



COMUNE DI BRESCIA
SERVIZIO IMPIANTI PUBBLICITARI
SETTORE SPORTELLO UNICO DELL'EDILIZIA, ATTIVITA' PRODUTTIVE E AT-
TIVITA' COMMERCIALI

PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI
NORME TECNICHE DI ATTUAZIONE

Approvato con deliberazione consiliare 10.02.2006 n. 47/24868 P.G.
Modificato con deliberazione consiliare 26.01.2007 n. 18/54687 P.G.
Modificato con deliberazione consiliare 20.12.2007 n.306/46672 P.G.
Modificato con deliberazione consiliare 24.07.2020 n. 82
Modificato con deliberazione consiliare 21.12.2021 n.108

PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

CAPO I - DISPOSIZIONI GENERALI

- Art. 1 - Oggetto
- Art. 2 - Ambito di applicazione

CAPO II - PRINCIPI DI PIANIFICAZIONE PER LA PUBBLICITA'

- Art. 3 - Principi generali di pianificazione

Parte I - La suddivisione del territorio in zone

- Art. 4 - La zonizzazione
- Art. 4.1 - Zona 1: la città antica
- Art. 4.2 - Zona 2: la città residenziale e collettiva
- Art. 4.3 - Zona 3: la città del commercio e della produzione
- Art. 4.4 - Zona 4: la città dell'agricoltura
- Art. 4.5 - Zona 5: la città dell'ambiente
- Art. 4.6 - Zona 6: la città della sosta
- Art. 4.7 - Ambiti della città in trasformazione
- Art. 4.8 - Le stazioni del "metrobus"

Parte II - La classificazione delle strade

- Art. 5 - La classificazione delle strade
- Art. 5.1 - Strade A e B (autostrade e strade extraurbane principali)
- Art. 5.2 - Strade C (strade extraurbane secondarie)
- Art. 5.3 - Strade D (strade urbane di scorrimento)
- Art. 5.4 - Strade E (strade urbane di quartiere)
- Art. 5.5 - Strade F (strade locali)

Parte III - L'individuazione delle strade per la pubblicità

- Art. 6 - Le strade in cui è ammessa la pubblicità
- Art. 6.1 - Strade di classe I (non ancora sottoposte a riordino)
- Art. 6.2 - Strade di classe II (non ancora sottoposte a riordino)
- Art. 6.3 - Strade già sottoposte a riordino

CAPO III - MEZZI PUBBLICITARI

- Art. 7 - Definizione di mezzo pubblicitario
- Art. 8 - Localizzazione dei mezzi pubblicitari

Art. 9 - Regole generali per le installazioni

Parte I - Insegne di esercizio

Art.10 - Definizione di insegna di esercizio

Art.10.1 - Insegna frontale

Art.10.1.1 Vetrefanie e pannelli

Art.10.1.2 Impianti pubblicitari sulle vetrine o all'interno delle stesse

Art.10.2 - Insegna su tetto

Art.10.3 - Insegna a bandiera

Art.10.4 - Insegna su palo

Art.10.5 - Insegna a totem

Art.11 - Insegna su tenda

Parte II - Altri mezzi pubblicitari

Art.12 - Targhe

Art.13 - Preinsegne

Art.14 - Segnali turistici e di territorio

Art.15 - Mezzi pubblicitari nelle stazioni di servizio carburanti

CAPO IV - IMPIANTI PUBBLICITARI

Art.16 - Definizione di impianto pubblicitario

Art.17 - Gruppo omogeneo di impianti pubblicitari

Art.18 - Regole generali per la localizzazione e l'installazione

Parte I - Impianti pubblicitari temporanei

Art.19 - Definizione di impianto pubblicitario temporaneo

Art.20 - Tipologie e formati

Art.20.1- Striscione

Art.20.1.2 Teloni

Art.20.2 - Gonfalone

Art.20.3 - Oggetti gonfiabili e palloni aerostatici frenati

Art.20.4 - Cartello pubblicitario di cantiere

Art.20.5 - Telone pubblicitario su ponteggi

Art.20.6 - Segno orizzontale reclamistico

Art.20.7 - Impianto temporaneo di propaganda

Art.20.8 - Impianti pubblicitari su autoveicoli ad uso speciale-camion vela e auto pubblicitarie (art. 203 del Reg. CdS c. 2 lettera q)

Art.20.9 - Cartello vendesi/affittasi

Art.20.10 Altre tipologie temporanee

Parte II - Impianti per affissioni cartacee

- Art.21 - Definizione di impianto pubblicitario per affissioni
- Art.22 - Formati
- Art.23 - Tipologie
- Art.23.1 - Tabella
- Art.23.2 - Stendardo e stendardo gemellato
- Art.23.3 - Poster

Parte III - Impiantipubblicitari permanenti

- Art.24 - Definizione di impianto pubblicitario permanente
- Art.25 - Formati
- Art.26 - Tipologie
- Art.26.1 - Pannello pubblicitario
- Art.26.2 - Cartello pubblicitario
- Art.26.3 - Insegne pubblicitarie su tetto
- Art.26.4 - Impianti pubblicitari collocati su paline e pensiline del trasporto pubblico
- Art.26.5 - Transenne parapetonali
- Art.26.6 - Pubblicità nelle vetrine o all'interno delle stesse mediante monitor, vetrine interattive, proiezioni su telo e simili.
- Art.26.7 - Progetti di sponsorizzazione
- Art.26.8 - Elementi pubblicitari per l'arredo urbano

CAPO V - CARATTERISTICHE TECNICO-ESECUTIVE, E PIANIFICAZIONE

- Art.27 - Caratteristiche strutturali e materiche
- Art.28 - Norme per l'illuminazione, uso dei colori e messaggio variabile
- Art.29 - Progettazione della pubblicità per ambiti territoriali

CAPO VI - AUTORIZZAZIONI, CONCESSIONI, LIMITAZIONI E DIVIETI, VIOLAZIONI, NORME PARTICOLARI, DISPOSIZIONI FINALI E TRANSITORIE

- Art.30 - Autorizzazioni
- Art.31 - Concessioni
- Art.32 - Installazione, manutenzione e rimozione di mezzi ed impianti pubblicitari
- Art.33 - Limitazioni e divieti
- Art.34 - violazioni e vigilanza
- Art.35 - Sanzioni
- Art.36 - Revoca
- Art.37 - Decadenza
- Art.38 - Disposizioni finali e transitorie

ALLEGATI

A - Schede grafiche

CAPO I - DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1 - Oggetto

1. Sono oggetto del piano generale per gli impianti pubblicitari:
 - a. la pianificazione del territorio comunale attraverso la suddivisione in diverse zone e l'individuazione di tratti viari in cui ammettere o vietare la pubblicità;
 - b. la definizione e la classificazione dei "mezzi pubblicitari";
 - c. la definizione e la classificazione degli "impianti pubblicitari";
 - d. le norme per la localizzazione delle diverse tipologie di mezzi e impianti pubblicitari nelle zone e nelle strade individuate dal piano;
 - e. la definizione delle regole tecnico-esecutive per l'installazione dei mezzi e degli impianti pubblicitari.

Art. 2 - Ambito di applicazione

1. Le disposizioni del presente piano hanno applicazione in tutto il territorio comunale, con le eccezioni e le precisazioni che seguono:
 - a. per tutte le strade (o in vista di esse) all'esterno del centro abitato, il rilascio di autorizzazioni per mezzi e impianti pubblicitari è di competenza dell'ente proprietario della strada, nel rispetto delle norme del codice della strada e del relativo regolamento di applicazione ed esecuzione;
 - b. per tutte le strade (o in vista di esse) all'interno del centro abitato, il rilascio di autorizzazioni per mezzi e impianti pubblicitari è di competenza del Comune, in osservanza delle norme di cui sopra al punto a. ed avvalendosi della facoltà prevista di concedere deroghe;
 - c. qualora i mezzi e gli impianti pubblicitari, collocati su un luogo od una strada, siano visibili da un luogo o da una strada appartenente ad altro ente, ogni provvedimento autorizzatorio è subordinato al preventivo nullaosta di quest'ultimo;
 - d. qualora i mezzi e gli impianti pubblicitari, siano da collocarsi su un luogo, un edificio od una strada sottoposti a vincoli di tutela delle bellezze naturali e paesaggistiche o di interesse monumentale, storico e artistico, ogni provvedimento autorizzatorio è subordinato al parere favorevole degli enti od organi preposti alla tutela dei relativi vincoli.
2. La delimitazione del "centro abitato" è individuata dagli allegati grafici alla delibera della Giunta Comunale n. 430 del

22 luglio 2014 e ss.mm.e ii.

3. La delimitazione dei vincoli ambientali è individuata nelle tavole costituenti il Piano di Governo del Territorio vigente.

CAPO II - PRINCIPI DI PIANIFICAZIONE PER LA PUBBLICITA'

Art. 3 - Principi generali di pianificazione

1. Il piano generale degli impianti pubblicitari si basa su due principi di pianificazione. Il primo è la suddivisione del territorio in zone in cui ammettere o vietare la collocazione dei mezzi pubblicitari, definiti al successivo capo III, e la collocazione degli impianti pubblicitari temporanei, definiti al successivo capo IV-parte I; il secondo è l'individuazione di una rete di strade, che, sovrapposte alle zone, regolamentano tipologie e gradi di ammissibilità degli impianti pubblicitari permanenti di cui al successivo capo IV, parti II e III.
2. Per la localizzazione dei mezzi pubblicitari e degli impianti pubblicitari temporanei, si fa riferimento alle zone definite nella parte I del presente capo ed individuate nelle tavole costituenti il Piano di Governo del Territorio vigente
3. Per la localizzazione degli impianti pubblicitari permanenti, si fa riferimento alla sovrapposizione delle zone di cui alla parte I del presente capo con le strade ritenute idonee ad accogliere questa forma di pubblicità; tali strade sono elencate nella parte II del presente capo ed individuate nelle tavole costituenti il Piano di Governo del Territorio vigente. L'ammissibilità delle installazioni è data dalla verifica di compatibilità dei lati stradali rispetto alle zone su cui essi insistono.
4. Le norme di posizionamento di mezzi e impianti pubblicitari sono definite per ogni singola tipologia, in relazione alla classificazione delle strade di cui all'art.2 del D.L.vo 30.4.1992 n.285, come individuate nel piano urbano del traffico e descritte nella parte II del presente capo

PARTE I - LA SUDDIVISIONE DEL TERRITORIO IN ZONE

Art. 4 - La zonizzazione

1. Il primo criterio di pianificazione è basato sulla suddivisione della città in "zone".

In riferimento al Piano di Governo del Territorio (P.G.T.) vigente, sono definiti dei criteri di omogeneità in base ai quali raggruppare le zone urbanistiche in alcune "zone" considerate significative dal punto di vista del tema trattato e degli obiettivi prefissati.

Art. 4.1 - Zona 1: la città antica

1. Individuata nel Piano delle regole del PGT vigente come Città Storica nell'Ambito del tessuto urbano consolidato e precisamente individuata come:
 - Nuclei storici (Nucleo storico principale e Nuclei storici Minori);
 - Tessuti storici;
 - Edifici isolati di valore storico e architettonico
2. È la zona comprendente il centro storico, i nuclei antichi periferici.
Un certo riguardo deve essere posto all'inserimento della pubblicità nel contesto urbano, da posizionare con particolare cura, specie nel caso di edifici con rilevanti caratteristiche storiche o architettoniche e/o soggetti a vincoli monumentali.
3. Le tipologie ed i formati di mezzi ed impianti pubblicitari ammessi sono indicati negli articoli dei capi III e IV.

Art. 4.2 - Zona 2: la città residenziale e collettiva

1. Individuata nel Piano delle regole del PGT vigente nell'Ambito del tessuto urbano consolidato, città di recente formazione, come:
 - Tessuto a prevalente destinazione residenziale;
 - Tessuto a prevalente destinazione residenziale-Villaggi Marcolini;
 - Tessuto a prevalente destinazione residenziale in ambito di elevato valore paesistico ambientale;
 - Aree residenziali con rilevante presenza di commercio
2. Questa zona comprende i quartieri residenziali, il commercio, la distribuzione medio-piccola ed i luoghi collettivi connessi a queste realtà; si tratta delle parti di città consolidata e compatta.
L'obiettivo è quello della valorizzazione della città costruita attraverso impianti pubblicitari di particolare qualità e pregio. Particolare attenzione deve essere dedicata alla progettazione degli impianti, in merito al loro posizionamento, specie se su suolo pubblico, affinché non costituiscano un limite al transito pedonale.

1. Le tipologie ed i formati di mezzi ed impianti pubblicitari ammessi sono indicati negli articoli dei capi III e IV.

Art. 4.3 - Zona 3: la città del commercio e della produzione

1. Individuata nel Piano delle regole del PGT vigente nell'Ambito del tessuto urbano consolidato, città di recente formazione, come:
 - Tessuto a prevalente destinazione commerciale e distribuitiva;
 - Tessuto a prevalente destinazione terziaria e direzionale;
 - Tessuto a prevalente destinazione produttiva e artigianale;
 - Tessuto a prevalente destinazione produttiva e artigianale con limitazione per le attività insalubri;
 - Grandi poli produttivi;
 - Ambiti produttivi in tessuti residenziali consolidati.
2. Questa zona comprende i grandi centri di attrazione e divertimento, i complessi produttivi o tecnologici ed il commercio di distribuzione medio-grande, per gran parte disposto lungo le cosiddette "strade mercato". Questa parte di territorio ha una sicura vocazione per la pubblicità, sia per la funzione che per la consistenza fisica del costruito: grandi superfici murarie cieche, ampi spiazzi, strade di scorrimento. La zona deve essere caratterizzata dalla prevalenza di impianti di dimensioni medio-grandi.
3. Le tipologie ed i formati di mezzi ed impianti pubblicitari ammessi sono indicati negli articoli dei capi III e IV.

Art. 4.4 - Zona 4: la città dell'agricoltura

1. Individuata nel Piano delle regole del PGT vigente nell'Ambito non urbanizzato, come:
 - Aree agricole pedecollinari;
 - Aree rurali periurbane.
2. Questa zona comprende le zone agricole di pianura. L'obiettivo del piano è quello di salvaguardare i grandi campi agricoli, senza tuttavia precludere la possibilità di collocare la pubblicità lungo i margini di essi, ossia laddove sono attraversati dalle grandi strade di accesso alla città.
3. Le tipologie ed i formati di mezzi ed impianti pubblicitari ammessi sono indicati negli articoli dei capi III e IV.

Art. 4.5 - Zona 5: la città dell'ambiente

1. Individuata nel Piano delle regole del PGT vigente nell'Ambito non urbanizzato, come:
 - Ambito di salvaguardia ambientale;
 - Ambito di salvaguardia e mitigazione ambientale;e nel Piano dei Servizi del Pgt vigente come:
 - Spazi aperti, tutte le tipologie.
2. Questa zona comprende le fasce fluviali, le colline, i parchi ed i giardini urbani e tutti gli spazi non edificati considerati di pregio. Obiettivo del piano è quello della salvaguardia degli scorci panoramici e dei vuoti urbani, all'interno o in vista dei quali gran parte della pubblicità non viene ritenuta compatibile.
3. Le tipologie ed i formati di mezzi ed impianti pubblicitari ammessi sono indicati negli articoli dei capi III e IV.

Art. 4.6 - Zona 6: la città della sosta

1. Individuata nel Piano dei Servizi del PGT vigente come:
 - Servizi per la mobilità M2 Aree a parcheggio M2a parcheggi a raso.
2. Questa zona è costituita da tutti gli spazi per i parcheggi urbani, che sono particolarmente adatti alla pubblicità, sia perché non rivestono particolare pregio urbano, sia per il grande afflusso di persone che possono percepire i messaggi pubblicitari.
Perseguendo il fine di regolare la distribuzione degli impianti pubblicitari e l'esercizio dell'attività di pubblicità esterna si ritiene che questi luoghi possano essere caratterizzati dalla prevalenza di impianti pubblicitari di medio e grande formato.
3. Le tipologie ed i formati di mezzi ed impianti pubblicitari ammessi sono indicati negli articoli dei capi III e IV.

Art. 4.7 - Ambiti della città intrasformazione

1. Individuata nel Documento di Piano del PGT vigente come:
 - Ambiti delle centralità metropolitane;
 - Ambiti della produzione;
 - Ambiti della rigenerazione urbana;
 - Ambiti di potenziamento del sistema ambientale;
 - Ambiti di potenziamento del sistema dei servizi
2. Sono gli ambiti unitari a cui ricondurre trasformazioni

urbanistiche del territorio; essi sono individuati dallo strumento urbanistico generale comunale vigente e relative varianti.

3. Sono ammesse:
- la pubblicità correlata ai cantieri in attività;
 - altre forme di pubblicità da considerarsi parti integranti dell'ambito di trasformazione e valutate contestualmente all'approvazione degli stessi dagli organismi competenti (si veda anche il successivo art. 29).

Art. 4.8 - Le Stazioni del "metrobus"

1. Sulle stazioni e nelle piazze sovrastanti le stazioni della metro, individuate dal Piano dei Servizi del PGT come "M1a Stazioni metrobus", e sugli elementi architettonici sulle stesse esistenti quali: pensiline di copertura, ascensori, lucernari, etc. non è ammessa la pubblicità.

PARTE II - LA CLASSIFICAZIONE DELLE STRADE

Art. 5 - La classificazione delle strade

1. Ai fini dell'applicazione delle norme di posizionamento dei mezzi ed impianti pubblicitari è necessario far riferimento alla classificazione delle strade di cui all'art.2 del D.L.vo 30.4.1992 n.285, come individuate nel PGT vigente e descritte nei successivi articoli, dal 5.1 al 5.5.

Art.5.1 - Strade A e B (autostrade e strade extraurbane principali)

1. Le strade A e B corrispondono alla categoria "strade a scorrimento veloce" secondo la classificazione del PGT vigente.

Art.5.2 - Strade C (strade extraurbane secondarie)

1. Le strade C corrispondono alla categoria: "strade extraurbane" secondo la classificazione del PGT vigente.

Art.5.3 - Strade D (strade urbane di scorrimento)

1. Le strade D corrispondono alle categorie "strade di scorrimento" secondo la classificazione del PGT vigente.

Art.5.4 - Strade E (strade urbane di quartiere)

1. Le strade E corrispondono alla categoria "strade di quartiere" e "strade di interquartiere" secondo la classificazione del PGT vigente.

Art.5.5 - Strade F (strade locali)

1. Le strade F corrispondono alle categorie "strade interzonali" e "strade locali" secondo la classificazione del PGT vigente.

PARTE III - L'INDIVIDUAZIONE DELLE STRADE PER LA PUBBLICITA'

Art. 6 - Le strade in cui è ammessa la pubblicità

1. Tutte le disposizioni del presente piano relative alle strade valgono anche per posizioni "in vista di esse".
2. Fermo restando il divieto di cui all'art. 23, comma 7, del D.L.vo 30.4.1992 n.285, di collocare mezzi o impianti pubblicitari sulle strade incluse nelle categorie A e B di cui al precedente art. 5.1, la pubblicità lungo le strade è sempre ammessa per i mezzi pubblicitari di cui al successivo capo III e per gli impianti pubblicitari temporanei, definiti al successivo capo IV, parte I, con le limitazioni indicate nei capi stessi, mentre per gli impianti pubblicitari permanenti di cui alle parti II e III del successivo capo IV, ad esclusione di quelli disciplinati all'articolo 26.6, la pubblicità è ammessa solo sulle strade di seguito indicate.
3. Le strade ritenute idonee ad accogliere gli impianti pubblicitari permanenti, individuate all'interno delle categorie stradali di cui ai precedenti articoli dal 5.2 al 5.5, sono individuate nei successivi articoli 6.1, 6.2 e 6.3.
4. Le nuove postazioni di impianti pubblicitari permanenti su suolo pubblico, nelle vie rientranti negli articoli 6.1, 6.2, possono essere autorizzate solo a seguito di specifico progetto di riordino, con individuazione delle postazioni consentite.
5. La compatibilità delle diverse tipologie di impianti pubblicitari permanenti, in funzione di tali classi, viene specificata negli articoli di cui al successivo capo IV, parti II e III.

Art. 6.1 - Strade di classe I (non ancora sottoposte a riordino)

1. Appartengono alla classe I le strade o i tratti di strada generalmente ubicate all'interno del centro abitato, con un'alta densità veicolare e conseguente traffico lento; esse sono generalmente caratterizzate da una sezione stradale articolata da marciapiedi, aiuole e piste ciclabili, nonché da spazi ristretti e dalla presenza di alberi ed elementi edilizi e tecnologici, quali segnaletica stradale, pali, cassonetti, cabine telefoniche, passi carrai, pensiline bus, ecc., che risultano di impedimento all'installazione degli impianti pubblicitari ed alla percezione dei messaggi pubblicitari ivi contenuti, specialmente se posti nella posizione perpendicolare all'asse viario, fatti salvi gli elementi pubblicitari per l'arredo urbano. Tali strade attraversano aree con destinazione urbanistica prevalentemente residenziale, artigianale, commerciale di piccola e media dimensione, con conseguente elevata attività antropica; le condizioni sopra esposte, per quanto riguarda l'installazione degli impianti pubblicitari, hanno generato nel tempo criteri distributivi spontanei, che privilegiano la posizione parallela all'asse stradale, anche considerando che, la percezione dei messaggi richiede, da parte dell'utente, una maggiore disponibilità temporale a coglierne i contenuti; pertanto in tali strade, l'orientamento prescritto per l'installazione degli impianti pubblicitari è quello parallelo al senso di marcia dei veicoli.

Tali strade sono di seguito elencate:

Elenco delle strade di classe I - Orientamento parallelo:

piazzale Battisti Cesare	Tutta
via Boccacci famiglia	da via Valotti a viale Europa
via Botticelli Sandro	Tutta
via Brigata Meccanizzata	Tutta
via Cadorna Luigi	da piazzale Canton Mombello a via Diaz e da via Diaz a via Foro Boario
viale Caduti del lavoro	Tutta
via Calatafimi	Tutta
via Camozzi Gabriele	da via Montebello a via Volturmo
Via Castelli	Tutta
via della Chiesa	da via Crotte a via del Risorgimento
via Chiusure	Tutta
via Cipani Gian Battista	Tutta
via Cipro	Tutta
via Colombo Cristoforo	da via Scarampella a via Chiusure
via dei Cominazzi	da via Scarampella a via Torricella di sopra
via Corfù	Tutta
via Crocifissa Di Rosa	da piazzale Golgi a via Pisacane

	e da via Pisacane a via Apollonio
via D'Acquisto Salvo	Tutta
via Da Vinci Leonardo	Tutta
via Fiume	Tutta
via Foscolo Ugo	Tutta
via Franchi Attilio	Tutta
via Fura	da via Roma a via Dalmazia
piazzale Garibaldi	Tutta
Piazzale Golgi Camillo	Tutta
via Gramsci Antonio	da via Moretto a via XX Settembre
via Gualla Bartolomeo	Tutta
via Industriale	Tutta
Cavalcavia Kennedy	escluso il tratto sopra-elevato
via Lechi Fratelli	Tutta
via Lombroso Cesare	da via Pusterla a via Crocifissa di Rosa
via Lupi Di Toscana	Tutta
via Marconi Guglielmo	Tutta
via Milano	Tutta
via dei Mille	Tutta
via Montesuello	Tutta
via Nona Vill. Sereno	Tutta
via Pastrengo	Tutta
via Pellico Silvio	Tutta
via Pusterla	tutta
via Repubblica Argentina	da via San Zeno a via Cremona
via Roma	Tutta
via Saffi Aurelio	da via XX Settembre a via Solferino
via San Bartolomeo	Tutta
via San Bosco Giovanni	Tutta
via San Rocchino	da via Turati a p.le Golgi
via Sant'Eustacchio	Tutta
via Sardegna	Tutta
via Scarampella Giuseppe	da via Cominazzi a via Colombo
via Solferino	da via Saffi a via Zima
via Somalia	tutta
via Sostegno	Tutta
via Spalto San Marco	Tutta
viale Stazione	Tutta
via Tartaglia Nicolo'	Tutta
via Tempini Giovanni	Tutta
Via Tiboni	Tutta
via Tirandi Milziade	Tutta
via Togni Giulio	Tutta
via Tosoni Attilio	Tutta
via Trento	da piazzale Pola a via Leonardo da Vinci e da via Oberdan a via Cipani
via della Trisia	da via Rotari a via Violino di sotto
via Veneto Vittorio	da piazzale Vittorio Veneto a via Salvo D'Acquisto
piazzale Veneto Vittorio	Tutta
via Verginella	Tutta

via Violino Di Sotto	da via Valcamonica al confine del centro abitato
via Vivanti Ildebrando	Tutta
via XX Settembre	tutta
via XXV Aprile	Tutta
via Zadei Guido	da piazzale Corvi a via Trento
via Zamboni	Tutta
via Zammarchi Angelo	Tutta
via Zara	Tutta
via Zima Carlo	Tutta

2. Nei progetti di riordino può essere previsto un orientamento diverso da quello sopra indicato.

Art. 6.2 - Strade di classe II (non ancora sottoposte a riordino)

1. Appartengono alla classe II le strade o i tratti di strada generalmente ubicate all'esterno del centro abitato, con un'alta densità veicolare ad alta velocità; esse sono caratterizzate da una sezione stradale semplice, generalmente priva di marciapiedi e lambita da scarpate o ampie banchine; gli alberi e gli elementi edilizi e tecnologici, sono diradati. Tali strade attraversano aree con destinazione urbanistica prevalentemente agricola o produttiva, con conseguente bassa densità antropica; le condizioni sopra esposte, per quanto riguarda l'installazione degli impianti pubblicitari hanno generato nel tempo criteri distributivi spontanei, che privilegiano la posizione perpendicolare all'asse stradale; pertanto in tali strade, l'orientamento prescritto per l'installazione degli impianti pubblicitari è quello perpendicolare al senso di marcia dei veicoli. Tali strade sono di seguito elencate:

Elenco strade di classe II - Orientamento perpendicolare

via Bormioli Giovanni	Tutta
via Brixia Zust	Tutta
via Cacciamali Gianbattista	da via Ghislandi a via Noce
via Di Vittorio Giuseppe	Tutta
via Gessi Romolo	dalla curva a via della Musia
via Ghislandi Guglielmo	da via Grandi a via Cacciamali
via Noce	da via Roma a via Cacciamali
via Perotti Francesco	da via Di Vittorio a via Stassano
via Rosselli Enrico	Tutta
via Stassano Ernesto	Tutta

2. Nei progetti di riordino può essere previsto un orientamento diverso da quello sopra indicato

Art. 6.3 - Strade già sottoposte a riordino

1. Le strade oggetto di riordino sono state individuate secondo il criterio di maggiore significatività commerciale e di particolare importanza sotto il profilo viabilistico.
2. La postazione, l'orientamento rispetto al senso di marcia, la dimensione e l'orientamento della plancia degli impianti pubblicitari su suolo pubblico installati sulle strade oggetto di riordino è quello stabilito dai provvedimenti di approvazione dei piani di riordino
3. Le strade già sottoposte a riordino sono elencate di seguito. Eventuali altre vie da sottoporre a procedura di riordino devono essere individuate con deliberazione della Giunta comunale.
4. Le postazioni oggetto delle determinazioni dirigenziali di riordino per ciascuna via esauriscono e saturano la potenzialità di installazione di impianti pubblicitari per affissioni e per pubblicità permanente su suolo pubblico nelle strade oggetto di riordino. Pertanto, nelle vie oggetto di riordino, non potranno essere accolte domande di installazione di impianti al di fuori delle postazioni e assegnazioni previste nelle singole determinazioni dirigenziali di riordino.

N.	VIA RIORDINATA
1	Piazzale Kossut
2	Traversa Dodicesima Villaggio Sereno
3	Via Arici
4	Via Avogadro
5	Via Bianchi
6	via Borgosatollo
7	Via Branze
8	VIA Campane
9	Via Canipari
10	Via Cantore
11	via Caprera
12	Via Carpaccio
13	Via Casazza
14	via Cassala
15	via Cefalonia
16	via Cellini
17	Via Chinca
18	Via Col di Lana

19	via Collebeato
20	via Conicchio
21	Via Corsica
22	Via Cremona
23	Via Dal Monte
24	via Dalmazia
25	Via Del Franzone
26	Via del Molino
27	Via Del Risorgimento
28	Via del Santellone
29	via della Maggia
30	Via della Musia
31	Via Della Valle
32	via della Volta
33	via delle Bettole
34	Via Dello Stadio
35	Via Diaz
36	Via Divisione Tridentina
37	Via Don Vender
38	Via Donegani
39	Via Eritrea
40	Via Europa
41	Via Farfengo
42	Via Filzi
43	via Fiorentini Lucio
44	via Flero
45	via Foro Boario
46	Via Fratelli Ugoni
47	Via Gadola
48	Via Lattanzio Gambara
49	via Gatti Vittorio
50	Via Gheda
51	Via Goito
52	Via Goldoni
53	Via Grandi
54	via Labirinto
55	via Lamarmora Alessandro
56	Via Lodrini
57	via Lonati Francesco

58	via Malta: da via Cefalonia a via Creta
59	Via Mantova
60	Via Marchetti
61	Via Melzi
62	via Michelangelo Merisi
63	Via Montello
64	Via Montenero
65	Via Morelli
66	Via Nenni
67	via Oberdan Guglielmo
68	via Orzinuovi
69	Via Prima del Villaggio Badia
70	Via Quartiere Bettinzoli
71	Via Quinta Villaggio Sereno
72	Via Raffaello
73	Via Ragazzi del 99
74	Via Rose
75	Via Salgari
76	via San Polo
77	via San Zeno
78	via Serenissima
79	Via Settima Villaggio Sereno
80	Via Sorelle Agazzi
81	Via Tiziano
82	via Torricella di Sopra
83	Via Triumplina
84	Via Turati
85	via Valcamonica
86	Via Villa Glori
87	Via Vittorio Emanuele
88	via Volturmo
89	viale della Bornata
90	viale Duca degli Abruzzi
91	Viale Piave
92	viale Sant'Eufemia
93	viale Venezia

CAPO III - MEZZI PUBBLICITARI

Art. 7 - Definizione di "mezzo pubblicitario"

1. "Mezzo pubblicitario" è qualunque struttura, rigida o no, idonea ad evidenziare e promuovere attività professionali, esercizi commerciali, produttivi o di servizio, ovvero ad esporre messaggi informativi o pubblicitari in genere legati all'attività esercitata.

In tale definizione sono comprese insegne d'esercizio, targhe, pre-insegne, ed altre forme di pubblicità, quale quella effettuata sui veicoli e nelle stazioni di rifornimento carburanti nonché altre fattispecie non individuabili secondo le definizioni precedenti, la cui ammissibilità deve essere valutata, coerentemente agli obiettivi del presente piano, dal dirigente responsabile del settore competente, supportato dalla conferenza di servizi.

Sono esclusi gli impianti pubblicitari temporanei e permanenti, di cui al capo IV.

Art. 8 - Localizzazione dei mezzi pubblicitari

1. La possibilità di localizzazione dei mezzi pubblicitari nelle zone del territorio comunale, di cui al capo II, dipende dalla tipologia del mezzo pubblicitario.

Per ognuna delle tipologie, di cui alle parti I e II del presente capo, vengono specificate le zone in cui la pubblicità è ammessa.

Art. 9 - Regole generali per le installazioni

1. Per tutte le tipologie valgono le limitazioni, i divieti e regole generali circa le caratteristiche dei materiali da utilizzare e dell'illuminazione di cui al successivo capo V.
2. Le caratteristiche geometriche, i formati, le regole di posizionamento, come l'altezza dal suolo, le distanze, gli orientamenti rispetto ai vari elementi territoriali, il tipo di illuminazione, l'ammissibilità del messaggio variabile vengono invece specificati per ognuna delle tipologie, di cui alle parti I e II del presente capo.
3. In casi particolari e con il fine di armonizzare nuovi manufatti ad elementi di arredo urbano esistenti o futuri, o comunque per rispettare il carattere ed il decoro urbano dei singoli luoghi è fatta salva la possibilità, per il responsabile del settore competente, acquisito il parere della conferenza di servizi, di prescrivere soluzioni dimensionali, formali o stilistiche diverse da quelle regolate nel presente piano, pur nel rispetto dei principi generali dello stesso.

PARTE I - INSEGNE DI ESERCIZIO

Art.10 - Definizione di insegna di esercizio

1. Insegna di esercizio è la scritta a caratteri alfa-numeric, riportante il nome dell'attività che deve evidenziare, completata eventualmente da simboli e da marchi dell'azienda, dei prodotti e dei servizi offerti, realizzata e supportata con materiali di qualsiasi natura, installata nella sede dell'attività a cui si riferisce o nelle pertinenze accessorie alla stessa.
2. È da ritenersi insegna di esercizio anche quella la cui scritta relativa all'esercizio dell'attività è completata con simboli e marchi di ditte diverse da quella principale, purché attinenti all'attività svolta dalla medesima.
3. Ogni testo contenuto nelle insegne di esercizio deve essere scritto in lingua italiana; ogni testo scritto in lingua straniera deve essere accompagnato dalla relativa traduzione in lingua italiana, da riportare con dimensioni non inferiori a quelle del testo straniero.
Fanno eccezione i vocaboli in lingua straniera entrati nel linguaggio d'uso comune (bar, garage, internet point, boutique, ecc.), i nomi di città o persone, i marchi registrati.
4. Le tipologie ammesse, le norme specifiche di localizzazione e le regole di posizionamento per le insegne di esercizio sono individuate negli articoli successivi e nelle schede grafiche di cui all'allegato A
5. Non sono ammesse insegne di esercizio precarie, ovvero teli, pannelli o altre fattispecie prive di strutture di ancoraggio stabili.
6. Le insegne di esercizio temporanee sono ammesse, purché dotate di strutture di ancoraggio stabili e conformi alle norme del presente piano. L'insegna realizzata con teli, striscioni o materiale similare, ancorata stabilmente a strutture, rientra nella categoria delle insegne temporanee. L'autorizzazione avrà la durata temporale di 90 gg.
7. Le insegne di esercizio potranno essere poste in opera in seguito a presentazione di SCIA (Segnalazione Certificata di Inizio Attività) ai sensi dell'art. 19 della Legge 241/90.
8. All'atto di presentazione dell'istanza è obbligatoria la georeferenziazione con coordinate WGS 84 tramite il portale digitale del Comune. Una volta decorso il termine di 60 gg dalla presentazione della SCIA e perfezionato il silenzio-assenso, l'operatore deve inviare agli uffici competenti una fotografia che rappresenti lo stato di fatto del mezzo, da tenere agli

atti affinché venga evidenziata la conformità alla SCIA presentata; ogni modifica richiesta deve essere corredata dai medesimi atti sopra citati.

9. Al cessare dell'attività cui l'insegna di esercizio si riferisce, l'esercente ha l'obbligo di rimuovere l'insegna, fatte salve le insegne storiche oggetto di vincolo espresso da parte della competente sovrintendenza dei beni culturali.
10. La pubblicità in materia sanitaria è soggetta al rispetto della normativa dettata dalla L. 5 febbraio 1992, n. 175 e s.m.e.i. recante "Norme in materia di pubblicità sanitaria e di repressione dell'esercizio abusivo delle professioni sanitarie", cui si rimanda

Art.10.1 - Insegna frontale

1. E' di tipo "frontale", l'insegna d'esercizio posta in aderenza alla parete su cui viene installata. Può anche essere dipinta.
2. La localizzazione è ammessa in tutte le zone del territorio comunale.
3. I requisiti geometrici e di posizionamento sono i seguenti:

sporgenza dalla facciata:	non superiore ai 15 cm. per altezze inferiori o uguali a 2,5 mt. dal suolo
	non superiore ai 24 cm. per altezze superiori a 2,5 mt. ed inferiori od uguali a 4 mt. dal suolo.
posizione in facciata:	non ammessa su pilastri e colonne, né sulle catene dei porticati ad archi;
superficie:	nei casi di edifici a destinazione prevalentemente non residenziale la superficie complessiva delle insegne su ogni singola facciata non può superare i 20 mq.; qualora la superficie di ciascuna facciata dell'edificio ove ha sede l'attività sia superiore a 100 mq., è possibile incrementare la superficie complessiva delle insegne su ogni singola facciata nella misura del 10% della superficie di facciata eccedente 100 mq, fino al limite di 50 mq. In tutti gli altri casi la superficie di ogni singola insegna non può superare il limite di 3 mq., ridotto a 1,5 mq. nella zona 1 di cui al precedente art. 4.1, ad eccezione

	dei casi in cui la fascia portainsegna abbia una dimensione diversa o una superficie maggiore.
illuminazione:	nella zona 1: solo per luce indiretta nelle altre zone: sia per luce diretta che per luce indiretta.
Messaggio variabile:	Non ammesso

4. La collocazione delle insegne frontali deve avvenire preferibilmente all'interno di vani esistenti in facciata ed effettuata nello spazio del sopra- luce, nel caso di vetrine che ne siano dotate, nella misura massima di una per ogni vano disponibile. Possono essere altresì collocate all'interno o nello spazio della vetrina.
5. In ogni caso, per forma e per collocazione, le insegne frontali non devono alterare l'equilibrio delle linee orizzontali e verticali che compongono l'edificio, occultare elementi architettonici o decorativi, né occupare gli spazi tra i pilastri o le colonne dei portici, né occupare finestre o parti di facciata poste a piani diversi dal piano terra. Sulle finestre è ammessa unicamente la posa di tende a rullo non sporgenti e vetrofanie.
6. Le limitazioni di cui al comma precedente possono essere derogate solo in complessi edilizi, subordinatamente ad un progetto unitario delle insegne, che ne definisca le caratteristiche, le dimensioni, l'altezza dal suolo, ecc.. Non sono ammesse deroghe nella zona 1.
7. All'interno della zona 1, in particolare quando trattasi di edifici storici, artistici, di rilevanza architettonica o sottoposti a vincolo monumentale, le insegne devono essere compatibili con il contesto in cui si inseriscono ed essere particolarmente curate, nei materiali, nella forma e nei colori; nel caso di impossibilità di collocazione nel sopra- luce delle vetrine, sono preferibili insegne a lettere scatolate o con messaggi dipinti.

Art.10.1.1 - Vetrofanie e pannelli

1. Le vetrofanie, da applicare sulle vetrine o i pannelli, anche luminosi a messaggio fisso, all'interno delle stesse sono sempre ammessi, a condizione non occupino più del 50% della superficie vetrata.

Art.10.1.2 - Impianti pubblicitari sulle vetrine o all'interno delle stesse

1. Nel caso in cui l'allestimento preveda l'installazione di mezzi pubblicitari luminosi e a messaggio variabile sulle vetrine o all'interno delle stesse o qualsiasi altro mezzo/strumento similare (es.: video proiettati) è richiesta specifica autorizzazione e trova applicazione la disciplina dettata dall'art.26.6.

Art.10.2 - Insegna su tetto

1. E' di tipo "su tetto" l'insegna d'esercizio realizzata su manufatto rigido, anche plurifacciale, supportata da idonea struttura di sostegno, vincolata sulla copertura degli edifici ove risiede l'attività a cui l'insegna si riferisce.
2. La localizzazione è ammessa nelle zone 2,3 e 6, ma solo nel caso di edifici con destinazione prevalentemente non residenziale. È vietata in tutte le altre zone.
3. I requisiti geometrici e di posizionamento sono i seguenti:

requisito:	deve essere realizzata con lettere singole
dimensioni:	La dimensione deve essere proporzionata al volume dell'edificio su cui è collocata e pertanto non deve superare in lunghezza il limite del 70% della lunghezza della facciata ed in altezza il limite del 20% dell'altezza di tutte le pareti che compongono il prospetto dell'edificio e comunque non superiore a 4m, fermo restando la coerenza con le linee architettoniche dell'edificio e con il contesto urbano circostante.
supporti:	strutture metalliche vincolate alla copertura.
illuminazione:	sia per luce diretta che per luce indiretta

Art.10.3 - Insegna a bandiera

1. E' di tipo "a bandiera", l'insegna d'esercizio posta perpendicolarmente alla parete su cui viene installata. Salva diversa previsione di legge, è ammessa solo laddove non si possa installare l'insegna frontale
2. La localizzazione è ammessa in tutte le zone del territorio comunale.
3. I requisiti geometrici e di posizionamento sono i seguenti:

superficie per facciata:	nella zona 1: non superiore a 1,00 mq.; nelle altre zone: non superiore a 2,5 mq.;
sporgenza dalla facciata, esclusi i supporti:	nella zona 3: non superiore a 1,5 mt.; nelle altre zone: non superiore a 1 mt.
posizione in facciata:	non ammessa sugli angoli degli edifici, né su pilastri e colonne, né sulle catene dei porticati ad archi.
distanza dall'angolo di edifici:	non inferiore a 0,5 mt.
altezza del margine inferiore:	dalle strade prive di marciapiede: - non inferiore a 4,3 mt.; dal suolo privato o da spazi pedonali: - non inferiore a 3 mt., per sporgenze comprese tra 0 e 30 cm.; - non inferiore a 3,50 mt., per sporgenze superiori a 30 cm.
distanza dal limite della carreggiata:	Il posizionamento è vietato quando la proiezione cade a meno di 0,50 mt da limite della carreggiata
Illuminazione:	nella zona 1: solo indiretta; nelle altre zone: diretta o indiretta.
Messaggio variabile	Non ammesso

4. In ogni caso, per forma e per collocazione, le insegne a bandiera non devono recare disturbo alla viabilità, alterare l'equilibrio delle linee orizzontali e verticali che compongono l'edificio, né occultare elementi architettonici o decorativi.
5. All'interno della zona 1, in particolare quando trattasi di edifici storici, artistici, di rilevanza architettonica o sottoposti a vincolo monumentale, le insegne a bandiera devono essere compatibili con il contesto in cui si inseriscono ed essere particolarmente curate, nei materiali, nella forma e nei colori, come ad esempio quelle in ferro battuto o quelle con messaggi dipinti.

Art.10.4 - Insegna su palo

1. È di tipo "su palo", l'insegna d'esercizio o per servizi realizzata su manufatto di qualsiasi natura, rigida o non, eventualmente anche plurifacciale, sollevata dal suolo e supportata da pali di sostegno, vincolati al terreno. L'intera insegna su palo deve ricadere nell'area di pertinenza dell'attività.

2. La localizzazione è ammessa esclusivamente nelle aree di pertinenza dell'attività che sono incluse nelle zone 2, 3, 4, 5 e 6, senza possibilità di aggetto sul suolo pubblico.
3. Nel caso di complessi commerciali, artigianali e industriali, sono richieste strutture che raggruppino più insegne purché riferite esclusivamente ad attività esercitate in loco.
4. I requisiti geometrici e di posizionamento dell'insegna sono i seguenti:

superficie per facciata	zone 2, 4, 5: non superiore a 2 mq. cadauna zone 3 e 6: non superiore 10 mq. cadauna
altezza del margine inferiore:	dal suolo carrabile: - non inferiore a 4,3 mt.; dal suolo: - non inferiore a 2,2 mt.
illuminazione:	per luce diretta o indiretta
profondità:	non superiore a 30 cm.
orientamento rispetto al senso di marcia:	sia parallelo che perpendicolare
struttura di sostegno:	di tipo verticale.
Messaggio variabile:	non ammesso

5. Le distanze minime delle insegne su palo rispetto ai vari elementi stradali sono quelle prescritte dall'art. 51, commi 2 e 4 del D.P.R. 16.12.1992 n. 495, con la precisazione di cui al comma 5 dello stesso articolo, secondo il quale tali distanze non si applicano alle insegne di esercizio che siano poste parallelamente al senso di marcia dei veicoli ed in aderenza a fabbricati esistenti o ad una distanza dal limite della carreggiata non inferiore a quella prescritta. Esse sono indicate nella tabella che segue:

distanze in metri applicate nel senso delle singole direttrici di marcia.	Strade C	Strade D	Strade E - F e Strade C
	con limiti di velocità maggiori di 50 Km/h		
	D.P.R. 495/92 art.51 c.2	D.P.R. 495/92 art.51 c.4	D.P.R. 495/92 art.51 c.4
dal limite della carreggiata	3	1	1
dagli imbocchi delle gallerie	200	100	50

dal punto di tangenza delle curve	100	-	-
prima delle intersezioni	250	50	15
dopo le intersezioni	100	25	10
prima di impianti semaforici	-	50	15
dopo impianti semaforici	-	25	10
prima di segnali di pericolo/prescrizione	250	50	15
dopo segnali di pericolo/prescrizione	150	25	10
prima di segnali di indicazione	150	25	10
dopo segnali di indicazione	100	25	10
da altri mezzi o impianti pubblicitari	100	---	--

Le misure in grassetto sono quelle stabilite dal presente piano, in applicazione dell'art.51, comma 4 del D.P.R. 16.12.1992, n.495.

Art.10.5 - Insegna a totem

1. È di tipo "a totem" l'insegna d'esercizio realizzata su manufatto rigido, eventualmente anche plurifacciale, la cui superficie espositiva ha il margine inferiore appoggiato al suolo, tramite una struttura di sostegno indipendente, ancorata al terreno nella pertinenza dell'attività a cui l'insegna si riferisce. Può contenere messaggi variabili realizzati con sistemi digitali governabili da remoto, con le modalità e le limitazioni di cui all'art. 26.6.
2. La localizzazione è ammessa esclusivamente nelle aree di pertinenza dell'attività che sono incluse nella zona 2, solo in presenza di una pluralità di esercizi e nelle zone 3 e 6, di cui ai precedenti articoli 4.2, 4.3 e 4.6.
3. Nel caso di complessi commerciali, artigianali e industriali sono richieste strutture che raggruppino più insegne purché riferite esclusivamente ad attività esercitate in loco.
4. I requisiti geometrici e di posizionamento sono i seguenti:

larghezza della base	<p>in zona 2: non superiore a 2 mt. in zona 3 e 6: non superiore a 2,5 mt.</p> <p>Le dimensioni devono essere rapportate al numero delle attività, alle dimensioni ed alle caratteristiche dell'edificio sede</p>
----------------------	--

	dell'attività a cui si riferiscono.
illuminazione:	per luce diretta o indiretta
orientamento rispetto al senso di marcia:	sia parallelo, che perpendicolare
Messaggio variabile:	ammesso

5. Le distanze minime delle insegne a totem rispetto ai vari elementi stradali sono quelle prescritte dall'art. 51, commi 2 e 4 del D.P.R. 16.12.1992 n. 495, con la precisazione di cui al comma 5 dello stesso articolo, secondo il quale tali distanze non si applicano alle insegne di esercizio che siano poste parallelamente al senso di marcia dei veicoli ed in aderenza a fabbricati esistenti o ad una distanza dal limite della carreggiata non inferiore a quella prescritta. Esse sono indicate nella tabella che segue:

distanze in metri applicate nel senso delle singole direttrici di marcia.	Strade C	Strade D	Strade E - F e Strade C
	con limiti di velocità maggiori di 50 Km/h		con limiti di velocità non superiori a 50 Km/h
	D.P.R. 495/92 art.51 c.2	D.P.R. 495/92 art.51 c.4	D.P.R. 495/92 art.51 c.4
dal limite della carreggiata	3	1	1
dagli imbocchi delle gallerie	200	100	50
dal punto di tangenza delle curve	100	-	-
prima delle intersezioni	250	50	15
dopo le intersezioni	100	25	10
prima di impianti semaforici	-	50	15
dopo impianti semaforici	-	25	10
prima di segnali di pericolo/prescrizione	250	50	15
dopo segnali di pericolo/prescrizione	150	25	10
prima di segnali di indicazione	150	25	10
dopo segnali di indicazione	100	25	10
da altri mezzi o impianti pubblicitari	100	---	---

Le misure in grassetto sono quelle stabilite dal presente piano, in applicazione dell'art.51, comma 4 del D.P.R. 16.12.1992, n.495.

Art.11 - Insegna su tenda

1. È "su tenda", l'insegna d'esercizio costituita da una scritta, un simbolo o un marchio realizzati su una tenda posta sulla facciata dell'edificio ove ha sede l'attività a cui si riferisce.
2. La localizzazione è ammessa in tutte le zone del territorio comunale, di cui alla parte I del capo II.
3. La tenda su cui realizzare l'insegna, se aggettante su suolo pubblico, deve essere precedentemente autorizzata ai sensi del regolamento edilizio.
4. Non è ammessa l'illuminazione e non è ammesso il messaggio variabile.

PARTE II - ALTRI MEZZI PUBBLICITARI

Art.12 - Targhe

1. "Targa" è un mezzo pubblicitario costituito da un manufatto bidimensionale finalizzato alla denominazione dell'attività, installato in aderenza alla parete dell'edificio in cui l'attività si svolge. È ammessa una sola targa per ogni attività per ogni accesso.
2. La targa non deve contenere messaggi pubblicitari, ma unicamente il nome dell'attività o il nome e cognome del professionista o dello studio professionale, con eventuali titoli di studio, orari di apertura, numeri telefonici, e simili.
3. La localizzazione è ammessa in tutte le zone del territorio comunale di cui alla parte I del capo II.
4. I requisiti geometrici e di posizionamento sono i seguenti:

sporgenza dalla facciata:	non superiore ai cm.4
superficie:	non superiore a 1200 cmq
illuminazione:	solo per luce indiretta
Messaggio variabile:	non ammesso

5. Non sono ammesse targhe poste perpendicolarmente alla superficie su cui devono essere installate.
6. Non sono ammesse targhe su portali in pietra, su particolari decorazioni di facciata, né sulle colonne dei portici; negli

edifici storici o di particolare valore, devono essere consone allo stile architettonico degli stessi.

7. In presenza di due o più targhe di diverse attività sulla stessa facciata, le stesse devono essere uniformate per dimensioni, materiali e colori.

Art.13 - Preinsegne

1. "Preinsegna" è un mezzo pubblicitario costituito da una scritta in caratteri alfanumerici, completata da freccia di orientamento ed eventualmente altri simboli o marchi, realizzata su manufatto rigido, bidimensionale, supportato da idonea struttura di sostegno, finalizzata a pubblicizzare la sede in cui si esercita una determinata attività ed installata in modo da facilitare il reperimento della sede, in prossimità degli incroci compresi entro un raggio di 5 Km dalla sede stessa.
2. La localizzazione è ammessa esclusivamente all'esterno del centro abitato;
3. Sono richieste strutture che raggruppino più preinsegne di uguali dimensioni, fino ad un massimo di 6 per ogni struttura.
4. I requisiti geometrici e di posizionamento sono i seguenti:

sagoma:	rettangolare, bidimensionale, bifacciale
dimensioni:	non inferiori (1 x 0,20) mq. e non superiori a (1,50 x 0,30) mq.
freccia direzionale:	ammessa all'interno della sagoma rettangolare
colori:	fondo: grigio-azzurro (RAL 5024); scritte e simboli: bianchi e/o neri
illuminazione:	non è ammessa, nemmeno con catarifrangenza
altezza dal suolo del margine inferiore	non inferiore a mt.1,5
supporti:	strutture metalliche vincolate al suolo

5. La distanza massima delle preinsegne prima delle intersezioni è di 500 mt.
6. Le distanze minime delle preinsegne dai vari elementi stradali sono quelle prescritte dall'art.51, commi 2 e 4 del D.P.R. 16.12.1992 n.495, e riportate nella tabella che segue:

distanze minime in metri da applicare nel senso delle singole direttrici di marcia, in funzione dei limiti di velocità prescritti nei singoli tratti stradali.	Strade extra-urbane C		Strade extra-urbane F e C	
	D.P.R. 495/92, art.51, c.2		D.P.R. 495/92, art.51, c.4	
	con limiti di velocità compresi tra i 70 Km/h ed i 90 Km/h	con limiti di velocità compresi tra i 50 Km/h ed i 70 Km/h	con limiti di velocità pari o inferiori a 50 Km/h	
dal limite della carreggiata	3	3	1,5	
dagli imbocchi delle gallerie	200	200	100	
prima delle intersezioni	25	25	25	
dal punto di tangenza delle curve	100	100	0	
dai segnali di pericolo	prima	100	100	30
	dopo	50	50	25
dai segnali di prescrizione	prima	150	150	30
	dopo	75	75	25
dai segnali di indicazione	prima	150	140	25
	dopo	85	70	25
da altre preinsegne, mezzi o impianti pubblicitari	100	100	25	

La misura in grassetto, riferita alla distanza dal limite della carreggiata, è stabilita dal presente piano, in applicazione dell'art. 51, comma 4 del D.P.R. 16.12.1992 n.495.

Le misure indicate in grassetto corsivo, sono stabilite dal presente piano, in applicazione della facoltà di deroga ammessa dell'art. 51 comma 13 del D.P.R. 16.12.1992 n.495.

Art.14 - Segnali turistici e di territorio

1. Il "Segnale turistico e di territorio" è un segnale stradale verticale di indicazione e di direzione, costituito da una scritta in caratteri alfanumerici, completata da freccia di orientamento, ed eventualmente da simboli o marchi, realizzato su manufatto bidimensionale, utilizzabile su una sola o su entrambe le facce, supportato da idonea struttura di sostegno ancorata al suolo, finalizzato a fornire agli utenti della strada l'indicazione per l'individuazione di itinerari turistici e di territorio.
2. I segnali turistici e di territorio sono normati dall'art.39 del D.L.vo 30.4.1992, n. 285 e dall'art.134 del D.P.R. 16.12.1992, n. 495; le relative indicazioni possono essere in-

serite nei segnali di cui agli artt. 127, 128, 130 e 131 del D.P.R. 16.12.1992, n. 495.

3. I segnali turistici e di territorio si distinguono in temporanei o permanenti a seconda del tipo di messaggio:
 - a. segnali temporanei
sono segnali che possono riportare indicazioni relative a percorsi di avvicinamento a luoghi di manifestazioni e mostre, limitatamente alla durata delle stesse;
 - b. segnali permanenti
sono segnali che possono riportare:
 - indicazioni turistiche;
 - indicazioni territoriali;
 - indicazioni di luoghi di pubblico interesse;
 - indicazioni alberghiere e ricettive;
 - indicazioni relative a zone o complessi industriali, artigianali e/o commerciali;
 - indicazioni relative a singole attività industriali, artigianali e commerciali, con le precisazioni di cui ai successivi commi.
4. La localizzazione è ammessa in tutte le zone del territorio comunale di cui alla parte I del capo II sulle strade che conducono direttamente al luogo da reperire.
5. Sono richieste strutture che raggruppino più segnali di uguali dimensioni, fino ad un massimo di 6 per ogni struttura; qualora fosse necessario installare un numero di segnali maggiore, gli stessi devono essere frazionati in più gruppi, con le modalità di cui all'art. 128 del D.P.R. 16.12.1992, n. 495; in ogni caso devono essere rispettate le prescrizioni previste dal regolamento di attuazione del Codice della Strada art. 81 c. 5 il quale stabilisce che: "Tutti i segnali insistenti su marciapiedi o comunque su percorsi pedonali devono avere una altezza minima di 2,20 mt, ad eccezione delle lanterne semaforiche". Per altezza dei segnali stradali dal suolo si intende l'altezza del bordo inferiore del cartello o del pannello integrativo più basso dal piano orizzontale tangente al punto più alto della carreggiata in quella sezione (art. 81 c. 3 Regolamento di attuazione CdS).
6. All'interno di aree o complessi commerciali, artigianali o industriali, in cui è riconosciuta un'effettiva difficile reperibilità dei luoghi, i segnali relativi alle singole attività, possono essere ammessi anche in vie diverse da quelle di diretto accesso alle stesse.
7. L'installazione non deve limitare la percezione dei segnali stradali; in ogni caso devono essere rispettate le disposizioni del D.L.vo 30.4.1992, n. 285 e del D.P.R. 16.12.1992, n. 495.

8. I requisiti geometrici e di posizionamento sono:

dimensioni:	non inferiori (1 x 0,20) mq. E non superiori a (1,50 x 0,30) mq.
Sagoma:	bidimensionale e bifacciale: dentro il centro abitato: rettangolare fuori dal centro abitato: rettangolare con punta di freccia (art.128 del D.P.R. 16.12.1992, n. 495).
Segnali turistici e di territorio:	dentro il centro abitato: obbligatoria all'interno della sagoma rettangolare fuori dal centro abitato: non ammessa.
Colori:	marrone, bianco, nero e giallo, combinati in base all'art.78 del D.P.R. 16.12.1992 n.495. È ammessa la riproduzione con grafica propria delle parole e dei simboli che contraddistinguono il logotipo delle attività.
illuminazione:	obbligatoriamente con catarifrangenza.
altezza del margine inferiore	- dal marciapiede: non inferiore a 2,20 mt.
distanza minima dal limite della carreggiata	mt. 0,50 sia all'interno che all'esterno del centro abitato

9. È vietata qualsiasi forma di indicazione direzionale diversa.

10. Il rilascio dell'autorizzazione da parte degli uffici competenti è subordinato all'ottenimento del nulla osta del Servizio Gestione Traffico che dovrà essere reso entro 30 giorni dalla richiesta effettuata dall'ufficio competente;

11. Quando l'attività cui si riferiscono i segnali installati viene cessata, il proprietario della relativa attività deve provvedere alla rimozione del segnale stesso e darne tempestiva comunicazione agli uffici competenti mediante le modalità previste.

Art.15 - Mezzi pubblicitari nelle stazioni di servizio carburanti

1. Le insegne di esercizio relative alle stazioni di servizio carburanti, sia all'esterno che all'interno del centro abitato, devono osservare le disposizioni di cui all'art. 23, comma 7, D.L.vo 30.4.1992 n.285 e all'art. 51, comma 7, del D.P.R. 16.12.1992 n. 495, nonché i requisiti geometrici e di posizionamento relativi alle insegne di esercizio di cui alla parte I del presente capo.

2. Nell'area occupata dalle stazioni di servizio di carburanti, esclusivamente all'esterno del centro abitato, possono essere

installati mezzi pubblicitari diversi dalle insegne di esercizio attinenti ai servizi prestati presso la stazione o l'area di parcheggio, con le seguenti prescrizioni:

- non occupino il fronte stradale o le zone di accesso all'area di servizio;
- siano costituiti da pannelli rigidi, bidimensionali e bifacciali, ancorati al suolo mediante strutture di sostegno; siano costituiti da materiali non deperibili, resistenti agli agenti atmosferici e di facile manutenzione, nonché messi in opera in modo da resistere alla spinta del vento;
- la superficie massima complessiva sia di 6 mq.
- messaggio variabile non ammesso.

CAPO IV - IMPIANTI PUBBLICITARI

Art.16 - Definizione di impianto pubblicitario

1. "Impianto pubblicitario" è qualunque struttura, rigida o no, idonea ad esporre messaggi per la diffusione di contenuti relativi sia all'esercizio di attività economiche che ad iniziative di interesse pubblico o prive di rilevanza economica.
2. Gli impianti pubblicitari vengono classificati in base al tempo di permanenza sul territorio ed in funzione della modalità di esposizione del messaggio, nelle seguenti categorie:
 - **impianti pubblicitari temporanei**, installati provvisoriamente in relazione ad eventi temporanei e poi rimossi al terminare degli stessi;
 - **impianti pubblicitari per affissioni**, installati stabilmente per l'esposizione di manifesti;
 - **impianti pubblicitari permanenti**, installati stabilmente per l'esposizione di messaggi pubblicitari.

Art.17 - Gruppo omogeneo di impianti pubblicitari

1. Si definisce "gruppo omogeneo di impianti pubblicitari" un insieme di impianti pubblicitari aventi le medesime caratteristiche tipologiche, strutturali, di illuminazione e di formato, posizionati sul territorio secondo una precisa sequenza geometrica e con medesimi allineamenti, orientamenti ed altezze rispetto al suolo. La presenza di elementi territoriali di rilevanza urbana o ambientale determina l'interruzione della suddetta sequenza.
2. La progettazione della pubblicità per "gruppi omogenei" è sempre prescritta nell'ambito dei piani e dei progetti di trasformazione urbana di cui al successivo art. 29; all'esterno

dei suddetti ambiti, le installazioni devono comunque tendere, nei limiti del possibile, alla costituzione di gruppi omogenei.

Art.18 - Regole generali per la localizzazione e l'installazione

1. Per tutte le tipologie degli impianti pubblicitari di cui all'art. 16 valgono le norme generali circa le caratteristiche tecnico-esecutive, le limitazioni ed i divieti di installazione, di cui al capo V.
2. Le prescrizioni circa la localizzazione, le caratteristiche geometriche, i formati e le regole di posizionamento come l'altezza dal suolo, gli orientamenti rispetto ai vari elementi territoriali, vengono invece specificate per ognuna delle singole tipologie di cui alle parti I, II e III del presente capo.
3. Le distanze minime degli impianti pubblicitari rispetto ai vari elementi stradali, sono quelle prescritte dall'art. 51, commi 2 e 4, del D.P.R. 16.12.1992, n.495 e sono indicate nella tabella che segue, con la precisazione di cui al comma 6 dello stesso articolo, secondo il quale tali distanze, ad eccezione di quelle relative alle intersezioni, non si applicano per gli impianti posti in direzione parallela al senso di marcia dei veicoli e/o posti in aderenza, per tutta la loro superficie, a fabbricati e agli impianti di cui all'art. 26.6; in ogni caso, gli impianti fissati al suolo, ad una distanza inferiore a 15m dal bordo della carreggiata e posti in posizione perpendicolare al senso di marcia dei veicoli, devono rispettare le distanze indicate nella tabella seguente.

Tabella delle distanze per gli impianti pubblicitari:

distanze in metri applicate nel senso delle singole direttrici di marcia.	strade C		strade D e strade E		strade F e strade C	
	con limiti di velocità maggiori di 50 Km/h				con limiti di velocità non superiori a 50 Km/h	
	perp.	parall	perp.	parall	perp.	parall
	D.P.R. 495/92 art.51 c.2	D.P.R. 495/92 art.51 c.6	D.P.R. 495/92 art.51 c.4	D.P.R. 495/92 art.51 c.4 e c.6	D.P.R. 495/92 art.51 c.4	D.P.R. 495/92 art.51 c.4 e c.6
dal limite della carreggiata	3	3	1,5	1,5	1,5	1,5
dagli imbocchi delle gallerie	200	-	100	-	100	-
dal punto di tan-	100	-	-	-	-	-

genza delle curve						
prima delle intersezioni	250	250	50	25	30	25
dopo le intersezioni	100	100	25	25	25	25
prima degli impianti semaforici	-	-	50	-	30	-
dopo gli impianti semaforici	-	-	25	-	25	-
prima di segnali di pericolo/prescrizione	250	-	50	-	30	-
dopo segnali di pericolo/prescrizione	150	-	25	-	25	-
prima di segnali di indicazione	150	-	25	-	25	-
dopo segnali di indicazione	100	-	25	-	25	-
da altri mezzi o impianti pubblicitari ad eccezione delle insegne d'esercizio	100	20	25	20	25	20
tra impianti appartenenti ad una sequenza di massimo 3 elementi	100	-	25	-	25	-
tra sequenze di impianti omogenei	100	35	25	35	25	35

Le misure in grassetto sono stabilite dal presente piano, in applicazione dell'art.51, comma 4, del D.P.R. 16.12.1992, n.495.

Le strade C, D, E ed F sono indicate nei precedenti articoli dal 5.2 al 5.5.

4. Il responsabile del settore competente supportato dalla conferenza di servizi, può imporre modelli stilistici, strutture e colori particolari, per alcune fattispecie di impianti pubblicitari, per assicurare la corretta armonizzazione degli stessi con l'arredo previsto e con il contesto urbano, nel rispetto dei criteri generali del piano.

PARTE I - IMPIANTI PUBBLICITARI TEMPORANEI

Art.19 - Definizione di impianto pubblicitario temporaneo

1. "Impianto pubblicitario temporaneo" è un manufatto, ad una o più facce, avente una struttura di sostegno da fissare al suolo o ad edificazioni e finalizzato all'esposizione di messaggi correlati ad eventi di durata limitata, quali

manifestazioni, spettacoli, mostre, fiere, iniziative di tipo culturale, istituzionale o per iniziative commerciali. Tale impianto viene installato provvisoriamente a seguito di un provvedimento autorizzativo, ad esclusione degli impianti di cui agli articoli 20.1 e 20.1.2, la cui validità è limitata al periodo di svolgimento dell'evento a cui si riferisce. Il periodo non può essere superiore a 90 giorni, salvo durata superiore per manifestazioni culturali e sportive o se espressamente indicato negli articoli seguenti. In tutti i casi, l'installatore deve rimuovere gli impianti entro sette giorni dal termine dell'evento.

1bis. Per iniziative di tipo istituzionale si intendono tutti i messaggi dell'Amministrazione comunale diretti ad informare i cittadini in merito a proprie attività o servizi nonché ad eventi patrocinati o promossi dal Comune o dalle società ed enti partecipati, che si svolgono sul proprio territorio. Detto spazio dovrà riportare in modo chiaro e visibile la dicitura "comunicazione istituzionale."

1ter Detto spazio non potrà in alcun modo essere usato per propaganda politica. In particolare, nei tre mesi antecedenti agli appuntamenti elettorali, l'Amministrazione Comunale potrà avvalersi di questo spazio solo per comunicazioni necessarie per attività e servizi di pubblica utilità o strettamente collegate agli eventi di cui al precedente comma 1 bis nonché per comunicazioni di protezione civile. In questi tre mesi ogni ulteriore utilizzo è sospeso.

Art.20 - Tipologie e formati

1. Le tipologie ed i formati ammessi per gli impianti pubblicitari temporanei sono indicate negli articoli seguenti.

Art.20.1 - Striscione

1. "Striscione" è un impianto pubblicitario temporaneo, monofacciale o bifacciale, opaco e bidimensionale costituito da materiali di qualsiasi natura, privo di rigidità, sostenuto unicamente da funi opportunamente dimensionate, posto in sopraelevazione di strade o piazze, mancante di una superficie d'appoggio e comunque non aderente ad essa, realizzato in modo da resistere opportunamente alla forza del vento e agli altri agenti atmosferici.

Ai sensi dell'art.51, comma 10, del D.P.R. 16.12.1992 n.495, l'esposizione di striscioni è ammessa unicamente per la promozione di manifestazioni e spettacoli.

2. La localizzazione di striscioni è ammessa in tutte le zone del territorio comunale di cui alla parte I del capo II.

3. Gli striscioni possono essere utilizzati unicamente per eventi temporanei culturali, organizzati o patrocinati dall'Amministrazione Comunale, che si svolgano sul territorio cittadino e non sono soggetti ad autorizzazione pubblicitaria. Sono gestiti direttamente dal settore promotore dell'iniziativa.
4. Le caratteristiche geometriche della superficie espositiva sono le seguenti:

dimensione in altezza:	non superiore a 1,20 mt.
orientamento:	nelle strade: trasversalmente nelle piazze: parallelamente ai lati delle stesse.
altezza minima dal suolo:	5,10 mt.

5. La distanza minima tra due striscioni è di 25 mt.
6. I punti di ancoraggio degli striscioni possono essere posti su diverse strutture esistenti, previo ottenimento del consenso dei proprietari delle strutture interessate, o su sostegni opportunamente progettati, mentre sono vietati sui pali della pubblica illuminazione, sui sostegni della segnaletica stradale e sugli alberi.
7. Non si applicano le distanze minime indicate nella tabella di cui all'art. 18.

Art.20.1.2 - Teloni

1. I teloni vincolati a facciate di edifici non interessati da cantiere e, quindi, privi di ponteggi, sono ammessi esclusivamente nel caso in cui i messaggi riguardino eventi temporanei culturali, organizzati o patrocinati dall'Amministrazione Comunale, che si svolgano sul territorio cittadino e non sono soggetti ad autorizzazione pubblicitaria. Sono gestiti direttamente dal settore promotore dell'iniziativa.

Art.20.2 - Gonfalone

1. "Gonfalone" è l'impianto pubblicitario temporaneo consistente in un manufatto bidimensionale costituito da materiali privi di rigidità, sostenuto da un palo vincolato al suolo, finalizzato alla promozione di manifestazioni, spettacoli (art.51, comma 10, del D.P.R. 16.12.1992 n.495).
2. La localizzazione di gonfaloni non è ammessa nelle zone 4 e 5.

3. Le caratteristiche geometriche del supporto espositivo sono le seguenti:

superficie massima:	6 mq.
altezza minima dal suolo	0,70 mt.
altezza minima da marciapiedi	2,10 mt.
altezza minima da sedi viarie	5,10 mt.

4. Le distanze minime di queste tipologie di impianto dai vari elementi territoriali sono indicate nella tabella di cui al comma 3 del precedente art.18.
5. Nelle zone 2, 3, 6 non sono ammessi sui pali dei pubblici servizi, salvo approvazione di specifico progetto da parte dell'Amministrazione Comunale.
6. La durata dell'autorizzazione non può essere superiore a 90 gg non prorogabili sulla medesima postazione o relativamente alla medesima iniziativa.

Art.20.3 - Oggetti gonfiabili e palloni aerostatici frenati

1. Impianti pubblicitari temporanei consistenti in un manufatto gonfiabile, costituiti da materiali di qualsiasi natura, con una struttura indipendente non vincolata al terreno, finalizzato alla promozione di manifestazioni, spettacoli o iniziative commerciali.
2. La localizzazione è ammessa nelle zone 1, 2, 3 e 6.
3. Le caratteristiche geometriche sono le seguenti:

altezza del margine superiore:	non superiore a 3,5 mt.
larghezza della base:	non superiore a 1 mt.
illuminazione	per luce indiretta
Messaggio variabile	Non ammesso

4. Le distanze minime da applicare rispetto ai vari elementi territoriali sono indicate nella tabella di cui al comma 3 del precedente art.18, con la precisazione che la stele, potendo essere plurifacciale, viene considerata alla stregua di un impianto posto in direzione perpendicolare al senso di marcia.
5. In questa fattispecie rientrano anche i palloni aerostatici frenati e/o tipologie similari per i quali non trova applicazione la tabella di cui al comma 3.

Art.20.4 - Cartello pubblicitario di cantiere

1. "Cartello pubblicitario di cantiere è un impianto temporaneo costituito da un pannello bidimensionale, monofacciale, avente una struttura di sostegno fissata al suolo o ancorata ad edificazioni, posto nell'area di pertinenza di un cantiere edile, finalizzato all'esposizione di messaggi pubblicitari riferiti all'intervento edilizio in corso di esecuzione. La durata dell'impianto non può essere superiore alla durata del cantiere. Decorso detta durata l'impianto deve essere rimosso.
2. La localizzazione di cartelli pubblicitari di cantiere è ammessa in tutte le zone del territorio di cui alla parte I del Capo II.
3. Le caratteristiche geometriche sono le seguenti:

sagoma	Rettangolare
superficie	non superiore a 18 mq.
supporti	su pali o strutture edificate.
altezza dal suolo	non inferiore a 1,50 mt.
illuminazione	per luce indiretta
Messaggio variabile	Non ammesso

4. Il cartello informativo dei lavori edili, riportante i dati del committente, del direttore dei lavori e dell'impresa costruttrice, le cui dimensioni non devono essere inferiori a (1,00 x 0,70) mq, può essere integrato al cartello pubblicitario della realizzazione edilizia in corso di esecuzione.
5. Le distanze minime da applicare rispettando ai vari elementi territoriali sono indicate nella tabella di cui al comma 3 del precedente art.18. Possono essere concesse deroghe motivate previo parere espresso sulla sicurezza viabilistica.
6. Le caratteristiche dimensionali della pubblicità dovranno essere conformi a quanto previsto dal Regolamento Edilizio.

Art.20.5 - Telone pubblicitario su ponteggi

1. Il "telone pubblicitario" è un impianto pubblicitario temporaneo monofacciale, caratterizzato da una grande superficie, interamente vincolato in aderenza a ponteggi di cantiere e finalizzato all'esposizione di messaggi pubblicitari di qualunque natura. La struttura può essere completata da impianto di illuminazione esterno.
Non è ammesso il messaggio variabile.
Non può essere superiore alla durata del cantiere.

2. La localizzazione di teloni pubblicitari su ponteggi è ammessa in tutte le zone del territorio comunale di cui alla parte I del capo II.
3. Le caratteristiche dimensionali della pubblicità dovranno essere conformi a quanto prescritto dal Regolamento edilizio.
4. Il telaio di sostegno deve essere opportunamente dimensionato e vincolato alla struttura in elevazione nel rispetto delle prescrizioni di cui al successivo art.27.
5. Le distanze minime di questa tipologia di impianto dai vari elementi territoriali sono indicate nella tabella di cui al comma 3 del precedente art.18.
Possono essere concesse deroghe motivate previo parere espresso sulla sicurezza viabilistica.

Art.20.6 - Segno orizzontale reclamistico

1. "Segno orizzontale reclamistico" è un impianto pubblicitario temporaneo costituito dalla riproduzione sulla superficie stradale, marciapiede, pista ciclabile o altra superficie ad uso pubblico, con pellicole adesive o sostanze biodegradabili, di scritte in caratteri alfanumerici, di simboli o di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, nell'ambito di manifestazioni e limitatamente al periodo di svolgimento delle stesse. I materiali utilizzati devono essere antisdrucchiolo, rimovibili ma ben ancorati nel momento dell'utilizzo alla superficie stradale e/o pedonale in modo da garantirne una buona aderenza.
2. La localizzazione dei segni orizzontali reclamistici è ammessa solo in aree delimitate, destinate alle manifestazioni; la collocazione sul suolo deve rispettare le distanze di cui ai commi 2 e 4 dell'art.51 del D.P.R. 16.12.1992 n.495, rispetto ai segnali stradali orizzontali.
3. I segni orizzontali reclamistici non possono essere illuminati e devono essere realizzati con materiali facilmente asportabili, in modo da poter esser rimossi al cessare dell'evento, prima del ripristino della normale circolazione.
4. I segni orizzontali reclamistici sono ammessi unicamente lungo il percorso di manifestazioni sportive o su aree delimitate, destinate allo svolgimento di manifestazioni di cui al comma 2, limitatamente al periodo di svolgimento delle stesse ed alle 24 ore precedenti e successive;
5. È fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione di provvedere alla rimozione degli stessi entro le 24 ore successive alla conclusione della manifestazione o dell'iniziativa pubblicitaria.

ria, ripristinando lo stato dei luoghi e il grado di aderenza delle superfici stradali e/o pedonali.

Art.20.7 - Impianto temporaneo di propaganda

1. Si definisce Impianto temporaneo di propaganda" qualunque impianto pubblicitario temporaneo non individuabile secondo le definizioni di cui ai precedenti articoli dal 20.1 al 20.6, costituito da materiali di qualsiasi natura sostenuto da cavalletti o strutture precarie ed appoggiato al suolo o ad edificazioni, finalizzato alla promozione di manifestazioni, spettacoli o iniziative commerciali.
2. La localizzazione di questo tipo di impianti è consentita esclusivamente nella zona 1. E' consentita inoltre per segnalare attività localizzate in vicoli di scarsa visibilità, salvo che costituisca intralcio alla pubblica e privata incolumità, al verde, all'arredo urbano, alle pertinenze stradali e agli spazi pubblici in generale. Tali impianti, da posizionare ad una distanza massima di 30 metri dalle attività cui si riferiscono, devono avere le seguenti dimensioni massime: larghezza 0,70 m e altezza 1,00 m. Possono essere esposti esclusivamente durante l'orario di apertura della attività commerciale pubblicizzata.
3. Può essere autorizzato un solo impianto per attività. Nel caso di presenza di più attività interessate, sarà ammessa un'unica locandina riportante la denominazione delle stesse.

Art.20.8 - Impianti pubblicitari su autoveicoli ad uso speciale-camion vela e auto pubblicitarie (art. 203 del Reg. CdS c. 2 lettera q).

1. La localizzazione dei veicoli pubblicitari è ammessa negli spazi in cui è consentita la sosta, esclusivamente nelle zone 2, 3 e 6 di cui agli articoli 4.2, 4.3 e 4.6, previo ottenimento di specifica autorizzazione, rilasciata dal settore competente; tale atto, in caso di sosta su aree pubbliche, vale anche come autorizzazione per l'occupazione del suolo pubblico.

La sosta potrà avvenire nel rispetto della seguente procedura:

- prima di effettuare la sosta il soggetto incaricato alla diffusione pubblicitaria deve presentare richiesta agli uffici competenti indicando il periodo temporale per cui richiede l'autorizzazione (massimo 90gg);
- se l'istanza è conforme alla normativa vigente in materia, seguirà regolare autorizzazione entro 60 gg dalla data della richiesta;
- entro 48 ore prima (escluso i festivi) dell'esposizione della pubblicità deve presentare una SCIA in cui si ripor-

ta l'ubicazione, il periodo di permanenza e allega la quietanza di pagamento del canone unico patrimoniale;

- durante il periodo di concessione del posteggio non saranno possibili modifiche di alcun tipo;
- copia del medesimo documento di assegnazione delle postazioni e del periodo temporale di riferimento dovrà essere esposto sul veicolo e trasmesso dall'ufficio competente anche al Corpo di Polizia Locale del Comune di Brescia per i necessari controlli e gli adempimenti di competenza.

2. Le distanze minime di tali veicoli rispetto ai vari elementi stradali sono quelle riportate nella tabella di cui all'articolo 18.
3. Per questa tipologia di impianti pubblicitari non è ammesso il messaggio variabile o luminoso.

Art. 20.9 - Cartello vendesi/affittasi

1. Impianto pubblicitario temporaneo consistente in un manufatto bidimensionale, rigido o non, sostenuto da una struttura ancorata a facciate nel caso di vendita o affitto di un intero stabile, esposto su finestre e/o balconi nel caso di vendita o di affitto di singole unità abitative o ancorata al suolo nel caso di vendita o di affitto di terreni.
2. I requisiti geometrici e di posizionamento sono i seguenti:

Dimensione massima	3 mq.
Sagoma	Rettangolare
Illuminazione	Non ammessa
Messaggio variabile	Non ammesso

3. L'autorizzazione potrà essere concessa per un periodo massimo di nove mesi.
4. I cartelli di superficie inferiore a mezzo mq non necessitano di autorizzazione per l'esposizione.
5. Non si applicano le distanze minime indicate nella tabella di cui all'articolo 18.

Art. 20.10 - Altre tipologie temporanee

1. Possono essere autorizzate tipologie di pubblicità temporanea non indicata ai punti precedenti per promuovere eventi e manifestazioni culturali, ovvero per attività promosse da enti pubblici o privati. La durata non potrà precedere di 90 giorni l'inizio dell'evento e non potrà superare la durata dello stesso.

PARTE II - IMPIANTI PER AFFISSIONI CARTACEE

Art.21 - Definizione di impianto pubblicitario per affissioni

1. "Impianto pubblicitario per affissioni" è un manufatto bidimensionale, mono o bi-facciale, avente una struttura di sostegno fissata al suolo o ancorata ad edificazioni, come recinzioni e facciate cieche di edifici, installato stabilmente come supporto per l'esposizione di manifesti cartacei.
2. Per facciata/prospetto ciechi si intende il prospetto di un fabbricato interamente privo di aperture (finestre, porte, vetrine). Qualora il prospetto presenti una porzione significativa, strutturalmente sfalsata rispetto alla restante parte e completamente priva di aperture, questa viene considerata facciata cieca.
3. Il pannello espositivo deve essere costituito da una plancia e da una cornice in lamiera zincata, in vetroresina o altro materiale, purché di tipo rigido e non deperibile, resistente agli agenti atmosferici e di facile manutenzione.

Art.22 - Formati

1. I formati ammessi per i pannelli espositivi degli impianti per affissione, al netto delle cornici, sono fondati sul modulo del foglio standard 70 cm x 100 cm; essi sono indicati nell'elenco che segue e nelle schede grafiche di cui all'allegato A:

Formato F2

Numero fogli: 2
Dimensioni (cm.): 100 x 140;
Superficie (mq.) 1,40
Orientamento: verticale e orizzontale

Formato F4

Numero fogli: 4
Dimensioni (cm.): 140 x 200;
Superficie (mq.) 2,80
Orientamento: verticale e orizzontale

Formato F8

Numero fogli: 8
Dimensioni (cm.): 280 x 200;
Superficie (mq.) 5,60
Orientamento: solo orizzontale

Formato F16

Numero fogli: 16
Dimensioni (cm.): 400 x 280

Superficie (mq.) 11,20
Orientamento: solo orizzontale

Formato F24

Numero fogli: 24
Dimensioni (cm.): 600 x 280
Superficie (mq.) 16,80
Orientamento: solo orizzontale

Art.23 - Tipologie

1. Le tipologie ammesse per gli impianti per affissioni sono indicate negli articoli seguenti e nelle schede grafiche di cui all'allegato A.

Art.23.1 - Tabella

1. "Tabella" è un impianto pubblicitario bidimensionale, monofacciale, costituito da una plancia, da una cornice e da una struttura di sostegno ancorata ad edificazioni, installato stabilmente come supporto per l'esposizione di manifesti.
2. La localizzazione di tabelle per affissioni è ammessa nelle strade di classe I e di classe II e nelle vie riordinate elencate nei precedenti articoli 6.1, 6.2 e 6.3, in presenza di edificazioni fisse, non di pregio, aventi altezza minima di 3 m. e comprese nelle zone 1, 2, 3 e 6.
3. La direzione rispetto al senso di marcia della strada coincide con quella della costruzione a cui la tabella viene ancorata.
4. Caratteristiche geometriche della plancia espositiva:

formati ammessi nelle varie zone:	zona 1: F2 ed F4 zone 2, 3, 6: F2, F4, F8.
altezza minima dal suolo	0,70 mt.
spessore massimo	30 cm

5. Le distanze minime di questa tipologia di impianto dai vari elementi territoriali sono indicate nella tabella di cui al comma 3 del precedente art.18.
6. La collocazione delle tabelle per affissioni deve avvenire preferibilmente all'interno di vani esistenti sul muro della costruzione a cui devono essere ancorate; in particolare, quando trattasi di edifici storici, artistici, di rilevanza architettonica o sottoposti a vincolo monumentale, esse devono essere particolarmente curate, nel rispetto di eventuali prescrizioni dettate dall'ente preposto alla tutela

dell'eventuale vincolo e dal dirigente responsabile del settore competente, supportato dalla conferenza di servizi, e comunque nel rispetto dei principi generali del piano.

Art.23.2 - Stendardo e stendardo gemellato

1. "Stendardo" è un impianto pubblicitario bidimensionale, mono o bi-facciale, costituito da una plancia, da una cornice e da una struttura di sostegno ancorata al suolo, installato stabilmente come supporto per l'esposizione di manifesti.
2. La localizzazione di stendardi per affissioni è ammessa nelle strade di classe I e di classe II nei precedenti articoli 6.1, 6.2 e 6.3.
Il posizionamento è ammesso esclusivamente per i tratti dei margini delle suddette strade che siano adiacenti alle zone 1, 2, 3, 4 e 6.
3. Nella zona 6, sono ammessi stendardi non solo lungo margini stradali, ma anche all'interno dei piazzali adibiti a parcheggio.
4. Caratteristiche geometriche della plancia espositiva:

formati ammessi nelle varie zone:	zona 1 e 4: F4 zona 2, 3 e 6: F4, F8,
altezza dal suolo del margine inferiore per orientamento parallelo alla strada:	0,7 mt.
altezza dal suolo del margine inferiore per orientamento perpendicol. alla strada: - dal suolo	2,20 mt.
spessore massimo	30 cm
illuminazione	Non ammessa

5. E' ammessa l'aggregazione di due stendardi supportanti il formato F4 verticale in un'unica struttura; in tal caso l'impianto viene denominato stendardo gemellato.
6. Nelle strade di classe I, il posizionamento della plancia espositiva deve avvenire parallelamente al senso di marcia dei veicoli e la struttura di sostegno deve essere costituita da due pali, posti alle estremità del pannello espositivo, la cui sezione sia contenuta in un'area quadrata avente lato massimo di 15 cm.;
7. Nelle strade di classe II il posizionamento della plancia espositiva deve avvenire perpendicolarmente al senso di marcia dei veicoli e la struttura di sostegno deve essere costituita

da un palo verticale, la cui sezione sia contenuta in un'area quadrata avente lato massimo di 20 cm;

8. Soluzioni diverse potranno essere valutate solo nell'ambito di progetti di dettaglio, coerentemente con gli indirizzi e le prescrizioni contenute nel precedente capo II e conformemente a quanto previsto nel successivo art. 29.
9. Le distanze minime di questa tipologia di impianto dai vari elementi territoriali sono indicate nella tabella di cui al comma 3 del precedente art.18.
10. Nel caso in cui esistano costruzioni fisse o muri a distanze dalla carreggiata inferiori a quelle prescritte, il posizionamento di impianti paralleli alla carreggiata è ammesso in aderenza con tali edificazioni.

Art.23.3 - Poster

1. "Poster" è un impianto pubblicitario bidimensionale, mono o bi-facciale, costituito da una plancia, da una cornice e da una struttura di sostegno ancorata al suolo o ad edificazioni, installato stabilmente come supporto per l'esposizione di manifesti di grande formato.
2. La localizzazione di poster per affissioni è ammessa nelle strade delle classi I, II e quelle oggetto di riordino, elencate nei precedenti articoli 6.1, 6.2 e 6.3, esclusivamente per i tratti dei margini stradali adiacenti alle zone 3 e 6 e preferibilmente in ancoraggio o in aderenza a recinzioni di tipo chiuso prive di rivestimenti o a pareti cieche di edifici non di pregio. Nella zona 6 sono ammessi poster oltre che lungo i margini stradali, anche all'interno dei piazzali adibiti a parcheggio.
3. Caratteristiche geometriche della plancia espositiva:

formati ammessi:	Zone 3 e 6: F16, F24
altezza dal suolo del margine inferiore per orientamento parallelo alla strada:	0,7 mt.
altezza dal suolo del margine inferiore per orientamento perpendicol. alla strada: - dal suolo	2,20 mt.
spessore massimo	30 cm
Illuminazione	Non ammessa

4. Nelle strade di classe I, il posizionamento della plancia espositiva deve avvenire parallelamente al senso di marcia dei

veicoli e la struttura di sostegno deve essere costituita da due pali, posti alle estremità del pannello espositivo.

5. Nelle strade di classe II il posizionamento della plancia espositiva deve avvenire perpendicolarmente al senso di marcia dei veicoli e la struttura di sostegno deve essere costituita da un palo verticale.
6. Soluzioni diverse potranno essere valutate solo nell'ambito di progetti di dettaglio, coerentemente con gli indirizzi e le prescrizioni contenute nel precedente capo II e conformemente a quanto previsto nel successivo art. 29.
7. Le distanze minime di questa tipologia di impianto dai vari elementi territoriali sono indicate nella tabella di cui al comma 3 del precedente art.18.
8. Nel caso in cui esistano costruzioni fisse o muri a distanze dalla carreggiata inferiori a quelle prescritte, il posizionamento di impianti paralleli alla carreggiata è ammesso in allineamento con tali edificazioni.

PARTE III - IMPIANTI PUBBLICITARI PERMANENTI

Art.24 - Definizione di impianto pubblicitario permanente

- 1 "Impianto pubblicitario permanente" è un manufatto bidimensionale, mono o bi-facciale, avente una struttura di sostegno fissata al suolo o ancorata ad edificazioni e installato stabilmente come supporto per l'esposizione di messaggi pubblicitari e per manifestazioni di pubblico interesse. In questa tipologia rientrano anche gli impianti a messaggio variabile con sistemi digitali governabili da remoto di cui all'art. 28.

Art.25 - Formati

1. I formati ammessi per gli impianti pubblicitari sono indicati nell'elenco che segue e nelle schede di cui all'allegato A:

Formato C2

Dimensioni (cm.)	100 x 150;
Superficie (mq.)	1,50
Orientamento	orizzontale e verticale

Formato C4

Dimensioni (cm.)	200 x 150
Superficie (mq.)	3,00
Orientamento	orizzontale e verticale

Formato C6

Dimensioni (cm.) 200 x 200
 Superficie (mq.) 4,00
 Orientamento -

Formato C8

Dimensioni (cm.) 300 x 200;
 Superficie (mq.) 6,00
 Orientamento solo orizzontale

Formato C16

Dimensioni (cm.) 400 x 300;
 Superficie (mq.) 12,00
 Orientamento solo orizzontale

Formato C24

Dimensioni (cm.) 600 x 300;
 Superficie (mq.) 18,00
 Orientamento solo orizzontale

Art.26 - Tipologie

1. Le tipologie ammesse per gli impianti pubblicitari permanenti sono indicate negli articoli seguenti e nelle schede grafiche di cui all'allegato A.

Art.26.1 - Pannello pubblicitario

1. Impianto pubblicitario bidimensionale, monofacciale, costituito da una plancia, da una eventuale cornice e da una struttura di sostegno ancorata in aderenza ad edificazioni e priva di appoggio al suolo, installato stabilmente come supporto per l'esposizione di messaggi pubblicitari anche mediante la trasmissione di immagini luminose variabili.
2. La localizzazione dei pannelli pubblicitari è ammessa nelle strade delle classi I, e II e nelle vie riordinate, in presenza di edifici ed edificazioni non di pregio, aventi altezza minima di 3 mt. e compresi nelle zone 1 2, 3 e 6. Non è ammessa l'installazione di pannelli su edifici inagibili.
3. La direzione rispetto al senso di marcia della strada coincide con quella della costruzione a cui il pannello viene ancorato.
4. Caratteristiche geometriche della plancia espositiva:

formati ammessi nelle varie zone	Zona 1: C2, C4 Zona 2: C2, C4, C6 e C8
----------------------------------	---

	zone 3 e 6: C4, C6, C8, C16, C24
altezza minima dal suolo	0,7 mt.
altezza minima dalla quota stradale per impianti a parete con cassonetti luminosi o a messaggio variabile	3,5 mt
spessore massimo	35 cm
illuminazione	diretta e indiretta
messaggio variabile	ammesso

5. I formati indicati nel precedente comma 4, possono essere derogati in presenza di facciata/prospetto ciechi, cioè privi di aperture (finestre, porte, vetrine). Qualora il prospetto presenti una porzione significativa, strutturalmente sfalsata rispetto alla restante parte e completamente priva di aperture, questa viene considerata facciata cieca. In tal caso si prevede che l'impianto possa occupare fino al 70% della parete.
6. Per ogni parete è ammesso un solo pannello non frazionabile, ad eccezione degli edifici produttivi o commerciali con facciate di grande estensione o per le recinzioni cieche dei grandi complessi industriali, ove e' possibile posizionare sequenze di pannelli, fino ad un massimo di tre elementi.
7. La collocazione dei pannelli murali deve avvenire preferibilmente all'interno di vani esistenti sul muro della costruzione a cui devono essere ancorati; in particolare, quando trattasi di edifici storici, artistici, di rilevanza architettonica o sottoposti a vincolo monumentale, essi devono essere particolarmente curati, nel rispetto di eventuali prescrizioni dettate dall'ente preposto alla tutela dell'eventuale vincolo e dal responsabile del settore, supportato dalla conferenza di servizi, e comunque nel rispetto dei principi generali del presente piano.
8. Per gli impianti luminosi e/o a messaggio variabile si applica l'articolo 28.
9. Le distanze minime di questa tipologia di impianto dai vari elementi territoriali sono indicate nella tabella di cui al comma 3 del precedente art.18;

Art.26.2 - Cartello pubblicitario

1. "Cartello pubblicitario" è un impianto pubblicitario bidimensionale, mono o bi-facciale, costituito da una plancia, da una eventuale cornice e da una struttura di sostegno ancorata al suolo, installato stabilmente come supporto per l'esposizione di messaggi pubblicitari.

2. La localizzazione di cartelli pubblicitari è ammessa nelle strade delle classi I e II e nelle vie riordinate, ed esclusivamente per i tratti dei margini stradali adiacenti alle zone 1, 2, 3, 4 e 6.

3. Caratteristiche geometriche della plancia espositiva:

Formati ammessi nelle varie zone per orientamento parallelo alla strada	zona 1 e 4: C4; zona 2: C4, C8 zona 3 e 6: C4, C8, C16, C24;
altezza dal suolo del margine inferiore per orientamento parallelo alla strada:	0,7 mt.
Formati ammessi nelle varie zone per orientamento perpendicolare alla strada:	zona 1 e 4: C4; zona 2: C4, C6, C8 zone 3 e 6: C4, C6, C8, C16, C24;
altezza dal suolo del margine inferiore per orientamento perpendicol. alla strada = dal suolo:	2,20 mt.
spessore massimo	30 cm
illuminazione	Ammessa
Messaggio variabile	Ammesso se previsto nei piani di riordino

4. Nelle strade di classe I il posizionamento della plancia espositiva deve avvenire parallelamente al senso di marcia dei veicoli e la struttura di sostegno deve essere costituita da due pali, posti alle estremità del pannello espositivo, la cui sezione sia contenuta in un'area quadrata avente lato massimo di 15cm.

5. Nelle strade di classe II il posizionamento della plancia espositiva deve avvenire perpendicolarmente al senso di marcia dei veicoli e la struttura di sostegno deve essere costituita da un palo verticale, la cui sezione sia contenuta in un'area quadrata avente lato massimo di 20 cm.

6. Soluzioni diverse potranno essere valutate solo nell'ambito di progetti di dettaglio e in progetti di riordino, coerentemente con gli indirizzi e le prescrizioni contenute nel precedente capo II e conformemente a quanto previsto nel successivo art. 29.

7. Le distanze minime di questa tipologia di impianto dai vari elementi territoriali sono indicate nella tabella di cui al comma 3 del precedente art.18.

8. Non sono ammessi cartelli installati in aderenza a edifici. Sono, invece, ammessi in aderenza ad edificazioni a condizione che non siano più alti delle stesse.

9. Per gli impianti luminosi e/o a messaggio variabile si applica l'articolo 28.

Art.26.3 - Insegne pubblicitarie su tetto

1. "Insegna pubblicitaria su tetto" è un impianto pubblicitario monofacciale o plurifacciale, costituito da lettere scatolate singole la cui struttura di sostegno è ancorata alla sommità di edificazioni ubicate in un luogo diverso dalla sede del soggetto reclamizzato.
2. La localizzazione è ammessa esclusivamente su edifici non vincolati e costruiti dopo il secondo dopoguerra, collocati nelle zone 2 e 3, purché tali zone non siano soggette a vincoli paesaggistico-ambientali.
3. La direzione dell'insegna deve essere parallela a quella della facciata dell'edificio, indipendentemente da come esso sia collocato rispetto alle strade circostanti.
4. Caratteristiche geometriche:

requisiti:	deve essere realizzata con lettere singole.
dimensioni:	l'ingombro deve essere proporzionato ai volumi dell'edificio su cui è collocato e pertanto non deve superare in lunghezza il limite del 70% della lunghezza della facciata ed in altezza il limite del 20% dell'altezza di tutte le pareti che compongono il prospetto dell'edificio e comunque non superiore a 4m, fermo restando la coerenza con le linee architettoniche dell'edificio e con il contesto urbano circostante.
supporti:	strutture metalliche vincolate alla copertura.
Illuminazione:	sia per luce diretta che per luce indiretta
Messaggio variabile:	non ammesso

5. Per gli impianti luminosi si applica l'art. 28.

Art.26.4 - Impianti pubblicitari collocati su paline e pensiline del trasporto pubblico

1. Sulle pensiline del trasporto pubblico possono essere collocati impianti pubblicitari a messaggio fisso o variabile, nelle vie in cui è consentita la pubblicità.

2. Sulle paline del trasporto pubblico possono essere collocati impianti pubblicitari a messaggio fisso nelle vie in cui è consentita la pubblicità.
Per ogni palina è ammesso un solo impianto di superficie pari a quella della palina stessa.
3. Per ogni pensilina sono ammessi fino a due impianti di superficie massima complessiva di mq 4,80.
4. Per gli impianti luminosi e/o a messaggio variabile si applica l'articolo 28.
5. Le distanze minime da applicare rispetto ai vari elementi territoriali sono indicate nella tabella di cui al comma 3 del precedente art.18.

Art. 26.5 - Transenne parapedonali

1. Impianto pubblicitario a messaggio fisso, opaco, monofacciale o bifacciale, di pannello piano, la cui cornice di massimo cm. 4 deve essere, insieme con la struttura di protezione dei pedoni, di norma collocata nelle intersezioni stradali semaforizzate o non. Lo sviluppo dell'impianto lungo i marciapiedi deve obbligatoriamente prevedere aperture in prossimità degli attraversamenti pedonali.
In ogni lato di sviluppo di tale impianto dovrà essere, a cura e spese del titolare dell'autorizzazione, riservato gratuitamente almeno uno spazio alla comunicazione istituzionale.
- 1bis. Per comunicazione istituzionale si intendono tutti i messaggi dell'Amministrazione comunale diretti ad informare i cittadini in merito a proprie attività o servizi nonché ad eventi patrocinati o promossi dal Comune o dalle società ed enti partecipati, che si svolgono sul proprio territorio.
Detto spazio dovrà riportare in modo chiaro e visibile la dicitura "comunicazione istituzionale."
- 1ter. Detto spazio non potrà in alcun modo essere usato per propaganda politica. In particolare, nei tre mesi antecedenti agli appuntamenti elettorali, l'Amministrazione Comunale potrà avvalersi di questo spazio solo per comunicazioni necessarie per attività e servizi di pubblica utilità o strettamente collegate agli eventi di cui al precedente comma 1 bis nonché per comunicazioni di protezione civile. In questi tre mesi ogni ulteriore utilizzo è sospeso.
2. Nelle vie in cui è ammessa la pubblicità l'individuazione degli spazi in cui collocare le transenne parapedonali, dovrà essere valutata esclusivamente nell'ambito di progetti di det-

taglio, coerentemente con gli indirizzi e le prescrizioni contenute nel precedente capo II e conformemente a quanto previsto nel successivo art. 29.

Art. 26.6 - Pubblicità nelle vetrine o all'interno delle stesse mediante monitor, vetrine interattive, proiezioni su telo e simili.

1. Previa autorizzazione è consentita l'apposizione di messaggi a contenuto pubblicitario, anche luminosi e/o a messaggio variabile (con fermo immagine di almeno 10 secondi), sulle vetrine o all'interno delle stesse attività a condizione che i messaggi trasmessi siano inerenti ai prodotti commercializzati all'interno di tali locali.
2. La trasmissione di filmati è consentita solo se espressamente prevista nel titolo autorizzatorio. L'autorizzazione deve essere supportata da parere favorevole della conferenza di servizi con particolare riferimento agli aspetti di sicurezza viabilistica e inquinamento luminoso, coerentemente ai principi del presente piano.
3. Si applica l'art.28 - norme per l'illuminazione

Art.26.7 - Progetti di sponsorizzazione

1. I progetti di sponsorizzazione sono individuati dai settori competenti e approvati dalla Giunta Comunale.
I progetti di sponsorizzazione consentono l'installazione di impianti pubblicitari reclamizzanti la collaborazione da parte di privati.
2. Gli impianti per progetti di sponsorizzazione devono essere localizzati conformemente a quanto previsto dal Codice della strada e in modo da non creare distrazione alla circolazione.

Art.26.8 - Elementi pubblicitari per l'arredo urbano

1. La pubblicità sugli elementi di arredo urbano è subordinata alle specifiche previsioni progettuali negli ambiti della manutenzione, dell'adeguamento e della trasformazione degli spazi pubblici; l'ammissibilità o meno di forme pubblicitarie sugli elementi di arredo, e la definizione delle caratteristiche geometriche, del posizionamento rispetto ai vari elementi territoriali e dei formati è pertanto demandata a studi progettuali di dettaglio, finalizzati al miglioramento della qualità ed alla tutela della sicurezza urbana, la cui congruità deve essere valutata in sede di conferenza di servizi.

2. La localizzazione è ammessa in tutte le zone del territorio comunale, di cui alla parte I del capo II.
3. Gli elementi di arredo urbano possono supportare l'affissione periodica di manifesti o forme di pubblicità permanente, sia a messaggio fisso che variabile.
4. Le distanze minime di tali manufatti rispetto ai vari elementi stradali sono quelle riportate nel successivo articolo 18.
5. L'Amministrazione Comunale, nell'ambito di specifici progetti o piani di riordino all'interno del centro abitato, può derogare alle distanze di cui alla tabella del comma 3 dell'art. 18 fermo restando le esigenze di sicurezza della circolazione stradale

CAPO V - CARATTERISTICHE TECNICO-ESECUTIVE E PIANIFICAZIONE

Art.27 - Caratteristiche strutturali e materiche

1. I mezzi e gli impianti pubblicitari e le relative strutture di sostegno devono essere progettati e realizzati rispettando tutte le prescrizioni di legge, con materiali non deperibili e di facile manutenzione, nonché messi in opera in modo da resistere alla spinta del vento ed agli altri agenti atmosferici. Il rispetto dell'art. 65 del D.P.R. 380/2001 e della normativa antisismica deve essere sempre dimostrato prima dell'inizio lavori. Nel caso di interventi privi di rilevanza nei riguardi della pubblica incolumità dovrà essere prodotta dichiarazione asseverata del progettista (Allegato F D.G.R. 4317 del 15/02/2021). Al termine dell'installazione dovrà essere prodotto il certificato di idoneità statica o il certificato di collaudo. Analoga documentazione dovrà essere prodotta ogni qual volta vengano effettuati interventi strutturali sull'impianto.
2. Per garantire un elevato grado di sicurezza delle strutture ed un buono stato di conservazione dei mezzi e degli impianti pubblicitari, è necessaria una manutenzione periodica degli stessi, a cura e spese del titolare del provvedimento autorizzativo. Il titolare dell'autorizzazione è responsabile della sicurezza, del decoro e dello stato di manutenzione del mezzo/impianto pubblicitario e dei relativi supporti. L'Amministrazione comunale è sollevata da responsabilità civile e penale derivante dall'installazione dei mezzi/impianti pubblicitari. Qualora le suddette strutture costituiscano manufatti la cui realizzazione e posa in opera sia regolamentata da specifiche norme, l'osservanza delle stesse deve essere do-

cumentata. Devono essere rispettate le prescrizioni di cui agli articoli 64, 65 e 67 del D.P.R. 6.6.2001 n.380 e s.m.i.

3. Per quanto riguarda gli impianti pubblicitari permanenti, in mancanza di un modello specificatamente prescritto, la struttura e l'eventuale cornice devono essere verniciate con un colore opaco "grigio micaceo".

Art.28 - Norme per l'illuminazione, uso dei colori e messaggio variabile

1. I mezzi e gli impianti pubblicitari, a seconda delle diverse tipologie, possono essere illuminati sia per luce diretta (con sorgente luminosa interna: cassonetti luminosi, filamenti neon, ecc.), sia per luce indiretta (con sorgente luminosa esterna, frontale o riflessa dal supporto retrostante); il tipo di illuminazione ammessa è indicato per ogni tipologia di impianto.
2. La pubblicità luminosa deve essere effettuata nel rispetto delle norme vigenti in materia di inquinamento luminoso ed in particolare la L.R. Lombardia n.31 del 5.10.2015 e ss.mm.e ii. Non sono ammesse luci intermittenti, né un'intensità luminosa tale da determinare pericolo di abbagliamento. Deve essere posta una particolare attenzione all'utilizzo dei colori rosso e verde. I mezzi e gli impianti pubblicitari posti a meno di 15 metri dal bordo della carreggiata contenenti fonti luminose fisse di colore verde e/o rosso, fatta eccezione per le farmacie ed i posti di pronto soccorso, devono rispettare le seguenti distanze minime:
 - all'esterno del centro abitato: 300 metri dalle intersezioni semaforizzate;
 - all'interno del centro abitato: 150 metri dalle intersezioni semaforizzate esclusivamente per le scritte luminose a messaggio variabile.Per il rilascio del titolo autorizzatorio inoltre l'istanza deve essere corredata anche di relazione illuminotecnica che attesti il rispetto della normativa regionale vigente in materia di abbattimento dell'inquinamento luminoso.
3. Il sistema di illuminazione deve essere preferibilmente non collegato alla rete elettrica, utilizzando sistemi di risparmio energetico.
4. Gli impianti luminosi a messaggio variabile fra i quali rientrano anche quelli con sistemi digitali governabili da remoto devono garantire un fermo immagine di almeno 10 secondi, salvo diversa limitazione risultante dal titolo autorizzatorio.
5. Per gli impianti a messaggio variabile l'Amministrazione Comunale si riserva di utilizzare gratuitamente fino ad un massimo

del 10% del tempo giornaliero in cui l'impianto è in funzione per le comunicazioni istituzionali, secondo le indicazioni che verranno fornite di volta in volta dalla stessa con un preavviso minimo di 15 giorni da calendario. Il tempo da dedicare per le comunicazioni istituzionali andrà distribuito in modo uniforme su tutto l'arco della giornata.

5bis. Per comunicazione istituzionale si intendono tutti i messaggi dell'Amministrazione comunale diretti ad informare i cittadini in merito a proprie attività o servizi nonché ad eventi patrocinati o promossi dal Comune o dalle società ed enti partecipati, che si svolgono sul proprio territorio.

Detto spazio dovrà riportare in modo chiaro e visibile la dicitura "comunicazione istituzionale."

5ter. Detto spazio non potrà in alcun modo essere usato per propaganda politica. In particolare, nei tre mesi antecedenti agli appuntamenti elettorali, l'Amministrazione Comunale potrà avvalersi di questo spazio solo per comunicazioni necessarie per attività e servizi di pubblica utilità o strettamente collegate agli eventi di cui al precedente comma 5 bis nonché per comunicazioni di protezione civile. In questi tre mesi ogni ulteriore utilizzo è sospeso.

6. La trasmissione di filmati è consentita solo se espressamente prevista nel titolo autorizzatorio. L'autorizzazione deve essere supportata da parere favorevole della conferenza di servizi con particolare riferimento agli aspetti di sicurezza viabilistica e inquinamento luminoso, coerentemente ai principi del presente piano.

7. Di norma gli impianti luminosi e/o a messaggio variabile devono essere spenti dalle ore 24,00 alle ore 6,00 in tutte le zone fatta salva la zona 1 in cui devono essere spenti dalle ore 23.00 alle ore 7.00, salvo diversa fascia oraria indicata nel provvedimento autorizzatorio.

Art.29 - Progettazione della pubblicità per ambiti territoriali

1. Nell'ambito di piani urbanistici attuativi di iniziativa pubblica o privata (piani di lottizzazione, piani di zona, piani di recupero, ambiti di trasformazione, ecc.), ovvero di progetti di riqualificazione di vie o spazi pubblici (piazze, parchi, tratti di strada, incroci, interventi legati all'arredo urbano, al trasporto pubblico, ecc.), la pubblicità è da considerarsi parte integrante del piano o del progetto e deve pertanto essere specificatamente prevista e progettata; in assenza di piani o progetti di riqualificazione urbana è comunque sempre possibile la redazione di progetti di riordino della pubblicità esistente lungo le strade o in determinati ambiti territoriali, secondo i criteri di cui al comma 2.

2. La progettazione della pubblicità negli ambiti di cui al comma 1, consiste nell'individuazione delle posizioni e nella definizione, preferibilmente per gruppi omogenei, delle caratteristiche tipologiche, geometriche e strutturali dei mezzi e degli impianti pubblicitari, che possono essere anche diversi da quelli prescritti nel presente piano.
- Tale progettazione dovrà tener conto di quanto segue:
- della valutazione del contesto urbano e ambientale;
 - del rispetto e la salvaguardia dei fronti paesaggistici, dei beni architettonici e ambientali con specifico riguardo a quelli soggetti a vincolo monumentale;
 - della classificazione stradale e della velocità di percorrenza per determinare le distanze di rispetto del Codice della Strada;
 - della diversa articolazione della sezione stradale, delle varie tipologie, inclusa la presenza di piste ciclopodoni, marciapiedi, aiuole, etc.;
 - della presenza di elementi di ingombro (con particolare riferimento ad alberi, edicole, mezzi pubblicitari esistenti anche su area privata, pensiline, paline e/o pali tecnologici);
 - della presenza di servizi e/o di sottoservizi;
 - dell'uniformità dei formati e dei sostegni, dell'allineamento delle postazioni, nonché dell'inserimento delle nuove tecnologie.
3. I progetti per la pubblicità sono approvati previa conferenza di servizi dai relativi organismi competenti, ed in particolare, nel caso di piani attuativi o di progetti di riqualificazione pubblica, contestualmente all'approvazione degli stessi a tale approvazione viene pertanto subordinato il rilascio delle autorizzazioni.
4. Il rilascio delle autorizzazioni per l'installazione dei mezzi o impianti pubblicitari rientranti nei casi di cui al presente articolo, è subordinato all'approvazione di cui al comma 3 e deve inoltre essere preceduto da un programma di rimozione degli impianti esistenti, in cui si definiscono i tempi di decadenza dei relativi provvedimenti autorizzativi.
5. L'Amministrazione Comunale, nell'intento di promuovere progetti innovativi, di recupero o di riqualificazione di particolari ambiti territoriali anche correlati a particolari iniziative culturali, può consentire l'installazione di pubblicità secondo progetti specifici. Tali progetti devono essere approvati dalla Giunta Comunale che potrà derogare alle distanze di cui al comma 3 dell'art. 18, alla localizzazione di cui agli articoli 6.1 e 6.2 e ai formati ammessi di cui agli articoli da 4 a 4.8, fermo restando le esigenze di sicurezza della circolazione stradale.

**CAPO VI - AUTORIZZAZIONI, CONCESSIONI, LIMITAZIONI E DIVIETI,
VIOLAZIONI, NORME PARTICOLARI, DISPOSIZIONI FINALI E
TRANSITORIE**

Art. 30- Autorizzazioni

1. L'installazione di ciascun impianto pubblicitario è soggetta ad autorizzazione espressa. Nei casi di mezzi non soggetti ad autorizzazione espressa l'istanza di autorizzazione è sostituita da SCIA (Segnalazione Certificata di Inizio Attività) nel rispetto dei termini e delle condizioni previste dalla legge. La SCIA può essere cumulativa per i diversi mezzi pubblicitari relativi alla medesima attività. La SCIA deve attestare la conformità al presente piano.
2. Il rilascio di autorizzazione ad installare impianti pubblicitari che insistono su suolo pubblico è subordinato alla concessione di occupazione di suolo ai sensi del successivo art. 31.
3. L'istanza di autorizzazione deve essere redatta sull'apposita modulistica. Ogni istanza di autorizzazione deve essere corredata della documentazione prevista dall'art. 40 del "Regolamento per l'applicazione del canone patrimoniale di concessione, autorizzazione o esposizione pubblicitaria", dall'attestazione dell'avvenuto pagamento dei diritti di segreteria nonché l'impegno a depositare eventuali cauzioni. L'istanza deve essere corredata dal progetto tecnico, da una relazione tecnico-illustrativa indicante i materiali utilizzati e le dimensioni dell'impianto. L'impianto non può essere installato prima dell'ottenimento della relativa autorizzazione.
4. In vigenza di autorizzazione ogni eventuale variazione della superficie esposta, delle caratteristiche tecniche e delle dimensioni dell'impianto deve essere preventivamente ed espressamente autorizzata senza modificare il termine di scadenza dell'autorizzazione. Per ottenere l'autorizzazione alla variazione deve essere presentata nuova documentazione tecnica e nuovo collaudo al termine dell'installazione.
5. L'istanza deve essere presentata dall'attività economica direttamente interessata o da operatori pubblicitari regolarmente iscritti alla C.C.I.A.A. e non può riguardare più di un impianto.
6. A seguito dell'inoltro di un'istanza viene rilasciata una ricevuta riportante l'indicazione della data di presentazione, del numero di pratica assegnato e del Responsabile del Procedimento. Il termine di conclusione del procedimento per il rilascio dell'autorizzazione è di 60 giorni decorrenti dalla data di presentazione dell'istanza. È escluso in ogni caso il

rilascio dell'autorizzazione per l'infruttuoso decorso del termine. La richiesta di ulteriore documentazione o chiarimenti sospende i termini. Il termine resta parimenti sospeso nel caso in cui si renda necessario acquisire pareri o provvedimenti relativi a vincoli di legge. Dalla presentazione della documentazione integrativa riprenderà la decorrenza del termine per la conclusione del procedimento. Se l'interessato non fornisce l'integrazione richiesta entro il termine concesso l'istanza sarà diniegata.

7. L'autorizzazione è personale e non cedibile, salvo espresso assenso dell'Amministrazione comunale.
8. L'autorizzazione ha la durata indicata nel provvedimento in relazione alla tipologia di impianto.
9. Per il rinnovo dell'autorizzazione deve essere presentata istanza 60 (sessanta) giorni prima della scadenza del provvedimento. Ogni istanza di rinnovo, ove siano modificate le condizioni originarie, deve essere corredata della stessa documentazione richiesta per l'installazione dell'impianto pubblicitario e dalla dichiarazione del rispetto delle distanze di cui all'art. 18 comma 3. Il rinnovo non è concesso se non conforme alla normativa vigente. La mancata presentazione della domanda di rinnovo entro il termine di cui sopra comporta che l'impianto, dalla data di scadenza dell'autorizzazione, sia abusivo con applicazione del successivo comma 10.
10. La pubblicità effettuata in assenza di autorizzazione, di SCIA o con autorizzazione scaduta è abusiva e come tale sarà oggetto di sanzione e rimozione.
11. L'autorizzazione all'esposizione pubblicitaria è rilasciata facendo salvi gli eventuali diritti di terzi e non esime gli interessati dall'acquisizione del nulla osta di competenza di altri soggetti pubblici o privati.
12. In caso di rilascio di autorizzazione di spazi pubblicitari presso cantieri a fronte di interventi su beni comunali, l'utilizzo dello spazio pubblicitario è subordinato al pagamento del canone unico patrimoniale come previsto dal "Regolamento per l'applicazione del canone patrimoniale di concessione, autorizzazione o esposizione pubblicitaria" approvato con Delibera del Consiglio Comunale n. 8 del 14.01.2021 e s.m.e.i.
13. Non possono essere autorizzati nuovi impianti pubblicitari, su suolo pubblico, nelle vie in cui è ammessa la pubblicità ma non ancora oggetto di riordino.
14. L'autorizzazione è rilasciata a condizione che il richiedente sia in regola con il pagamento dei tributi locali come previsto dal "Regolamento disciplinante misure preventive per so-

stenere il contrasto dell'evasione dei tributi locali" e dal "Regolamento per l'applicazione del canone patrimoniale di concessione, autorizzazione o esposizione pubblicitaria".

15. All'atto della presentazione dell'istanza è obbligatoria la georeferenziazione con coordinate WGIS 84 tramite il portale digitale del Comune. Entro 60 gg dal rilascio del titolo autorizzatorio o del rinnovo dello stesso, l'operatore deve inviare agli uffici competenti una fotografia che rappresenti lo stato di fatto dell'impianto, da tenere agli atti affinché venga evidenziata la conformità al titolo stesso; ogni modifica strutturale richiesta e autorizzata deve essere corredata dai medesimi atti sopra citati.

Art. 31 - Concessioni

1. Per l'installazione di impianti pubblicitari su suolo pubblico, o su beni di proprietà comunale o dati in godimento a terzi o appartenenti al patrimonio indisponibile comunale, il Settore competente rilascia, in conformità a quanto disposto dal presente Piano, apposita concessione.
2. La concessione e la relativa autorizzazione per impianti pubblicitari permanenti sono rilasciate a seguito dell'espletamento di apposita procedura ad evidenza pubblica. In caso di assegnazione per lotti, la loro composizione verrà stabilita in base a criteri di funzionalità ed economicità. Le condizioni e i criteri di assegnazione verranno fissati nella procedura.
3. La concessione comporta:
 - a. il pagamento dell'occupazione di spazi ed aree pubbliche se dovuto;
 - b. il pagamento del corrispettivo d'uso del bene di proprietà comunale;
 - c. la costituzione di deposito cauzionale.
4. La concessione è personale, non è scindibile dall'autorizzazione e non è cedibile, salvo espresso assenso dell'Amministrazione comunale. Avrà la medesima durata dell'autorizzazione.

Art.32 - Installazione, manutenzione e rimozione di mezzi ed impianti pubblicitari

1. L'installazione dei mezzi e degli impianti pubblicitari deve avvenire, a pena di decadenza, entro il termine di novanta giorni dalla data in cui è stata rilasciata l'autorizzazione.
2. È fatto obbligo di:

- a. fissare all'impianto apposita targhetta di identificazione riportante gli estremi dell'autorizzazione, con relativa scadenza, e le caratteristiche dimensionali autorizzate, ai sensi del Regolamento di attuazione del Codice della Strada e del presente Piano;
 - b. mantenere l'impianto pubblicitario e il dispositivo di identificazione in buono stato di manutenzione, conservazione e di sicurezza;
 - c. provvedere alla rimozione di quanto installato ed al ripristino dello stato dei luoghi in caso di scadenza, decadenza o revoca dell'autorizzazione, ovvero per esigenze di pubblico interesse e di utilità pubblica, a seguito di motivata richiesta da parte dal Settore di competenza.
 - d. mantenere installato, in assenza di pubblicità, l'impianto pubblicitario che dovrà avere le dimensioni autorizzate e dovrà riportare il logo identificativo della ditta proprietaria dello stesso.
3. L'installazione di mezzi e impianti pubblicitari prima della presentazione dell'istanza o del rilascio della prescritta autorizzazione comporta, oltre all'applicazione delle sanzioni amministrative e/o tributarie, il rigetto della relativa istanza sino all'avvenuta rimozione, ai sensi dell'articolo 35.

Art.33 - Limitazioni e divieti

1. Conformemente alle indicazioni del codice della strada, i mezzi e gli impianti pubblicitari, per dimensioni, forma, colori, disegno e ubicazione:
 - a. non devono ostacolare la visibilità dei segnali stradali entro lo spazio di avvistamento degli stessi;
 - b. non devono arrecare disturbo visivo agli utenti della strada e distrarne l'attenzione con conseguente pericolo per la sicurezza della circolazione;
 - c. non devono costituire ostacolo o impedimento alla circolazione dei cittadini diversamente abili;
 - d. non devono interferire con impianti tecnologici, servizi pubblici o di pubblica utilità.
2. L'installazione di mezzi e impianti pubblicitari è vietata:
 - a. in posizioni che interferiscano con la panoramicità dei luoghi soggetti a vincolo, in quanto ne diminuiscono il godimento e le visuali prospettiche nonché in posizioni che interferiscano con la prospettiva degli edifici destinati al culto, ai cimiteri e su eventuali muri di cinta degli stessi;
 - b. su fregi, cornici, balaustre, inferriate, elementi architettonici in genere inseriti sulle pareti degli edifici

- storici anche se non vincolati ai sensi del Codice dei Beni Culturali e del Paesaggio;
- c. su balconi, ringhiere e recinzioni con ringhiera fatta eccezione per i cartelli "affittasi/vendesì";
 - d. su alberi o con aggancio agli stessi e, comunque, in posizioni e con modalità tali da pregiudicare lo sviluppo e la tutela degli alberi stessi;
 - e. sulle isole di traffico, e sulle intersezioni canalizzate;
 - f. se producono abbagliamento;
 - g. se dotati di sorgenti sonore, ad eccezione dei veicoli, con le limitazioni previste dalle norme in materia.
3. L'installazione di impianti pubblicitari è vietata:
- a. sugli edifici e nei luoghi di interesse storico artistico o in prossimità di essi, ossia posti entro un'area situata ad una distanza inferiore a 50 mt. dal perimetro del bene vincolato, ove non siano previste specifiche zone di rispetto nei provvedimenti statuenti il vincolo, ferma restando ogni ulteriore norma più restrittiva da parte della Soprintendenza per i Beni Architettonici e per il Paesaggio di Bergamo e Brescia, salvo parere favorevole della conferenza di servizi
 - b. nelle zone sottoposte a vincolo paesaggistico o in prossimità dei beni paesaggistici, salva autorizzazione dell'ufficio preposto alla tutela del vincolo secondo quanto stabilito all'art. 153 del Codice dei Beni Culturali e del Paesaggio;
4. Il posizionamento di impianti e mezzi pubblicitari, ad eccezione delle insegne di cui agli articoli 10.1 e 10.1.1, lungo le strade ove ne è consentita l'installazione, è comunque vietato sensi del Codice della strada nelle seguenti condizioni:
- a. sulle corsie esterne alle carreggiate, sulle cunette e sulle pertinenze stradali di esercizio comprese tra carreggiate contigue di larghezza inferiore a 4 mt.;
 - b. in corrispondenza delle intersezioni, ad eccezione per i segnali turistici e di territorio di cui all'art. 14;
 - c. lungo le curve e sull'area delimitata dalla corda tracciata tra i due punti di tangenza;
 - d. sulle scarpate stradali sovrastanti la carreggiata, se la pendenza è superiore a 45°;
 - e. in corrispondenza dei raccordi verticali concavi e convessi segnalati;
 - f. sui ponti e sottoponti non ferroviari, esternamente al centro abitato;
 - g. sui cavalcavia stradali e loro rampe, esternamente al centro abitato;
 - h. sui parapetti stradali, sulle barriere di sicurezza e sugli altri dispositivi laterali di protezione e di segnalamento, salvo quanto previsto dall'art. 26.5;

5. L'installazione di nuovi impianti pubblicitari su area pubblica è vietata dove non espressamente prevista dai progetti di riordino o da altri progetti specifici approvati dall'Amministrazione Comunale.

Art.34 - Violazioni e vigilanza

1. Chiunque viola le disposizioni del presente piano è soggetto alle norme di cui agli articoli 61 e 62 del "Regolamento per l'applicazione del canone patrimoniale di concessione, autorizzazione o esposizione pubblicitaria" ed alla legislazione vigente in materia (L. 24.11.1981, n.689, art. 23 D.L.vo 30.4.1992, n.285, art. 56 del D.P.R. 16.12.1992, n. 495 e successive modifiche e integrazioni).
2. Ferme restando le competenze degli addetti al Corpo di Polizia Locale, l'attività di vigilanza può essere svolta dal competente Settore sull'intero territorio comunale, cui competono funzioni di controllo e tutti i poteri di rilievo e di accertamento e contestazione necessari per l'applicazione delle sanzioni amministrative previste per legge e dal presente Piano. I suddetti compiti di vigilanza potranno essere svolti da personale adeguatamente formato ed incaricato a norma di legge.

Art. 35 - Sanzioni

1. In caso di collocazione o mantenimento in opera in seguito alla cessazione dell'attività di mezzi o impianti pubblicitari privi di autorizzazione o in difformità della stessa o, comunque, in contrasto con quanto disposto dal presente piano l'Amministrazione Comunale eleva le contravvenzioni e diffida l'autore della violazione e il proprietario o il possessore dell'immobile, nei modi di legge, a rimuovere il mezzo o impianto pubblicitario a loro spese entro e non oltre dieci giorni dalla data di comunicazione del provvedimento. Decorso il suddetto termine, l'Amministrazione Comunale provvede ad effettuare la rimozione del mezzo o impianto 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 dell'immobile. In ogni caso l'Amministrazione Comunale si riserva la possibilità di effettuare l'immediata copertura del messaggio pubblicitario abusivo.
2. In ogni caso, l'Amministrazione Comunale può liberamente disporre dei mezzi pubblicitari rimossi, una volta che sia decorso il termine di sessanta giorni senza che l'autore della violazione, il proprietario o il possessore dell'immobile ne

abbiano richiesto la restituzione. Il predetto termine decorre dalla data della rimozione effettuata d'ufficio.

3. Ove il responsabile dell'installazione/esposizione abusiva non proceda al pagamento delle spese nel termine indicato nella richiesta, al debito relativo si applicherà la procedura per la riscossione coattiva.
4. Nel caso di accertamento di violazione dell'art.28, l'Amministrazione Comunale dispone la sospensione della trasmissione dei messaggi pubblicitari per un mese, alla seconda violazione accertata per il medesimo impianto la sospensione avrà durata di due mesi. Alla terza violazione accertata si applicherà l'art.36.
La riattivazione dell'impianto è subordinata all'impegno al pagamento delle spese sostenute dall'Amministrazione Comunale per l'accertamento della violazione.

Art.36 - Revoca

1. L'autorizzazione e l'eventuale concessione sono revocate quando:
 - a. la permanenza dell'impianto contrasti con sopravvenute esigenze di interesse pubblico;
 - b. l'impianto pubblicitario rechi grave pregiudizio o rappresenti imminente pericolo a persone o cose;
 - c. l'impianto pubblicitario sia di impedimento alla regolare circolazione di veicoli e pedoni o all'esecuzione di lavori pubblici o di pubblico interesse;
 - d. l'autorizzazione sia stata rilasciata sulla base di elementi o dichiarazioni falsi o non veritieri;
 - e. non siano stati rispettati gli obblighi previsti dall'art. 32 comma 2 lettere b) e d) e dall'art. 30 comma 12;
 - f. l'impianto installato risulti difforme da quanto autorizzato. L'autorizzazione rilasciata, infatti, riguarda esclusivamente l'impianto autorizzato come da progetto agli atti;
 - g. in tutti i casi in cui l'autorizzazione contrasti con le limitazioni e divieti del presente Piano;
 - h. sia accertata per la terza volta la violazione dell'art. 28.
2. Contestualmente alla revoca l'Amministrazione Comunale concede al titolare dell'autorizzazione un termine per procedere spontaneamente alla rimozione del mezzo o impianto, scaduto il quale, provvederà ai sensi dell'articolo 35.
3. Qualora si accerti che lo stato di manutenzione non sia più rispondente alle esigenze di decoro, staticità e sicurezza, l'Amministrazione comunale invita il titolare a provvedere tempestivamente e allorché non vi provveda spontaneamente nel termine assegnato, revoca l'autorizzazione e provvede alla ri-

mozione d'ufficio del mezzo/impianto, addebitando le relative spese di rimozione e ripristino.

Art. 37 - Decadenza

1. Sono cause di decadenza dell'autorizzazione:
 - a. la rimozione del mezzo/impianto in assenza di preventiva comunicazione agli uffici competenti;
 - b. la mancata installazione, entro 90 giorni dal rilascio dell'autorizzazione, del mezzo/impianto pubblicitario;
 - c. la cessazione dell'attività da parte della ditta intestataria dell'impianto o mezzo pubblicitario;
 - d. il mancato pagamento del canone dovuto, previa comunicazione dell'ufficio competente relativamente all'importo dovuto per l'annualità o, in caso di rateizzazione, il mancato pagamento di almeno due rate. L'esecutività dell'avviso di accertamento comporta l'avvio del procedimento di decadenza.

Art. 38 - Disposizioni finali e transitorie

1. Per mezzo o impianto pubblicitario non previsto dal presente piano si applicano le prescrizioni indicate per mezzo o impianto pubblicitario individuato come simile.
2. Fino alla definizione delle procedure ad evidenza pubblica di cui al precedente art. 31 c. 2 eventuali richieste di nuove autorizzazioni su suolo, area o beni pubblici ed eventuali richieste di rinnovo di autorizzazioni già rilasciate su suolo, area o beni pubblici verranno evase secondo l'ordine cronologico con cui le stesse pervengono agli uffici competenti.
3. Alle autorizzazioni permanenti relative ad impianti pubblicitari già installati si applica quanto previsto dall'articolo 27 c. 5 del Codice della Strada (D. Lgs. 285/92). Alla scadenza delle stesse sarà possibile presentare richiesta di rinnovo che sarà valutata in conformità alla normativa vigente al momento del rilascio del provvedimento.
4. Per le autorizzazioni in scadenza è possibile richiedere un rinnovo che sarà valutato in conformità alla normativa vigente al momento del rilascio del provvedimento.
5. La conclusione delle procedure a evidenza pubblica di cui al precedente art. 31, comma 2, e la conseguente assegnazione all'aggiudicatario della postazione, o delle postazioni, comporta la decadenza di diritto delle autorizzazioni precedenti riguardanti le posizioni interessate dalle predette procedure. L'approssimarsi della decadenza di diritto dall'autorizzazione di cui al precedente periodo verrà comu-

nicata agli interessati con un preavviso non inferiore a 30 giorni.

Nelle more dell'indizione e dell'espletamento delle predette procedure potranno comunque essere rilasciati titoli autorizzatori di durata inferiore a quella ordinaria di tre anni previsto dall'art. 53 del dpr n. 495/1992.