

COMUNE DI VADO LIGURE
PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI
SOMMARIO

INTRODUZIONE 3

TITOLO 1 - DISPOSIZIONI GENERALI..... 4

1. CAMPO DI APPLICAZIONE..... 4
2. CONSIDERAZIONI..... 4
3. ISTITUZIONE DEL CONCESSIONARIO PER LA PUBBLICITÀ ESTERNA 4
4. REPONSABILITÀ DEL PROCEDIMENTO 5
4. CLASSIFICAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI 5
4.1 DEFINIZIONI..... 5
4.2 DURATA 6
4.3 DESTINAZIONE D'USO..... 7
5. CLASSIFICAZIONE DELLA VIABILITÀ..... 8
5.1 DEFINIZIONI..... 8
5.2 STRADE DEL TERRITORIO COMUNALE..... 9
5.3 DELIMITAZIONE DEL CENTRO ABITATO..... 9
5.4 CENTRO ABITATO: RIDEFINIZIONE DELLE STRADE DI TIPO C / D..... 10
6. DEROGHE ALLE DISTANZE PREVISTE DAL NUOVO CODICE DELLA STRADA..... 10
7. SUDDIVISIONE DEL TERRITORIO IN ZONE OMOGENEE 10
7.1 ZONE SITUATE ENTRO IL LIMITE DEL CENTRO ABITATO 10
7.2 ZONE SITUATE AL DI FUORI DEL CENTRO ABITATO 14
8. CRITERI GENERALI PER LE NUOVE INSTALLAZIONI..... 14
8.1 SICUREZZA..... 14
8.2 DECORO 14
8.3 FUNZIONALITÀ 14
8.4 NORMATIVA 14

TITOLO 2 - LA PUBBLICITA' ESTERNA..... 15

9. PREMESSA..... 16
10. NORME GENERALI DI INSTALLAZIONE..... 16
10.1 FORMA E COLORE..... 16
10.2 MATERIALI..... 16
10.3 STRUTTURA 16
10.4 DISTANZE 16
10.5 ILLUMINAZIONE 17
10.6 POSIZIONAMENTO 17
10.7 LIMITAZIONI E DIVIETI 17
11. DISCIPLINA DELL'INSTALLAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI NELL'AMBITO DEL CENTRO ABITATO, LIMITATAMENTE ALLE STRADE DI TIPO E - F..... 18
11.1 NORMATIVA GENERALE DI ZONA..... 18
11.2 NORMATIVA SPECIFICA E DISCIPLINA DEI MEZZI PUBBLICITARI..... 18

12. DISCIPLINA DELL'INSTALLAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI AL DI FUORI DEL CENTRO ABITATO (O AL SUO INTERNO MA LIMITATAMENTE ALLE STRADE DI TIPO A - B) 20	
12.1	NORMATIVA GENERALE DI ZONA..... 20
12.2	NORMATIVA SPECIFICA E DISCIPLINA DEI MEZZI PUBBLICITARI..... 20
12.3	DIMENSIONI..... 20
12.4	CARATTERISTICHE 20
12.5	UBICAZIONI E POSIZIONAMENTO 20
13. UBICAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI NELLE STAZIONI DI SERVIZIO E NELLE AREE DI PARCHEGGIO..... 23	
14. CARATTERISTICHE ESTETICO-COSTRUTTIVE DEGLI IMPIANTI PER PUBBLICITÀ ESTERNA 23	
15. AUTORIZZAZIONI 23	
15.1	AUTORITÀ COMPETENTE 24
15.2	DOCUMENTAZIONE 24
15.3	RILASCIO DELL' AUTORIZZAZIONE 25
15.4	DURATA 25
15.5	CORRISPETTIVO..... 25
15.6	OBBLIGHI DEL TITOLARE DELL'AUTORIZZAZIONE 25
15.7	TARGHETTE DI IDENTIFICAZIONE 26
15.8	VIGILANZA..... 26
15.9	RIMOZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI ABUSIVI..... 27
15.10	SANZIONI AMMINISTRATIVE..... 27
16. NORME TRANSITORIE 27	
<u>TITOLO 3 - LE PUBBLICHE AFFISSIONI 28</u>	
17. LO STATO ATTUALE 29	
18. CRITERI DI PROGETTO 29	
19. QUANTITÀ E RIPARTIZIONE DELLE SUPERFICI 29	
20. UBICAZIONE..... 31	
21. ASSEGNAZIONE DI SPAZI PER LE AFFISSIONI DIRETTE 31	
22. TIPOLOGIE E CARATTERISTICHE GENERALI DEI NUOVI IMPIANTI PER AFFISSIONE 31	
22.1	DESTINAZIONE D'USO..... 31
22.2	TIPOLOGIE E FORMATI..... 32
22.3	MANUTENZIONE DEGLI IMPIANTI..... 32
23. NORME GENERALI..... 32	
24. ENTRATA IN VIGORE 32	
<u>ALLEGATI..... 33</u>	

INTRODUZIONE

La pubblicità esterna e le pubbliche affissioni sono effettuate nel territorio del Comune di Vado Ligure in conformità al presente "Piano generale degli impianti pubblicitari", successivamente denominato "Piano", adottato in attuazione a quanto stabilito dagli art. 3, 18 e 36 c.8, del D. Lgs. 15 Novembre 1993 n. 507 e dal CAPO III (art. 23) del "Regolamento comunale per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni e per l'effettuazione del relativo servizio"¹, successivamente denominato "Regolamento comunale".

Il presente Piano è articolato in tre parti.

Nella prima parte, denominata [Titolo 1 - Disposizioni generali](#), sono individuati criteri generali ai quali si farà riferimento per tutte le indicazioni riportate nei successivi Titoli.

Nella seconda parte, denominata [Titolo 2 - La pubblicità esterna](#), si determinano gli ambiti del territorio comunale nei quali sono localizzati i mezzi di pubblicità esterna, come dalle definizioni del D. Lgs. 285/1992 (Nuovo Codice della Strada) e relativo Regolamento di esecuzione ed attuazione DPR 16 Dicembre 1992 n. 495, con le modifiche introdotte dal DPR 16 Settembre 1996 n. 610, all'art. 47, e se ne disciplina l'installazione.

Nella terza parte, denominata [Titolo 3 - Le pubbliche affissioni](#), si definiscono invece le caratteristiche, i quantitativi e la localizzazione nel territorio comunale degli impianti per le affissioni pubbliche, in osservanza delle norme previste dal Regolamento comunale.

Fanno inoltre parte del Piano i documenti allegati al presente volume "Norme di attuazione", ovvero la documentazione elencata in [appendice](#).

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

Il Piano è comunque suscettibile di variazioni e/o integrazioni, con cadenza annuale, da parte della Giunta Comunale e su proposte o pareri del Responsabile del procedimento per la pubblicità di cui all'art. [4](#).

Tali modifiche dovranno essere apportate entro il termine di approvazione del bilancio di previsione di ogni anno ed avranno validità a partire dal 1 gennaio dell'anno a cui il bilancio si riferisce.

¹ Regolamento approvato con deliberazione del Consiglio Comunale n. 69 del 22/11/2001 e successivamente modificato con deliberazione consiliare n. 12 del 25/02/2002

TITOLO 1 - DISPOSIZIONI GENERALI

1. CAMPO DI APPLICAZIONE

Le norme contenute nel presente Piano trovano applicazione nel campo dei mezzi della comunicazione pubblicitaria istituzionale, commerciale e privata, così come classificata secondo il D. Lgs. 15 Novembre 1993 n. 507, con esclusione della pubblicità effettuata con veicoli, aeromobili, palloni frenati, messaggi sonori o mediante distribuzione di manifestini o altro materiale pubblicitario e comunque in forma ambulante. Sono altresì esclusi i segni orizzontali reclamistici, così come definiti dall'art. 47 del DPR 16 Dicembre 1992 n. 495, con le modifiche introdotte dal DPR 16 Settembre 1996 n. 610. La segnaletica direzionale di tipo industriale, commerciale, artigianale, installata ai sensi dell'Art. 134 del DPR 16 Dicembre 1992 n. 495 con le modifiche introdotte dal DPR 16 Settembre 1996 n. 610, non è da considerare mezzo pubblicitario (vedi Risoluzione Min. Fin. n. 48/E/IV/7/609 del 1 Aprile 1996, naturalmente ove conforme alle caratteristiche richiamate nella suddetta risoluzione) ma segnaletica stradale verticale per cui il suo utilizzo all'interno del centro abitato non è regolamentato dalle norme contenute nel Piano ma esclusivamente da quanto prescritto dal Nuovo Codice della Strada Art. 39 e relativo Regolamento di esecuzione ed attuazione.

2. CONSIDERAZIONI

La pubblicità esterna, così come classificata successivamente, risulta essere posizionata sul territorio del Comune di Vado ligure in maniera casuale e disordinata, senza criteri modulari e di opportunità. Questa situazione si ripercuote sia sull'immagine urbana sia sull'efficacia stessa dei messaggi contenuti negli spazi pubblicitari. In modo analogo anche gli impianti per le pubbliche affissioni partecipano alla formazione dell'immagine urbana, pertanto gli interventi che saranno adottati, affinché abbiano effetto, dovranno considerare nella loro globalità le varie forme di comunicazione visiva collocate all'esterno. Oltre all'inquinamento visivo, la confusione che ne deriva priva, di fatto, la capacità di comunicazione che dovrebbe avere la pubblicità esterna ed, a maggior ragione, la segnaletica direzionale pubblica e privata. Gli interventi finora fatti dalle aziende operanti nel settore, oppure direttamente dai privati, sembrano dettati più da esigenze momentanee che da interventi programmati e di lunga durata. Oltre a questi aspetti non è inoltre da sottovalutare il fatto che il settore rappresenta, allo stesso tempo, una fonte di entrate tributarie per le casse dell'Amministrazione Comunale ma anche un problema da gestire sotto l'aspetto normativo, urbanistico ed ambientale. In questo contesto si inseriscono quindi le norme del presente Piano, volte a regolamentare e normalizzare le installazioni pubblicitarie recependo le normativa esistente e le direttive dell'Amministrazione Comunale.

3. ISTITUZIONE DEL CONCESSIONARIO PER LA PUBBLICITÀ ESTERNA

Si dispone di affidare ad uno o più concessionari la gestione della pubblicità sulle strutture di arredo urbano e, più in generale, sull'intero territorio comunale. Con l'affidamento in concessione si viene a creare la figura del "Concessionario per la gestione pubblicitaria delle strutture di arredo urbano e pubblicità esterna", avente diritto ad operare nell'installazione e nella gestione delle strutture di arredo urbano e pubblicità esterna, a garanzia e nel pieno rispetto e responsabilità delle norme contenute nel Piano. Il rapporto tra l'Amministrazione Comunale ed il concessionario per la gestione pubblicitaria sarà disciplinato da una convenzione e/o capitolato. Le norme contenute in tale convenzione e/o capitolato potranno essere eventualmente sostitutive oppure integrative a quelle del presente Piano. La situazione di cui sopra conferisce all'Amministrazione, attraverso l'operato della concessionaria, il pieno controllo delle installazioni che insistono sul suolo pubblico ed all'interno della delimitazione del centro abitato. Con l'affidamento della gestione in esclusiva inoltre il concessionario diventa garante nei confronti dell'Amministrazione Comunale, della corretta interpretazione ed applicazione delle norme contenute nel Piano e, soprattutto, poiché più coinvolto rispetto una frammentata realtà composta da molte imprese con pochi impianti, è indotta una più attenta gestione della commessa vista l'importanza che rappresenta per il concessionario.

4. REPONSABILITÀ DEL PROCEDIMENTO

Il procedimento della gestione ed applicazione delle norme del presente Piano viene affidato al Settore Polizia Municipale nella persona del Comandante, per ragioni di opportunità essendo ad egli già affidata la viabilità e l'applicazione e controllo delle norme del Codice della Strada. Il Comandante della Polizia Municipale avrà responsabilità di firma degli atti autorizzativi i quali saranno rilasciati sentito il parere del settore tecnico – urbanistico, se necessario.

I compiti del Responsabile del procedimento saranno:

1. esaminare le domande in ordine progressivo di numero di protocollo di registrazione d'ufficio
2. rilasciare, se dovute, le autorizzazioni od i dinieghi
3. accertare la conformità della documentazione tecnica a quanto [previsto nel presente Piano](#) ed eventualmente prevedere la modulistica necessaria richiedendo, se il caso, documentazione integrativa. Tale richiesta interromperà i termini per la conclusione del procedimento
4. proporre le eventuali modifiche al presente Piano se ritenute necessarie per rendere più utile e corretto l'utilizzo di questo strumento
5. convocare direttamente il richiedente e/o la ditta installatrice nell'eventuale necessità di acquisire chiarimenti, interrompendo in tal caso i termini per la conclusione del procedimento
6. richiedere, per i casi di installazioni da collocarsi su edifici di particolare interesse storico-artistico, l'eventuale campionatura del materiale impiegato e del colore prescelto
7. prescrivere le modifiche ritenute necessarie affinché gli impianti possano inserirsi adeguatamente ed armoniosamente negli edifici e nell'ambiente
8. istituire e mantenere il Registro delle autorizzazioni

4. CLASSIFICAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI

4.1 DEFINIZIONI

Al fine di definire le modalità di installazione degli impianti pubblicitari, essi sono inizialmente classificati come dall'art. 47 del Regolamento di esecuzione ed attuazione DPR 16 Dicembre 1992 n. 495, con le modifiche introdotte dal DPR 16 Settembre 1996 n. 610. La citata classificazione suddivide le tipologie di impianti pubblicitari nelle seguenti categorie:

Art. 47 Comma 1 - INSEGNA DI ESERCIZIO -

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

Art. 47 Comma 2 - PREINSEGNA -

Si definisce “preinsegna” la scritta in caratteri alfanumerici, completata da freccia di orientamento, ed eventualmente da simboli e da marchi, realizzata su manufatto bifacciale e bidimensionale, utilizzabile su una sola o su entrambe le facce, supportato da un'ideale struttura di sostegno, finalizzata alla pubblicizzazione direzionale della sede dove si esercita una determinata attività ed installata in modo da

facilitare il reperimento della sede stessa e comunque nel raggio di 5 Km. Non può essere luminosa, né per luce propria, né per luce indiretta.

Art. 47 Comma 4 - CARTELLO -

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

Art. 47 Comma 5 - STRISCIONE, LOCANDINA E STENDARDO -

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

Art. 47 Comma 6 - SEGNO ORIZZONTALE RECLAMISTICO -

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

Art. 47 Comma 7 - IMPIANTO PUBBLICITARIO DI SERVIZIO –

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

Art. 47 Comma 8 - - IMPIANTI DI PUBBLICITA’ O PROPAGANDA -

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

4.2 DURATA

I mezzi pubblicitari considerati dal Piano e come precedentemente definiti, ad eccezione degli impianti per affissione pubblica, sono ulteriormente classificati in funzione della durata del periodo di esposizione, nelle seguenti due categorie:

Mezzi di pubblicità temporanea: appartengono a questa categoria i mezzi esplicitamente finalizzati all’esposizione di pubblicità relazionata a speciali eventi di durata limitata (3 mesi massimo) quali manifestazioni, spettacoli, mostre, fiere, vendite, offerte promozionali, ecc.. L’esposizione dei messaggi su questi mezzi, che possono essere anche solidamente ancorati al suolo in maniera permanente o ad altre strutture in elevazione, è ammessa solo ed unicamente durante il periodo di svolgimento della manifestazione o evento a cui si riferiscono, oltre che durante i sette giorni precedenti e le 24 ore successive alla stessa.

Mezzi di pubblicità permanente: rientrano in tale categoria i mezzi pubblicitari , vincolati solidamente al suolo o ad altre strutture in elevazione, destinati a costituire un supporto duraturo per l'esposizione di messaggi pubblicitari quali: cartelli, tabelle murali, impianti associati a prestazioni di pubblico interesse, ecc.. E' definito quindi permanente il mezzo che, indipendentemente dal supporto impiegato, abbia durata in opera superiore a 3 mesi per ciascuna autorizzazione richiesta. Le autorizzazioni di mezzi permanenti sono sempre rilasciate in forma precaria e quindi revocabili in qualsiasi momento da parte dell'Amministrazione Comunale per sopravvenute necessità. All'atto del rilascio dell'autorizzazione, gli organi comunali competenti potranno stabilire la durata ammessa per ogni singola installazione che, in ogni caso, come previsto dall'Art. 53 Comma 6 del Regolamento di esecuzione ed attuazione del Nuovo Codice della Strada, avrà durata di anni 3, rinnovabili. Nel caso dell'istituzione della figura del concessionario citato in precedenza, la durata dell'autorizzazione potrà essere legata alla durata della convenzione stipulata.

4.3 DESTINAZIONE D'USO

In aggiunta alla tipologia e durata, un'ultima classificazione dei mezzi pubblicitari identifica gli stessi in funzione della loro destinazione d'uso, che nel Piano risultano essere:

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

Commerciali: sono tutti i mezzi pubblicitari adibiti all'esposizione di messaggi pubblicitari, ovvero intesi alla divulgazione di informazioni, comunicazioni e quant'altro utile alla promozione di un'attività, un prodotto o un servizio.

Al fine di permettere una agevole individuazione delle diverse tipologie di mezzi, secondo la citata classificazione, la seguente tabella riassuntiva riunisce tutte le categorie sopra descritte ed individua la scheda del "Manuale per l'applicazione della normativa" (Allegato 2), parte integrante del Piano, che ne riassume le caratteristiche ai fini autorizzativi.

Tab. 1 – Tabella riassuntiva della classificazione degli impianti

Classificazione (art. 47 D.P.R. 16/9/96 n. 610)	Descrizione	Durata		Destinazione		Numero di scheda del Manuale
		T	P	Ist.	Com	
Comma 2 – PREINSEGNA						
	Si sconsiglia l'utilizzo di questo tipo di mezzo all'interno del centro abitato e di sostituirlo con segnaletica ai sensi dell'Art. 134 D.P.R. 16/9/96 n. 610					
Comma 4 – CARTELLO						
	Cartelli con superficie $\leq 3 \text{ m}^2$	•	•	•	•	1, 2, 3, 4
	Cartelli con superficie $>3\text{m}^2 \leq 18 \text{ m}^2$		•	•	•	5, 6
	Tabelle murali con superficie $\leq 3 \text{ m}^2$		•	•	•	7, 8
	Tabelle murali con superficie $>3\text{m}^2 \leq 18 \text{ m}^2$		•	•	•	9, 10
Comma 5 - STRISCIONE, LOCANDINA E STENDARDO						
	Gonfalone, locandine, bandiere,.....	•	•	•	•	13, 14
Comma 7 - IMPIANTO PUBBLICITARIO DI SERVIZIO						
	Impianti abbinati a pensilina		•	•	•	15
	Impianti adibiti a paline fermata autobus		•	•	•	16
	Impianti abbinati a transenne parapetonali		•	•	•	17
	Impianti abbinati ad elementi di arredo urbano		•	•	•	18
Comma 8 - IMPIANTI DI PUBBLICITA' O PROPAGANDA						
	Impianti speciali		•		•	19
	Cartelli a messaggio variabile		•		•	20
	Pareti o megaposter	•		•	•	21

T = Temporanea; P = Permanente; Ist = Istituzionale; Com = Commerciale

5. CLASSIFICAZIONE DELLA VIABILITÀ

5.1 DEFINIZIONI

L'art. 2 comma 2 del Codice della Strada classifica gli elementi della struttura viaria in funzione delle loro caratteristiche costruttive, tecniche e funzionali nei seguenti tipi:

A) AUTOSTRADE

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

accelerazione. (Lettera così modificata dall'art. 1 del D.Lgs. 10 settembre 1993, n. 360, in vigore dal 1 settembre 1993).

B) STRADE EXTRAURBANE PRINCIPALI

Strada a carreggiate indipendenti o separate da spartitraffico invalicabile, ciascuna con elemento due corsie di marcia e banchina pavimentata a destra, priva di intersezioni a raso, con accessi alle proprietà laterali coordinati, contraddistinta dagli appositi segnali di inizio e fine, riservata alla circolazione di talune categorie di veicoli a motore; per eventuali altre categorie di utenti devono essere previsti opportuni spazi. Deve essere attrezzata con apposite aree di servizio, che comprendano spazi per la sosta, con accessi dotati di corsie di decelerazione e di accelerazione. (Lettera così modificata dall'art. 1 del D.Lgs. 10 settembre 1993, n. 360, in vigore dal 1 settembre 1993).

C) STRADE EXTRAURBANE SECONDARIE

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

D) STRADE URBANE DI SCORRIMENTO

Strada a carreggiate indipendenti o separate da spartitraffico, ciascuna con almeno due corsie di marcia, ed una eventuale corsia riservata ai mezzi pubblici, banchina pavimentata a destra e marciapiedi, con le eventuali intersezioni a raso semaforizzate; per la sosta sono previste apposite aree o fasce laterali estranee alla carreggiata entrambe con immissioni ed uscite concentrate. (Lettera così modificata dall'art. 1 del D.Lgs. 10 settembre 1993, n. 360, in vigore dal 1 settembre 1993).

E) STRADE URBANE DI QUARTIERE

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

F) STRADE LOCALI

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

5.2 STRADE DEL TERRITORIO COMUNALE

L'art.2 del Nuovo Codice della Strada al comma 7 prescrive che le strade di di tipo D, E ed F siano classificate comunali quando sono all'interno dei centri abitati di comuni aventi popolazione superiore ai 10.000 abitanti. Essendo definito il centro abitato del Comune di Vado Ligure, tutti i tronchi di strade provinciali di tipo D, E ed F compresi nella perimetrazione del centro abitato, ai fini del presente Piano, sono classificati come comunali.

5.3 DELIMITAZIONE DEL CENTRO ABITATO

Il centro abitato è definito come insieme di edifici, delimitato lungo le vie di accesso dagli appositi segnali di inizio e fine. Per insieme di edifici si intende un raggruppamento continuo, ancorché intervallato

da strade, terrazze, giardini o simili, costituito da non meno di venticinque fabbricati e da aree di uso pubblici con accessi veicolari o pedonali sulla strada.

Nella cartografia della Zonizzazione del Piano, allegata al presente, è comunque possibile individuare graficamente l'area considerata come centro abitato.

5.4 CENTRO ABITATO: RIDEFINIZIONE DELLE STRADE DI TIPO C / D

Ai fini del presente Piano le strade di tipo C, nel tratto di attraversamento del centro abitato, sono considerate come strade urbane di tipo "E" ed "F".

6. DEROGHE ALLE DISTANZE PREVISTE DAL NUOVO CODICE DELLA STRADA

Sulla base di quanto contenuto nell'art. 23 comma 6 del Nuovo Codice della Strada, i comuni hanno la facoltà di concedere deroghe, all'interno dei centri abitati e limitatamente alle strade di tipo E ed F, alle norme relative alle distanze minime per il posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari, sempre nel rispetto delle esigenze di sicurezza della circolazione stradale. Il Regolamento di esecuzione ed attuazione del Nuovo Codice della Strada, art. 51 comma 4, stabilisce inoltre che la distanza dal limite della carreggiata, all'interno dei centri abitati, è fissata dal Regolamento comunale, semprechè siano rispettate le disposizioni dell'art. 23 comma 1 del Nuovo Codice della Strada. Le distanze si applicano nel senso delle singole direttrici di marcia. Nel caso in cui esistano, a distanza inferiore di quella prevista dalla carreggiata, altre costruzioni o alberi è ammesso il posizionamento in allineamento agli stessi.

Le distanze minime che si applicano all'interno del centro abitato per gli impianti pubblicitari dovranno rispettare le distanze minime ammesse riportate nell'allegato 2 "Manuale per l'applicazione della normativa", secondo la zona omogenea di appartenenza e ad altri parametri dimensionali.

In ogni caso, per impianti paralleli al senso di marcia, è vietato installare in allineamento un numero d'impianti superiore a tre elementi contigui.

In caso di impianti luminosi o illuminati, all'interno del centro abitato, le distanze indicate nell'abaco, ad eccezione di quella dalla carreggiata, sono da aumentare del 50%, con la sola eccezione per le insegne di esercizio.

7. SUDDIVISIONE DEL TERRITORIO IN ZONE OMOGENEE

La suddivisione del territorio comunale in zone omogenee ai fini del rispetto dell'ambiente e dell'arredo urbano, parte dalla delimitazione del centro abitato. La zona definita centro abitato è quindi ulteriormente suddivisa in altre aree.

7.1 ZONE SITUATE ENTRO IL LIMITE DEL CENTRO ABITATO

All'interno di questa delimitazione è possibile distinguere un'ulteriore suddivisione nelle seguenti aree:

Zona A - Zone di attenzione

La zona A è rappresentata dalle zone sottoposte a vincoli ed alle aree di antico impianto.

Rientrano in questa zona le seguenti zone come da PRGC:

- Vincoli Legge 1089/39, 1497/39
- Vincoli 431/85
- Zone agricole di protezione naturale (Apn)

Sono da considerare in questa sia gli edifici vincolati sia le relative aree di pertinenza. Nel caso in cui una struttura sia installata in zona non vincolata ma oscuri la visuale su una parte compresa nella zona A, si riserva la facoltà al Responsabile del procedimento di sottoporre la struttura in questione al rispetto delle norme previste nel Piano per la zona A.

Zona B - Zona di attenzione attenuata

Sono le zone con destinazione prevalente ad attrezzature di pubblico interesse (istruzione, civile, culto, ospedali, cimiteri, impianti sportivi,...), zone verdi.

Rientrano in questa zona le seguenti zone come da PRGC:

- Zone Sp aree per attrezzature pubbliche o di uso pubblico d'interesse urbano, esistenti o previste dal P.R.G. escluse quelle destinate alla sosta

Zona C - Zona a regolamentazione selettiva

Sono le zone contraddistinte da insediamenti residenziali consolidati e le zone destinate a complessi insediativi residenziali, misti, per il terziario (commercio, servizi, alberghi), nonché le zone degli insediamenti consolidati con destinazione prevalentemente produttiva, anche con caratteristiche commerciali e terziarie.

Rientrano in questa zona le seguenti zone come da PRGC:

- Zone residenziali di tipo B con attività commerciali ad alta dipendenza di auto
- Zone Industriali (I)

Zona D - Restante zona di centro abitato

Sono le zone di edilizia prevalentemente residenziale consolidata, rappresentate sul territorio per differenza delle zone su citate e comunque comprese all'interno del centro abitato, che non presentano particolari esigenze di regolamentazione.

Rientrano in questa zona le seguenti zone come da PRGC:

- Zone di conservazione e risanamento (CR)
- Zone di ristrutturazione (R)
- Zone semintensive (S)
- Zone estensive (E)
- Zone agricole tradizionali (Ag)

Zona E - Zone portuali

Sono le zone adibite ai servizi relativi all'area portuale.

Rientrano in questa zona le seguenti zone come da PRGC:

- Zone portuali (P)
- Previsione P.T. delle Coste Porto Pescherecci
- Previsione P.T. delle Coste Porto Turistico

In aggiunta alle zone citate, sempre all'interno del centro abitato, è previsto un circuito utilizzabile per l'inserimento di pubblicità temporanea (locandine, standardi, paline), costituito dalle seguenti posizioni:

1. Via Aurelia quasi Via Trieste (a lato del marciapiede, lungo l'aiuola verde)



2. Via Aurelia fronte n.n. 224 (a lato del marciapiede, lungo l'aiuola verde)



3. Via Aurelia fronte n.c. 18 (lungo l'aiuola verde)



7.2 ZONE SITUATE AL DI FUORI DEL CENTRO ABITATO

Il territorio comunale esterno alla delimitazione del centro abitato rappresenta un'area nella quale sono recepite integralmente le norme di cui all'art. 23 del D. Lgs. 285/1992 (Nuovo Codice della Strada) e relativo Regolamento di esecuzione ed attuazione DPR 16 Dicembre 1992 n. 495, con le modifiche introdotte dal DPR 16 Settembre 1996 n. 610. Oltre a quanto sopra saranno da considerare, qualora esistenti, tutti i vincoli imposti dalla normativa vigente quali ad esempio paesaggistici - ambientali della L. 1497/39 e s.m.i., monumentali ai sensi della L. 1089/39 e s.m.i.. Nell'ambito di questa parte del territorio eventuali nuclei antichi costituiti dalle borgate isolate, gli antichi casali e fattorie di particolare pregio storico vengono assimilati, ai fini del presente Piano, alle zone "B" e pertanto assoggettabili a doppia normativa, cioè quella del codice della strada e della normativa specifica di zona tipo "B".

8. CRITERI GENERALI PER LE NUOVE INSTALLAZIONI

I criteri guida principali presi in considerazione per le norme da adottare nel caso di nuove installazioni, rappresentano elementi di garanzia relativamente ai temi:

- della sicurezza
- del decoro
- della funzionalità
- del rispetto della normativa.

8.1 SICUREZZA

E' necessario garantire che i mezzi pubblicitari non costituiscano, in alcun modo, pericolo o disturbo per la sicurezza stradale, sia per quanto concerne la circolazione veicolare sia per quella pedonale. Particolare attenzione è da rivolgere agli aspetti più propriamente visivi oltreché ai criteri di tipo antinfortunistico, ai quali la progettazione e l'ubicazione si ritiene dovranno conformarsi.

8.2 DECORO

Le norme indicate nel Piano dovranno garantire, per i principi stessi ai quali ci si è ispirati nella sua redazione, che i mezzi pubblicitari presenti sul territorio comunale non si pongano come elementi di disturbo all'estetica dell'ambiente naturale come di quello umano ma al contrario, ove possibile, diventino nel contesto cittadino elementi di arredo urbano che ne arricchiscano il panorama. A questo scopo dovrà essere posta particolare cura da parte del Responsabile del procedimento affinché gli impianti da installare siano tutti omogenei ed uniformi dal punto di vista formale e cromatico, evitando il posizionamento di impianti di formati diversi negli stessi luoghi.

8.3 FUNZIONALITÀ

Particolare attenzione è da rivolgere al tema della fruibilità del contesto urbano. L'obiettivo è quello di garantire che i mezzi pubblicitari non costituiscano impedimento ad un funzionale e razionale utilizzo del territorio e, nello stesso tempo, soddisfare nel miglior modo possibile le peculiari esigenze della realtà locale.

8.4 NORMATIVA

Il ripristino e le nuove installazioni dovranno recepire integralmente la normativa prevista e citata precedentemente, oltre ai criteri ed alle deroghe stabilite nel presente Piano.

TITOLO 2 - LA PUBBLICITA' ESTERNA

9. PREMESSA

In questa seconda parte del Piano sono considerati gli impianti adibiti all'esposizione di messaggi pubblicitari sia sottoforma di cartelli o altra struttura, sia abbinati ad elementi di arredo urbano quali cestini portarifiuti, pensiline fermata autobus, ecc., ovvero quelli classificati dal [comma 2, 4, 5, 7 e 8 dell'art. 47](#) del Regolamento di esecuzione ed attuazione del Nuovo Codice della Strada.

10. NORME GENERALI DI INSTALLAZIONE

Il posizionamento di qualsiasi mezzo pubblicitario, indipendentemente da altre normative, dovrà sempre rispettare le seguenti prescrizioni relative agli argomenti di seguito illustrati:

10.1 FORMA E COLORE

I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari devono avere sagoma rettangolare, che in ogni caso non può essere quella di disco, triangolo o ottagono. L'uso del colore rosso negli spazi pubblicitari è ammesso con particolare cautela.

10.2 MATERIALI

I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari devono essere esclusivamente realizzati con materiali non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici.

10.3 STRUTTURA

Le strutture di sostegno e di fondazione devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento, saldamente realizzate ed ancorate, sia globalmente che nei singoli elementi, con specifico riferimento al D.M. 12-02-82. Nel caso in cui anche il retro della struttura sia esposto alla pubblica vista esso dovrà essere rifinito ed oggetto di manutenzione alla stessa stregua dell'impianto.

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

10.4 DISTANZE

Tutte le distanze che devono essere rispettate dagli impianti pubblicitari saranno misurate dalle estremità degli impianti stessi nella direzione del senso di marcia. Le distanze relative a monumenti ed opere d'arte in genere sono richieste unicamente se l'impianto entra, da qualsiasi posizione, nel campo visivo dell'elemento da rispettare. Tali distanze saranno chieste ed inserite come prescrizione autorizzativa da parte del Responsabile del procedimento che analizzerà il singolo caso, previo nulla osta, ove necessario, da parte della Soprintendenza.

10.5 ILLUMINAZIONE

Tutti gli impianti luminosi dovranno rispettare le norme e le prescrizioni previste in materia di risparmio energetico e di lotta all'inquinamento luminoso.

Nessun impianto potrà avere luce intermittente, né di intensità luminosa superiore a 150 candele per m², o che comunque provochi abbagliamento. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari luminosi devono avere una sagoma rettangolare che, in ogni caso, non può essere quella di disco, triangolo o ottagono.

L'utilizzo della croce rossa luminosa è consentita esclusivamente nelle fattispecie previste dalle specifiche normative. All'interno dei centri abitati, nel caso di impianti luminosi o illuminati, tutte le distanze indicate nel presente Piano dovranno essere aumentate del 50%.

L'impianto elettrico di ciascuna struttura pubblicitaria dovrà essere dotato di una protezione contro i contatti indiretti mediante trasformatore di isolamento di Classe II, di protezione contro i cortocircuiti e i sovraccarichi a mezzo di interruttori magneto - termici che isolino l'impianto elettrico dell'impianto pubblicitario in caso di anomalia, in modo tale da evitare ogni tipo di interferenza sulla linea di alimentazione.

Ogni eventuale scavo che si renda necessario eseguire per l'esecuzione dei collegamenti sarà a carico della ditta richiedente la quale si impegna a ripristinare il suolo a regola d'arte.

10.6 POSIZIONAMENTO

Il posizionamento dei mezzi pubblicitari, dovrà avvenire in modo tale da consentire sempre la perfetta visibilità degli impianti semaforici a partire da una distanza minima di 50 metri. Gli impianti, salvo in casi eccezionali, non potranno essere posti diagonalmente rispetto alla strada. Nel caso in cui per motivi tecnici il posizionamento diagonale sia inevitabile, gli impianti dovranno rispettare le prescrizioni più restrittive.

I mezzi pubblicitari collocati "a bandiera", ovvero posti perpendicolarmente al senso di marcia, qualora non sporgano all'interno della carreggiata, dovranno avere il margine inferiore ad un'altezza non inferiore a m. 2,2 dal piano stradale o dal marciapiede; nel caso in cui prospettino sulla carreggiata, dovranno essere posti ad un'altezza minima dal suolo di m. 5,2. E' comunque vietata l'installazione di mezzi per la pubblicità permanente in corrispondenza di intersezioni, cunette o dossi, sui cavalcavia e loro rampe, sui parapetti stradali, sulle banchine di sicurezza e sugli altri dispositivi laterali di protezione e segnalamento.

10.7 LIMITAZIONI E DIVIETI

Nell'ambito e in prossimità dei luoghi sottoposti a vincoli di tutela di bellezze naturali, paesaggistiche e ambientali non può essere autorizzato il collocamento di cartelli o altri mezzi pubblicitari se non con il previo consenso di cui all'art. 14 della legge 29 Giugno 1939, n. 1497 e s.m.i.. Sugli edifici e nei pressi di luoghi di interesse storico ed artistico, su statue, monumenti, fontane monumentali, mura e porte della città e sugli altri beni di cui all'art. 22 della legge 1 Giugno 1939, n. 1089 e s.m.i., sul muro di cinta e nella zona di rispetto dei cimiteri, sugli edifici adibiti a sede di ospedali e chiese e nelle loro immediate adiacenze, è vietato collocare cartelli ed altri mezzi di pubblicità. Può essere autorizzata l'apposizione, sugli edifici suddetti e sugli spazi adiacenti, di targhe ed altri mezzi di indicazione, di materiale, dimensione e stile compatibile con le caratteristiche architettoniche degli stessi e dell'ambiente nel quale sono inseriti.

Nelle località di cui sopra e sul percorso d'immediato accesso agli edifici può essere invece autorizzata l'installazione, con idonee modalità di inserimento ambientale, dei segnali di localizzazione, turistici e di informazione di cui agli artt. 131-136 del Regolamento emanato con il DPR 16 settembre 1996, n. 610.

E' vietato utilizzare alberi, pali adibiti ad altri usi o strutture provvisorie per l'apposizione di striscioni, standardi, gonfaloni, bandiere, ecc..

Ai sensi dell'art. 51 del Regolamento di attuazione del Nuovo Codice della Strada si stabilisce che all'interno del centro abitato i cartelli e altri mezzi pubblicitari a messaggio variabile, collocati in posizione trasversale al senso di marcia dei veicoli, non potranno avere un periodo di variabilità inferiore a tre minuti tra un messaggio ed il successivo.

11. DISCIPLINA DELL'INSTALLAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI NELL'AMBITO DEL CENTRO ABITATO, LIMITATAMENTE ALLE STRADE DI TIPO E - F

11.1 NORMATIVA GENERALE DI ZONA

In questo capitolo vengono individuati quali mezzi ed impianti pubblicitari possono essere collocati in ciascuna zona territoriale omogenea, come precedentemente identificata, all'interno del centro abitato. In aggiunta a quanto previsto dal Piano, per le strade di tipo A e B e pertinenze comprese, valgono le norme del Codice della Strada e relativo Regolamento di attuazione. Tali prescrizioni saranno illustrate nel prossimo capitolo.

Su tutto il territorio delimitato Centro Abitato, è permessa l'installazione di transenne parapedonali aventi spazio pubblicitario, ai sensi di quanto previsto dall'art. 51 del DPR 16 Dicembre 1992 n. 495, con le modifiche introdotte dal DPR 16 Settembre 1996 n. 610.

Ai fini della segnaletica direzionale privata è consigliato, su tutto il territorio comunale, l'utilizzo delle indicazioni come dall'art. 134 del Regolamento di attuazione e di esecuzione del Nuovo Codice della Strada, in sostituzione all'utilizzo di preinsegne. Questa scelta evita la proliferazione di segnaletica con colori e tipologie varie, situazione che andrebbe a discapito della circolazione stradale. In ogni caso la segnaletica privata non deve creare confusione con la segnaletica stradale pubblica. Se le strutture sono installate su marciapiede, devono essere rispettate le distanze utili previste dai regolamenti per il passaggio di disabili ed in ogni caso non compromettere la funzionalità del marciapiede.

11.2 NORMATIVA SPECIFICA E DISCIPLINA DEI MEZZI PUBBLICITARI

Per quanto riguarda i messaggi pubblicitari esposti su tutto il territorio comunale devono essere assolutamente rispettati i principi di rispetto della dignità, del pubblico pudore, della decenza e di rispetto per la posizione delle persone che frequentano tale zona.

L'Amministrazione Comunale si riserva di consultare l'Autorità sulla Pubblicità per tutte quelle situazioni che presentano motivazioni di oltraggio ai principi di cui sopra ed esposti sull'intero territorio comunale.

Zona A - Zone di attenzione

All'interno di questa area non è ammessa l'installazione dei mezzi pubblicitari considerati nel presente Titolo. Nel caso in cui la struttura sia visibile in prospettiva e copra una parte di zona sottoposta a vincolo, dalla documentazione fotografica da produrre in fase di autorizzazione, si dovrà evincere chiaramente la visuale nei confronti dell'area vincolata.

Zona B - Zona di attenzione attenuata

All'interno di questa zona è permessa l'installazione dei mezzi pubblicitari come deducibile dall'allegato "Manuale per l'applicazione della normativa".

In questa zona è ammessa l'installazione dei seguenti mezzi pubblicitari:

- mezzi per la pubblicità temporanea istituzionale
- mezzi per la pubblicità permanente istituzionale di superficie uguale o inferiore a m^2 3
- impianti pubblicitari commerciali istituzionali o privati di superficie inferiore o uguale a m^2 3
- impianti pubblicitari di servizio di superficie inferiore o uguale a m^2 3

Qualsiasi mezzo o impianto pubblicitario dovrà essere realizzato ed installato in modo da armonizzarsi per forma e colore, con l'ambiente circostante. L'impianto ed il messaggio contenuto dovrà inoltre maggiormente rispettare la morale delle persone frequentanti i luoghi compresi in questa zona, specialmente per chiese, scuole e cimiteri. Anche per questa zona quindi è concessa una maggiore discrezionalità da parte del Responsabile del procedimento nell'esprimere eventuali motivati dinieghi o prescrizioni al rilascio di autorizzazioni.

Zona C - Zona a regolamentazione selettiva

E' ammessa l'installazione di tutti i mezzi pubblicitari classificati nel presente Piano, con particolare attenzione ad evitare un eccessivo affollamento di impianti con superficie espositiva uguale o superiore a m^2 18 per ogni singola facciata. Ai fini della segnaletica privata, particolarmente richiesta in queste aree, si consiglia l'utilizzo di mezzi come da art. 134 del Regolamento di attuazione e di esecuzione del Nuovo Codice della Strada

Zona D - Restante zona di centro abitato

E' ammessa l'installazione di tutti i mezzi pubblicitari classificati nel presente Piano, quindi anche mezzi di pubblicità temporanea privata, con particolare attenzione ad evitare un eccessivo affollamento di impianti con superficie espositiva uguale o superiore a m^2 18 per ogni singola facciata. Come detto in precedenza, ai fini della segnaletica privata particolarmente richiesta in queste aree, si consiglia l'utilizzo di mezzi come definiti all'art. 134 del Regolamento di attuazione e di esecuzione del Nuovo Codice della Strada

Zona E - Zone portuali

In questa zona è ammessa l'installazione dei seguenti mezzi pubblicitari:

- mezzi per la pubblicità temporanea istituzionale
- mezzi per la pubblicità permanente istituzionale di superficie uguale o inferiore a m^2 3
- impianti pubblicitari commerciali istituzionali o privati di superficie inferiore o uguale a m^2 3
- impianti pubblicitari di servizio di superficie inferiore o uguale a m^2 3

Pubblicità temporanea privata

E' ammessa esclusivamente nelle ubicazioni evidenziati in cartografia, in blocchi composti al massimo da n. 10 mezzi distanti m 5 uno dall'altro nel caso di impianti collocati al suolo ed aventi dimensioni massime di cm 100 x 140, mentre per le altre strutture sarà compito del Responsabile del procedimento valutare caso per caso.

12. DISCIPLINA DELL'INSTALLAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI AL DI FUORI DEL CENTRO ABITATO (O AL SUO INTERNO MA LIMITATAMENTE ALLE STRADE DI TIPO A - B)

12.1 NORMATIVA GENERALE DI ZONA

In queste zone è ammessa l'installazione di tutti i mezzi pubblicitari, nel rispetto delle norme di cui al successivo paragrafo e delle limitazioni previste al comma 7 Art. 23 del Nuovo Codice della strada..

12.2 NORMATIVA SPECIFICA E DISCIPLINA DEI MEZZI PUBBLICITARI

I mezzi pubblicitari, come definiti [all'art. 47 del Regolamento di esecuzione ed attuazione](#) dell'art. 23 del Codice della Strada ed al capitolo precedente del presente Piano, al di fuori dei centri abitati ed all'interno degli stessi, ma limitatamente alle strade di tipo A e B, dovranno osservare le prescrizioni stabilite dall'art. 23 del Nuovo Codice della Strada e dagli articoli 48, 49, 50, 51, 52 del relativo Regolamento di attuazione. Tali norme vengono di seguito richiamate, con alcune precisazioni.

12.3 DIMENSIONI

I mezzi pubblicitari non dovranno superare la superficie di m² 6.

12.4 CARATTERISTICHE

I mezzi pubblicitari devono rispettare, oltre quanto previsto nel Nuovo Codice della Strada, le prescrizioni di cui al punto ["Caratteristiche costruttive ed estetiche degli impianti per la pubblicità esterna"](#) e ["Norme generali di installazione"](#).

12.5 UBICAZIONI E POSIZIONAMENTO

Il posizionamento di cartelli e di altri mezzi pubblicitari deve essere autorizzato ed effettuato nel rispetto delle distanze minime indicate all'art. 51 comma 4 del Regolamento di attuazione dell'art. 23 del Nuovo Codice della Strada. Le distanze citate all'indicato comma 2, ad eccezione di quelle relative alle intersezioni ed alla distanza dal limite della carreggiata, non si applicano per i mezzi pubblicitari collocati parallelamente al senso di marcia e/o in aderenza a fabbricati esistenti o come delimitazioni dei cantieri.

Lungo le strade ed in prossimità delle stesse, è ammessa la posa in opera di cartelli o altri mezzi pubblicitari abbinati alla prestazione di servizi utili per gli utenti della strada quali orologi, contenitori per rifiuti, panchine, (negli spiazzati con parcheggio), e pensiline, transenne parapetonali ed altro. Nel caso in cui ciascun cartello abbinato ad un servizio abbia una superficie di esposizione inferiore a 1,5 m² per facciata, non si applicano le distanze rispetto ai cartelli ed agli altri mezzi pubblicitari.

Per quanto riguarda la comunicazione pubblica sono state individuate n. 3 ubicazioni nelle quali collocare, da parte di privati che ne potranno usufruire in parte per l'effettuazione di pubblicità, dei tabelloni a led luminosi. Il privato che provvederà alla fornitura di tali tabelloni dovrà riservare all'Amministrazione pubblica la possibilità di programmare ed inviare messaggi (interruzioni strade, comunicati, ecc). Nello

specifico il rapporto che nascerà sarà regolamentato da un'apposita convenzione. Le ubicazioni suggerite sono le seguenti:

1. Via Aurelia (Porto Vado) da collocare su pali



2. Via Aurelia fronte Stazione ferroviaria



3. Via Aurelia, procedendo verso Savona



oppure in alternativa Via Aurelia pressi bagni Blue Beach



Le ubicazioni dei display potranno subire delle variazioni di posizionamento da valutare anche in fase d'opera a causa di problemi tecnici dovuti, ad esempio, alle dimensioni dell'impianto o alle difficoltà di allacciamento (elettrico, telefonico, ecc.)

13. UBICAZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI NELLE STAZIONI DI SERVIZIO E NELLE AREE DI PARCHEGGIO

Nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio possono essere collocati, fatte salve le prescrizioni previste per le zone omogenee”, cartelli e mezzi pubblicitari la cui superficie complessiva non superi il 5% delle aree occupate dalle stazioni di servizio e dalle aree di parcheggio. Le strutture non dovranno essere collocate lungo il fronte stradale, lungo le corsie di accelerazione e decelerazione e in corrispondenza degli accessi.

Nelle aree di parcheggio è ammessa, in eccedenza alle superfici computate in misura percentuale, la collocazione di altri mezzi pubblicitari abbinati alla prestazione di servizi entro il limite di m² 2 per ogni struttura.

14. CARATTERISTICHE ESTETICO-COSTRUTTIVE DEGLI IMPIANTI PER PUBBLICITÀ ESTERNA

Tutti gli impianti da installare dovranno di massima essere conformi alle seguenti caratteristiche costruttive:

Le strutture (supporti, montanti o sostegni in genere) avranno sezione circolare o simile e dovranno essere realizzate esclusivamente in metallo (preferibilmente alluminio con inserto interno in ferro), verniciati con polveri di poliestere o ossidazione elettrolitica. Le eventuali parti in ferro visibili dovranno essere verniciate previo trattamento di zincatura.

I cartelli utilizzati tramite l'affissione di manifesti dovranno essere dotati di una cornice metallica e di una superficie, per l'affissione del manifesto, in lamiera zincata zenzimir. I cartelli costituiti da una bacheca con anta apribile, siano essi luminosi o no, dovranno essere tamponati con vetro stratificato di spessore minimo mm 6 o, in alternativa, con policarbonato antisfondamento di spessore minimo mm 5.

Tutti gli impianti pubblicitari potranno essere dotati alla sommità di una cimasa idonea a segnalare la tipologia dell'impianto e recante il nome del comune. Nel caso di impianti privati potrà essere inserito il marchio o logotipo della società titolare dell'autorizzazione o concessionaria.

Le caratteristiche tecniche di massima degli impianti sono visibili negli [allegati](#) del presente Piano.

15. AUTORIZZAZIONI

L'installazione di tutti i mezzi pubblicitari è soggetta al rilascio della necessaria autorizzazione.

Quando i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari collocati su una strada sono visibili da un'altra sponda appartenente ad Ente diverso, il rilascio dell'autorizzazione è subordinato al preventivo nulla osta tecnico di quest'ultimo. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari posti lungo le sedi ferroviarie, quando visibili dalla strada, sono soggetti alle disposizioni della presente norma e la loro collocazione viene autorizzata dall'Ente proprietario, previo nulla osta dell'Ente proprietario della strada.

Fermo restando quanto previsto dal presente Piano, l'autorizzazione per l'installazione di impianti pubblicitari su suolo privato comporta il nulla osta da parte del proprietario del suolo o del bene.

Per tutti i mezzi e gli impianti da installare fuori dalla perimetrazione del Centro Abitato, si rimanda interamente alle prescrizioni contenute [nell'art. 53](#) del Regolamento di attuazione dell'art. 23 del Nuovo Codice della Strada.

15.1 AUTORITÀ COMPETENTE

A) Zone esterne al centro abitato

L'autorizzazione al posizionamento di cartelli e di altri mezzi pubblicitari lungo le strade o in vista di esse è rilasciata:

- 1 per le strade e le autostrade statali dalla direzione compartimentale dell'A.N.A.S. competente per territorio o dagli uffici speciali per le autostrade
- 2 per le autostrade in concessione dalla società concessionaria
- 3 per le strade regionali, provinciali, comunali e di proprietà di altri Enti, dalle rispettive amministrazioni
- 4 per le strade militari dal comando territoriale competente

B) Zone comprese entro il Centro Abitato

L'autorizzazione al posizionamento di cartelli o di altri mezzi pubblicitari all'interno dei centri abitati è rilasciata dal comune, previo eventuale nulla-osta tecnico da parte di altri enti proprietari delle strade.

15.2 DOCUMENTAZIONE

Il soggetto interessato al rilascio di un'autorizzazione per l'installazione di altri mezzi pubblicitari, deve presentare la relativa domanda al Responsabile del procedimento allegando in duplice copia:

- Un progetto in scala adeguata delle viste dell'impianto con l'indicazione di materiali e misure e di una planimetria indicante il sito di installazione, comprensiva di rilievo fotografico del contesto urbano adiacente. Per le posizioni su edifici, le fotografie devono essere tali da consentire una completa visione di basamento e facciata, con gli eventuali altri impianti pubblicitari esistenti
- Un'autodichiarazione, redatta ai sensi del D.P.R. 28 Dicembre 2000, n. 445, con la quale si attesti che il manufatto che si intende collocare è realizzato e sarà posto in opera, tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento, in modo da garantire la stabilità e la conformità alle norme previste a tutela della circolazione dei veicoli e delle persone, con assunzione di ogni conseguente responsabilità
- Una relazione tecnica che attesti la conformità dell'installazione da effettuare alle norme del presente Piano
- Nel caso di impianti che utilizzino [circuiti elettrici](#), il progetto va completato con l'autodichiarazione della sua conformità a tutta la normativa vigente in materia
- Il nulla osta tecnico dell'Ente proprietario della strada, se la stessa non è comunale e, o in ogni caso una dichiarazione liberatoria degli eventuali terzi interessati, siano essi soggetti pubblici o privati
- Copia del bozzetto grafico. Se l'autorizzazione viene richiesta per più mezzi aventi lo stesso bozzetto e caratteristiche, è da allegare una sola copia dello stesso

Per l'installazione di più mezzi pubblicitari è presentata una sola domanda ed una sola autodichiarazione. Per successive domande può essere ritenuta valida la prima autodichiarazione presentata.

15.3 RILASCIO DELL'AUTORIZZAZIONE

Il Responsabile del procedimento di cui all'art. 4, entro i 60 giorni successivi, concede o nega l'autorizzazione. Essa dovrà essere intestata al soggetto richiedente. In caso di diniego, questo deve essere motivato. Trascorsi 60 giorni dalla presentazione della richiesta senza che sia stato emesso alcun provvedimento e fatto salvo quanto al successivo paragrafo, l'interessato può procedere all'installazione del mezzo pubblicitario previa presentazione, in ogni caso, della dichiarazione ai fini dell'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del rispetto di tutte le norme necessarie. E' comunque sempre necessario il rilascio del provvedimento autorizzativo da parte del Comune per i mezzi pubblicitari da installare all'interno della zona "B" e/o che richiedono pareri da parte di altri enti (ANAS, Provincia, Sovrintendenza, ecc..), in assenza del quale non è possibile procedere all'installazione del mezzo pubblicitario ancorché decorsi i termini per il consenso tacito. Qualora il soggetto titolare dell'autorizzazione, decorsi almeno tre mesi, fermo restando la durata della stessa, intenda variare il messaggio pubblicitario esposto, per un impianto del tipo permanente, deve farne domanda allegando il bozzetto del nuovo messaggio Responsabile del procedimento, il quale è tenuto a rilasciare l'autorizzazione entro i successivi trenta giorni, decorsi i quali si intende comunque rilasciata.

15.4 DURATA

Salva diversa indicazione, l'autorizzazione all'installazione di cartelli o di mezzi pubblicitari permanenti ha validità per un periodo di tre anni ed è rinnovabile tacitamente per ulteriori tre anni. La successiva proroga dovrà invece essere richiesta, a mezzo raccomandata, entro mesi sei dalla data di scadenza.

15.5 CORRISPETTIVO

Il corrispettivo che il soggetto richiedente deve versare per il rilascio dell'autorizzazione, è determinato in conformità all'elenco prezzi annuale contenuto nel Regolamento Tariffario Comunale e nel Regolamento che prevede il contributo alle spese amministrative per operazioni che non ricadono nei servizi essenziali dell'Ente. Per il [concessionario](#) della gestione della pubblicità su strutture di arredo urbano e pubblicità esterna, il corrispettivo è compreso nella contropartita dell'affidamento della relativa concessione.

15.6 OBBLIGHI DEL TITOLARE DELL'AUTORIZZAZIONE

E' fatto obbligo al titolare dell'autorizzazione di:

- Rispettare nell'effettuare la pubblicità le norme di sicurezza prescritte dai Regolamenti Comunali, dal Nuovo Codice della Strada e dal presente Piano
- Verificare periodicamente il buono stato di conservazione dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari, delle relative strutture di sostegno ed effettuare tempestivamente tutti gli interventi necessari al loro ripristino in caso di danneggiamento, usura, pulizia da fregi o graffiti.
- Adempiere nei tempi richiesti a tutte le prescrizioni impartite dall'Ente competente ai sensi dell'art. 405, comma 1 del Regolamento di esecuzione ed attuazione dell'art. 228 del Nuovo Codice della Strada, al momento del rilascio dell'autorizzazione od anche successivamente per intervenute e motivate esigenze
- Procedere alla rimozione nel caso di scadenza naturale, decadenza o revoca dell'autorizzazione o insussistenza delle condizioni di sicurezza previste all'atto dell'installazione o di motivata richiesta da parte dell'Ente competente al rilascio

- Stipulare idonea polizza assicurativa per la responsabilità civile verso terzi avente durata pari al periodo autorizzato.

E' fatto inoltre obbligo, al titolare dell'autorizzazione rilasciata per la posa di [mezzi temporanei](#), di provvedere alla rimozione degli stessi entro le ventiquattro ore successive alla conclusione della manifestazione o dello spettacolo per il cui svolgimento sono stati autorizzati, ripristinando il preesistente stato dei luoghi ed il preesistente grado di aderenza delle superfici stradali qualora i mezzi non facciano parte di circuiti fissi adibiti all'esposizione di spazi temporanei. In caso di inottemperanza, oltre alla sanzione si incamererà la cauzione.

15.7 TARGHETTE DI IDENTIFICAZIONE

Su ogni cartello o mezzo pubblicitario autorizzato dovrà essere saldamente fissata, a cura e spese del titolare dell'autorizzazione, una targhetta preferibilmente metallica ed incisa oppure serigrafata in modo indelebile, posta in posizione facilmente accessibile e visibile, sulla quale sono riportati i seguenti dati

- Amministrazione rilasciante
- Soggetto titolare
- Numero dell'autorizzazione
- Progressiva chilometrica del punto di installazione (se su strade Statali o Provinciali)
- Data di scadenza dell'autorizzazione

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

15.8 VIGILANZA

Gli enti proprietari delle strade sono tenuti a vigilare, per mezzo del loro personale competente, sulla corretta realizzazione e sull'esatto posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari rispetto a quanto autorizzato. Gli stessi enti sono obbligati a vigilare anche sullo stato di conservazione e sulla buona manutenzione dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari oltre che sui termini di scadenza delle autorizzazioni concesse.

Qualunque inadempienza venga rilevata da parte del personale incaricato della vigilanza, dovrà essere contestata a mezzo di specifico verbale al soggetto titolare dell'autorizzazione che deve procedere entro il termine fissato. Decorso tale termine l'ente proprietario, valutate le osservazioni avanzate dal soggetto, entro quindici giorni, può provvedere d'ufficio, rivalendosi per le spese sul soggetto titolare dell'autorizzazione, oppure procedere alla rimozione dell'impianto in causa.

Limitatamente al disposto dell'art. 23, comma 3, del Nuovo Codice della Strada la vigilanza può essere svolta, nell'ambito delle rispettive competenze, anche da funzionari dei Ministeri dell'Ambiente e dei Beni Culturali, i quali trasmettono le proprie segnalazioni all'Ente proprietario della strada per i provvedimenti di competenza.

Tutti i messaggi pubblicitari e propagandistici che possono essere variati senza autorizzazione ai sensi dell'art. 53, comma 8 e 9, se non rispondenti al disposto dell'art. 23, comma 1, del Nuovo Codice della Strada, devono essere rimossi entro le quarantotto ore successive alla notifica del verbale di contestazione, a cura e spese del soggetto titolare dell'autorizzazione o del concessionario. In caso di inottemperanza si procede d'ufficio rivalendosi per le spese sul soggetto titolare dell'autorizzazione o del concessionario.

Tutti i mezzi, esposti difformemente dalle autorizzazioni rilasciate, dovranno essere rimossi previa contestazione scritta, a cura e spese del soggetto titolare dell'autorizzazione o del concessionario, entro il

termine di quarantotto ore dalla diffida pervenuta. In caso di inottemperanza si procede d'ufficio o tramite il concessionario per la pubblicità, rivalendosi per le spese sostenute sul soggetto titolare dell'autorizzazione.

15.9 RIMOZIONE DEI MEZZI PUBBLICITARI ABUSIVI

Gli impianti installati senza aver inoltrato e/o ottenuto la prevista autorizzazione all'installazione, sono abusivi. Sono da ritenersi abusivi anche quegli impianti per i quali si è provveduto alla revoca dell'autorizzazione o non conformi alle disposizioni del presente Piano.

Ai sensi della Legge 7 Dicembre 1999, n. 472, art. 30, in caso di installazioni abusive o in contrasto con quanto contenuto nel Piano, il Comune diffida l'autore della violazione ed il proprietario o possessore del suolo privato, nei modi di legge, a rimuovere il mezzo pubblicitario a loro spese e non oltre il termine di dieci giorni dalla data di comunicazione dell'atto. Decorso il suddetto termine, il Comune provvede ad effettuare la rimozione del mezzo pubblicitario ed alla sua custodia ponendo i relativi oneri a carico dell'autore della violazione e, in via tra loro solidale, del proprietario o possessore del suolo. Nello stesso modo si procede per la rimozione di mezzi pubblicitari installati nelle zone sottoposte a vincolo o nella zona "B". Nel caso in cui i mezzi pubblicitari siano installati su suolo demaniale ovvero rientrante nel patrimonio del comune o nel caso in cui la loro ubicazione lungo strade e fasce di pertinenza costituisca pericolo per la circolazione, in quanto in contrasto con le disposizioni contenute nel Piano, il Comune esegue senza indugio la rimozione del mezzo pubblicitario. Successivamente alla stessa il comune trasmette la nota delle spese al prefetto che emette ordinanza – ingiunzione di pagamento. Tale ordinanza costituisce titolo esecutivo ai sensi di legge.

15.10 SANZIONI AMMINISTRATIVE

Qualunque violazione del presente Piano, sarà sottoposta alle sanzioni previste dal Regolamento comunale per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e diritto sulle pubbliche affissioni e delle sanzioni previste dal Nuovo Codice della Strada.

16. NORME TRANSITORIE

I mezzi pubblicitari installati sulla base di autorizzazioni in essere all'entrata in vigore del presente Piano e non rispondenti alle disposizioni dello stesso, dovranno essere adeguati alla nuova normativa entro mesi 12 dall'entrata in vigore del presente Piano.

Nel caso in cui l'Amministrazione scelga l'affidamento in [concessione](#) esclusiva della pubblicità sul territorio, le procedure per l'adeguamento di eventuali impianti che non saranno rimossi saranno stabilite in fase di attuazione del contratto di esclusiva.

Per i mezzi pubblicitari per cui, in base alle distanze minime previste, occorre provvedere ad uno spostamento, si procede per ogni lato della strada nella direzione del senso di marcia, effettuando gli spostamenti unicamente negli interspazi risultanti tra i successivi punti di riferimento (intersezioni, segnali stradali, ecc.). Gli impianti pubblicitari autorizzati in precedenza e che non possono più trovare collocazione devono essere rimossi e collocati, se possibile, in altro tratto stradale disponibile solo dopo il rilascio di una nuova autorizzazione per la diversa posizione, fermi restando la durata e gli importi già corrisposti per l'autorizzazione originaria.

TITOLO 3 - LE PUBBLICHE AFFISSIONI

17. LO STATO ATTUALE

In relazione al [Regolamento comunale](#) (D. Lgs. 15 Novembre 1993, n. 507), si è proceduto ad un censimento degli impianti utilizzati per le pubbliche affissioni, effettuato nel mese di Marzo 2003 ed a un successivo adeguamento dell'impiantistica in base ai quantitativi indicati nel Regolamento stesso ed in base alle superfici richieste per la prestazione di un soddisfacente servizio.

Si ritiene di poter affermare che la situazione attuale di copertura del territorio con pubbliche affissioni risulta essere sufficiente come anche il livello di esecuzione del servizio. Esistono zone scoperte dal punto di vista della presenza di impianti. Saranno pertanto soprattutto queste aree ad essere prese in considerazione per l'inserimento di eventuali nuovi impianti..

18. CRITERI DI PROGETTO

Gli impianti dovranno essere collocati in posizioni che consentano la libera e totale visione e percezione del messaggio pubblicitario da tutti i lati utilizzati per l'affissione. Gli impianti dovranno recare una targhetta con l'indicazione COMUNE DI VADO LIGURE - Impianto riservato affissioni (commerciali, istituzionali, necrologi) - numero di individuazione e nel caso di impianti in concessione a privati il nome della ditta titolare della concessione.

Il Regolamento comunale basa la ripartizione delle superfici di affissione tra le seguenti destinazioni d'uso:

- Impianti pubblici da destinare ad affissioni di natura istituzionale
- Impianti pubblici da destinare ad affissioni di natura commerciale
- Impianti da destinare ai privati per le affissioni dirette.

Oltre a quanto sopra gli impianti si differenziano ulteriormente secondo la tipologia costruttiva nelle seguenti classi:

- Stendardo : struttura autoportante mono o bifacciale costituita da piedritti normalmente in metallo, infissi nel terreno ed a sostegno di un pannello in materiale resistente, adatto all'esposizione di manifesti tramite affissione per incollaggio
- Tabella murale struttura monofacciale non autoportante, di norma costituita da cornice in metallo che contiene un pannello di materiale resistente, adatto all'esposizione di manifesti tramite affissione per incollaggio
- Poster : struttura autoportante o tabella murale, mono o bifacciale, avente la particolare dimensione espositiva di cm 600 x 300, ancorata a terra a mezzo di pali in metallo o collocata su muro.

19. QUANTITÀ E RIPARTIZIONE DELLE SUPERFICI

Le superfici destinate alle pubbliche affissioni sono calcolate in maniera proporzionale al numero degli abitanti ed è comunque non inferiore ai 12 m² ogni mille abitanti. Ai sensi del combinato disposto dagli art. 3 e 18 del decreto legislativo n. 507/93, la superficie complessiva degli impianti destinati alle pubbliche affissioni, con riferimento alla popolazione di circa 8.200 unità, non deve essere inferiore a 12 m² x 8,2 Ab= 98,4 m².

La seguente tabella riassume la ripartizione delle superfici:

Tabella riassuntiva superfici pubbliche affissioni

Abitanti 8.200	VALORI PREVISTI DAL D. Lgs. 15/11/93 n. 507	VALORI PREVISTI DAL REGOLAMENTO COMUNALE*	RISULTATI DEL CENSIMENTO	VALORI DI PROGETTO
Superficie ogni 1.000 Ab.	min. 12 m²	min. 12 m²	57,6m²	61,5 m²
Superficie Totale	98,4 m²	96 m² Considerati 8.000 Ab.	460,6 m²	504,6 m²
Superficie Istituzionali	Da prevedere in regolamento	24 m² 25 %	80,5 m² 17 %	86 m² 17 %
Superficie Necrologi	Da prevedere in regolamento	Non indicata, compresa nelle istituzionali	35 m² 8 %	32,2 m² 6 %
Superficie Commerciali	Da prevedere in regolamento	72 m² 75 %	345,1 m² 75 %	386,4 m² 77 %
Superficie Privati	Da prevedere in regolamento	7,2 m² 10 % dei commerciali in eccedenza	Non esistenti	38,6 m² 10 %

* Regolamento approvato con deliberazione del Consiglio Comunale n. 69 del 22/11/2001 e successivamente modificato con deliberazione consiliare n. 12 del 25/02/2002 Art. 20 e 21

20. UBICAZIONE

Gli spazi da destinare alle pubbliche affissioni sono individuati nel presente Piano dall'allegato 5 denominato "Schede di progetto affissioni pubbliche" e possono eventualmente essere ubicati anche su beni di privati, previo consenso dei rispettivi proprietari. L'utilizzo di muri di recinzione, di sostegno, di edifici o altro di proprietà privata non comporta alcun compenso o indennità a favore dei rispettivi proprietari.

21. ASSEGNAZIONE DI SPAZI PER LE AFFISSIONI DIRETTE

Ai sensi dell'Art. 3 del D.lgs. 507/93 e dell'art. 21 del Regolamento comunale, verrà attribuita a soggetti privati, diversi dal Concessionario del pubblico servizio ed in forma concessoria, la facoltà di installare impianti per l'effettuazione di affissioni dirette.

La superficie complessiva assegnabile a tale scopo è, come precedentemente evidenziato, fissata in totale m² 38,6 (pari a circa n. 2 spazi di formato cm 600x300).

Detta superficie non è compresa in quella destinata al servizio pubblico ed è riferita esclusivamente agli impianti di grande formato (poster cm 600x300)

Tali impianti devono essere forniti e collocati a cura e spese del privato richiedente nel rispetto di tutte le norme previste nel presente Piano.

Detti spazi saranno affidati in concessione ai privati mediante la procedura concorsuale della licitazione privata previa predisposizione di apposito capitolato d'oneri che preveda la durata della concessione, l'ammontare del deposito cauzionale, l'obbligo del pagamento di un canone di concessione e della tassa di occupazione spazi e ed aree pubbliche, nonché tutte le disposizioni cautelative con esplicito richiamo alle procedure concernenti le norme ed autorizzazioni relative agli impianti pubblicitari.

22. TIPOLOGIE E CARATTERISTICHE GENERALI DEI NUOVI IMPIANTI PER AFFISSIONE

La suddivisione tra le tipologie di impianti ed il loro utilizzo dovrà essere corrispondente ai seguenti criteri generali:

22.1 DESTINAZIONE D'USO

Relativamente alle affissioni pubbliche, i mezzi pubblicitari sono classificati in funzione della loro destinazione d'uso in:

- **Impianti per affissioni istituzionali / sociali**
Rientrano in questa tipologia gli impianti preposti alla comunicazione, informazione e diffusione di messaggi o iniziative di interesse pubblico, effettuati da enti pubblici o di diritto pubblico o altri enti senza fine di lucro.
- **Impianti per affissione di necrologi**
Rientrano in questa categoria gli impianti che sono utilizzati per le affissioni degli avvisi mortuari, ringraziamenti, ecc.
- **Impianti per affissioni commerciali**
Rientrano in questa tipologia gli impianti adibiti all'esposizione periodica di messaggi pubblicitari.

Gli impianti saranno riservati allo specifico utilizzo, che sarà evidenziato anche nella dicitura "Riservato affissioni (commerciali, istituzionali, necrologi)" riportata sulla cimasa dell'impianto stesso.

22.2 TIPOLOGIE E FORMATI

Gli impianti inseriti nel progetto saranno gli unici spazi sui quali, successivamente all'adozione del Piano in via definitiva, sarà permessa l'affissione di manifesti. I formati utilizzati sono uniformati ai seguenti:

Stendardi: sono composti da pannelli adeguatamente fissati su pali di sostegno a terra. Possono essere utilizzati su di una sola facciata o su entrambe le facce. Le dimensioni di esposizione (base x altezza), sono le seguenti:

cm 140 x 100; cm 140 x 200; cm 200 x 140; cm 600 x 300 (poster)

Tablette murali: sono composte da pannelli adeguatamente fissati al muro. Il loro utilizzo è limitato ad una sola facciata. Le dimensioni di esposizione (base x altezza) sono le seguenti:

cm 140 x 100; cm 140 x 200; cm 200 x 140; cm 600 x 300 (poster)

22.3 MANUTENZIONE DEGLI IMPIANTI

La pulizia degli impianti è effettuata a cura e spese del servizio pubbliche affissioni, con intervalli di tempo non superiori ai sei mesi. La pulizia consiste essenzialmente nella rimozione dello strato di manifesti affissi e nell'eventuale lavaggio dell'impianto. E' sempre cura del concessionario evidenziare situazioni di deterioramento o danni subiti dagli impianti in suo utilizzo, al fine di procedere alla riparazione o sostituzione della struttura. In caso di impianti aventi un'ulteriore spazio pubblicitario abbinato, la manutenzione degli stessi è di competenza dell'azienda che utilizza tale area per l'esposizione di pubblicità.

23. NORME GENERALI

Tutti gli impianti di cui il presente Piano prevede l'installazione si intendono autorizzati con l'approvazione del Piano stesso da parte dell'Amministrazione Comunale, in particolare del nuovo schema distributivo degli impianti per le pubbliche affissioni.

24. ENTRATA IN VIGORE

Il Nuovo schema distributivo delle pubbliche affissioni contenuto nel presente Piano, adottato dall'Amministrazione previo parere del Responsabile del procedimento, entra in vigore dalla data di esecutività del relativo provvedimento di approvazione. Da tale data sono abrogate, ove incompatibili, tutte le disposizioni contenute in altri regolamenti comunali che disciplinano la materia di cui al presente Piano. Il Piano potrà essere sottoposto a revisione annuale per effetto di variazioni demografiche rilevanti, di espansione del centro abitato, dello sviluppo della viabilità e di ogni altra causa rilevante che possa determinare una variazione nella dislocazione degli impianti.

ALLEGATI

- Allegato 1: Cartografia della zonizzazione
- Allegato 2: Manuale per l'applicazione della normativa
- Allegato 3: Schede di censimento affissioni pubbliche
- Allegato 4: Censimento affissioni pubbliche – Riepiloghi e superfici
- Allegato 5: Schede di progetto affissioni pubbliche
- Allegato 6: Progetto affissioni pubbliche – Riepiloghi e superfici
- Allegato 7: Cartografia del progetto affissioni pubbliche
- Allegato 8: Schede di censimento pubblicità esterna
- Allegato 9: Censimento pubblicità esterna – Riepiloghi
- Allegato 10: Caratteristiche tecniche di massima degli impianti