposizione di mezzi pubblicitari, nel rispetto delle presenti norme, è altresì consentita senza il rilascio della prescritta autorizzazione nei casi di esposizione di targhe professionali (ad eccezione di quelle a carattere sanitario per le quali devono seguirsi le indicazioni del precedente c.6), di locandine, targhe e/o altra pubblicità avente dimensione massima cm. 50x40, scritte sui veicoli in genere, pubblicità relativa a vendite e locazioni di immobili posta sui fabbricati stessi fino alla suddetta dimensione massima di cm 50 x 40,

fermo restando l'obbligo di esibire in caso di controllo da parte del competente Comando di P.M. l'avvenuto pagamento dell'imposta sulla pubblicità al gestore del servizio pubblico, se e quando dovuta.

11. Per l'installazione di tutte le fattispecie di impianti pubblicitari contemplate nel presente Piano nonché per le tipologie di altra pubblicità per conto altrui, non trova applicazione l'istituto del silenzio-assenso né della denuncia di inizio attività di cui agli artt. 19 e 20 della Legge 7.08.90 n. 241 e successive modifiche ed integrazioni, atteso che il rilascio dell'autorizzazione comunale alla collocazione di impianti pubblicitari comporta valutazioni tecniche e discrezionali nell'ambito di limiti di contingente complessivo.
- 12. Per le insegne d'esercizio la domanda deve essere presentata con le modalità indicate all'art.9 secondo le integrazioni approvate nel presente atto.**³

ART. 35

Modalità di rilascio

1. Entro il termine di 60 giorni dalla presentazione della domanda verrà ultimata la fase istruttoria e ne verrà data comunicazione al richiedente e per conoscenza al gestore del servizio di riscossione dell'imposta sulla pubblicità, affinché, nel caso in cui la richiesta sia autorizzabile, venga versata la relativa imposta. L'autorizzazione verrà rilasciata dall'ufficio competente su presentazione della ricevuta di versamento.
2. Nel termine dei 60 giorni, utili per ultimare la fase istruttoria di cui al comma precedente, non viene conteggiato il tempo che intercorre, qualora ne ricorrano gli estremi, tra la data di invio della richiesta di nulla-osta da parte dell'ufficio competente all'ente proprietario della strada (se diverso dal comune), e la data in cui perviene in comune il suddetto nulla-osta inviato dall'ente competente.
3. Le pratiche verranno istruite ed espletate secondo l'ordine cronologico di presentazione all'ufficio protocollo del comune.
4. Il termine di 60 giorni di cui al comma 1 è sospeso nel caso in cui l'ufficio che istruisce la pratica, richieda ulteriore o più precisa documentazione necessaria all'espletamento della domanda. In tal caso e solo qualora i documenti mancanti siano formali (Marca da bollo, dettagli planimetrici, documentazione fotografica), verranno sospese per non più di 30 giorni, eventuali domande giunte in data successiva a quella in esame se richiedenti la stessa o altra posizione interferente con quella della pratica in esame sospesa.
5. Qualora l'ulteriore documentazione richiesta non sia prodotta dall'interessato entro 30 giorni dalla richiesta, la domanda sarà annullata.
6. Il pagamento dell'imposta sulla pubblicità non esclude il pagamento della tassa di occupazione temporanea o permanente di spazi ed aree pubbliche nonché di eventuali canoni di concessione, quando e se dovuti.
7. L'autorizzazione per l'installazione delle insegne, è rilasciata previo parere favorevole dell'Ufficio Commercio.
8. Il Comune provvederà a creare e mantenere un registro delle autorizzazioni rilasciate, che contenga in ordine di tempo l'indicazione della domanda, del rilascio dell'autorizzazione ed una sommaria descrizione del cartello o del mezzo pubblicitario autorizzato: le posizioni autorizzate dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari devono

³ comma introdotto con delibera di CC n. 40 del 9/06/05

essere riportate nel catasto stradale (art.53 del Regolamento di Esecuzione ed Attuazione del Nuovo C.d.S.).

ART. 36

Sostituzione e modifica delle insegne, cartelli e altri mezzi pubblicitari

1. Qualora s'intenda sostituire un'insegna, un cartello o un altro mezzo pubblicitario esistente, dovrà essere presentata domanda con le modalità previste all'art 34, nell'osservanza delle presenti norme tecniche.
2. Qualora il soggetto titolare dell'autorizzazione intenda variare o integrare il messaggio pubblicitario esposto sul mezzo pubblicitario esistente, deve presentare istanza presso l'ufficio competente per ottenere il nulla-osta ad apportare le variazioni o integrazioni richieste. Alla suddetta istanza deve essere allegato il bozzetto del nuovo messaggio.
3. L'eventuale nulla-osta ottenuto è rilasciato ed è valido fino alla naturale scadenza dell'autorizzazione, alla quale dovrà essere allegato per costituirne parte sostanziale ed integrante.
4. Il suddetto nulla-osta non può in alcun modo prorogare il periodo di validità e la data di scadenza dell'assicurazione.
5. Qualora si proceda alla variazione o all'integrazione del messaggio pubblicitario senza aver prima ottenuto il prescritto nulla-osta, l'autorizzazione si intenderà decaduta e si procederà ai sensi del successivo art. 40.
6. Essendo l'autorizzazione rilasciata per l'esposizione di un determinato messaggio pubblicitario, in nessun caso è ammessa la presenza di un impianto senza alcun messaggio pubblicitario, per il quale non può sussistere alcuna autorizzazione disciplinata dal presente piano.
7. La presenza di impianti privi di messaggi pubblicitari si configura come occupazione abusiva di suolo pubblico e come tale sarà trattata.

ART. 37

Validità dell'autorizzazione

1. La durata delle autorizzazioni a carattere permanente può essere rilasciata per un periodo massimo di validità di tre anni ed è rinnovabile.
2. Per ottenere il rinnovo è necessario dimostrare che permangono tutte le condizioni iniziali che hanno permesso il rilascio dell'autorizzazione in scadenza. Qualora una o più di queste condizioni siano variate, alla domanda di rinnovo dovrà essere allegata la documentazione necessaria, tra quella prevista al c. 1 del precedente art. 34 affinché l'ufficio abbia tutti gli elementi per verificare la possibilità di rinnovo.
3. Nel caso delle insegne di esercizio, qualora entro la data di scadenza naturale dell'autorizzazione non vi sia comunicazione di disdetta da parte del titolare dell'autorizzazione o comunicazione di revoca o decadenza da parte dell'amministrazione,

la stessa si intende rinnovata tacitamente alla scadenza per un analogo periodo di tempo, fatto salvo l'assolvimento degli obblighi tributari ed il diritto di terzi.

4. La durata delle autorizzazioni a carattere temporaneo, non può superare i 12 mesi ad esclusione dei cartelli riguardanti locazione o compravendita di immobili che potranno avere una durata massima, anche se frazionata in più periodi, di 24 mesi.
5. L'autorizzazione per installare o modificare impianti pubblicitari è rilasciata fatti salvi i diritti di terzi ed il Comune resta sollevato da qualsiasi responsabilità derivante dall'installazione e dalla presenza del mezzo pubblicitario.
6. L'autorizzazione non esonera il titolare dall'obbligo di attenersi strettamente, sotto la propria responsabilità, alle leggi e ai regolamenti vigenti.
7. L'autorizzazione all'installazione di cartelli o di altri mezzi pubblicitari può essere revocata dall'Amministrazione Comunale nei termini e con le modalità previste dal presente Piano.
8. I mezzi pubblicitari aventi autorizzazione scaduta sono considerati abusivi a tutti gli effetti e quindi sanzionabili secondo la procedura descritta al successivo art. 41.
9. Il pagamento dell'imposta sulla pubblicità, non sostituisce la prescritta autorizzazione e non dà alcun diritto di prelazione o di qualsiasi altra natura, se non quelli sanciti dalle leggi vigenti.

ART. 38

Obblighi del titolare dell'autorizzazione

1. E' fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione di:
 - a) Verificare il buono stato di conservazione dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari e delle loro strutture di sostegno ed effettuare tutti gli interventi necessari al loro buon mantenimento e decoro. L'ufficio competente ha facoltà di richiedere quei lavori di pulizia, verniciatura, sostituzione e in genere di manutenzione che saranno ritenuti necessari per mantenere in buono stato i mezzi pubblicitari. In caso di mancata ottemperanza alle suddette prescrizioni entro 15 giorni dal ricevimento della richiesta di manutenzione, l'autorizzazione si intende decaduta, senza che l'utente abbia diritto a compensi o indennità di sorta.
 - b) Adempiere, nei tempi richiesti, a tutte le prescrizioni impartite dal Comune al momento del rilascio dell'autorizzazione o anche successivamente per intervenute e motivate esigenze.
 - c) Procedere alla rimozione in caso di scadenza, decadenza o revoca dell'autorizzazione o di insussistenza delle condizioni di sicurezza previste all'atto dell'installazione o di motivata richiesta da parte dell'ente competente al rilascio.
2. E' fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione, rilasciata per la posa di segni orizzontali reclamistici, nonché di striscioni, locandine e stendardi, di provvedere alla rimozione degli stessi entro le 24 ore successive alla conclusione della manifestazione pubblicizzata, ripristinando lo stato dei luoghi e il grado di aderenza delle superfici stradali.

ART. 39

Targhetta di identificazione

1. Su ogni cartello o mezzo pubblicitario autorizzato dovrà essere saldamente fissata, a cura e spese del titolare dell'autorizzazione, una targhetta posta in posizione facilmente accessibile, sulla quale sono riportati, con caratteri incisi, i seguenti dati minimi:
 - ✓ Amministrazione rilasciante
 - ✓ Soggetto titolare
 - ✓ Numero della autorizzazione comunale e data del rilascio
 - ✓ Data di scadenza
2. La targhetta di cui sopra deve essere sostituita ad ogni rinnovo dell'autorizzazione ed ogni qualvolta intervenga una variazione di uno dei dati su di essa riportati.
3. Con direttiva della Giunta Comunale potrà essere stabilito un modello di targhetta, contenente ulteriori dati oltre quelli riportati al precedente c. 1, al quale gli operatori dovranno attenersi.

ART. 40

Decadenza e revoca dell'autorizzazione

1. Ai fini dell'applicazione delle norme del presente Piano, si distinguono i seguenti due casi:
 - A. Decadenza dell'autorizzazione: quando le cause sono da imputare direttamente o indirettamente al titolare dell'autorizzazione;
 - B. Revoca dell'autorizzazione: quando si rende necessario annullare l'autorizzazione per motivi di interesse pubblico o di necessità dell'amministrazione, subentrati dopo il rilascio della stessa autorizzazione.
2. Costituiscono cause di decadenza dell'autorizzazione, non esaustive dei casi possibili ed a solo titolo di esempio:
 - a) La cessazione o il trasferimento dell'attività pubblicizzata.
 - b) L'annullamento o la revoca, l'inesistenza o l'irregolarità della autorizzazione all'esercizio dell'attività.
 - c) La non rispondenza del messaggio pubblicitario autorizzato alle attività cui esso inerisce.
 - d) La mancata osservanza delle condizioni alle quali fu subordinata l'autorizzazione e la mancata apposizione della targhetta identificativa di cui al precedente art. 39.
 - e) La mancata realizzazione dell'opera entro novanta giorni dal rilascio dell'autorizzazione.
 - f) Il mancato ritiro dell'autorizzazione entro trenta giorni dalla data della notifica, salvo proroga motivata, presentata prima della scadenza dei trenta giorni, richiesta dagli interessati.
 - g) Lo stato di degrado del manufatto pubblicitario e la non ottemperanza a quanto previsto dal precedente art. 38 lettera a).

- h) motivi di sicurezza, salvaguardia della pubblica incolumità, problemi di intralcio alla circolazione veicolare e pedonale.
3. Costituiscono cause di revoca dell'autorizzazione, non esaustive dei casi possibili ed a solo titolo di esempio:
- a) La realizzazione di opere o impianti di interesse pubblico;
 - b) La posa di impianti di segnaletica stradale;
 - c) L'installazione di impianti fissi per le pubbliche affissioni;
 - d) La modifica del contesto urbano, anche se realizzata da operatori privati, quando ciò determina una situazione in seguito alla quale il mezzo pubblicitario viene a trovarsi in posizione inopportuna o in contrasto con le norme del presente piano;
 - e) L'applicazione di norme specifiche che prevedono espressamente la revoca dell'autorizzazione.
4. In caso di decadenza o revoca dell'autorizzazione e qualora non si provveda d'ufficio in applicazione dell'art. 23 c. 13-quater del D.Lgs. 285 del 30-04-92 e successive modifiche ed integrazioni, l'utente deve provvedere entro 10 giorni dal ricevimento della comunicazione, effettuata dal dirigente dell'ufficio pubblicità, alla rimozione del mezzo pubblicitario in questione, a meno che per motivi di urgenza, pubblico interesse, sicurezza per la circolazione e la pubblica incolumità o nei casi previsti esplicitamente dal presente PGIP e dalle leggi vigenti, non vengano imposti tempi più restrittivi.
5. In caso di decadenza o revoca, trascorso inutilmente il tempo di cui al comma precedente, il mezzo si intenderà abusivo e si procederà ai sensi del successivo art. 41, senza ulteriore comunicazione da parte dell'amministrazione.
6. Nei casi di decadenza, tutte le spese connesse alle suddette disposizioni (rimozione, ripristino in stato dei luoghi, ecc.) sono a carico degli interessati, essendo escluso qualsiasi compenso o indennità di sorta e restando inoltre sollevata l'amministrazione da qualsiasi responsabilità per danni causati a terzi durante l'esecuzione dei lavori o in conseguenza di essi
7. Nei casi di revoca, tutte le spese connesse alle suddette disposizioni (rimozione, ripristino in stato dei luoghi, ecc.) restano comunque a carico degli interessati, essendo escluso qualsiasi compenso o indennità di sorta, se non la restituzione, per il periodo non goduto, dell'imposta comunale sulla pubblicità versata. Rimane inteso che l'amministrazione resta sollevata da qualsiasi responsabilità per danni causati a terzi durante l'esecuzione dei lavori o in conseguenza di essi.

CAPO VI

SANZIONI, NORME TRANSITORIE E FINALI

ART. 41

Sanzioni

1. E' abusiva la collocazione di un impianto pubblicitario che si concretizza nella diffusione di messaggi pubblicitari in carenza di valida autorizzazione ancorché scaduta, decaduta o revocata.
2. Chiunque installa mezzi pubblicitari e impianti di propaganda, senza aver provveduto a chiedere e ad ottenere la relativa autorizzazione, ovvero non ne osserva le prescrizioni contenute, è assoggettato alle sanzioni amministrative pecuniarie previste dal D.Lgs. 507 del 15/11/93 e/o dal D.Lgs. 285 del 30-04-92 e successive modifiche ed integrazioni, secondo il regime sanzionatorio riportato al successivo art. 42.
3. Dalle suddette violazioni, ai sensi delle leggi citate nel comma precedente, consegue l'applicazione della sanzione amministrativa accessoria della rimozione dei mezzi e degli impianti di che trattasi, a carico del trasgressore.
4. In tutti i casi di installazione abusiva di cartelli o di altri mezzi pubblicitari, di decadenza o revoca dell'autorizzazione, di scadenza del termine di validità della medesima, questi devono essere rimossi, entro il termine fissato. In caso di inottemperanza si procederà d'ufficio con spese a carico del trasgressore o del possessore del suolo privato su cui è installato l'impianto.
5. Devono altresì essere rimossi tutti i mezzi pubblicitari e propagandistici aventi contenuto difforme dalle autorizzazioni rilasciate, a cura e spese del titolare dell'autorizzazione, entro il termine di 10 giorni dalla notifica del verbale. In caso di inottemperanza si procederà d'ufficio, con spese a carico del trasgressore o del possessore del suolo privato su cui è installato l'impianto.
6. Si procederà altresì d'ufficio, con spese a carico del trasgressore o del possessore del suolo privato su cui è installato l'impianto, in tutti i casi in cui il titolare dell'autorizzazione non provveda alla rimozione degli stessi entro il termine di cui al precedente art. 38.

ART. 42

Regime sanzionatorio

1. A seconda della fattispecie della violazione, verranno applicate le norme sanzionatorie riportate nella tabella appresso illustrata, comprendenti la relativa sanzione accessoria della rimozione dell'impianto abusivo:

FATTISPECIE VIOLAZIONE	NORMA	PROCEDURA SANZIONE ACCESSORIA (contestuale alla notifica del verbale)
Cartelli abusivi posti lungo le strade Provinciali, Regionali, Statali o su suolo privato.	Art. 23 D.Lgs. 285 del 30-04-92 e successive modifiche e integrazioni.	Art. 23 c. 13-bis. L'ente proprietario della strada diffida l'autore della violazione e il proprietario o possessore del suolo privato a rimuovere il mezzo pubblicitario a loro spese entro e non oltre dieci giorni dalla data di comunicazione dell'atto. Decorso tale termine, l'ente proprietario 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.
Installazione di cartelli, insegne di esercizio o altri mezzi pubblicitari la cui ubicazione lungo le strade e le fasce di pertinenza costituisca pericolo per la circolazione.	Art. 23 D.Lgs. 285 del 30-04-92 e successive modifiche e integrazioni.	Art. 23 c. 13-quater. Il Comune esegue senza indugio la rimozione del mezzo pubblicitario. Successivamente alla stessa, trasmette la nota delle spese sostenute al Prefetto, che emette ordinanza-ingiunzione di pagamento.
Cartelli abusivi per i quali il rilascio dell'autorizzazione è di competenza del Comune	D.Lgs. 507 del 15/11/93	Art. 24. Il Comune dispone la rimozione degli impianti pubblicitari abusivi facendone menzione nel verbale di contestazione della violazione. In caso di inottemperanza all'ordine di rimozione entro il termine stabilito, il comune provvede d'ufficio, addebitando ai responsabili le spese sostenute. Considerato che la rimozione è un atto a contenuto vincolato, non necessita di alcuna motivazione da parte dell'organo dell'applicazione se non del fatto, che deve necessariamente conseguire all'accertamento dell'illecito.

2. L'ordine di rimozione viene effettuato tramite ordinanza del dirigente competente per materia.
3. Per il recupero delle spese sostenute dall'Amministrazione in seguito alla rimozione d'ufficio dei mezzi pubblicitari in applicazione del D.Lgs. 507 del 15/11/93 e dell'art. 23 c. 13-bis del D.Lgs. 285 del 30-04-92 si procederà come segue:
 - a) Il Dirigente competente, redige una dettagliata relazione con la quale sia dato conto delle spese sostenute per la rimozione e custodia degli impianti, in funzione delle tariffe e corrispettivi comunali deliberati annualmente dal Consiglio Comunale.
 - b) La suddetta relazione tecnica forma parte integrante e sostanziale del procedimento amministrativo che porta alla formazione dell'ordinanza-ingiunzione per una somma pari alle suddette spese sostenute per la rimozione e custodia

oltre alle spese di procedimento e notifica, con la quale, una volta notificata, viene iniziato il procedimento di riscossione coattiva, secondo le norme di cui all'art. 2 R.D. 639/10.

- c) Trascorso il termine fissato per il pagamento, l'ente, in attuazione dell'art. 5 R.D. 639/10 provvede direttamente al pignoramento dei beni del creditore
4. Il diritto di ritenzione degli impianti pubblicitari rimossi, verrà attuato fino al pagamento degli oneri di rimozione e custodia e non fino al pagamento della sanzione amministrativa pecuniaria.
 5. L'impianto pubblicitario rimosso in deposito può essere riconsegnato solo previo pagamento del suddetto debito.
 6. Trascorsi centoventi giorni dalla rimozione, senza che vi sia richiesta di restituzione e pagamento dell'intero debito relativo alla rimozione e custodia, il Comune procede alla distruzione dell'impianto. Le spese per la distruzione sono a totale ed esclusivo carico dei responsabili ed andranno ad aggiungersi alle suddette spese di rimozione e custodia.
 7. Indipendentemente dalla procedura di rimozione degli impianti, il Comune o il Concessionario del Servizio, per i mezzi pubblicitari privi della prescritta autorizzazione o installati in difformità della stessa, può disporre la copertura della pubblicità con essi effettuata in modo che sia privata di efficacia. Tale copertura potrà essere effettuata con le modalità ritenute più congrue ed opportune e delle operazioni compiute verrà redatto apposito processo verbale.
 8. Anche nel caso di copertura del messaggio pubblicitario, le spese sostenute dall'Amministrazione sono poste a carico dei soggetti responsabili della violazione, procedendo alla notifica di apposito avviso per il recupero delle predette somme.

ART. 43

Norme transitorie

1. Vista la particolare situazione in cui versa il Comune di Paderno Dugnano riguardo il diffuso abusivismo della cartellonistica, in attuazione dell'art. 10 della L. 28/12/01 n. 448 – Legge Finanziaria 2002, vengono stabilite le presenti norme transitorie e viene approvata contestualmente al presente PGIP l'allegata "Procedura Operativa di Risanamento della Cartellonistica Installata dai Privati", il cui fine è quello di regolarizzare i cartelli installati sul territorio nel rispetto dello stesso PGIP.
2. Tutti i mezzi pubblicitari installati sulla base di regolari autorizzazioni in essere all'entrata in vigore del presente Piano e non rispondenti alle disposizioni dello stesso, ad eccezione dei cartelli specificati al successivo c. 6 (rientranti in apposita ed immediata "procedura operativa di risanamento") e quelli soggetti a decadenza o revoca dell'attuale autorizzazione, dovranno essere adeguati alla nuova normativa alla scadenza della stessa autorizzazione, qualora se ne chieda il rinnovo e questo possa essere concesso, a cura e spese del titolare dell'autorizzazione.
3. Tutti i mezzi pubblicitari collocati abusivamente o comunque privi di autorizzazione, ad eccezione dei cartelli specificati al successivo c. 6, dovranno essere rimossi, senza l'applicazione delle sanzioni previste, entro un termine massimo di 60 (sessanta) giorni a decorrere dall'entrata in vigore del presente Piano.

4. Trascorsi i relativi periodi di transizione di cui ai commi precedenti, verranno applicate le sanzioni previste dalla legislazione vigente in base al regime sanzionatorio previsto al precedente art. 42.
5. Per quanto riguarda l'interferenza tra i diversi mezzi pubblicitari, durante il periodo di applicazione della Procedura Operativa di Risanamento, le posizioni richieste per l'installazione di nuovi impianti potranno essere autorizzate nel rispetto delle distanze previste dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari presenti sul territorio, i quali, fino alla conclusione della Procedura di Risanamento o alla eventuale verifica da parte degli organi di vigilanza competenti, non possono essere considerati abusivi.
6. La suddetta Procedura Operativa di Risanamento verrà applicata a tutti i cartelli individuati secondo la definizione data al c.4 dell'art. 23 del regolamento del c.d.s., che risultano essere stati installati in data antecedente al 1/01/03 esclusivamente nelle zone a caratteristiche simili "verdi" ed "azzurre" e per i quali dalla data di installazione risulta il regolare pagamento del canone e/o imposta, indipendentemente dall'esistenza o meno di regolare autorizzazione. La data di inizio di pagamento dell'imposta verrà assunta quale data ed unica prova di installazione dell'impianto.
7. Tutti i cartelli installati dal 1/01/03 (compreso) fino al giorno precedente all'entrata in vigore del presente Piano, privi di regolare autorizzazione, ma purchè sia dimostrabile il pagamento del canone o dell'imposta fin dalla loro installazione, sono considerati abusivi e dovranno essere rimossi, senza l'applicazione delle sanzioni previste, entro un termine massimo di 60 (sessanta) giorni a decorrere dall'entrata in vigore del PGIP.
8. A tutti i cartelli installati a partire dalla data di esecutività del PGIP, nonché a tutti quelli, in qualunque data installati non rientranti nei casi illustrati nei due commi precedenti, si applicheranno immediatamente le sanzioni previste dalle norme vigenti in base al regime sanzionatorio previsto al precedente art. 42.
9. Per garantire pari opportunità agli operatori e non inficiare l'applicazione della procedura di risanamento, non è possibile accogliere domande di autorizzazione tendenti a sanare cartelli già installati alla data di entrata in vigore del presente PGIP, atteso che detti cartelli, qualora posseggano i requisiti richiesti, rientrano nella procedura di risanamento prevista al presente articolo. In assenza di detta procedura, infatti, gli impianti in questione privi di regolare autorizzazione, dovrebbero essere considerati abusivi e pertanto rimossi non appena accertata la loro esistenza e prima di poter accogliere qualsiasi domanda per autorizzarne la loro stessa installazione.
10. La procedura operativa di risanamento di cui al presente articolo si intenderà conclusa allorchè sarà stata applicata su tutte le strade del territorio comunale sulle quali sono individuati impianti pubblicitari aventi i requisiti per rientrare in detta procedura.
11. Quanto stabilito dal presente articolo verrà pubblicato insieme alla comunicazione di entrata in vigore del P.G.I.P. in un apposito manifesto che verrà affisso al pubblico ed inserito sul sito web comunale.

ART. 44

Entrata in vigore

1. Il presente Piano Generale degli Impianti Pubblicitari – Regolamento - entra in vigore decorsi quindici giorni dalla data di pubblicazione all'albo pretorio da effettuarsi dopo che la deliberazione di approvazione è divenuta esecutiva, ai sensi dell'art. 74 dello Statuto Comunale.

2. Contestualmente all'approvazione del presente Piano Generale degli Impianti Pubblicitari – Regolamento -, viene abrogato il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari approvato con deliberazione di C.C. n. 14 del 12/03/98.

LETTURA DELLE TABELLE

Vengono di seguito riportate le note ed i chiarimenti necessari per poter effettuare la corretta lettura delle tabelle contenenti le specifiche tecniche a completamento delle norme del piano, per la corretta installazione dei mezzi pubblicitari:

- ❖ Se i mezzi pubblicitari sono installati rispetto alla posizione parallela al senso di marcia, con una inclinazione verso la strada maggiore di 30°, ai fini delle presenti norme si considerano collocati in posizione trasversale;
- ❖ La scritta “P” o “R”, rimanda rispettivamente ai relativi articoli dello stesso PGIP o del Regolamento del c.d.s., essendoci più alternative possibili a seconda dei casi;
- ❖ Nel caso in cui si presenti una situazione per la quale non vi siano norme specifiche relative a qualche grandezza, dimensione o distanza né sulle presenti tabelle, né in altri articoli del presente piano, né all’interno del regolamento del c.d.s. o su altre norme vigenti, bisognerà attenersi alle prescrizioni riportate sull’atto autorizzativo rilasciato dall’ufficio competente;
- ❖ Il simbolo “ # ” indica che il mezzo pubblicitario è vietato nella zona a “caratteristiche simili” considerata;

Nota (1) : Si deroga alle distanze prescritte, nei casi sanciti dal c.2 dell’art. 51 del D.P.R. 495/92 (Regolamento del c.d.s.);

Nota (2) : In conformità a quanto previsto dall’art. 51 c.5 del D.P.R. 495/92 ed all’art. 9 del presente PGIP, l’ufficio pubblicità valuterà le singole richieste di autorizzazione ed attuerà le proprie determinazioni in funzione dei casi specifici che si presenteranno;

Nota (3) : In conformità a quanto previsto dall’art. 51 c.6 del D.P.R. 495/92, nel caso di cartelli ed altri mezzi pubblicitari collocati in posizione parallela al senso di marcia dei veicoli e posti in aderenza, per tutta la loro superficie, a fabbricati o comunque ad una distanza non inferiore a 3 m dalla carreggiata, l’ufficio pubblicità valuterà le singole richieste di autorizzazione ed in base alle caratteristiche specifiche del caso, potrà derogare dalle distanze qui prescritte;

Nota (4) : in conformità a quanto previsto dall’art. 51 c.5 del D.P.R. 495/92, qualora si chieda di installare una insegna in posizione trasversale al senso di marcia degli autoveicoli, bisognerà attenersi alle condizioni illustrate nella seguente tabella:

FUORI CENTRO ABITATO		NEL CENTRO ABITATO	
d maggiore o uguale a 3 m	Si applicano le distanze minime riportate nelle tabelle di cui alla presente nota	d maggiore o uguale a 1,5 m	Si applicano le distanze minime riportate nelle tabelle di cui alla presente nota
d minore di 3 m	Si applicano le norme di cui ai commi 2, 4 e 3 let. c) dell’art. 51 del D.P.R. 495/92	d minore di 1,5 m	Si applicano le norme di cui ai commi 2, 4 e 3 let. c) dell’art. 51 del D.P.R. 495/92

d = distanza tra il margine della carreggiata ed il punto della proiezione a terra dell’insegna più vicino a detto margine.

Nota (5) : si deroga alla distanza prescritta solo nel caso di impianto già esistente alla data di entrata in vigore del presente piano, per il quale sussiste comunque l’obbligo di adeguamento in caso di rinnovo dell’autorizzazione.

ALLEGATO “B”

RAPPRESENTAZIONE GRAFICA

Caratteristiche estetico-funzionali di alcuni mezzi
pubblicitari

IMPIANTO MULTIPLO “TIPO” PER PREINSEGNE