

## **Allegato 1**



## **Comune di CAMPEGALLIANO**

### **PIANO GENERALE DEGLI IMPIANTI DI AFFISSIONE E ALTRI MEZZI DI PUBBLICITA'**

# TITOLO I DISPOSIZIONI GENERALI

## **ARTICOLO 1** **Contenuti e finalità**

Il Piano generale degli impianti di affissione e altri mezzi di pubblicità disciplina la quantità, la tipologia e la distribuzione sul territorio comunale dei mezzi pubblicitari in relazione alle esigenze di carattere sociale ed economico, della concentrazione demografica, delle esigenze di tutela ambientale e paesaggistica, di equilibrio della localizzazione degli impianti e del rispetto delle norme di sicurezza della circolazione stradale, oltre al rispetto delle previsioni e prescrizioni urbanistiche.

La finalità del Piano è quella di procedere al riordino degli impianti attuali e di disciplinare i criteri e le modalità per l'installazione di nuovi impianti pubblicitari, al fine di contemperare la crescente ed insoddisfatta domanda del mercato con le esigenze di salvaguardia del decoro e della qualità estetica e funzionale dell'ambiente urbano.

## **ARTICOLO 2** **Zonizzazione**

Al fine di disciplinare la distribuzione dei mezzi pubblicitari, il territorio comunale si considera suddiviso nelle seguenti zone:

1. Centro Storico, corrispondente alla zona territoriale omogenea A degli strumenti urbanistici vigenti;
2. Centro Abitato (escluso il Centro Storico), delimitato con apposita deliberazione di Giunta comunale n. 367 del 07/05/1994 ai sensi dell'art. 4 del Codice della Strada 285/1992;
3. Aree esterne al territorio urbanizzato, comprendenti tutte le zone agricole e le zone territoriali extraurbane.

Nessun nuovo cartello pubblicitario né altro mezzo pubblicitario, così come definito al successivo art. 3, potrà essere installato nelle aree esterne al territorio urbanizzato, ad eccezione delle strade, relative aree di pertinenza ed altre porzioni di territorio di competenza di Enti Pubblici diversi dal Comune.

E' comunque consentita l'installazione di cartelli pubblicitari destinati a promuovere l'attività esercitata dalla ditta richiedente localizzata al di fuori del territorio urbanizzato entro il limite di 500 metri dalla sede di svolgimento dell'attività.

## **ARTICOLO 3** **Classificazione dei mezzi pubblicitari**

I mezzi pubblicitari, così come definiti dall'art. 47 del Regolamento di esecuzione e attuazione del nuovo Codice della Strada e dal Regolamento Comunale per la disciplina dei mezzi pubblicitari sono così classificati:

1. Impianti di affissione pubblica o diretta;
2. Cartelli pubblicitari;

3. Altri mezzi di pubblicità e propaganda.

## TITOLO II IMPIANTI DI AFFISSIONE

### **ARTICOLO 4** **Definizione e quantificazione degli Impianti di pubbliche affissioni**

Per impianti di pubbliche affissioni si intendono tutti gli impianti di proprietà del Comune, collocati esclusivamente su aree pubbliche o immobili privati sui quali il Comune, il concessionario o l'affidatario, esercita il diritto di affissione.

Lo stato di fatto degli impianti di affissione è il seguente: superficie per affissione pubblica (istituzionale, sociale e commerciale) circa mq 188 ;

La superficie complessiva sopraindicata può essere incrementata in misura adeguata a soddisfare la richiesta di affissione degli utenti, e comunque fino e non oltre a mq 350, al fine di consentire il posizionamento di impianti in zone sprovviste, o di nuova edificazione, o dove maggiore è la domanda di affissione.

La giunta comunale dovrà procedere alla quantificazione dei nuovi impianti, alla definizione delle tipologie degli stessi, nonché dei tempi di attuazione; la sostituzione degli impianti esistenti sarà di competenza del Comune o del concessionario o dell'affidatario del servizio.

La sostituzione degli impianti esistenti con i nuovi modelli deve avvenire gradualmente per stralci funzionali (vie o zone del paese), sulla base di progetti predisposti dalla Giunta, nel rispetto del Codice della Strada e relativi regolamenti attuativi, compatibilmente con le risorse finanziarie disponibili e tenuto conto dei seguenti criteri:

1. Rispetto dei vincoli posti a tutela dei beni culturali di cui al Decreto legislativo n. 490 del 29/10/1999, e conseguente rimozione degli impianti posti in deroga a tali vincoli, salvo parere favorevole della Soprintendenza sulla compatibilità della collocazione o della tipologia dell'impianto con l'aspetto, il decoro ed il pubblico godimento degli edifici o dei luoghi soggetti a tutela;

2. Ridistribuzione degli spazi di affissione pubblica in base ai nuovi assetti urbani dovuti anche all'espansione urbanistica del Comune;

E' facoltà della G. C. derogare al limite quantitativo di superficie sopra indicato per adeguarli ad eventuali nuove necessità.

### **ARTICOLO 5** **Definizione e quantificazione degli impianti privati per affissione diretta**

Per affissioni dirette si intendono le affissioni di manifesti e simili effettuate direttamente da soggetti privati, diversi dal Comune, concessionari o affidatari, anche per conto altrui.

La Giunta Comunale può stabilire nell'ambito del territorio comunale la collocazione ed il numero di lotti di impianti per le affissioni dirette con affidamento in concessione, previo espletamento di gara, anche per singoli lotti costituiti da più impianti.

## **ARTICOLO 6**

### **Impianti di affissione nel centro storico cittadino**

Fatti salvi gli spazi esistenti e attualmente destinati alle affissioni nel Centro Storico, l'installazione e la localizzazione di nuovi impianti, avverrà in seguito alla preventiva redazione di specifici piani di arredo urbano nel rispetto delle norme del regolamento edilizio e degli strumenti urbanistici vigenti, in modo da garantire la salvaguardia dell'ambiente antico ed una corretta distribuzione delle informazioni commerciali e sociali.

## **ARTICOLO 7**

### **Suddivisione tra affissioni commerciali e sociali**

La superficie complessiva degli impianti pubblici è destinata per una parte pari al 20% a comunicazioni di natura istituzionale, sociale o comunque priva di rilevanza economica e per la restante quota pari all'80% ad affissioni di natura commerciale.

Al fine di rispettare più agevolmente tale rapporto pur garantendo una omogenea ed efficace distribuzione sul territorio delle informazioni, in merito alle affissioni sociali si dispone che il quantitativo dei manifesti relativi alle attività istituzionali dell'Amministrazione Comunale non superi le 30 copie, mentre per tutte le altre iniziative comunali (culturali, sportive, ecc.) il numero dei manifesti non può essere superiore a 25 copie.

## **ARTICOLO 8**

### **Tipologie di impianti per le affissioni, caratteristiche e materiali**

La Giunta comunale nel procedere alla definizione e quantificazione degli impianti di pubbliche affissioni, come indicato nel precedente articolo 4, si dovrà attenere entro le seguenti tipologie:

- ◆ cilindro (cm 70x100 e formati inferiori);
- ◆ cm 70x50 standard funerario mono e bifacciale;
- ◆ cm 70x100 a parete;
- ◆ cm 70x100 totem;
- ◆ cm 100x140 a parete;
- ◆ cm 100x140 stelo bifacciale (disposto affiancato, a pettine, a pettine inclinato);
- ◆ cm 100x140 totem ;
- ◆ cm 140x200 a parete;
- ◆ cm 140x200 standard monofacciale e bifacciale;
- ◆ cm 200x140 a parete;
- ◆ cm 200x140 standard monofacciale e bifacciale;
- ◆ cm 600x300 monofacciale e bifacciale.

Gli impianti oggetto di sostituzione dovranno risultare conformi all'**allegato A "Abaco dei supporti e criteri di installazione dei vari formati e tipi"**

Tutti gli impianti sono realizzati con struttura di sostegno in profilati metallici protetti dalla corrosione e verniciati, con procedimenti che assicurino assenza di manutenzione, nel colore RAL 7012 grigio.

I pannelli di supporto per i manifesti saranno realizzati con materiali protetti dalla corrosione o inossidabili (lamiera zincata, alluminio, acciaio inox, derivati plastici) e

saranno fissati alla struttura con sistemi che ne rendano agevole la rimozione per esigenze di manutenzione o sostituzione.

Gli impianti del tipo CILINDRO potranno essere realizzati con un basamenti diversi, come marmo, pietra, calcestruzzo con inerti colorati, in modo da accordarsi con i materiali di pavimentazione.

Il fissaggio a terra o a parete degli impianti dovrà comunque essere verificato dal costruttore e dall'installatore e calcolato in relazione alle caratteristiche dei supporti in modo da garantire il rispetto delle norme di sicurezza e l'incolumità di persone e cose.

## **ARTICOLO 9**

### **Criteria di individuazione degli spazi e collocazione degli impianti di affissione**

Le caratteristiche e le dimensioni dei manifesti, a cui la G. C. potrà attenersi, sono i seguenti.

#### **Manifesti di formato inferiore a cm 70x100**

Sono normalmente realizzati in questo formato locandine, manifesti funerari, avvisi di manifestazioni culturali e di offerte commerciali. Il formato ed il contenuto determinano una fruizione molto ravvicinata e lenta. La loro affissione dovrà avvenire preferibilmente su cilindro o totem. Gli spazi preferiti sono il Centro Storico, zone antistanti edifici pubblici, parchi e giardini, piazze.

#### **Manifesti cm 70x100**

Sono normalmente realizzati in questo formato la maggior parte dei manifesti culturali, istituzionali e commerciali ma di ambito locale. Il formato ed il contenuto determinano una fruizione ravvicinata e lenta. La loro affissione dovrà avvenire preferibilmente su supporti a parete, su cilindro o totem. Gli spazi preferiti sono il Centro Storico, i centri abitati di frazione, zone antistanti edifici pubblici, parchi e giardini, piazze.

#### **Manifesti cm 100x140**

Sono generalmente in questo formato manifesti culturali di interesse regionale, manifesti cinematografici o commerciali.

L'affissione è preferibile su supporti a parete, su steli bifacciali, cilindro e su totem lungo le strade a lenta percorrenza come quelle limitrofe al centro storico, lungo le aiuole delle piste ciclabili e lungo percorsi pedonali ai margini di zone a verde pubblico, disposti a pettine o affiancati e visibili su ambo i lati.

#### **Manifesti cm 140x200 e 200x140**

Formato quasi esclusivamente commerciale, anche quando utilizzato per pubblicizzare attività culturali; si tratta in genere di avvenimenti di tale rilevanza da assumere comunque un preminente aspetto economico e quindi non assimilabile a comunicazione di pubblica utilità. Le installazioni sono prevalentemente a stendardo, poste lungo le vie anche di scorrimento relativamente veloce come strade e viali principali dal centro verso la periferia, disposti a pettine o affiancati e visibili su ambo i lati.

#### **Poster cm 600x300**

Formato prevalentemente per messaggi commerciali da installare su impianto con autonomo supporto nei tipi monofacciale o bifacciale .

In considerazione dell'ingombro e del forte impatto visivo questi impianti devono essere dislocati preferibilmente lungo strade di scorrimento, nei parcheggi pubblici, in prossimità

di centri commerciali o impianti sportivi e comunque su aree caratterizzate da ampie visuali libere.

Al fine di ovviare all'attuale dislocazione di tipo diffuso e disperso degli impianti che produce un maggiore inquinamento visivo e riduce l'efficacia della comunicazione si ritiene fondamentale ricorrere preferibilmente alla collocazione di impianti in serie.

## TITOLO III CARTELLI PUBBLICITARI

### **ARTICOLO 10** **Definizioni e dimensionamento**

Si intendono compresi in questa definizione i manufatti bidimensionali supportati da una idonea struttura di sostegno, con una sola o entrambe le facce finalizzate alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici, diversi da quelli destinati ad affissione pubblica e diretta e disciplinati dal Titolo II del Piano. Quindi risultano compresi in questa definizione i mezzi con messaggio pubblicitario prevalentemente di tipo commerciale che non comportano l'affissione di manifesti o nei quali non avvenga una rotazione con cadenza almeno mensile e risultino quindi riservati ad un solo emittente del messaggio pubblicitario, installati su spazi pubblici o privati. Possono essere luminosi sia per luce propria che per luce indiretta.

Con il Piano si stabilisce che possono essere installati sul territorio del Comune cartelli pubblicitari per una superficie massima complessiva di mq 150.

Tale limite potrà essere modificato dalla Giunta Comunale per eventuali esigenze sopravvenute dopo l'approvazione del Piano.

I cartelli pubblicitari, da installarsi preferibilmente nei pressi degli insediamenti commerciali o direzionali dovranno essere conformi alle caratteristiche e tipologie indicate nell'art. 8 del presente Piano; possono essere autorizzate esclusivamente le seguenti misure:

cm 70 x 100;  
cm 100 x 140;  
cm 140 x 200;  
cm 200 x 140.

## TITOLO IV ALTRI MEZZI PUBBLICITARI

### **ARTICOLO 11** **Definizione degli altri mezzi pubblicitari**

Sono definiti altri mezzi pubblicitari gli impianti non compresi tra quelli di affissione e i cartelli pubblicitari, quali:

- insegne e preinsegne;
- targhe di esercizio e pubblicitarie;
- tende e vetrofanie;
- pubblicità sui veicoli;
- ogni messaggio pubblicitario riferito ad iniziative occasionali con durata limitata;
- impianto di insegne o targhe coordinate;
- pubblicità diversa dall'affissione effettuata su strutture temporanee di cantieri edili;

- impianti pubblicitari di servizio.

Gli impianti per altri mezzi pubblicitari rimangono esclusi da limiti quantitativi e dai criteri tipologici indicati in precedenza, sono pertanto soggetti soltanto alle norme e limitazioni previste dal Regolamento Comunale per la disciplina dei mezzi pubblicitari.

## **ARTICOLO 12** **Impianti pubblicitari di servizio**

L'installazione di impianti pubblicitari di servizio è subordinata alla stipula di apposita convenzione nella quale sono indicati anche durata ed oneri della autorizzazione e deve essere contemplata in piani particolareggiati o piani di arredo urbano approvati dal Comune.

## **TITOLO IV** **NORME FINALI**

### **ARTICOLO 13** **Autorizzazione alla installazione**

L'installazione di qualunque impianto o mezzo pubblicitario rientrante nella definizione precedente è subordinata all'ottenimento del titolo abilitativo da parte del Comune, fino a raggiungere il limite quantitativo indicato se rientrante nelle categorie soggette a limitazione, secondo la procedura ed il rispetto delle norme previste dal Regolamento per la disciplina dei mezzi pubblicitari e dal Regolamento per l'applicazione dell'imposta e diritti sulla pubblicità che prevedono anche le sanzioni in caso di abusi ed omissioni.

### **ARTICOLO 14** **Quadro normativo di riferimento**

Le norme contenute nel presente piano hanno come riferimento la normativa vigente, in particolare:

D. Lgs. 30/04/92 n. 285 Codice della Strada, D.P.R. 16/12/1992 n. 495 Regolamento di esecuzione e attuazione del nuovo Codice della Strada nonché le successive disposizioni correttive ed integrative del codice della Strada, D. Lgs. 15/11/1993 n. 507; L.R. 31/02 e s.m.i.

L'attuazione del piano è poi regolamentata più in dettaglio dal Regolamento per la disciplina dei mezzi pubblicitari e Regolamento per l'applicazione dell'imposta e diritti sulla pubblicità nonché da specifiche norme contenute nel Regolamento Edilizio o nelle norme di attuazione degli strumenti urbanistici del Comune.

E' abrogata ogni altra norma incompatibile con il presente Piano.