

COMUNE DI SOVERATO

PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI

Norme Tecniche di Attuazione

Norme in deroga all'art. 23 del nuovo Codice della Strada, D. Lgs. 30 aprile 1992 n. 285, testo aggiornato con il D. Lgs. 10 settembre 1993 n. 360 in vigore dal 1 ottobre 1993 e modificato con l'art. 30 L. 07.12.1999 n. 472, integrato con il Regolamento di attuazione e di esecuzione D.P.R. 16 dicembre 1992 n. 495, aggiornato con il D.P.R. 16 settembre 1996 n. 610.

Approvato con Deliberazione del consiglio Comunale n. 7 del 11/02/2010

GENNAIO 2010

INTRODUZIONE	3
CAPO I – DISPOSIZIONI GENERALI	4
ART. 1. OBIETTIVI DEL PIANO	4
ART. 2. AMBITO DI APPLICAZIONE DEL PIANO	4
ART. 3. DEFINIZIONE E CLASSIFICAZIONE DELLE STRADE	4
ART. 4. DEFINIZIONI	6
ART. 5. ZONIZZAZIONE	8
ART. 6. MODIFICHE E AGGIORNAMENTO DEL PIANO	10
ART. 7. ENTRATA IN VIGORE	10
CAPO II – PUBBLICITA' ESTERNA	11
ART. 8. TIPOLOGIE DI PUBBLICITÀ	11
ART. 9. IMPIANTI PUBBLICITÀ ESTERNA	12
ART. 10. DURATA	13
ART. 11. CARATTERISTICHE E NORME TECNICHE	14
ART. 12. DIVIETI E LIMITAZIONI	15
ART. 13. DISCIPLINA GENERALE DI INSERIMENTO	17
ART. 14. COLLOCAMENTO DEGLI IMPIANTI	18
CAPO III – PUBBLICHE AFFISSIONI	20
ART. 15. QUANTITÀ	20
ART. 16. TIPOLOGIE DI PUBBLICHE AFFISSIONI	20
ART. 17. IMPIANTI PUBBLICA AFFISSIONE	20
ART. 18. IDENTIFICAZIONE	21
ART. 19. CARATTERISTICHE E NORME TECNICHE	21
ART. 20. DIVIETI E LIMITAZIONI	22
ART. 21. DISCIPLINA GENERALE DI INSERIMENTO	23
ART. 22. COLLOCAMENTO DEGLI IMPIANTI	23
ART. 23. LOCALIZZAZIONE DEGLI IMPIANTI	25
ART. 24. AFFISSIONE MANIFESTI ISTITUZIONALI	25
ART. 25. AFFISSIONE MANIFESTI PRIVI DI RILEVANZA COMMERCIALE O SOCIALI	25
ART. 26. AFFISSIONE DIRETTA DA PARTE DI ENTI NO-PROFIT	25
ART. 27. AFFISSIONE MANIFESTI FUNEBRI	26
ART. 28. AFFISSIONE DIRETTA. MODALITÀ DI ASSEGNAZIONE	26

INTRODUZIONE

La pubblicità esterna e le pubbliche affissioni sono effettuate nel territorio del Comune di Soverato 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 Decreto Legislativo 15 novembre 1993 n. 507.

Il presente Piano è articolato in tre capi dedicati rispettivamente

- Capo I: alle disposizioni generali;
- Capo II: alla pubblicità esterna, determinando gli ambiti del territorio nei quali sono localizzati i mezzi di pubblicità esterna e disciplinandone l’installazione;
- Capo III: alle pubbliche affissioni, definendo le caratteristiche, i quantitativi e la localizzazione nel territorio comunale degli impianti per le affissioni pubbliche e dirette;

tenuto conto delle esigenze di tutela ambientale, paesaggistica, nonché delle esigenze della circolazione, del traffico e dei principi contenuti nei vigenti strumenti urbanistici.

CAPO I – DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1. Obiettivi del Piano

1. Obiettivo principale del Piano Generale degli Impianti Pubblicitari è regolamentare la tipologia, la quantità e la distribuzione degli impianti pubblicitari su tutto il territorio del Comune di Soverato nel rispetto delle prescrizioni e vincoli imposti dai vigenti strumenti urbanistici e dalle norme generali in materia di installazioni pubblicitarie, con riguardo alle esigenze di carattere sociale, alla concentrazione demografica ed economica, nonché alla tutela ambientale, paesaggistica, della circolazione e del traffico.
2. Il Piano generale degli impianti, oltre ad individuare i parametri distributivi, indica i dettami generali relativamente alle tipologie dei manufatti consentiti ed alle superfici massime ammissibili per tipologia di manufatto e di utilizzo del medesimo.

Art. 2. Ambito di applicazione del Piano

1. Il Piano Generale degli Impianti Pubblicitari, elaborato in conformità ai criteri stabiliti dal D. Lgs. 15 novembre 1993 n. 507 e dal Regolamento, si applica all'intero territorio del Comune di Soverato e disciplina l'inserimento sia temporaneo che permanente degli impianti pubblicitari, siano essi pubblici o privati e degli impianti per le pubbliche affissioni.
2. Le caratteristiche tipologiche, dimensionali ed il posizionamento degli impianti pubblicitari posti fuori dal centro abitato sono regolamentati dal Regolamento di esecuzione del Nuovo Codice della Strada (D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495 e successive modificazioni).

Art. 3. Definizione e classificazione delle strade

1. L'art. 2 comma 2 del Codice della Strada (D. Lgs. 30 aprile 1992 n. 285) classifica gli elementi della struttura viaria in funzione delle loro caratteristiche costruttive, tecniche e funzionali nei seguenti tipi:
 - A) AUTOSTRADA - 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'utenza 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) STRADA EXTRAURBANA PRINCIPALE – 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 da assimilare alle strade di categorie E ed F.
- 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 o 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.
2. In base all'art. 23 del Codice della strada approvato con D. Lgs. 30 aprile 1992 n. 285 (e successive modificazioni) i comuni, all'interno dei centri abitati e limitatamente alle strade di tipo E ed F, hanno la facoltà di concedere deroghe alle norme relative alle distanze minime per il posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari.

Art. 4. Definizioni

Ai fini del presente Piano si definiscono:

1. *Pubblicità esterna*: pubblicità effettuata su impianti privati destinata a promuovere solo ed esclusivamente attività o prodotti di cui è titolare o produttore il proprietario dell'impianto.
2. *Pubbliche affissioni*: la pubblicità direttamente gestita dall'Amministrazione Comunale nelle forme di cui all'art. 17 del presente Piano nonché quella di natura commerciale che tramite le Affissioni Dirette viene gestita direttamente dal proprietario dell'impianto ovvero dal Concessionario del Servizio Affissioni Dirette ove individuato, destinata a reclamizzare attività, prodotti, servizi, eventi e altro anche per conto terzi.
3. *Impianti o mezzi pubblicitari*: i manufatti destinati a supportare messaggi promozionali che in relazione alla natura giuridica del soggetto proprietario dell'impianto medesimo vengono distinti in: Impianti per la Pubblicità Esterna, Impianti per le Pubbliche Affissioni e Impianti per le Affissioni Dirette; e che in relazione alla loro categoria sono suddivisi, dall'art. 47 del Regolamento di esecuzione ed attuazione D.P.R. 16 Dicembre 1992 n. 495, con le modifiche introdotte dall'art. 37 del D.P.R. 16 Settembre 1996 n. 610, in: PREINSEGNA; CARTELLO; STRISCIONE, LOCANDINA E STENDARDO; SEGNO ORIZZONTALE RECLAMISTICO; IMPIANTO PUBBLICITARIO DI SERVIZIO; IMPIANTO DI PUBBLICITA' O PROPAGANDA.
4. *Impianti di pubblica affissione*: impianti o mezzi pubblicitari destinati ad affissioni secondo le forme di cui all'art. 17 del presente Piano distinti in Impianti di pubblica affissione per le affissioni effettuate dal servizio comunale e Impianti per affissioni dirette.
5. *Insegna di esercizio*: categoria di impianto pubblicitario costituita dalla 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.
6. *Preinsegna*: categoria di impianto pubblicitario costituita dalla 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 entrambe le facce, supportato da un' idonea struttura di sostegno, finalizzata alla pubblicizzazione direzionale della sede ove si esercita una determinata attività ed installata in modo da facilitare il reperimento della sede stessa.

7. *Insegna pubblicitaria*: categoria di impianto pubblicitario costituita dalla scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da simboli e da marchi, realizzata e supportata con materiali di qualsiasi natura, non installata nella sede dell'attività a cui si riferisce né nelle pertinenze accessorie alla stessa.
8. *Cartello*: categoria di impianto pubblicitario costituita da 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.
9. *Striscione, locandina e stendardo*: categoria di impianto pubblicitario costituita da un 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 su terreno, può essere realizzata anche in materiale rigido.
10. *Segno orizzontale reclamistico*: categoria di impianto pubblicitario costituita dalla riproduzione sulla superficie stradale, con pellicole adesive, di scritte e caratteri alfanumerici, di simboli e marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici.
11. *Impianto pubblicitario di servizio*: categoria di impianto pubblicitario costituita da qualunque manufatto avente quale scopo primario un servizio di pubblica utilità nell'ambito dell'arredo urbano e stradale (paline fermata bus, pensiline attesa bus, transenne parapetonali, cestini, panchine, quadri planimetrici, orologi o simili) recante uno spazio pubblicitario che può anche essere luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.
12. *Impianto di pubblicità o propaganda*: categoria di impianto pubblicitario costituita da qualunque manufatto finalizzato alla pubblicità o alla propaganda sia di prodotti che di attività e non individuabile secondo le definizioni precedenti, né come insegna di esercizio, né come preinsegna, né come cartello, né come striscione, locandina o stendardo, né come segno orizzontale reclamistico, né come impianto pubblicitario di servizio.
13. *Concessionario del servizio riscossione*: apposita azienda speciale di cui all'art. 113, comma 1 lettera c), del D. Lgs. 18 agosto 2000 n.267, ovvero soggetto iscritto nell'albo prevista dall'art. 32 del D. Lgs. 15 novembre 1993 n. 507, a cui viene affidato, dal Comune, in concessione il servizio di accertamento e riscossione dell'imposta sulla pubblicità.

14. *Concessionario del servizio Affissioni dirette*: azienda o privati che mediante la concessione diretta ottiene in concessione, nel rispetto della tipologia e della quantità di impianti pubblicitari, dall'Amministrazione, l'installazione e la gestione di impianti pubblicitari per l'affissione diretta di manifesti e simili.

Art. 5. Zonizzazione

Ai fini della distribuzione e collocazione degli impianti pubblicitari il territorio Comunale viene suddiviso in zone nel rispetto dei vincoli derivanti dal combinato dell'art. 23 comma 3 del D. Lgs. n. 285/92 (Codice della Strada) e del D. Lgs. 22.01.2004 n. 42 (Codice dei beni culturali e del paesaggio ai sensi dell'art. 10 della Legge 6 Luglio 2002 n. 137). La suddivisione del territorio comunale parte dalla delimitazione del centro abitato individuando:

- A) Zone situate entro il limite del centro abitato;
- B) Zone situate fuori il limite del centro abitato.

Per ciascuna zona il Piano determina:

- a) le singole tipologie di impianti pubblicitari ammesse e non ammesse;
- b) le condizioni per la loro messa in opera;
- c) le limitazioni e le prescrizioni in ordine alle loro dimensioni;
- d) le indicazioni e le limitazioni in merito all'utilizzo di sorgenti luminose.

Per ciascuna zona dovranno comunque essere rispettate, oltre alle indicazioni specifiche riportate negli articoli successivi, tutte le norme indicate al Capo I "Pubblicità sulle strade e sui veicoli" del regolamento di attuazione del Codice della Strada, D.P.R. 16/12/1992 n. 495 (artt. 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 56, 58) e successive modifiche ed integrazioni.

A. ZONE SITUATE ENTRO IL LIMITE DEL CENTRO ABITATO

Zona A1 – Zona di attenzione

Si definiscono zona di attenzione le aree di pregio e valore storico e ambientale, nonché le aree limitrofe ad emergenze architettoniche e le aree destinate a servizi speciali.

Nella Zona A1 – Zona di attenzione sono ammessi i seguenti impianti pubblicitari come definiti all'art. 10 del presente Piano:

- a) totem;
- b) striscione;
- c) locandina, standardo;

- d) transenna parapetonale;
- e) orologio e barometro e simili;
- f) preinsegna;
- g) poster di dimensioni inferiori o pari a mq 6

Sono vietati i seguenti mezzi pubblicitari:

- a) cartello;
- b) impianto a messaggio variabile
- c) segno orizzontale reclamistico;
- d) poster di dimensioni superiori a 6 mq

Zona A2 – Zone a carattere residenziale/commerciale/terziario

Sono le zone a carattere commerciale, industriale e terziario. Contraddistinte da insediamenti residenziali consolidati e aree destinate a complessi insediativi residenziali, misti, per il terziario (commercio, servizi, alberghi), nonché le zone con destinazione prevalentemente produttiva, anche con caratteristiche commerciali e terziarie e ad attrezzature di carattere collettivo e per servizi.

Nella Zona A2 - Zone a carattere residenziale/commerciale/terziario sono ammesse tutti gli impianti pubblicitari definiti all'art. 10 del presente Piano.

Zona A3 – Zone a carattere prevalentemente residenziale

Sono le zone di edilizia prevalentemente residenziale con densità di tipo estensivo e comunque comprese all'interno del centro abitato.

Nella Zona A3 - Zone a carattere prevalentemente residenziale sono ammesse le tipologie di mezzi pubblicitari:

- a) cartello;
- b) totem;
- c) locandina, stendardo;
- d) transenna parapetonale;
- e) orologio e barometro e simili;
- f) preinsegna;
- g) poster con dimensioni inferiori o pari a 6 mq;

Sono vietati i seguenti impianti pubblicitari:

- a) impianto a messaggio variabile;
- b) striscione;

- c) segno orizzontale reclamistico;
- d) poster di dimensioni superiori a 6 mq;

B. ZONE SITUATE FUORI IL LIMITE 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 (Codice della Strada) e relativo Regolamento di esecuzione ed attuazione D.P.R. 16 dicembre 1992 n. 495, con le modifiche introdotte dal D.P.R. 16 settembre 1996 n. 610. Oltre a quanto sopra saranno da considerare, qualora esistenti, tutti i vincoli imposti dalla normativa vigente.

Art. 6. Modifiche e aggiornamento del Piano

Il Piano Generale degli Impianti può essere, adeguato o modificato entro il 31 ottobre di ogni anno, con decorrenza dall'anno successivo a seguito delle variazioni intervenute nella consistenza demografica del Comune, dell'espansione dei centri abitati, dello sviluppo della viabilità e di ogni altra causa rilevante che viene illustrata nella motivazione del provvedimento di modifica.

Art. 7. Entrata in vigore

1. Il presente Piano, adottato con provvedimento del Consiglio Comunale, entra in vigore dalla data di esecutività del relativo provvedimento.
2. Da tale data sono abrogate, ove incompatibili, tutte le disposizioni contenute in altri regolamenti comunali che disciplinano la materia di cui al presente Piano.
3. Tutti gli impianti pubblicitari di vario formato installati sul territorio, sia singolarmente che in gruppi, sprovvisti di regolare autorizzazione in corso di validità, andranno tempestivamente rimossi. In caso di inerzia dei titolari vi provvederà il Comune, o in alternativa, ove individuato, il concessionario del servizio affissioni dirette, dietro espresso provvedimento dell'Autorità competente, con spese a carico dei titolari. Le spese sostenute dalla ditta concessionaria per la rimozione degli impianti abusivi, e dettagliatamente quantificate, verranno alla stessa rimborsate dalla Stazione Appaltante.

CAPO II – PUBBLICITA' ESTERNA**Art. 8. Tipologie di pubblicità**

Ai soli fini del calcolo dell'imposta sulla pubblicità, le tipologie pubblicitarie, in riferimento al D. Lgs. 15 novembre 1993 n. 507 e successive modifiche e integrazioni, sono così classificate:

1. *pubblicità ordinaria* (art. 12): effettuata mediante insegne, cartelli, locandine, targhe, standardi, o qualsiasi altro mezzo non previsto dai successivi punti; Per le definizioni relative alle insegne, targhe, cartelli, locandine, standardi ed altri mezzi pubblicitari si fa riferimento a quelle effettuate dai commi 1, 3, 5, 6, 7 e 8 dell'art. 47 del regolamento emanato con D.P.R. 495/1992, intendendosi compresi negli "altri mezzi pubblicitari" i "segni orizzontali reclamistici" ed esclusi "gli striscioni" disciplinati dalle norme relative alla pubblicità viaria.
2. *pubblicità effettuata con veicoli* (art. 13); è distinta in a) pubblicità visiva effettuata per conto proprio od altrui all'interno ed all'esterno di veicoli in genere, di vetture autofilotranviarie, battelli, barche e simili, di uso pubblico o privato, definita "pubblicità ordinaria con veicoli"; b) pubblicità effettuata per conto proprio su veicoli di proprietà dell'impresa o adibiti ai trasporti per suo conto, compresi i veicoli circolanti con rimorchio, definita "pubblicità con veicoli dell'impresa";
3. *pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni* (art. 14): caratterizzata dall'uso di diodi luminosi, lampadine e simili mediante controllo elettronico, elettromeccanico o comunque programmato in modo da garantire la variabilità del messaggio o la sua visione in forma intermittente, lampeggiante o similare. E' compresa fra la "pubblicità con proiezioni", la pubblicità realizzata in luoghi pubblici o aperti al pubblico attraverso diapositive, proiezioni luminose e cinematografiche effettuate su schermi o pareti riflettenti;
4. *pubblicità varia* (art. 15), effettuata: con striscioni od altri mezzi simili che attraversano strade o piazze ("pubblicità con striscioni"); da aeromobili mediante scritte, striscioni, disegni fumogeni, lancio di oggetti o manifestini, ivi compresa quella eseguita su specchi d'acqua e fasce marittime limitrofi al territorio comunale ("pubblicità da aeromobili"); con palloni frenati e simili ("pubblicità con palloni frenati"); mediante distribuzione, anche con veicoli, di manifestini o di altro materiale pubblicitario, oppure mediante persone circolanti con cartelli od altri mezzi pubblicitari ("pubblicità in forma ambulante"); a mezzo di apparecchi amplificatori e simili ("pubblicità fonica").

Art. 9. Impianti pubblicità esterna

1. Nel presente Piano i mezzi pubblicitari vengono suddivisi, così come dall'art. 47 del Regolamento di esecuzione ed attuazione D.P.R. 16 Dicembre 1992 n. 495, con le modifiche introdotte dall'art. 37 del D.P.R. 16 Settembre 1996 n. 610, nelle seguenti categorie:
 - PREINSEGNA (art. 47, comma 2);
 - CARTELLO (art. 47 comma 4);
 - STRISCIONE, LOCANDINA E STENDARDO (art. 47 comma 5);
 - SEGNO ORIZZONTALE RECLAMISTICO (art. 47 comma 6);
 - IMPIANTO PUBBLICITARIO DI SERVIZIO (art. 47 comma 7);
 - IMPIANTO DI PUBBLICITA' O PROPAGANDA (art. 47 comma 8).

2. Gli impianti di pubblicità esterna che rientrano nelle categorie di cui al comma 1 e consentiti dal presente Piano sono:
 - _ Cartello;
 - _ Impianto a messaggio variabile;
 - _ Totem;
 - _ Striscione;
 - _ Locandina, stendardo;
 - _ Segno orizzontale reclamistico;
 - _ Transenna parapetonale;
 - _ Orologio, barometro e simili;
 - _ Paline orario bus;
 - _ Pensilina attesa viaggiatori;
 - _ Poster;
 - _ Preinsegna;

3. Non rientrano negli impianti disciplinati dal presente Piano i seguenti mezzi pubblicitari:
 - le insegne di esercizio dei negozi, targhe e simili;

- le insegne, targhe e simili, la cui esposizione sia obbligatoria per disposizione di legge o regolamento;
 - le installazioni pubblicitarie poste in opera all'interno dei locali adibiti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi quando la pubblicità esposta si riferisca all'attività negli stessi locali esercitata, nonché i mezzi pubblicitari, esposti nelle vetrine e nelle porte di ingresso dei locali medesimi, purché siano attinenti all'attività in essi esercitata;
 - gli avvisi al pubblico esposti nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei locali, o in mancanza nelle immediate adiacenze del punto di vendita, relativi all'attività svolta, nonché quelli riguardanti la localizzazione e l'utilizzazione dei servizi di pubblica utilità che non superino la superficie di mezzo metro quadrato e quelli riguardanti la locazione o la compravendita degli immobili sui quali sono affissi, di superficie non superiore ad un quarto di metro quadrato;
 - i manufatti adibiti a pubblicità comunque effettuata all'interno, sulle facciate esterne o sulle recinzioni dei locali di pubblico spettacolo, quando si riferisca alle rappresentazioni in programmazione;
 - i manufatti pubblicitari, relativi ai giornali ed alle pubblicazioni periodiche, se esposti sulle sole facciate esterne delle edicole o nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei negozi dove si effettua la vendita;
 - i manufatti destinati ad esposizioni pubblicitarie installati all'interno dei mezzi di trasporto collettivo;
 - i manufatti destinati ad esposizioni pubblicitarie comunque effettuate in via esclusiva dallo Stato e dagli Enti Pubblici Territoriali.
4. Gli impianti pubblicitari di cui al presente Capo II possono essere posizionati in proprietà privata, in proprietà privata soggetta ad uso pubblico, ovvero su suolo pubblico, comunque secondo le prescrizioni dell'art. 51 del D.P.R. 16 settembre 1996 n.610.
5. I mezzi pubblicitari devono essere autorizzati ai sensi dell'art. 2 del Regolamento.

Art. 10. Durata

1. I mezzi pubblicitari considerati dal Piano e come definiti nell'articolo precedente sono ulteriormente classificati in funzione della durata del periodo di esposizione in:

- MEZZI DI PUBBLICITÀ TEMPORANEA finalizzati all'esposizione di pubblicità relazionata a speciali eventi di durata limitata massimo tre mesi, quali manifestazioni, spettacoli, mostre, fiere, vendite, offerte promozionali, ecc. L'esposizione dei messaggi su questi mezzi, che possono essere anche solidamente ancorati al suolo 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 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 a tempo indeterminato per ciascuna autorizzazione richiesta.

Art. 11. Caratteristiche e norme tecniche

Nella messa in opera dei mezzi pubblicitari, così come definiti all'articolo precedente, oltre alla indicazioni contenute nel Codice della Strada art. 23 e nel Capo I del D.P.R. 495/92 e successive modifiche ed integrazioni, devono essere osservate le seguenti indicazioni:

1. Tutti i mezzi pubblicitari devono essere realizzati nelle loro parti strutturali con materiale non deperibile e resistente agli agenti atmosferici oltre che saldamente ancorati alle strutture in modo tale da evitare l'effetto vela.
2. La qualità progettuale ed esecutiva degli impianti destinati alle affissioni dovrà essere curata con particolare attenzione al fine di garantire l'integrazione di tali elementi nell'ambiente urbano e di migliorare l'immagine della città.
3. Le strutture di sostegno e di fondazione devono essere calcolate per resistere alla spinta del vento; devono essere di materiale indeformabile e saldamente realizzate ed ancorate, sia globalmente che nei singoli elementi.
4. I cartelli e gli altri mezzi pubblicitari, devono essere realizzati in materiale avente le caratteristiche di consistenza, durezza, sicurezza e resistenza agli agenti atmosferici. I materiali degli elementi che lo compongono, devono conservare le proprie caratteristiche chimico-fisiche, sotto l'azione delle sollecitazioni termiche degli agenti fisici normalmente operanti e prevedibili nell'ambiente in cui si trovano, conservando inalterate le proprie caratteristiche. Tale requisito deve essere soddisfatto sotto l'azione degli agenti chimici e

biologici presenti normalmente nell'ambiente (aria, acqua, ecc.), nonché sotto l'azione degli usuali prodotti per la pulizia delle superfici.

5. Gli impianti elettrici utilizzati devono essere concepiti e realizzati in modo tale da garantire il massimo grado di sicurezza per il rischio elettrico e per quello delle scariche accidentali; nonché rispondere alle norme CEI in materia ed essere conformi alle disposizioni espresse dalla L. n. 46/1990, dal DPR n. 447/1991 e successive modifiche ed integrazioni, per la realizzazione degli impianti e l'impiego dei materiali secondo regola d'arte.
6. Il sistema di illuminazione può essere realizzato a luce diretta, indiretta o riflessa, e comunque in conformità alle norme di cui alla Legge 5 marzo 1990 n. 46. Le sorgenti luminose devono essere conformi a quanto prescritto dall'art. 50 del D.P.R. 16 dicembre 1992 n. 495, aggiornato con D.P.R. 610/1996.
7. Tutti gli impianti pubblicitari da installare in modo permanente devono rispondere ad un unico criterio progettuale che di massima terrà conto delle seguenti caratteristiche costruttive ed estetiche:
 - le strutture portanti (montanti o sostegni in genere) devono essere realizzate in metallo verniciato con polveri epossidiche;
 - le parti di impianto destinate ad accogliere le affissioni devono essere dotate di una cornice metallica e costituite da una plancia in lamiera zincata;
 - le vetrini apribili (siano esse luminose o no) devono essere chiuse con vetro stratificato di spessore minimo 6 mm o con policarbonato di spessore minimo 5 mm e dotate di serratura.

Art. 12. Divieti e limitazioni

1. Gli impianti pubblicitari devono avere sagoma regolare che in ogni caso non può essere quella di disco e di triangolo e non deve generare confusione con la segnaletica stradale.
2. L'uso dei colori, del colore rosso o di particolari abbinamenti cromatici non deve generare confusione con la segnaletica stradale ad evitare che il colore utilizzato per i cartelli o per altri mezzi pubblicitari costituisca sfondo per segnali stradali causandone una scarsa percettibilità.
3. La croce rossa luminosa è consentita esclusivamente per indicare farmacie, ambulatori e posti di pronto soccorso.

4. Il posizionamento dei mezzi pubblicitari in genere deve avvenire in modo tale da consentire sempre la perfetta visibilità (nel senso di marcia) di semafori, incroci, segnali stradali di pericolo ed attraversamenti pedonali.
5. E' comunque sempre vietata l'installazione di mezzi per la pubblicità (permanente e temporanea) in corrispondenza delle intersezioni, salvo approvazione di piani particolareggiati, lungo le curve nell'area della corda interna tracciata tra i due punti di tangenza, in corrispondenza di cunette o dossi, sui cavalcavia e loro rampe, sui parapetti stradali, sui ponti e sottoponti non ferroviari, sui cavalcavia stradali e loro banchine, sulle banchine di sicurezza e sugli altri dispositivi laterali di protezione e di segnalamento o comunque in modo tale da pregiudicare la sicurezza della circolazione veicolare e pedonale (D.P.R. 495/92 – Regolamento di attuazione del Codice della Strada).
6. Gli impianti posati diagonalmente rispetto all'asse strada devono rispettare le prescrizioni relative agli impianti posti ortogonalmente previste nell'Abaco generale delle distanze.
7. E' vietato utilizzare alberi come supporti pubblicitari.
8. E' vietato utilizzare impianti di segnaletica stradale, pali di illuminazione pubblica o delle reti tecnologiche in genere come supporti pubblicitari.
9. E' vietato l'utilizzo di sistemi di ancoraggio che possano danneggiare i supporti o essere instabili (es. filo di ferro ed altro) per l'esposizione di impianti temporanei.
10. Non è consentita l'apposizione di manifesti al di fuori dei supporti appositamente previsti per tale uso e non contemplati dal Piano.
11. Sono vietate tutte le tipologie di impianti non previsti nel presente piano.
12. Nei cantieri non è consentita l'affissione direttamente sulle recinzioni siano esse realizzate con steccati o lamiera ondulate o reti; l'affissione è consentita solamente su plance realizzate in lamiera e dotate di cornice e poste in opera in sicurezza.
13. La pubblicità su ponteggi di cantieri ed altre strutture di servizio di pertinenza, non può essere eseguita mediante esposizione di manifesti o altro direttamente su steccati, ponteggi o recinzioni ma deve rispondere per tipologia, dimensioni e caratteristiche ad impianti pubblicitari quali teli, tabelle o manufatti posti in aderenza.
14. La pubblicità su ponteggi di cantiere, ed altre strutture di servizio di pertinenza, deve avere la caratteristica di impianto di pubblicità, può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta (illuminato), ovvero gigantografia su tela. La pubblicità su ponteggi edilizi e sulle recinzioni dei grandi cantieri può essere realizzata per la durata dei lavori, e

comunque per un periodo non superiore a sei mesi, utilizzando le caratteristiche sopra riportate su tutta la superficie di una facciata o collocati lungo tutta la recinzione.

15. E' vietata la collocazione di impianti pubblicitari secondo quanto stabilito dall'art. 49.

Saranno comunque sottoposti all'acquisizione del parere preventivo, le richieste di impianti soggetti ai sensi dell'art. 153 del Codice dei beni culturali e del paesaggio, ed ai sensi dell'art. 10 Legge 6 luglio 2002, n.137, nonché del – D. Lgs. 22 gennaio 2004, n. 42 e s.m ed integrazioni-.

16. All'interno del centro storico non è autorizzata l'installazione di insegne, cartelli ed altri mezzi pubblicitari che, su parere della competente Ufficio Comunale, risultino in contrasto con i valori ambientali e tradizionali che caratterizzano le zone predette e gli edifici nelle stesse compresi.





17. Al fine di garantire l'abbattimento delle barriere architettoniche gli impianti posti sui marciapiedi dovranno sempre garantire un passaggio libero ed una zona di circolazione come prescritti dall'art. 20 del D. Lgs. 285/92 e successive modifiche e integrazioni e comunque di larghezza non inferiore a 100 cm.



18. Per quanto non previsto nel presente piano si applicano le disposizioni del Codice della strada.

Art. 13. Disciplina generale di inserimento

1. L'installazione degli impianti pubblicitari all'interno del centro abitato deve essere eseguita nel rispetto dei parametri distributivi indicati nell'Abaco Generale, che definisce, per categoria di strada, il posizionamento.

Tabella 1 – ABACO GENERALE (misure espresse in metri)

DISTANZE IN METRI DA	Strade E		Strade F	
				
Posizione dell'impianto rispetto alla strada				
Prima della segnaletica stradale di pericolo e prescrizione	50* m	50 m	30* m	30 m
Prima di impianti semaforici	50* m	50 m	30* m	30 m
Prima di intersezioni	50 m	50 m	30 m	30 m
Da segnali di indicazione	25* m	25 m	25* m	25 m
Dopo della segnaletica stradale di pericolo e prescrizione	25* m	25 m	25* m	25 m
Dopo di impianti semaforici	25* m	25 m	25* m	25 m
Dopo le intersezioni	25 m	25 m	25 m	25 m
Gallerie e sottopassi	200* m	200 m	100* m	100 m

-  impianto parallelo al senso di marcia dei veicoli
-  impianto perpendicolare al senso di marcia dei veicoli

* per impianti posti parallelamente al senso di marcia dei veicoli e in aderenza, per tutta la loro superficie, ai fabbricati non devono essere rispettate le distanze riportate nella tabella precedente ad eccezione di quelle relative alle intersezioni.

Per l'installazione degli impianti in altre posizioni si rimanda al D.P.R. 16 dicembre 1992 n. 495, art. 51 commi 2 e 4 e successive modifiche e integrazioni.

2. Nelle zone esterne ai centri abitati gli impianti pubblicitari devono rispettare le indicazioni del Regolamento di Attuazione del Nuovo Codice della Strada, D.P.R. 495/92 art. 48 e successive modifiche e integrazioni.
3. L'installazione di impianti pubblicitari in genere, ubicati esternamente ai centri abitati, deve seguire le indicazioni e limitazioni del Regolamento di attuazione del Codice della Strada, D.P.R. 495/92 Art. 51 "Ubicazione lungo le strade e le fasce di pertinenza", commi 1, 2, 3.
4. Il posizionamento dei cartelli e degli altri mezzi pubblicitari fuori dai centri abitati, lungo o in prossimità delle strade ove ne è consentita l'installazione, è comunque vietato nei seguenti punti:
 - a) sulle corsie esterne alle carreggiate, sulle cunette e sulle pertinenze di esercizio delle strade che risultano comprese tra carreggiate contigue;
 - b) in corrispondenza delle intersezioni;
 - c) lungo le curve, come definite dall'articolo 3, comma 1, punto 20) del Codice della Strada e su tutta l'area compresa tra la curva stessa e la corda tracciata tra i due punti di tangenza;
 - d) sulle scarpate stradali sovrastanti la carreggiata in terreni di qualsiasi natura e pendenza superiore a 45°;
 - e) in corrispondenza dei raccordi verticali concavi e convessi segnalati;
 - f) sui parapetti stradali, sulle barriere di sicurezza e sugli altri dispositivi laterali di protezione e segnalamento.

Art. 14. Collocamento degli impianti

Il collocamento degli impianti pubblicitari deve rispettare i criteri di posizionamento indicati nell'abaco generale delle distanze nonché le caratteristiche e le prescrizioni previste dal Nuovo Codice della Strada.

CAPO III – PUBBLICHE AFFISSIONI**Art. 15. Quantità¹**

1. Con il presente Piano la superficie da destinare agli impianti pubblicitari ed alle pubbliche affissioni è di complessivi **mq. 1.200**;
2. La superficie delle pubbliche affissioni e degli impianti pubblicitari è ripartita ai sensi dell'art. 3, comma 3, del D.lgs. 507 del 15/11/1993 e s.m.i. come segue:

MQ. 500 Pubbliche Affissioni

- a. **Mq. 50** da destinare alle affissioni di natura istituzionale, sociale o comunque prive di rilevanza economica
- b. **Mq. 450** da destinare alle affissioni di natura commerciale effettuate dal servizio comunale

MQ. 700 Impianti Pubblicitari

- c. **Mq. 350** da destinare alle richieste di autorizzazione di insediamento di impianti pubblicitari provenienti da soggetti privati che ne abbiano i requisiti e degli altri intermediari di servizi pubblicitari o simili e comunque diversi dal concessionario
- d. **Mq. 350** da destinare alle richieste di autorizzazione di insediamento di impianti pubblicitari su edifici (privati), escluso il centro storico cittadino e Soverato Superiore provenienti da soggetti privati che ne abbiano i requisiti e degli altri intermediari di servizi pubblicitari o simili e comunque diversi dal concessionario (nei limiti di quanto previsto dalle leggi nazionali in materia e dallo strumento urbanistico comunale vigente), da assegnare con manifestazione di interesse fra quanti presenteranno domanda.

Art. 16 Tipologie di pubbliche affissioni

1. Secondo la finalità dei messaggi le pubbliche affissioni sono
 - di natura istituzionale, sociale. Sono affissioni di manifesti 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.
 - di natura commerciale. Sono affissioni di manifesti aventi rilevanza economica. Il contenuto del messaggio ha natura commerciale.
 - Prive di rilevanza economica. Sono affissioni per gli avvisi mortuari, ringraziamenti.

Art. 17 Impianti pubblica affissione

1. Gli impianti per le pubbliche affissioni effettuate dal servizio comunale possono essere costituiti da:
 - a. vetrina per l'esposizione di manifesti;
 - b. stendardo porta manifesti
 - c. tabella ed altre strutture mono, bifacciali o plurifacciali, realizzate in materiali idonei per l'affissione di manifesti;

¹ Articolo così modificato con deliberazione del Commissario Straordinario n.ro 24 del 14/02/2014

Possono inoltre essere utilizzate:

- d. superfici adeguatamente predisposte e delimitate, ricavate da muri di recinzione, di sostegno, da strutture appositamente predisposte per questo servizio;
 - e. tavolati, steccati, impalcature, ponti fissi o sospesi, graticci e i ripiani di ogni genere, ivi comprese le recinzioni dei cantieri edili, posti sul suolo pubblico;
2. Gli impianti per le affissioni dirette effettuate direttamente da soggetti privati possono essere costituiti oltre quelli indicati al comma 1, da:
- f. Cartello 200x200, 2500x150; 200x300;
 - g. standardi 70x100, 100x140, 140x200, 100x200;
 - h. poster per l'affissione di manifesti formati: 4,00x3,00 m; 6,00x3,00 m; 12,00x3,00 m; 6,00x6,00 m, 12,00x6,00, 18,00x3,00 m e 24,00x12,00;
3. Tutti gli impianti hanno, di regola, dimensioni pari o multiple di cm 70x100 e sono collocati in posizioni che consentono la libera e totale visione e percezione del messaggio pubblicitario da tutti i lati che vengono utilizzati per l'affissione.

Art. 18. Identificazione

1. Gli impianti destinati alle pubbliche affissioni devono recare in alto o sul lato destro una targhetta con l'indicazione: "Comune di Soverato – Servizio Pubbliche Affissioni", ed il numero di individuazione dell'impianto.

Art. 19. Caratteristiche e norme tecniche

2. Nella messa in opera dei supporti per le pubbliche affissioni, oltre alle indicazioni contenute nel Codice della Strada, art. 23 e nel Capo I del D.P.R. 495/92 e successive modifiche ed integrazioni devono essere osservate le seguenti indicazioni:
3. E' consentita l'installazione di supporti per pubbliche affissioni esclusivamente nei luoghi specificatamente indicati dall'Amministrazione Comunale;
4. E' vietata l'affissione di manifesti direttamente sulle superfici murarie degli edifici e dei muri di contenimento e/o recinzione;
5. Lungo o in prossimità delle strade, fuori e dentro i centri abitati, è consentita l'affissione di manifesti esclusivamente sugli appositi supporti indicati al precedente art. 18;
6. Tutti i mezzi pubblicitari devono essere realizzati nelle loro parti strutturali con materiali non deperibili e resistenti agli agenti atmosferici;
7. 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;

8. Le strutture portanti (montanti o sostegni in genere) devono essere realizzate in metallo verniciato con polveri epidossiche;
9. Le parti di impianto destinate ad accogliere le affissioni devono essere dotate di cornice e costituite da una plancia in lamiera zincata;
10. Le vetrine apribili (siano esse luminose o no) devono essere chiuse con vetro di spessore minimo 6 mm o con polycarbonato di spessore minimo di 5 mm e dotate di serratura;

Art. 20. Divieti e limitazioni





1. E' consentita l'installazione di impianti destinati alle pubbliche affissioni su aree destinate a verde pubblico e nei parchi urbani;
2. Il posizionamento degli impianti affissionali in genere deve essere sempre effettuato nel rispetto della sicurezza della viabilità stradale ed in particolare in modo da consentire sempre una perfetta visibilità (nel senso di marcia) di semafori, incroci, segnali stradali di pericolo ed attraversamenti pedonali;
3. Al fine di garantire l'abbattimento delle barriere architettoniche, gli impianti posti sui marciapiedi devono sempre garantire un passaggio libero ed una zona di circolazione come prescritti dall'art. 20 del D. Lgs. 285/92 e successive modifiche e integrazioni e comunque di larghezza non inferiore a 100 cm;
4. E' vietato utilizzare strutture provvisorie per l'apposizione di manifesti affissionali siano essi temporanei e/o permanenti;
5. Non è consentita l'apposizione di manifesti al di fuori dei supporti appositamente previsti dal presente piano;
6. Nei cantieri non è consentita l'affissione direttamente sulle recinzioni siano esse realizzate con reti, lamiere ondulate o steccati; l'affissione è consentita solamente su dispositivi in lamiera dotati di cornice, posti in opera in sicurezza;
7. L'installazione di gigantografie su ponteggi è autorizzata fino alla conclusione dei lavori cui il ponteggio è destinato e comunque dovrà essere rimossa entro il termine massimo di un anno dalla data dell'autorizzazione;
8. Il Comune ha facoltà di provvedere allo spostamento dell'ubicazione di impianti per le pubbliche affissioni in qualsiasi momento risulti necessario per esigenze di servizio, circolazione stradale, realizzazione di opere od altri motivi. Nel caso che lo spostamento riguardi impianti attribuiti a soggetti che effettuano affissioni dirette, convenzionate con il Comune per utilizzazioni ancora in corso al momento dello spostamento, gli stessi


potranno accettare di continuare l'utilizzazione dell'impianto nella nuova sede oppure rinunciare alla stessa, ottenendo dal Comune il rimborso del diritto già corrisposto per il periodo per il quale l'impianto non viene usufruito.


Art. 21. Disciplina generale di inserimento

1. L'installazione di impianti destinati alle pubbliche affissioni e alle affissioni dirette deve essere eseguita nel rispetto dei parametri distributivi indicati nell'Abaco Generale (Tabella 2).

Tabella 2 – ABACO GENERALE

DISTANZE IN METRI DA	Strade E		Strade F	
				
Posizione dell'impianto rispetto alla strada				
Prima della segnaletica stradale di pericolo e prescrizione	50* m	50 m	30* m	30 m
Prima di impianti semaforici	50* m	50 m	30* m	30 m
Prima di intersezioni	50 m	50 m	30 m	30 m
Da segnali di indicazione	25* m	25 m	25* m	25 m
Dopo della segnaletica stradale di pericolo e prescrizione	25* m	25 m	25* m	25 m
Dopo di impianti semaforici	25* m	25 m	25* m	25 m
Dopo le intersezioni	25 m	25 m	25 m	25 m
Gallerie e sottopassi	200*	200 m	100*m	100 m

 impianto parallelo al senso di marcia dei veicoli

 impianto perpendicolare al senso di marcia dei veicoli

* per impianti posti parallelamente al senso di marcia dei veicoli e in aderenza, per tutta la loro superficie, ai fabbricati non devono essere rispettate le distanze riportate nella tabella precedente ad eccezione di quelle relative alle intersezioni.

2. Per l'installazione degli impianti in altre posizioni si rimanda al D.P.R. 16 dicembre 1992 n. 495, art. 51 commi 2 e 4 e successive modificazioni.

Art. 22. Collocamento degli impianti

Il collocamento degli impianti pubblicitari deve rispettare i criteri di posizionamento indicati nell'abaco generale delle distanze (Tabella 2) nonché le caratteristiche e le prescrizioni del Codice della strada.

Nella zona del lungomare di particolare pregio ambientale il piano dovrà prevedere un progetto di dettaglio da sottoporre al preventivo parere paesaggistico da parte della Soprintendenza ai Beni Ambientali

Art. 23. Localizzazione degli impianti

La localizzazione degli impianti è puramente indicativa, per l'installazione degli stessi dovrà essere successivamente determinata dall'Amministrazione Comunale con un piano di dettaglio in conformità al presente Piano e nel rispetto dei vincoli urbanistici e del Codice della Strada. Sono esclusi impianti all'interno di strutture sportive comunali ed Istituti Scolastici.

Art. 24. Affissione manifesti istituzionali

1. Rientrano nella fattispecie le affissioni di natura istituzionale per adempiere ad obblighi di legge, per comunicazioni ritenute di pubblico interesse ovvero su richiesta di altri soggetti pubblici.
2. L'ordinativo dei predetti manifesti non può superare la quantità di numero 100 (cento) copie per iniziativa.
3. Il Dirigente del servizio può autorizzare l'affissione di un numero di manifesti superiore la cui importanza rende indispensabile la diffusione del messaggio.

Art. 25. Affissione manifesti privi di rilevanza commerciale o sociali

1. Rientrano nella fattispecie le affissioni di cui all'art. 20 del D. Lgs 507/93 e successive modifiche ed integrazioni.
2. Per tali iniziative gli ordinativi non possono superare la quantità di numero 50 (cinquanta) copie per iniziative.

Art. 26. Affissione diretta da parte di Enti no-profit

3. Il 10% degli spazi totali per l'affissione dei manifesti, previsti nel formato 0,70 x 1,00 m, è riservato all'affissione diretta da parte di Enti ed Associazioni no-profit ai sensi dell'art. 20 bis del D. Lgs. 507/93 e successive modifiche ed integrazioni.
4. I soggetti di cui all'art. 20 del D.Lgs 507/1993, per l'utilizzazione dei predetti spazi, dovranno presentare apposita richiesta al responsabile dell'Ufficio finalizzata ad ottenere l'autorizzazione per l'affissione diretta dei manifesti.
5. I manifesti affissi direttamente sono esenti dal pagamento dei diritti sulle pubbliche affissioni e non possono superare la quantità di numero 30 (trenta) fogli per iniziative.
6. L'affissione di cui al presente articolo deve avvenire secondo le modalità previste dal Regolamento Comunale e potrà essere autorizzata per un numero massimo di 15 giorni.

7. I manifesti dovranno essere affissi in modo ordinato e dovranno essere privi di qualsiasi sponsor e riferiti, esclusivamente, alle attività istituzionali delle Associazioni. In caso contrario il manifesto sarà considerato abusivo ed assoggettato a sanzione ed imposizione tributaria.

Art. 27. Affissione manifesti funebri

1. L'affissione di manifesti funerari, da effettuare esclusivamente negli spazi individuati dall'Amministrazione Comunale, è realizzata direttamente dalle agenzie operanti nel settore ovvero, a richiesta, dal servizio comunale di affissione.
2. Le agenzie che intendono procedere all'affissione dei manifesti, dovranno presentare apposita istanza tendente ad ottenere l'autorizzazione annuale per l'utilizzo di tali spazi.
3. Il manifesto non deve superare la superficie di cm. 50x70.

Art. 28. Affissione diretta. Modalità di assegnazione

1. Per Affissione diretta si intendono le affissioni di manifesti e simili effettuate direttamente dal proprietario dell'impianto, ovvero dal Concessionario del Servizio Affissioni Dirette ove individuato, destinate a reclamizzare attività, prodotti, servizi, eventi e altro anche per conto terzi.
2. Gli impianti destinati a supportare le affissioni dirette devono essere di tipo permanente.
3. La quota prevista dalla lettera c dell'art. 15 del presente Piano, o parte di essa, potrà essere affidata in concessione mediante rilascio di titolo autorizzatori, oppure nel caso di particolari convenzioni coi privati, l'Amministrazione può nel caso di rilevante interesse pubblico optare, mediante concessione diretta previa manifestazione di interesse.
4. L'affidamento diretto è disciplinato da un apposito atto autorizzatorio, nel quale dovranno essere precisati la durata (sarà prevista una durata minima di sei anni per un massimo di anni 9), la superficie, responsabilità per eventuali danni, il rinnovo e la revoca dell'autorizzazione.
 - 4.1 La Ditta aggiudicataria provvederà alla installazione di tutti gli impianti destinati alla pubblicità specificata nelle lettere A)/B) e C) del presente Regolamento.
5. Non sono ammesse installazioni di qualsiasi altro impianto per affissioni dirette al di fuori delle superfici previste dal piano al fine di garantire il rispetto degli obiettivi

prioritari del piano stesso in merito alla tutela della salvaguardia ambientale e paesaggistica nonché della necessità di armonizzarsi con il contesto urbano.

6. La ditta aggiudicataria del servizio o la ditta autorizzata provvederà a denunciare all'Amministrazione comunale ogni forma di abusivismo affinché la stessa adotti i provvedimenti di cui all'art. 24 del D.lgs. 15.11.1993 n.ro 507. La ditta autorizzata ovvero il concessionario del servizio affissioni dirette, ove individuato, potrà altresì rimuovere gli impianti pubblicitari abusivi ma solo dietro specifica autorizzazione dell'Amministrazione Comunale. Le spese per la rimozione delle affissioni abusive verranno rimborsate alla ditta, che a tal uopo le avrà quantificate, dall'Amministrazione Comunale .

7. Gli impianti non potranno superare la metratura approvata dal Consiglio Comunale. Qualora per motivi di interesse pubblico, l' Amministrazione Comunale dovesse decidere di incrementare la superficie da destinare ad affissioni diretta, al soggetto titolare di apposita concessione dovrà essere riconosciuto il diritto di prelazione da esercitare entro 60 gg.. Modifiche alla localizzazione e tipologie impianti potranno essere apportate dalla Giunta .

8. Gli impianti destinati ad affissioni diretta dovranno essere contraddistinti da una cimasa recante l'indicazione del nominativo della ditta autorizzata ed il numero progressivo di individuazione degli impianti

9. *(abrogato con deliberazione di Consiglio comunale n.ro 22 del 24/05/2010)*

10. Allo scadere dell'autorizzazione, o in caso di revoca anticipata, il proprietario dei mezzi pubblicitari deve rimuoverli a proprie spese e ripristinare lo stato dei luoghi.

11. In qualità di soggetto passivo di cui all'art. 6 del d.lgs. 507/93, la ditta autorizzata dovrà versare al Comune la sola imposta comunale sulla pubblicità nei modi e nei tempi previsti dal medesimo Decreto Legislativo. Le modalità e l'entità della somma ulteriore da corrispondere all'Ente da parte della Ditta aggiudicataria saranno regolamentate dalla manifestazione di interesse.