



Comune di Montegrotto Terme

**REGOLAMENTO COMUNALE PER LA DISCIPLINA
DEGLI IMPIANTI DI PUBBLICITA' O PROPAGANDA
E DEGLI ALTRI MEZZI PUBBLICITARI SULLE STRA-
DE E SULLE AREE PRIVATE, PUBBLICHE O DI USO
PUBBLICO.**

Approvato con deliberazione di Consiglio Comunale n. 79 del 28/12/2018

INDICE

TITOLO I°

DISCIPLINA DELLA PUBBLICITA' E DELLE AFFISSIONI

CAPO I°

DISPOSIZIONI GENERALI

- Art. 1 – Ambito di applicazione.
- Art. 2 – Riferimenti legislativi.
- Art. 3 – Classamento del Comune.
- Art. 4 – Controlli.
- Art. 5 – Funzionario responsabile.

CAPO II°

DISCIPLINA DELLA PUBBLICITÀ

- Art. 6 – Definizione di pubblicità.
- Art. 7 – Definizione degli impianti pubblicitari.
- Art. 8 - Tipologia dei mezzi pubblicitari.
- Art. 9 - Insegna di esercizio.
- Art. 10 - Pre-insegna.
- Art. 11 - Cartello.
- Art. 12 - Sorgente luminosa.
- Art. 13 - Impianto pubblicitario di servizio.
- Art. 14 – Altri impianti di pubblicità e propaganda.
- Art. 15 - Manifesto.
- Art. 16 - Striscione, locandina, stendardo.
- Art. 17 - Segno orizzontale reclamistico.
- Art. 18 - Autorizzazioni.
- Art. 19 – Deposito cauzionale.
- Art. 20 – Obblighi del titolare dell'autorizzazione.
- Art. 21 - Rinnovo dell'autorizzazione.
- Art. 22 - Revoca dell'autorizzazione.
- Art. 23 - Effetti della Revoca.
- Art. 24 - Decadenza delle autorizzazioni.
- Art. 25 - Sospensione delle autorizzazioni.
- Art. 26 - Norme per l'esecuzione dei lavori.
- Art. 27 - Manutenzioni e spostamenti dei mezzi pubblicitari.
- Art. 28 - Determinazione visibilità degli impianti dalle strade.
- Art. 29 - Dimensioni dei mezzi pubblicitari.
- Art. 30 - Collocazione - Ubicazione – Distanze.
- Art. 31 - Caratteristiche.
- Art. 32 - Mezzi pubblicitari abbinati a servizi.
- Art. 33 - Mezzi pubblicitari nelle stazioni di servizio ed aree di parcheggio.
- Art. 34 – Farmacie e parafarmacie.
- Art. 35 - Divieti speciali all'esposizione di pubblicità. Limitazioni e divieti estesi a tutto il territorio comunale.
- Art. 36 - Vigilanza.
- Art. 37 - Pubblicità effettuata su spazi ed aree pubbliche.
- Art. 38 - Anticipata rimozione.
- Art. 39 - Materiale pubblicitario abusivo.

CAPO III°

PUBBLICITÀ TEMPORANEA

Art. 40 - Definizione di pubblicità temporanea.
Art. 41 - Autorizzazione per pubblicità temporanea.
Art. 42 - Limiti e divieti relativi alla pubblicità temporanea.
Art. 43 - Divieto di volantinaggio.
CAPO IV°

PUBBLICITÀ FONICA

Art. 44 - Pubblicità fonica.

CAPO V°

IL PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI.

Art. 45 - Criteri generali.
Art. 46 - La pubblicità esterna.
Art. 47 - Gli Impianti per le pubbliche affissioni.

CAPO VI°

SANZIONI, NORME TRANSITORIE E ABROGAZIONI

ART. 48 – Sanzioni
ART. 49 - Norme transitorie
ART. 50 - Abrogazioni, deroghe e norme di rinvio

TITOLO I°

DISCIPLINA DELLE PUBBLICITÀ E DELLE AFFISSIONI

CAPO I°

DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1 – Ambito di applicazione.

1. Il presente regolamento ha come scopo la regolamentazione di tutti gli elementi propri della pubblicità, della propaganda e della segnaletica, in modo da tutelare e valorizzare l'ambiente urbano nel territorio del Comune, considerando che le modalità per l'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto comunale sulle pubbliche affissioni risultano già normate con apposito regolamento, in conformità alle norme di legge in vigore.

Art. 2 – Riferimenti legislativi.

1. Il presente regolamento viene redatto in conformità alle seguenti disposizioni di legge:

- Decreto Legislativo 15 novembre 1993 n. 507 “*Revisione ed armonizzazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni (omissis)*” e successive modifiche e integrazioni;
- Decreto Legislativo 30 aprile 1992 n. 285 “*Nuovo Codice della strada*” e successive modifiche ed integrazioni (di seguito anche “*Codice della Strada*”);
- D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495 “*Regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo codice della strada*” e successive modifiche ed integrazioni (di seguito anche “*Regolamento attuativo del Codice della Strada*”);
- Art. 153 del Decreto Legislativo 22 gennaio 2004, n. 42 “*Codice dei beni culturali e del paesaggio, ai sensi dell'articolo 10 della legge 6 luglio 2002, n. 137*” e successive modifiche ed integrazioni; - altre norme che stabiliscono modalità, limitazioni e divieti per l'effettuazione, in determinati luoghi e su particolari immobili, di forme di pubblicità esterna.

Art. 3 – Classamento del Comune.

1. A norma dell'art. 2 del D.Lgs. 507/93 il Comune di Montegrotto Terme appartiene alla quarta classe impositiva in quanto la popolazione residente rientra tra i 10.000 e i 30.000 abitanti.

Art. 4 – Controlli.

1. In caso di gestione diretta, il personale addetto alla gestione dell'imposta e del servizio pubbliche affissioni esercita anche compiti di controllo sulla esecuzione della pubblicità e delle affissioni private, oltre alla vigilanza sull'assolvimento dei relativi obblighi tributari.

2. Gli addetti di cui al precedente comma 1 sono muniti di apposito documento di riconoscimento rilasciato dal Sindaco e, nei limiti del servizio cui sono destinati, sono autorizzati ad accertare le infrazioni alle disposizioni del presente Regolamento secondo le modalità stabilite dalla legge.

3. In caso di gestione in concessione del servizio di accertamento e riscossione dell'imposta, l'Amministrazione si riserva ogni più ampio diritto di ispezione e controllo, nonché di esame della documentazione della gestione affidata, con facoltà di richiedere notizie e documentazione.

Art. 5 – Funzionario responsabile.

1. Il Sindaco nomina il funzionario responsabile, ai sensi dell'art. 11 del D.Lgs. 15.11.1993 n. 507, della gestione diretta del servizio, cui sono attribuiti i poteri per l'esercizio di ogni attività organizzativa e gestionale dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni. Si rimanda in ogni caso a quanto già normato dal vigente Regolamento Comunale per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità.

2. Nel caso di gestione in concessione le attribuzioni dell'art. 11 del D.Lgs. 15.11.1993 n. 507 spettano al concessionario.

CAPO II°

DISCIPLINA DELLA PUBBLICITÀ

Art. 6 – Definizione di pubblicità.

1. Ai fini del presente Regolamento costituisce pubblicità qualsiasi forma di comunicazione visiva e/o acustica, diversa dalle forme assoggettate al diritto sulle pubbliche affissioni, avente finalità commerciali, esposta od effettuata in luogo pubblico o aperto al pubblico o da essi percepibile.

Art. 7 – Definizione degli impianti pubblicitari.

1. Ai fini dell'applicazione del presente regolamento, gli impianti pubblicitari per i quali è richiesta l'autorizzazione all'installazione anche ai sensi della normativa urbanistico – edilizia, sono:

- a. Insegna di esercizio;
- b. Pre-insegna;
- c. Cartello;
- d. Sorgente luminosa;
- e. Striscione, locandina e stendardo;
- f. Segno orizzontale reclamistico;
- g. Impianto pubblicitario di servizio;
- h. Altro impianto di pubblicità e propaganda;

così come definiti dall'art. 47 del D.P.R. 495/1992.

2. Pre-insegne, striscioni, locandine e stendardi, segni orizzontali reclamistici, impianti pubblicitari di servizio e impianti di pubblicità o propaganda saranno indicati nei prossimi articoli per brevità con il termine di “altri mezzi pubblicitari”.

3. Si definisce “impianto pubblicitario temporaneo” il manufatto delle diverse tipologie di impianti pubblicitari, finalizzato all'esposizione di messaggi correlati ad eventi di natura temporale limitata, quali manifestazioni, spettacoli, mostre, fiere, iniziative di tipo culturale, istituzionale o simili, della durata massima di 60 giorni.

Art. 8 - Tipologia dei mezzi pubblicitari.

1. Le tipologie pubblicitarie oggetto del presente regolamento sono classificate in:

- a. Pubblicità ordinaria;
- b. Pubblicità effettuata con veicoli;

c. Pubblicità effettuata con pannelli luminosi e proiezioni;

d. Pubblicità varia.

2. La pubblicità ordinaria è effettuata mediante insegne di esercizio, pre-insegne e altri mezzi pubblicitari e con qualsiasi altro mezzo non previsto dai successivi commi. È compresa nella “pubblicità ordinaria” la pubblicità mediante affissione, anche per conto altrui, di manifesti e simili su apposite strutture adibite all’esposizione di tali mezzi.

3. La “pubblicità effettuata con veicoli” è distinta come appresso:

a) Pubblicità visiva effettuata per conto proprio od altrui all’interno e/o all’esterno di veicoli in genere, di vetture autofilotranviarie, battelli, barche e simili, di uso pubblico o privato, di seguito 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, di seguito definita “pubblicità con veicoli dell’impresa”.

Per l’effettuazione di pubblicità con veicoli si osservano le disposizioni di cui agli artt. 57 e 59 del regolamento emanato con D.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495.

4. La “pubblicità con pannelli luminosi” è effettuata con insegne, pannelli od altre analoghe strutture caratterizzate dall’impiego 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. La pubblicità predetta può essere effettuata per conto altrui o per conto proprio dell’impresa.

5. È compresa fra la “pubblicità con proiezioni”, la pubblicità realizzata in luoghi pubblici o aperti al pubblico attraverso diapositive, proiezioni luminose o cinematografiche effettuate su schermi o pareti riflettenti.

6. La “pubblicità varia” comprende:

a. La pubblicità effettuata con striscioni (inclusi ad esempio i festoni di bandierine) od altri mezzi similari, in prossimità di strade o piazze di seguito definita “pubblicità con striscioni”;

b. La pubblicità effettuata sul territorio del Comune da aeromobili mediante scritte, striscioni, disegni fumogeni, lancio di oggetti o manifestini, ivi compresa quella eseguita su specchi d’acqua limitrofi al territorio comunale, di seguito definita “pubblicità da aeromobili”;

c. La pubblicità eseguita con palloni frenati o simili, definita “pubblicità con palloni frenati”;

d. La pubblicità mediante la distribuzione, anche con veicoli, di manifestini o di altro materiale pubblicitario, oppure mediante persone circolanti con cartelli o altri mezzi pubblicitari definite di seguito “pubblicità in forma ambulante”;

e. La pubblicità effettuata a mezzo di apparecchi amplificatori acustici e simili, definita “pubblicità fonica”.

Art. 9 - Insegna di esercizio.

1. È da considerarsi “insegna di esercizio”, ai sensi dell’art. 47 del D.P.R. 495/1992, la scritta in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da simboli e/o 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.

2. Per pertinenze accessorie, di cui al comma 1, si intendono gli spazi e le aree limitrofi alla sede dell’attività, posti a servizio, anche non esclusivo, di essa.

3. In caso di utilizzo delle pertinenze per l’esercizio di più attività, è necessario servirsi di un mezzo pubblicitario unitario, ovvero di un supporto pubblicitario unico per più mezzi pubblicitari omogenei per forma, dimensioni e materiali se collocati ad una distanza dalla carreggiata superiore a 3 metri e distanziati fra loro di almeno 25 m.

4. Le insegne di esercizio si distinguono, secondo le caratteristiche del supporto, in:

a. Insegna a bandiera orizzontale (in oggetto da una costruzione);

b. Insegna a bandiera verticale (in oggetto da una costruzione);

c. Insegna frontale;

d. Insegna a tetto, o su pensilina o sulle facciate di edifici destinati ad attività produttive, del terziario o a funzioni direzionali;

e. Insegna su palina (insegna collocata su supporto proprio);

- f. Le iscrizioni pittoriche che identificano l'attività o l'esercizio cui si riferiscono, realizzate direttamente su muro;
- g. Insegne a totem;
- h. Insegna a tenda.

Art. 10 - Pre-insegna.

1. Si definisce "pre-insegna", ai sensi dell'art. 47 del D.P.R. 495/1992, 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 una idonea 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. 11 - Cartello.

1. Si definisce "cartello", ai sensi dell'art. 47 del D.P.R. 495/1992, il 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, non individuabile secondo la definizione di insegna di esercizio e/o pre-insegna. Può essere luminoso sia per luce propria, che per luce indiretta.

2. Il cartello può essere collocato su struttura propria, oppure su supporto esistente.

3. Si definisce "cartello pubblicitario di realizzazioni edilizie" l'impianto temporaneo costituito da un pannello bidimensionale, monofacciale, avente una struttura di sostegno fissata al suolo o ancorata ad edificazioni, posto nell'area di pertinenza di un cantiere edile, finalizzato all'esposizione di messaggi pubblicitari esclusivamente riferiti all'intervento edilizio in corso di esecuzione.

4. Si definisce "cartello indicatore dei lavori edili", il cartello riportante i dati del committente, del direttore dei lavori e dell'impresa costruttrice, posto nell'area di pertinenza di un cantiere edile, le cui dimensioni non devono essere inferiori a 1,00 x 0,70 mq. e che può essere integrato al cartello pubblicitario della realizzazione edilizia in corso di esecuzione; in tal caso, la superficie non può superare gli 8 mq.

Art. 12 - Sorgente luminosa.

1. È da qualificare "sorgente luminosa", ai sensi dell'art. 47 del D.P.R. 495/1992, qualsiasi corpo illuminante o insieme di corpi illuminanti che, diffondendo luce in modo puntiforme o lineare o planare, illumina aree, fabbricati, monumenti, manufatti di qualsiasi natura ed emergenze naturali, nel rispetto della legge regionale n. 17 del 07.08.2009.

Art. 13 - Impianto pubblicitario di servizio.

1. È definito "impianto pubblicitario di servizio", ai sensi dell'art. 47 del D.P.R. 495/1992, qualunque manufatto posto in essere dalla Pubblica Amministrazione o a seguito di convenzione con la stessa, 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, colonnine o teche per defibrillatori, nonché impianti fissi per l'esposizione temporanea di striscioni sovrastradali) recante uno spazio pubblicitario che può anche essere luminoso sia per luce diretta che per luce indiretta.

Art. 14 – Altri impianti di pubblicità e propaganda.

1. È qualificato "impianto di pubblicità o propaganda", ai sensi dell'art. 47 del D.P.R. 495/1992, qualunque manufatto finalizzato alla pubblicità o alla propaganda sia di prodotti che di attività e non individuabile secondo 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. Può essere luminoso sia per luce propria che per luce indiretta.

2. Sono “impianti di pubblicità o propaganda” a titolo esemplificativo e non esaustivo:

- a. “Bandiera”: l’elemento bidimensionale, realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidità, mancante di una superficie di appoggio o comunque non aderente alla stessa, finalizzato alla promozione pubblicitaria. L’installazione di più bandiere afferenti un’unica attività, fino ad un massimo di 3 elementi distanziati non più di 2 ml uno dall’altro, è considerata come unico impianto ai fini del presente Regolamento.
- b. “impianto di pubblicità o propaganda a messaggio variabile”, cioè il manufatto finalizzato alla pubblicità e/o alla propaganda sia di prodotti che di attività e caratterizzato dalla variabilità del messaggio e/o delle immagini trasmesse. Può essere luminoso per luce diretta o indiretta;
- c. “impianto di targhe coordinate”, ossia il manufatto destinato alla collocazione di una pluralità di targhe di esercizio monofacciali o bifacciali, collocato sulle pertinenze anche non esclusive delle attività reclamizzate.
- d. “vetrofanìa”, cioè la riproduzione, sulle superfici vetrate degli edifici, di scritte in caratteri alfanumerici, di simboli e di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari e/o propagandistici;
- e. “telo per ponteggi di cantiere”, il manufatto mobile posto in aderenza alla copertura dei ponteggi di cantiere, riportante messaggi pubblicitari;
- f. “su veicoli” (es. carrelli appendice” e gli “autoveicoli per uso speciale” (c.d. “poster bus”, vale a dire le auto pubblicitarie e per mostre pubblicitarie di cui all’art. 203, comma 2 lettera q del D.P.R. 495/92);
- g. “impianti di pubblicità o propaganda a totem” consistenti in manufatti a due o più facce, con una struttura indipendente vincolata al terreno e con una superficie espositiva il cui margine inferiore è appoggiato al suolo.

Art. 15 - Manifesto.

1. Nell’ambito degli altri impianti di pubblicità e propaganda previsti dall’art. 7, lett. h), si considera “manifesto” l’elemento bidimensionale realizzato in materiale di qualsiasi natura, ma prevalentemente cartaceo, privo di rigidità, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, posto in opera su appositi supporti, comunque diversi dai cartelli e dagli altri mezzi pubblicitari. Non può essere luminoso né per luce propria né per luce indiretta.

Art. 16 - Striscione, locandina, stendardo.

1. Si considera “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 realizzata anche in materiale rigido.

2. L’apposizione di tali mezzi pubblicitari è disciplinata ai sensi dell’art. 51, comma 10 del D.P.R. 495/1992, ad eccezione delle distanze dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari e dalle intersezioni che non potrà essere inferiore a 5 mt misurati per ogni direzione di marcia da cui risulta visibile l’impianto.

Art. 17 - Segno orizzontale reclamistico.

1. È da considerare “segno orizzontale reclamistico” la riproduzione sulla superficie stradale, con pellicole adesive, di scritte in caratteri alfanumerici, di simboli e di marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici. 2. L’apposizione di tale forma pubblicitaria è disciplinata ai sensi dell’art. 51, comma 9 del D.P.R. 495/1992.

Art. 18 - Autorizzazioni.

1. Il rilascio delle autorizzazioni al posizionamento ed alla installazione di insegne, targhe, cartelli ed altri mezzi pubblicitari nei centri abitati è di competenza del Comune, salvo il preventivo nulla – osta tecnico dell’ente proprietario, se la strada non è comunale, in conformità al quarto comma dell’art. 23 del D.Lgs. 30.04.1992 n. 285.

2. Il rilascio delle autorizzazioni al posizionamento ed all'installazione di cartelli, insegne di esercizio e di altri mezzi pubblicitari fuori dai centri abitati, sulle strade ed aree pubbliche comunali ed assimilate o da esse visibili, è soggetto alle disposizioni stabilite dall'art. 53 del D.P.R. 16.12.1992 n. 495, ed è effettuato dal Comune al quale deve essere presentata la domanda per la documentazione prevista dal successivo terzo comma, salvo il preventivo nulla – osta tecnico dell'ente proprietario, se la strada non è comunale.

3. Il soggetto interessato al rilascio dell'autorizzazione presenta la domanda telematica allo sportello unico attività produttive (SUAP) che svolge il relativo procedimento nelle modalità e nei termini stabiliti dal DPR 160/2010. L'istanza dovrà contenere la seguente documentazione:

- a) Una dichiarazione sostitutiva di atto di notorietà, redatta ai sensi dell'art. 47 del DPR 445/2000, con la quale dichiara che il mezzo pubblicitario che intende collocare ed i suoi sostegni sono calcolati, realizzati e posti in opera tenendo conto della natura del terreno e della spinta del vento, in modo da garantirne sia la stabilità sia la conformità alle norme previste a tutela della circolazione di veicoli e persone, con assunzione di ogni conseguente responsabilità;
- b) Un bozzetto od una fotografia del mezzo pubblicitario con l'indicazione del messaggio, delle dimensioni, del materiale con il quale viene realizzato ed installato;
- c) Una planimetria con indicata la posizione nella quale s'intende collocare il mezzo. Tale planimetria deve contenere inoltre indicazione sul posizionamento di altri impianti pubblicitari esistenti, segnali stradali e relative reciproche distanze;
- d) Il nulla-osta tecnico dell'ente proprietario della strada, se la stessa non è comunale;
- e) Atto di assenso da parte del proprietario del terreno o fabbricato sul quale s'intende posizionare il mezzo pubblicitario;
- f) Per le targhe professionali di medici, psicologi, veterinari, ecc., necessita autorizzazione deontologica (Legge 175/1992);
- g) (solamente per impianti illuminati da una qualsiasi sorgente luminosa) dichiarazione di conformità ai requisiti delle L.R. 17/2009 rilasciata dall'impresa installatrice in materia di contenimento dell'inquinamento luminoso.

Per l'installazione di più impianti pubblicitari è presentata una sola domanda ed una sola auto-attestazione. Se l'autorizzazione viene richiesta per mezzi aventi lo stesso bozzetto e caratteristiche, è allegata una sola copia dello stesso. Se la domanda riguarda l'esposizione di messaggi variabili, devono essere allegati i bozzetti di tutti i messaggi previsti.

4. Ove si intenda installare l'impianto su suolo pubblico dovrà essere preventivamente richiesta ed acquisita apposita concessione per l'occupazione del suolo. Detta richiesta potrà essere contestuale a quella relativa al posizionamento/installazione. Se l'impianto deve essere installato su aree o bene privato, dovrà essere attestata la disponibilità di questi.

5. Il responsabile del procedimento, istruisce la richiesta, acquisendo il parere tecnico contestuale dei funzionari dei seguenti uffici interni:

- Ufficio Edilizia Privata;
- Ufficio Polizia Locale.

Acquisito il parere la pratica viene trasmessa al responsabile del servizio cui è affidata la gestione del rilascio delle autorizzazioni, il quale entro 60 giorni dalla presentazione, concede o nega l'autorizzazione. Il diniego deve essere motivato. In caso di decisione diversa dal parere anche questa deve essere congruamente motivata trattandosi di parere obbligatorio ma non vincolante. In caso di sospensione nel rilascio dell'autorizzazione motivato dalla mancanza di parte della documentazione da allegare, l'autorizzazione verrà emessa ad integrazione avvenuta senza l'obbligo di riproporre la domanda. L'Amministrazione Comunale può invitare per iscritto i richiedenti, a produrre ulteriore documentazione o ad integrazione quella depositata. Il responsabile del procedimento assegna all'interessato un congruo termine per l'integrazione della documentazione mancante. In caso di mancato ricevimento, entro il termine assegnato, di quanto richiesto, la domanda presentata s'intende respinta e verrà quindi archiviata.

6. Trascorsi almeno tre mesi dal rilascio dell'autorizzazione e ferma restando la durata della stessa, qualora il richiedente intenda variare il messaggio pubblicitario deve presentare formale istanza allegando il nuovo bozzetto pubblicitario ed i versamenti dovuti. Il Comune è tenuto a rilasciare l'autorizzazione entro i successivi 15 giorni decorsi i quali s'intende rilasciata.

7. L'autorizzazione è rilasciata facendo salvi eventuali diritti di terzi.

8. Per le forme pubblicitarie rientranti nelle fattispecie di seguito elencate non è necessaria l'autorizzazione di cui al presente articolo ma bensì una mera comunicazione descrittiva con allegata idonea documentazione fotografica, ad eccezione di quelle effettuate sugli edifici tutelati come beni culturali:

- Pubblicità realizzata con le targhe fino alla dimensione di cm. 50 x 50 e poste all'ingresso dell'attività, nonché indicazioni grafiche applicate alle vetrate al fine di renderle riconoscibili per la sicurezza delle persone, o motivi ornamentali;
- Pubblicità realizzata all'interno dei locali adibiti alla vendita di beni o alla prestazione di servizi;
- Mezzi pubblicitari, ad eccezione delle insegne di esercizio, esposti nelle vetrine e sulle porte di ingresso dei locali medesimi purché siano attinenti all'attività in essi esercitata e non superino, per ciascuna vetrina od ingresso, la superficie di 1 (uno) metro quadrato. Detta superficie deve essere riferita alla minima figura piana geometrica in cui sono ricompresi i mezzi pubblicitari;
- Avvisi al pubblico, esposti nelle vetrine, sulle porte di ingresso dei locali o sulle tende parasole degli stessi relativi all'attività svolta che non superino, per ciascuna vetrina o ingresso o tenda parasole, la superficie di 1 (uno) metro quadrato. Detta superficie deve essere riferita alla minima figura piana geometrica in cui sono ricompresi i mezzi pubblicitari;
- Avvisi al pubblico riguardanti la locazione o la compravendita degli immobili su cui sono affissi di superficie non superiore alla dimensione di 1 (uno) metro quadrato;
- La pubblicità comunque effettuata all'interno, sulle facciate esterne o negli appositi spazi dei locali di pubblico spettacolo qualora si riferisca alle rappresentazioni in programmazione;
- La pubblicità, escluse le insegne di esercizio, relativa ai giornali ed alle pubblicazioni periodiche, se esposta sulle sole facciate esterne delle edicole o nelle vetrine o sulle porte di ingresso dei negozi dove si effettua la vendita dei giornali e delle pubblicazioni suddette;
- Cartelli indicanti i prezzi dei prodotti venduti, l'indicazione degli orari di apertura e tutte le informazioni al pubblico imposte dalle normative vigenti purché non contengano alcun messaggio pubblicitario;
- Cartelli, menù, listini – previsti dagli artt. 25 e 30 della Legge Regionale n. 29/2007 – esposti in vetrina od a parete all'esterno dei locali, purché nelle pertinenze dei locali stessi, di superficie complessiva inferiore al mezzo metro quadrato a condizione che non contengano alcun messaggio pubblicitario ad esclusione del logo e/o la denominazione sociale;
- Pubblicità dei monopoli dello Stato “VALORI BOLLATI, SALI E TABACCHI ecc....”; enti, società e associazioni di interesse pubblico;
- Pubblicità installata su “impianto pubblicitario di servizio” come definito all'art. 13 fino a 6,00 mq;

9. L'autorizzazione ha validità per tre anni, ai sensi dell'art. 53, comma 6 del D.P.R. 495/1992, ed è rinnovabile a richiesta, salvo rinuncia dell'interessato o revoca ai sensi dell'art. 27 del D.Lgs. 285/1992. In prossimità della scadenza l'interessato può chiedere il rinnovo dell'autorizzazione ovvero disinstallare il mezzo pubblicitario alla scadenza di validità dell'Autorizzazione. In caso di richiesta di rinnovo dovranno essere allegati all'istanza la dichiarazione di conferma delle caratteristiche dell'impianto documentate e dichiarate al momento della prima autorizzazione.

10. Il rilascio dell'autorizzazione è subordinato all'avvenuto versamento dei relativi diritti di istruttoria.

11. L'autorizzazione al posizionamento di striscioni, manifesti e altri impianti pubblicitari a carattere temporaneo per iniziative e manifestazioni promosse dall'Amministrazione Comunale spetta all'Ufficio SUAP. Le installazioni dovranno rispettare le prescrizioni del presente regolamento.

Art. 19 – Deposito cauzionale.

1. Per le autorizzazioni che devono essere precedute da lavori che comportino la rimessa in ripristino dei luoghi alla scadenza, da cui possono derivare danni al patrimonio comunale o a terzi, o, in particolari circostanze che lo giustifichino, il Responsabile del Servizio potrà prescrivere il versamento di un adeguato deposito cauzionale infruttifero a favore del Comune, anche mediante

costituzione di una polizza fideiussoria, a garanzia della corretta rimessione in pristino e/o dell'eventuale risarcimento. L'importo della garanzia è determinato dall'Ufficio Tecnico comunale.

2. Il deposito verrà restituito o svincolato al termine dell'installazione, previa verifica del pieno rispetto delle norme e prescrizioni da parte dell'Ufficio Tecnico comunale.

Art. 20 – Obblighi del titolare dell'autorizzazione.

1. Il titolare dell'autorizzazione ha l'obbligo di:

- a. Verificare periodicamente il buono stato di conservazione dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari e delle loro strutture di sostegno;
- b. Effettuare tutti gli interventi necessari al loro buon mantenimento e delle condizioni di sicurezza;
- c. Adempiere nei tempi prescritti a tutte le disposizioni impartite dal Comune, sia al momento del rilascio dell'autorizzazione, sia successivamente per intervenute e motivate esigenze;
- d. Provvedere alla rimozione in caso di scadenza, decadenza o revoca dell'autorizzazione o del venir meno delle condizioni di sicurezza previste all'atto dell'installazione o di motivata richiesta del Comune, provvedendo altresì alla rimessione in pristino dei luoghi.

2. In ogni impianto pubblicitario autorizzato deve essere applicata la targhetta prescritta dall'art. 55 del D.P.R. n. 495/1992. Per i mezzi pubblicitari per i quali risulta difficoltosa l'applicazione di targhette (come ad esempio insegne di esercizio, targhe e vetrofanie) è ammesso che i suddetti dati siano riportati con scritte a carattere indelebile. La targhetta o la scritta devono essere sostituite ad ogni rinnovo dell'autorizzazione ed ogni qualvolta intervenga una variazione di uno dei dati su di esse riportati.

3. Il titolare dell'autorizzazione per la pubblicità di manifestazioni o spettacoli ha l'obbligo di provvedere alla rimozione della stessa entro i tre giorni successivi alla conclusione della manifestazione per il cui svolgimento sono stati autorizzati, ripristinando il preesistente stato dei luoghi e delle superfici stradali. Il termine per la rimozione è ridotto a 24 ore nel caso di segni orizzontali reclamistici, striscioni, locandine e stendardi collocati ai sensi dell'art. 51, comma 9 del DPR 495/1992.

Art. 21 – Rinnovo dell'autorizzazione.

1. Coloro che hanno ottenuto l'autorizzazione al posizionamento ed all'installazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari, ai sensi dell'art. 18 del presente regolamento, possono richiederne la proroga ovvero il rinnovo motivando la richiesta.

2. Tale richiesta deve essere redatta con la stessa modalità per il rilascio prevista dal precedente art. 18, senza presentazione di alcun allegato se non sono intervenute variazioni.

3. La domanda deve essere prodotta almeno trenta giorni prima della scadenza e deve contenere copia dell'autorizzazione originaria e copia delle ricevute di pagamento del canone OSAP.

4. Il mancato pagamento del canone OSAP per l'autorizzazione già in essere costituisce motivo di diniego al rinnovo.

Art. 22 – Revoca dell'autorizzazione.

Sono cause di revoca dell'autorizzazione:

a. Qualora per mutate circostanze, l'interesse pubblico esiga che il bene concesso per l'insediamento del mezzo pubblicitario ritorni alla sua primitiva destinazione, ovvero debba essere adibito ad altra funzione indilazionabile e necessaria per la soddisfazione dei pubblici bisogni;

b. L'installazione di mezzi pubblicitari in edifici privati preceduti dal rilascio di un titolo edilizio abilitativo, alla quale siano applicati i provvedimenti di cui agli artt. 31, 34 o 37 del D.P.R. 380 del 2001;

c. Il mancato adeguamento alle norme di legge ed a quelle previste dai regolamenti comunali;

d. Qualora non venga esercitata direttamente dal titolare della stessa e ne venga cambiata la destinazione senza l'autorizzazione del Comune.

6. Il provvedimento di revoca deve essere preceduto dalla previa contestazione all'interessato ai sensi dell'art. 7 della Legge 241/90 con assegnazione di un termine per le relative osservazioni.

Art. 23 - Effetti della Revoca.

1. Il provvedimento di revoca dà diritto all'utente alla restituzione del canone pagato per il periodo non usufruito, senza alcuna corresponsione di interessi o quant'altro, previa formale istanza.
2. La revoca è disposta dal Responsabile del servizio con apposita ordinanza di rimozione e di riduzione in pristino del bene oggetto di installazione, preceduta, se del caso, da una perizia tecnica.
3. Nell'ordinanza di revoca da notificare, è assegnato al titolare un congruo termine per l'esecuzione dei lavori.
4. Qualora il destinatario dell'ordinanza non esegua l'ordine impartito, provvederà il Comune previa diffida ad adempiere nell'ulteriore termine di giorni 10, decorso il quale si provvederà d'ufficio con rivalsa delle spese a carico dell'inadempiente, da prelevarsi eventualmente dal deposito cauzionale costituito in sede di rilascio dell'atto di concessione, ed applicazione delle sanzioni amministrative, fatti salvi i maggiori oneri.
5. Il provvedimento di revoca per necessità dei pubblici servizi, o per la soddisfazione di altri pubblici bisogni, è insindacabile da parte del titolare e per effetto di esso lo stesso è obbligato a ripristinare il bene, evitando danni al Comune ed a terzi.

Art. 24 - Decadenza delle autorizzazioni.

1. Il Concessionario incorre nella decadenza dell'autorizzazione:
 - a. Qualora non adempia alle condizioni imposte nell'atto di autorizzazione, nonché per le reiterate violazioni, da parte del titolare o di altri soggetti in sua vece, delle condizioni previste nell'atto rilasciato;
 - b. Per l'uso improprio del diritto di pubblicità o il suo esercizio in contrasto con le norme ed i regolamenti vigenti e, comunque, di quanto prescritto nell'atto rilasciato;
 - c. Allorché non si sia avvalso, senza giustificato motivo, del diritto di installazione nei sei mesi dal rilascio dell'atto;
 - d. L'omesso pagamento del relativo canone OSAP;
2. Il provvedimento di decadenza deve essere preceduto dalla previa contestazione all'interessato ai sensi dell'art. 7 della legge 241/90 con assegnazione di un termine per le relative osservazioni.
3. Per la decadenza sarà seguita la stessa procedura prevista dai precedenti articoli per la revoca.

Art. 25 - Sospensione delle autorizzazioni.

1. È in facoltà del Comune, in occasioni straordinarie o per ragioni di utilità o di ordine pubblico da enunciare e porre a base della motivazione del relativo provvedimento, prescrivere la sospensione delle autorizzazioni, individuando altresì la relativa durata, senza diritto d'indennizzo alcuno ai titolari.
2. Qualora il periodo di sospensione si protragga consecutivamente oltre i 15 (quindici) giorni, si darà luogo al rimborso del canone OSAP in quota proporzionale per la parte eccedente detto limite.
3. I titolari saranno obbligati ad ottemperare all'ordine emanato, né il concessionario, in caso di gestione in concessione, potrà sollevare eccezioni od opposizioni di sorta.
4. Parimenti non potrà, il concessionario, opporsi o richiedere indennizzi per qualunque ordine o provvedimento che il Comune disponga in applicazione del presente regolamento.

Art. 26 - Norme per l'esecuzione dei lavori.

1. Tutti i lavori necessari per l'installazione su suolo pubblico di cartelli o altri mezzi pubblicitari, dovranno essere eseguiti a cura e spese del titolare, a perfetta regola d'arte.
2. Durante l'esecuzione dei lavori il titolare, oltre alle norme tecniche e pratiche di edilizia previste dalle leggi e regolamenti in vigore, deve osservare le seguenti prescrizioni generali oltre a quelle particolari che gli possono essere imposte all'atto di autorizzazione:
 - a. non arrecare disturbo o molestia al pubblico, ad altri concessionari, o intralci alla circolazione;
 - b. evitare scarichi o depositi di materiali sull'area pubblica;
 - c. evitare scarichi di acque sull'area pubblica o, in caso di assoluta necessità, provvedere alla loro canalizzazione, rispettando le norme igieniche richieste dalla situazione dei luoghi o imposte dal Comune o da altre autorità;

d. collocare adatti ripari per evitare spargimenti di materiale sui suoli adiacenti pubblici e privati e predisporre mezzi necessari atti ad evitare sinistri e danni ai passanti, per i quali il Comune non assume alcuna responsabilità, che viene a ricadere interamente sul concessionario.

3. L'autorizzazione obbliga il titolare a non abusare dei beni concessi eseguendo lavori, scavi e demolizioni non previsti nell'atto stesso.

Art. 27 - Manutenzioni e spostamenti dei mezzi pubblicitari.

1. Il Comune si riserva la facoltà di ordinare opportuni interventi di manutenzione o sostituzione delle forme pubblicitarie installate od effettuate che risultino o siano diventate non consone al decoro dell'ambiente urbano o pregiudichino il pubblico interesse.

2. Il Comune potrà pure disporre lo spostamento di impianti pubblicitari ed altro materiale adibito all'affissione od alla pubblicità in altre posizioni o località, sia per necessità estetiche quanto per cause di forza maggiore, ovvero in caso di demolizioni di edifici, nuove costruzioni o per esigenze di servizio o di viabilità od altri motivi di pubblica utilità.

Art. 28 - Determinazione visibilità degli impianti dalle strade.

1. Ai fini dell'applicazione delle presenti norme, un impianto di pubblicità si definisce collocato "sulla strada", quando l'installazione dello stesso è effettuata entro i limiti della sede stradale e delle fasce di rispetto della stessa.

2. Si definisce in "vista della strada" quando, pur essendo collocato fuori dalle zone precedentemente indicate, l'impianto pubblicitario risulta visibile dalla strada, in base alla distanza di leggibilità per gli alfabeti normali di cui alla tabella II.16, del DPR 495/1992; tale determinazione è effettuata in riferimento al carattere alfanumerico, simbolo o immagine, di maggior dimensioni contenuto nel messaggio pubblicitario.

3. Il criterio di visibilità di cui al comma precedente si applica invece in riferimento alla dimensione dell'impianto stesso, nei seguenti casi:

a. Impianti la cui particolare forma costituisca di per se messaggio pubblicitario;

b. Impianti luminosi;

c. Cartelli o altri impianti in cui l'estensione dell'immagine risulti prevalente e caratterizzante l'intero messaggio pubblicitario.

Art. 29 - Dimensioni dei mezzi pubblicitari.

1. I cartelli, le insegne di esercizio, le pre-insegne e gli altri mezzi pubblicitari, come definiti dal Codice della strada e dal presente Regolamento, se installati fuori dai centri abitati devono rispettare i limiti dimensionali stabiliti dall'art. 48 del D.P.R. 495/1992.

2. I cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari collocati nel centro abitato devono rispettare le dimensioni massime stabilite nel presente Regolamento.

3. Le pre-insegne devono avere forma rettangolare e dimensioni contenute entro i limiti inferiori di 1 m x 0,20 m e superiori di 1,50 m x 0,30 m. E' ammesso sulla stessa struttura di sostegno di un numero massimo di sei pre-insegne per ogni senso di marcia a condizione che le stesse abbiano le stesse dimensioni e costituiscono oggetto di un'unica autorizzazione (art. 48, c. 3 del D.P.R. 495/1992).

Art. 30 - Collocazione - Ubicazione - Distanze.

1. All'interno del Centro Abitato l'installazione di "cartelli" di cui all'art. 11 comma 1, di "impianti di pubblicità e propaganda a messaggio variabile" di cui all'art. 14 comma 2 lettera b. ed "impianti di pubblicità e propaganda a totem" di cui all'art. 14 comma 2 lettera g., deve rispettare le seguenti distanze minime:

a. Mt. 50 prima dei segnali stradali di pericolo e di prescrizione, lungo le strade urbane di scorrimento e le strade urbane di quartiere ;

b. Mt. 30 prima dei segnali stradali di pericolo e di prescrizione, lungo le strade locali;

c. Mt. 30 dopo i segnali stradali di pericolo e di prescrizione;

d. Mt. 30 prima dei segnali di indicazioni;

e. Mt. 30 dopo i segnali di indicazioni;

- f. Mt. 50 prima delle intersezioni (incroci);
 - g. Mt. 30 dopo le intersezioni (incroci);
 - h. Mt. 50 dal punto di tangenza delle curve orizzontali;
 - i. Mt. 50 dal vertice dei raccordi verticali concavi e convessi (cunette o dossi);
 - j. Mt. 100 dagli altri impianti pubblicitari nel senso di marcia dei veicoli per cui risulta visibile l'impianto (lato dx e sx) ad esclusione dagli "impianti pubblicitari di servizio" che espongano messaggi pubblicitari inferiori a 6 mq.;
 - k. Mt. 50 prima delle intersezioni regolate da semaforo (incroci);
 - l. Mt. 50 dopo le intersezioni regolate da semaforo (incroci).
2. All'interno del centro abitato, il posizionamento di impianti diversi da quelli al comma precedente, è consentito, in deroga al comma 4 dell'art. 51 del DPR 495/1992, purchè:
- a. Collocati perpendicolarmente al senso di marcia dei veicoli, secondo le disposizioni di cui all'art. 51 del DPR 495/1992, nonché a distanza non inferiore a mt. 1,50 dal limite della carreggiata e comunque al di fuori del marciapiede, o della pista ciclo-pedonale;
 - b. Collocati parallelamente al senso di marcia dei veicoli nonché a distanza non inferiore a mt. 1,50 dal limite della carreggiata e comunque al di fuori del marciapiede, o della pista ciclo-pedonale;
 - c. Vengano osservate le seguenti distanze minime:
 - I. Mt. 15 prima dei segnali stradali di pericolo e di prescrizione;
 - II. Mt. 10 dopo i segnali stradali di pericolo e di prescrizione;
 - III. Mt. 10 prima dei segnali di indicazioni;
 - IV. Mt. 10 dopo i segnali di indicazioni;
 - V. Mt. 15 prima delle intersezioni (incroci);
 - VI. Mt. 10 dopo le intersezioni (incroci);
 - VII. Mt. 15 dal punto di tangenza delle curve orizzontali;
 - VIII. Mt. 10 dagli imbocchi delle gallerie o sottopassi stradali o ferroviari;
 - IX. Mt. 20 dal vertice dei raccordi verticali concavi e convessi (cunette o dossi);
 - X. Mt. 15 dagli impianti semaforici;
 - XI. Mt. 6 dagli altri impianti pubblicitari nel senso di marcia dei veicoli per cui risulta visibile l'impianto (lato dx e sx) con esclusione degli impianti pubblicitari di servizio che espongano messaggi pubblicitari inferiore a 6 mq;
 - XII. Mt. 30 prima delle intersezioni regolate da semaforo (incroci);
 - XIII. Mt. 25 dopo le intersezione regolate da semaforo (incroci);
3. Le distanze di cui sopra non si applicano agli impianti installati parallelamente ed in aderenza ai fabbricati ed alle recinzioni di pertinenza dell'attività nonché agli "impianti pubblicitari di servizio" che espongono messaggi pubblicitari inferiori a 6 mq.
4. Le distanze di cui sopra non si applicano altresì agli impianti installati ad una distanza dal margine della carreggiata misurata perpendicolarmente all'asse della carreggiata superiore a 10,00 mt.
5. Ai sensi dell'art. 23, comma 6, del D.Lgs. 285/1992, nell'interno dei centri abitati, per ragioni di interesse generale o di ordine tecnico, possono essere concesse deroghe alle presenti norme sempreché:
- a. Siano garantite le esigenze di sicurezza della circolazione;
 - b. L'impianto sia finalizzato all'accorpamento di più messaggi pubblicitari, anche di attività diverse, compresi gli impianti di pubblicità e propaganda a messaggio variabile. In tale caso le deroghe possono essere concesse previo nulla osta vincolante dell'Ufficio Tecnico comunale e della Polizia Locale, per le rispettive competenze.
6. All'interno del Centro Storico così come identificato nel piano urbanistico, se la sede dell'attività è ubicata ai piani superiori dell'edificio, è consentito installare insegna di esercizio sotto forma di targa posta accanto all'ingresso dell'edificio e vetrofanie all'interno dei fori finestra. Altre forme saranno valutate singolarmente.

7. Al di fuori del centro abitato, il posizionamento di impianti ed altri mezzi pubblicitari è consentito nel rispetto dell'art. 51 del DPR 495/1992.

Art. 31 - Caratteristiche.

1. Gli impianti pubblicitari debbono essere realizzati secondo quanto prescritto dagli art. 49 e 50 del DPR 495/1992 e per forma, colori e disegno non debbono ingenerare confusione con la segnaletica stradale ovvero arrecare disturbo visivo agli utenti della strada, né oscurare la visibilità dei segnali stradali, né costituire ostacolo o impedimento alla circolazione delle persone.

2. Sono vietati gli impianti pubblicitari rifrangenti o luminosi che abbiano intensità luminosa superiore a 150 candele per mq. o che comunque possano produrre abbagliamento e non sono consentite sagome irregolari o aventi forma di disco e triangolo.

3. Per le sorgenti luminose, i cartelli, le insegne di esercizio e gli altri mezzi pubblicitari luminosi è vietata l'intermittenza o l'alternanza di luci o colori e sono vietati messaggi pubblicitari che abbiano un contenuto, significato o fine in contrasto con norme di legge o di regolamento.

4. L'illuminazione degli impianti pubblicitari, sia dotati di illuminazione propria che non dotati di illuminazione propria, dovranno essere conformi a quanto previsto dalla vigente legislazione regionale/nazionale in materia di contenimento dell'inquinamento luminoso;

5. Per gli impianti pubblicitari ricadenti all'interno dei centri storici, o in ambiti tutelati dal punto di vista ambientale, paesaggistico, artistico, dovranno essere rispettate le prescrizioni dettate dalle norme urbanistiche, nonché l'eventuale specifica normativa di riferimento.

Art. 32 - Mezzi pubblicitari abbinati a servizi.

1. Nel caso di insegne o mezzi pubblicitari abbinati alla prestazione di servizi per gli utenti della strada (es.: orologi, contenitori rifiuti, panchine, transenne, palline e pensiline di fermata autobus ec.), definiti "impianti pubblicitari di servizio", aventi una superficie inferiore a mq. 6 , non si applicano le distanze previste dall'art. 30 del presente Regolamento.

Art. 33 - Mezzi pubblicitari nelle stazioni di servizio ed aree di parcheggio.

1. Le disposizioni di cui all'art. 52 del DPR 495/1992 si applicano anche agli impianti pubblicitari collocati nelle stazioni di servizio e nelle aree di parcheggio situate nei centri abitati.

Art. 34 – Farmacie e parafarmacie.

1. Per effetto dell'art. 8, comma 2, della L.R. n. 64/94, in deroga alle norme del presente Regolamento, sulle pareti o nelle pertinenze di esercizio delle Farmacie e Parafarmacie, è consentita l'installazione del solo manufatto a forma di "croce" nella via in cui ha sede l'attività. Qualora l'attività si trovi ubicata ad angolo di due vie, è consentita l'installazione su ciascuna delle due vie.

2. È altresì derogabile il rispetto delle distanze minime previste dall'art. 30 del presente Regolamento.

Art. 35 - Divieti speciali all'esposizione di pubblicità. Limitazioni e divieti estesi a tutto il territorio comunale.

1. L'Amministrazione Comunale si riserva la facoltà insindacabile di negare l'autorizzazione ad esporre, collocare od effettuare qualsiasi forma di pubblicità in relazione ad esigenze di pubblico interesse di natura estetica, panoramica, ambientale, storica ed artistica, in accordo con le finalità espresse nel presente Regolamento oltre che nel D.Lgs. 285/1992 e nel D.P.R. 495/1992, anche nel caso risultino rispettate tutte le norme qui contenute.

2. È proibita l'esposizione stabile o temporanea, di ogni tipo di segnaletica pubblicitaria, mobile e/o provvisoria, su spazi pubblici non diversamente normata dal presente Regolamento.

3. È proibita altresì la posa di orologi o altri misuratori, da impiegarsi quale supporto per pubblicità, lungo tutte le strade di scorrimento veicolare, nonché entro un raggio di 50 metri dagli incroci stradali.

4. È proibita l'installazione di supporti per le pubblicità fisse recanti immagini di planimetrie e/o elaborazioni grafiche del territorio comunale e/o comprensoriale, al di fuori di quanto operato per iniziativa comunale.

5. Su tutto il territorio comunale è vietata, per ragioni di igiene e di decoro, la pubblicità mediante il lancio di manifestini, volantini od oggetti e di qualsiasi altro materiale pubblicitario. Ulteriori limitazioni e deroghe potranno essere consentite con apposita motivato provvedimento per motivi di interesse pubblico.

Art. 36 - Vigilanza.

1. Gli Enti proprietari delle strade sono tenuti a vigilare, a mezzo del proprio personale competente in materia di viabilità, sulla corretta realizzazione e sull'esatto posizionamento dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari rispetto a quanto autorizzato nonché sullo stato di conservazione e sulla buona manutenzione dei cartelli, delle insegne di esercizio e degli altri mezzi pubblicitari oltreché sui termini di scadenza delle autorizzazioni concesse.

2. 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 dovrà provvedere entro il termine fissato. Decorso tale termine l'Ente proprietario, valutate le osservazioni avanzate entro 10 giorni dal soggetto, provvede d'ufficio rivalendosi per le spese sul soggetto titolare dell'autorizzazione.

3. La vigilanza può essere, inoltre, svolta da tutto il personale di cui all'art. 12 del D.Lgs. 285/1992, il quale trasmette le proprie segnalazioni all'ente proprietario della strada per i provvedimenti di competenza.

Art. 37 - Pubblicità effettuata su spazi ed aree pubbliche.

1. Per la pubblicità effettuata mediante installazione di impianti e mezzi pubblicitari di qualsiasi natura e dei relativi sostegni su pertinenze stradali, aree, edifici, impianti, opere pubbliche ed altri beni demaniali e patrimoniali comunali o in uso, a qualsiasi titolo, al Comune, l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità non esclude quella del canone per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche nonché il pagamento del canone di locazione e/o concessione fissato dalla Giunta comunale secondo quanto previsto dal comma 7 dell'art. 9 del D.Lgs. 507/93.

Art. 38 - Anticipata rimozione.

1. Nel caso di rimozione del mezzo pubblicitario, ordinata dall'Amministrazione ai sensi dell'art. 27, comma 2 del presente regolamento, prima della scadenza del termine stabilito nell'atto di autorizzazione, il titolare avrà diritto unicamente al rimborso della quota di canone corrispondente al periodo di mancato godimento, escluso ogni altro rimborso o indennizzo.

2. 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 possono accettare di continuare l'utilizzazione dell'impianto nella nuova sede oppure rinunciare alla stessa, ottenendo dal Comune il mero rimborso del canone, se anticipatamente versato, per l'anno interessato dalla rimozione.

3. Spetta all'interessato provvedere a rimuovere la pubblicità entro la data che sarà precisata nell'ordine di rimozione.

4. La rimozione dovrà riguardare anche gli eventuali sostegni o supporti e comprendere il ripristino alla forma preesistente della sede del manufatto.

5. Ove l'interessato non ottemperi all'ordine di rimozione della pubblicità nei termini stabiliti, l'impianto verrà considerato abusivo ad ogni effetto e saranno applicate le sanzioni previste dal successivo art. 48.

Art. 39 - Materiale pubblicitario abusivo.

1. Sono considerate abusive le varie forme di pubblicità esposte senza la prescritta autorizzazione preventiva ovvero risultanti non conformi alle condizioni stabilite dall'autorizzazione sia per forma, contenuto, dimensioni, sistemazione ed ubicazione, nonché le affissioni eseguite fuori dai luoghi a ciò destinati ed approvati dal Comune.

2. Sono altresì considerate abusive le pubblicità e le affissioni per le quali siano state omesse le prescritte dichiarazioni ed i dovuti pagamenti.

3. La pubblicità e le affissioni abusive, fatta salva la facoltà di cui al successivo comma 5, sono eliminate o rimosse a cura dei responsabili, che dovranno provvedervi entro il termine massimo di 15 giorni; in caso di inadempienza, vi provvede il Comune con addebito ai responsabili stessi, previa contestazione delle relative infrazioni e delle spese sostenute per la rimozione.

4. Per esigenze di interesse pubblico e qualora ciò non contrasti con le norme del D.Lgs. 285/1992 e del D.P.R. 495/1992 o con norme di ordine pubblico, il Comune può consentire che la pubblicità abusiva, sempreché siano stati pagati il canone e le conseguenti penalità, possa continuare a restare esposta per il periodo stabilito.

5. Nel caso di esposizione di materiale pubblicitario abusivo di cui al presente articolo, si applicano le sanzioni previste dal successivo art. 48. Ciò vale anche nel caso in cui alla regolare denuncia di cessazione non consegua l'effettiva rimozione del mezzo pubblicitario entro il termine prescritto.

CAPO III°

PUBBLICITÀ TEMPORANEA

Art. 40 - Definizione di pubblicità temporanea.

1. È definita "Pubblicità Temporanea" la pubblicità effettuata per un periodo determinato fino a un massimo di 90 (novanta) giorni e con un numero massimo di 20 mezzi pubblicitari. Qualora si tratti di pubblicità relativa ad eventi patrocinati dall'Amministrazione comunale non si applica il limite massimo al numero di mezzi pubblicitari autorizzabili.

2. La pubblicità temporanea può essere effettuata con i seguenti mezzi pubblicitari:

- a. Striscione;
- b. Locandina o manifesto;
- c. Stendardo o bandiera;
- d. Segno orizzontale reclamistico.

3. Si applicano le disposizioni di cui all'art. 16 comma 2 del presente regolamento.

Art. 41 - Autorizzazione per pubblicità temporanea.

1. La richiesta di autorizzazione dell'interessato, da presentarsi almeno 15 (quindici) giorni prima del previsto posizionamento e con le modalità di cui al precedente art. 18, deve essere corredata da:

- a. Planimetria con indicazione del sito;
- b. Relazione con breve descrizione dei materiali, colori, forme, ecc...;
- c. Bozzetto con dimensioni;
- d. Autodichiarazione per la stabilità, ove necessaria, per il tipo di mezzo pubblicitario utilizzato.

2. Al titolare dell'autorizzazione rilasciata ai sensi del presente articolo è fatto obbligo di provvedere alla rimozione del materiale e dei segnali entro le 24 ore successive alla scadenza del periodo autorizzativo, ai sensi dell'art. 54, comma 2, del D.P.R. 495/1992.

Art. 42 - Limiti e divieti relativi alla pubblicità temporanea.

1. Ai sensi dell'art. 3, comma 2, del D.Lgs. 507/93, sono stabiliti i seguenti limiti e divieti:

- a. La pubblicità effettuata mediante striscioni è consentita quando non arreca danno al decoro o alla sicurezza stradale;
- b. Gli striscioni potranno essere fissati solo ad appositi ancoraggi a ciò predisposti. È vietato in ogni caso l'ancoraggio degli striscioni a supporti come pali della luce, semafori, impianti di arredo urbano e stradale, altri impianti di pubblicità, monumenti ecc..

Art. 43 - Divieto di volantaggio

1. In tutti i luoghi pubblici o assimilabili è vietata qualsiasi forma pubblicitaria commerciale effettuata mediante il lancio di volantini e di oggettistica varia da automezzi in movimento e da aeromobili.

2. Sono vietati la distribuzione a mano sulle aree riservate alla circolazione dei veicoli ed il collocamento del materiale suddetto sui veicoli in sosta.

3. È consentita, previa comunicazione al Comune e pagamento dell'imposta pubblicitaria se dovuta, la distribuzione a mano di volantini pubblicitari "ad personam" (fatta esclusione per le aree davanti alle scuole in occasione dell'entrata / uscita degli studenti) o nelle cassette delle lettere.

4. Le violazioni di cui ai commi precedenti comportano una sanzione amministrativa pecuniaria da irrogarsi al soggetto incaricato della distribuzione (persona fisica o giuridica), nonché al committente del messaggio pubblicitario.

CAPO IV°

PUBBLICITÀ FONICA

Art. 44 - Pubblicità fonica.

1. Ai sensi dell'art. 59 del D.P.R. 495/1992 si stabilisce quanto segue:

a. La pubblicità fonica fuori dai centri abitati è consentita dalle ore 9.00 alle ore 13.00 e dalle ore 16.30 alle ore 19.30 ed è autorizzata dall'Ente proprietario della strada;

b. La pubblicità fonica entro i centri abitati è consentita dalle ore 10.00 alle ore 12.00 e dalle ore 16.00 alle ore 18.30 ed è soggetta a preventiva autorizzazione.

c. Per la pubblicità elettorale si applicano le disposizioni dell'articolo 7 della legge 24 aprile 1975, n. 130. La pubblicità elettorale è autorizzata dal Sindaco; nel caso in cui la stessa si svolga sul territorio di più comuni, l'autorizzazione è rilasciata dal Prefetto della provincia in cui ricadono i comuni stessi.

d. In tutti i casi, la pubblicità fonica non deve superare i limiti massimi di esposizione al rumore fissati dalle vigenti norme.

CAPO V°

IL PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI PUBBLICITARI.

Art. 45 - Criteri generali.

1. La pubblicità esterna e le pubbliche affissioni sono effettuate nel territorio di questo Comune in conformità al piano generale degli impianti pubblicitari previsto dall'art. 3, comma 3, del D.Lgs. 15.11.1993, n. 507 e del presente regolamento.

2. Il piano degli impianti pubblicitari dovrà essere articolato in due parti. La prima parte determina gli ambiti del territorio comunale nei quali sono localizzati i mezzi di pubblicità esterna, compresi nelle tipologie di cui all'art. 8, commi 2, 4 e 6 del presente regolamento. La seconda parte definisce la localizzazione nel territorio comunale degli impianti per le pubbliche affissioni di cui al successivo art. 47.

3. Il piano generale degli impianti pubblicitari è approvato dalla Giunta Comunale. Tale piano dovrà essere realizzato tenendo conto del rispetto dei seguenti criteri:

a. Rispetto e tutela dei beni di interesse storico, artistico e paesaggistico;

b. Salvaguardia delle esigenze della circolazione stradale;

c. Rispetto del decoro degli spazi e degli edifici secondo le norme edilizie regolamentari;

d. Analisi delle esigenze effettive degli operatori commerciali sulla scorta del pregresso andamento della richiesta di pubblicità e pubbliche affissioni e sulla base del prevedibile incremento della domanda;

e. Individuazione della quantità di superficie da destinare alle pubbliche affissioni in maniera proporzionale al numero degli abitanti di quell'area (o delimitazione di sezione elettorale) e delle zone ove collocare gli impianti, le quali dovranno essere particolarmente idonee al fine di assicurare ai cittadini la conoscenza di tutte le informazioni relative all'attività del Comune, per realizzare la loro partecipazione consapevole all'amministrazione dell'Ente e per provvedere tempestivamente all'esercizio dei loro diritti;

f. Individuazione degli attuali impianti per le pubbliche affissioni, i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari già in essere saranno riportati nella cartografia del Sistema Informativo Territoriale del Comune (S.I.T.) consultabile sul sito internet istituzionale.

g. Prevede le deroghe da applicare nell'ambito del centro abitato così come previste dal Codice della strada, dando anche le indicazioni tecniche in merito al posizionamento, alle dimensioni ed alle caratteristiche dei mezzi luminosi e non.

4. Qualsiasi decisione inerente la formazione del piano viene demandata alla Giunta Comunale.
5. Il piano generale degli impianti può essere adeguato o modificato ogni anno, con decorrenza dall'anno successivo, per effetto 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.
4. Il piano dovrà essere predisposto ed approvato dalla Giunta comunale entro 1 (uno) anno dall'entrata in vigore del presente regolamento.

Art. 46 - La pubblicità esterna.

1. La prima parte del piano comprende i mezzi destinati alla pubblicità esterna ed indica le posizioni nelle quali è consentita la loro installazione nel territorio comunale, nonché le localizzazioni vietate per leggi e/o regolamenti.

2. Per l'installazione dei mezzi pubblicitari fuori dai centri abitati, lungo le strade comunali ed in vista di esse il piano, individua le località e le posizioni nelle quali, per motivate esigenze di pubblico interesse, determinate dalla natura e dalla situazione dei luoghi, il collocamento è soggetto a particolari condizioni od a limitazioni delle dimensioni dei mezzi.

3. Per l'installazione di mezzi pubblicitari all'interno dei centri abitati, lungo le strade comunali, provinciali, regionali, statali o in vista di esse, il piano disciplina, oltre all'autorizzazione del Comune previo nulla-osta tecnico dell'Ente proprietario:

a) Le caratteristiche delle zone nelle quali, su aree pubbliche o private, concesse dal soggetto proprietario, può essere autorizzata l'installazione di mezzi pubblicitari e le dimensioni per gli stessi consentite nell'ambito di quelle massime stabilite dal D.Lgs. 285/1992 e dal D.P.R. 495/1992. Per quanto possibile individua le zone utilizzabili per le predette installazioni pubblicitarie;

b) Le caratteristiche degli edifici sui quali può essere autorizzata l'installazione di cartelli ed altri mezzi pubblicitari e le dimensioni per gli stessi consentite;

c) Le tipologie generali e le dimensioni massime delle insegne, dei segnali di direzione per attività ricettive, di ristorazione, artigianali e/o industriali, targhe ed altri mezzi pubblicitari, compresi quelli luminosi, illuminati o costituiti da pannelli luminosi, correlate a quelle sia degli edifici sui quali devono essere installati, sia delle caratteristiche delle zone ove questi sono situati. Il piano comprende:

- La definizione degli edifici, impianti (ex ascensori), opere pubbliche, strutture ed aree attrezzate ed altri luoghi di proprietà o in disponibilità del Comune, pubblici od aperti al pubblico nei quali può essere autorizzata l'installazione di mezzi per la diffusione di messaggi pubblicitari effettuata attraverso forme di comunicazione visiva od acustica percepibili nell'interno o dall'esterno;
- La definizione dei luoghi pubblici od aperti al pubblico, di proprietà o gestione privata, nei quali si effettuano le attività pubblicitarie di cui al precedente punto;
- I criteri per la localizzazione e le modalità tecniche per la collocazione, in condizioni di sicurezza per i terzi, di striscioni, locandine, stendardi, festoni di bandierine e simili;
- Le caratteristiche e i criteri per l'installazione dei cartelli e mezzi pubblicitari luminosi e non, entro i centri abitati.

Art. 47 - Gli Impianti per le pubbliche affissioni.

1. La seconda parte del piano degli impianti pubblicitari sarà costituita dagli impianti da adibire alle pubbliche affissioni.

2. In conformità a quanto dispone l'art. 18, comma 3, del D.Lgs. 507/1993, la superficie attuale degli impianti destinati al servizio pubbliche affissioni risulta essere di mq. 89 mentre la superficie complessiva così come stabilita dall'art. 18 del D.Lgs. 507/93, considerato il numero di abitanti, risulta pari a circa mq. 138.

4. Gli impianti per le pubbliche affissioni possono essere costituiti da:

- Vettrine per l'esposizione di manifesti;
- Stendardi porta manifesti;
- Posters per l'affissione di manifesti;
- Tabelloni ed altre strutture mono, bifacciali o plurifacciali, realizzate in materiali idonei per l'affissione di manifesti;

- Superfici adeguatamente predisposte e delimitate, ricavate da muri di recinzione, di sostegno, da strutture appositamente predisposte per questo servizio;
- Da armature, steccati, ponteggi, schermature di carattere provvisorio prospicienti il suolo pubblico, per qualunque motivo costruiti;
- Da altri spazi ritenuti idonei dal responsabile del servizio, tenuto conto dei divieti e limitazioni stabilite dal presente regolamento.

5. Tutti gli impianti hanno di regola, dimensioni pari o multiple di cm. 70 x 100 e sono collocati in posizioni che consentono la libera e totale visione e percezione del messaggio pubblicitario da spazi pubblici per tutti i lati che vengono utilizzati per l'affissione.

6. Ciascun impianto deve recare, in alto, una targhetta con l'indicazione:

COMUNE DI MONTEGROTTO TERME
SERVIZIO PUBBLICHE AFFISSIONI – Autorizzazione n° ___ del ____

7. Gli impianti non possono essere collocati nei luoghi nei quali è vietata l'installazione di mezzi pubblicitari.

CAPO VI°

SANZIONI, NORME TRANSITORIE E ABROGAZIONI

ART. 48 - Sanzioni

1. Fermo restando quanto previsto dal Nuovo Codice della Strada e dalle altre disposizioni di legge, nonché fatte salve le sanzioni tributarie di cui all'art. 23 del D.Lgs. 507/93 e successive modifiche e integrazioni, le violazioni alle norme del presente Regolamento sono punite entro i limiti edittali da € 206,00 a € 1.549,00 previsti dall'art. 24 del citato D.Lgs 507/93 e successive modifiche e integrazioni e con la procedura della Legge 24.11.1981 n. 689 con le sanzioni amministrative di seguito indicate:

A. da € 50,00 a € 150,00 per ogni mezzo pubblicitario mancante della prescritta targhetta di identificazione, obbligatoria ai sensi art. 55 del Regolamento di esecuzione del Codice della Strada.

B. da € 500,00 a € 1.500,00 per ogni mezzo pubblicitario installato o collocato in assenza di autorizzazione;

C. da € 200,00 a € 1.200,00 per chiunque non osservi le prescrizioni indicate nell'autorizzazione;

D. da € 200,00 a € 600,00 per ogni mezzo pubblicitario temporaneo, come definito nel presente regolamento, installato o collocato in assenza di autorizzazione oltre che per la violazione delle rimanenti norme del regolamento.

2. In caso di collocazione di cartelli, insegne di esercizio o altri mezzi pubblicitari privi di autorizzazione, ovvero in caso di mezzi pubblicitari non osservanti le disposizioni del presente Regolamento o le prescrizioni contenute nell'autorizzazione, l'ente proprietario della strada ordina all'autore della violazione e al proprietario o possessore del suolo privato, nei modi di legge, la rimozione del mezzo pubblicitario a loro spese entro e non oltre dieci giorni dalla data di comunicazione dell'atto. Decorso il suddetto termine, l'ente proprietario provvede ad effettuare la rimozione del mezzo pubblicitario e alla sua custodia ponendo i relativi oneri a carico dell'autore della violazione e, in via tra loro solidale, del proprietario o possessore del suolo.

3. Nel caso in cui l'installazione dei cartelli, delle insegne di esercizio o di altri mezzi pubblicitari sia realizzata su suolo demaniale ovvero rientrante nel patrimonio degli enti proprietari delle strade, o nel caso in cui la loro ubicazione lungo le strade e le fasce di pertinenza costituisca pericolo per la circolazione, in quanto in contrasto con le disposizioni contenute nel regolamento, l'ente proprietario esegue senza indugio la rimozione del mezzo pubblicitario.

4. Successivamente nei casi previsti dai commi precedenti, l'organo accertatore trasmette la nota delle spese sostenute al Responsabile di Settore competente, che emette intimazione al pagamento la cui inadempienza al pagamento comporterà l'attivazione del procedimento di riscossione coattiva a mezzo ruolo secondo la procedura prevista dal D.P.R. 29.09.1973, n. 602, così come modificato ed integrato dal D. Lgs. 26 febbraio 1999, n. 46 o tramite altro strumento di riscossione coattiva alternativo. Tale ordinanza costituisce titolo esecutivo ai sensi di legge.

ART. 49 - Norme transitorie

1. Il rinnovo triennale dell'autorizzazione di cui al primo comma dell'art. 21 dovrà essere richiesto entro 90 giorni dalla data di scadenza dell'autorizzazione.
2. Entro 3 anni dall'entrata in vigore del presente Regolamento ovvero immediatamente nel caso di richiesta di modifica di qualsiasi natura da apportare agli impianti stessi, i mezzi pubblicitari installati e non autorizzati dovranno essere adeguati al nuovo ordinamento, previa presentazione di una domanda di installazione secondo i tempi e le modalità qui previste.
3. Per i mezzi pubblicitari che, in base alle distanze minime previste, occorre provvedere a spostare, si procede per ogni lato della strada nella direzione inversa al senso di marcia effettuando gli spostamenti unicamente negli interspazi risultanti tra i successivi punti di riferimento (intersezioni, segnali stradali, ecc.).
4. Gli impianti pubblicitari stradali autorizzati in precedenza e che non possono più trovare collocazione devono essere rimossi alla prima scadenza contrattuale.
5. Tutte le spese derivanti dall'eventuale adeguamento o rimozione con contestuale ripristino dei luoghi sono a carico del titolare dell'autorizzazione.

ART. 50 - Abrogazioni, deroghe e norme di rinvio

1. Dalla data di entrata in vigore del presente Regolamento vengono abrogate, ove incompatibili, tutte le disposizioni contenute in altri Regolamenti comunali che disciplinano la materia del presente Regolamento ad esclusione delle disposizioni contenute nel Regolamento Edilizio vigente.
2. All'interno del centro abitato, limitatamente alle strade di tipo E e F, per l'installazione di impianti pubblicitari gestiti direttamente dal Comune o dati in concessione a privati o di proprietà privata, viene fatta deroga alle norme relative al rispetto delle distanze minime, in conformità a quanto previsto dal Nuovo Codice della Strada di cui al D. Lgs. n. 285/92, come modificato dal D. Lgs. n. 360/93, nonché dal Regolamento di attuazione dello stesso. purché:
 - a) collocati perpendicolarmente al senso di marcia dei veicoli, secondo le disposizioni di cui all'art. 51 del Reg. Es. del Codice della Strada, nonché a distanza non inferiore a m. 1.00 dal limite della carreggiata e comunque al di fuori del marciapiede;
 - b) collocati parallelamente al senso di marcia dei veicoli in aderenza ai fabbricati, ovvero ad una distanza non inferiore a mt. 1.00 dal limite della carreggiata e comunque al di fuori del marciapiede;
 - c) vengano osservate le seguenti distanze minime:
 - 1) mt. 15 prima dei segnali stradali di pericolo e di prescrizione;
 - 2) mt. 15 dopo i segnali stradali di pericolo e di prescrizione;
 - 3) mt. 15 prima dei segnali di indicazioni;
 - 4) mt. 15 dopo i segnali di indicazioni;
 - 5) mt. 20 prima delle intersezioni (incroci);
 - 6) mt. 15 dopo le intersezioni (incroci);
 - 7) mt. 15 dal punto di tangenza delle curve orizzontali;
 - 8) mt. 15 dagli imbocchi delle gallerie o sottopassi stradali o ferroviari;
 - 9) mt. 20 dal vertice dei raccordi verticali concavi e convessi (cunette o dossi);
 - 10) mt. 15 dagli impianti semaforici;
 - 11) mt. 5 dagli altri cartelli e mezzi pubblicitari nel senso di marcia dei veicoli.
4. Entro un anno dall'entrata in vigore del presente Regolamento gli impianti pubblicitari che non rispettano le prescrizioni di cui al comma precedente, devono essere rimossi e allocati in altro sito, ivi compresi, gli impianti installati all'interno delle aree di intersezione e delle rotatorie.
5. I limiti di superficie non si applicano ai cartelli e ai mezzi pubblicitari, realizzati nei centri abitati, in attuazione di piani e/o progetti dell'Amministrazione comunale che possono raggiungere la dimensione massima indicata dai singoli progetti.
6. Per quanto non previsto dal vigente Regolamento si applicano le disposizioni di legge e regolamenti vigenti. L'entrata in vigore di nuove direttive comunitarie, di leggi statali o regionali modificatrici di norme vigenti comporta l'adeguamento automatico delle disposizioni del presente Regolamento.